# การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

# Exposure to News and Political Participation via Social Media of Generation Y in Bangkok

# การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

# Exposure to News and Political Participation via Social Media of Generation Y in Bangkok

สืบแสง แสงทอง

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย สืบแสง แสงทอง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง

ผู้เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สืบแสง แสงทอง. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, (สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์), กรกฎาคม 2564, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร (119 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. องอาจ สิงห์ลำพอง

## บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มเจเนอเรชันวาย (ผู้ที่เกิดใน พ.ศ.2524 ถึง พ.ศ. 2543) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 140 คน จากการสุ่มตัวแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งได้ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบหาค่าไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียรสัน ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเปิดประสบการณ์ ต่อมาคือ ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร รองมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร

การมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพรรคการเมืองและนักการเมือง และด้านการเลือกตั้งและการลงประชามติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมายและรัฐธรรมนูญ ต่อมา คือ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง รองมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ

ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ

การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครในระดับสูง

*คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร, สื่อสังคมออนไลน์, การมีส่วนร่วมทางการเมือง, เจเนอเรชันวาย*

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

Saengthong, S.  Master of Communications Arts (Strategic Communications), July 2021, Graduate School, Bangkok University.
Exposure to News and Political Participation via Social Media of Generation Y in Bangkok (119 pp.)
Advisor: Asst. Prof. Ongart Singlumpong, Ph.D.

## ABTRACT

The Objectives of this independent study was to study the relationship between the demographic of Generation Y in Bangkok metropolis and political participation on social media and to study the relationship between Media exposure and political participation on social media of Generation Y in Bangkok metropolis. The sample population were the Generation Y group. (People born between 1981 and 2000) who lived in Bangkok metropolis by 140 people from multistage sampling. The questionnaire was used as a tool to collect data. The statistics used were frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested with the chi-square test statistic and Pearson's correlation coefficient. The results of the research found that The overall political news exposure behavior on social media had a high average score. When considering each aspect found that information exposure had the highest average score, followed by the aspect of opening experience, followed by the aspect of seeking information and news. The aspect with the lowest average score was the device for media exposure.

The overall political participation on social media had a high average score. when considering each aspect found that political party, politicians and electoral, referendum with the same average with the highest average score, followed by the aspect of law and constitution amendments next is the aspect of monitoring the work of political officials next in order The aspect with the lowest average score was in the field of work monitoring and inspection of government.

Gender was correlated with political participation on social media of Generation Y in Bangkok metropolis at a statistical significance of 0.05 and Media

exposure was correlated with High level of political participation on social media of Generation Y in Bangkok.

*Keywords: Media Exposure, Social Media, Political Participation, Generation Y*

# กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้จะสำเร็จไม่ได้เลย หากไม่ได้รับความกรุณาให้คำปรึกษา ตรวจสอบและช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. องอาจ สิงห์ลำพอง และองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับจากอาจารย์ผู้สอนทุกท่านตลอดระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ องค์ความรู้ต่าง ๆ เหล่านั้น ผู้ศึกษาได้รับมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้เป็นอย่างดี และเชื่อว่าจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาตนเอง และการประกอบอาชีพในอนาคต

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่ค่อยเป็นกำลังใจและเป็นที่ปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งขอขอบคุณผู้ทำการตอบแบบสอบถามทุกท่าน ทุกคำตอบของท่านเป็นส่วนสำคัญอย่างมากที่ทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มสำเร็จและผ่านพ้นไปได้ด้วยดี

สืบแสง แสงทอง

# สารบัญ


| | หน้า |
|---|---|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ค |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | จ |
| กิตติกรรมประกาศ | ช |
| สารบัญตาราง | ญ |
| สารบัญภาพ | ฐ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 คำถามของงานวิจัย | 5 |
| 1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย | 5 |
| 1.4 สมมติฐานการวิจัย | 6 |
| 1.5 ขอบเขตการวิจัย | 6 |
| 1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ | 6 |
| 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 7 |
| 1.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย | 8 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generation) | 9 |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) | 13 |
| 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) | 14 |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation) | 18 |
| 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) | 22 |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 26 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย | |
| 3.1 ประเภทของงานวิจัย | 29 |
| 3.2 กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง | 22 |
| 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย | 31 |
| 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 32 |
| 3.5 การทดสอบสอบเครื่องมือ | 33 |
| 3.6 วิธีการเก็บข้อมูล | 34 |

# สารบัญ (ต่อ)


| | หน้า |
|---|---|
| บทที่ 3 (ต่อ) ระเบียบวิธีวิจัย | |
| 3.7 วิธีการทางสถิติ | 34 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย | |
| 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ | 38 |
| 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 41 |
| 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 48 |
| 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน | 55 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| 5.1 สรุปผล | 68 |
| 5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน | 72 |
| 5.3 อภิปรายผล | 75 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะ | 77 |
| บรรณานุกรม | 79 |
| ภาคผนวก | 83 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม | 84 |
| ภาคผนวก ข ตารางวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ | 98 |
| ประวัติผู้เขียน | 119 |


BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

# สารบัญตาราง


| | | หน้า |
|---|---|---|
| ตารางที่ 4.1: | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ (n = 140) | 38 |
| ตารางที่ 4.2: | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ (n = 140) | 38 |
| ตารางที่ 4.3: | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 140) | 39 |
| ตารางที่ 4.4: | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส (n = 140) | 39 |
| ตารางที่ 4.5: | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ (n = 140) | 40 |
| ตารางที่ 4.6: | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (n = 140) | 40 |
| ตารางที่ 4.7: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 41 |
| ตารางที่ 4.8: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร | 42 |
| ตารางที่ 4.9: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร | 43 |
| ตารางที่ 4.10: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเปิดประสบการณ์ | 44 |
| ตารางที่ 4.11: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร | 45 |
| ตารางที่ 4.12: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร | 46 |
| ตารางที่ 4.13: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 48 |
| ตารางที่ 4.14: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ | 49 |
| ตารางที่ 4.15: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง | 50 |

# สารบัญตาราง (ต่อ)


| | | หน้า |
|---|---|---|
| ตารางที่ 4.16: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ | 52 |
| ตารางที่ 4.17: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านพรรคการเมืองและนักการเมือง | 53 |
| ตารางที่ 4.18: | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติ | 54 |
| ตารางที่ 4.19: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 55 |
| ตารางที่ 4.20: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 56 |
| ตารางที่ 4.21: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 57 |
| ตารางที่ 4.22: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 58 |
| ตารางที่ 4.23: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 59 |
| ตารางที่ 4.24: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 60 |
| ตารางที่ 4.25: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 61 |

**สารบัญตาราง (ต่อ)**


| | | หน้า |
|---|---|---|
| ตารางที่ 4.26: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 62 |
| ตารางที่ 4.27: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 63 |
| ตารางที่ 4.28: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 64 |
| ตารางที่ 4.29: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 65 |
| ตารางที่ 4.30: | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | 66 |
| ตารางที่ 5.1: | แสดงผลการสรุปการทดสอบสมมติฐาน | 73 |

# สารบัญภาพ


| | | หน้า |
|---|---|---|
| ภาพที่ 1.1: | การใช้งานอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเจเนอเรชัน | 3 |
| ภาพที่ 1.2: | สิบอันดับกิจกรรมออนไลน์ยอดฮิตของคนไทย | 4 |
| ภาพที่ 1.3: | สื่อสังคมออนไลน์ที่ชาวไทยนิยมใช้งานสูงสุด | 4 |
| ภาพที่ 1.4: | กรอบแนวคิด | 8 |
| ภาพที่ 2.1: | องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมือง | 23 |
| ภาพที่ 2.2: | แบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง | 25 |


BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

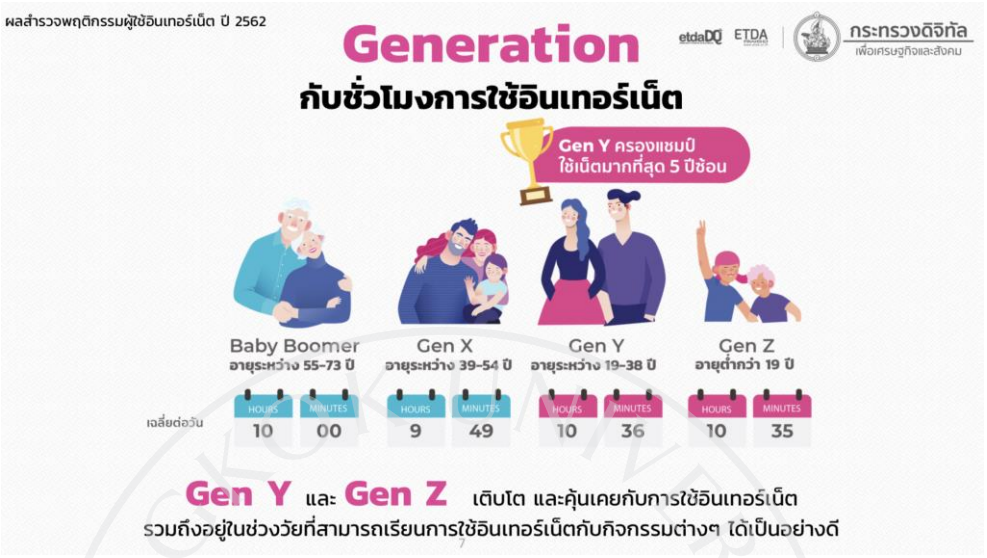
# บทที่ 1
# บทนำ

## 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขับเคลื่อนทางการเมืองของกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับประวัติศาสตร์การเมืองไทยมาช้านาน ดังจะเห็นได้จากการรวมตัวเพื่อเรียกร้องประเด็นทางการเมืองของขบวนการนักศึกษา และกลุ่มคนรุ่นใหม่ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ตัวอย่างเหตุการณ์ทางการเมือง เช่น “เหตุการณ์ 14 ตุลา” หรือวันมหาวิปโยค ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ.2516 พลังแห่งเยาวชนคนหนุ่มสาว นักเรียน นักศึกษา ออกมารวมตัวกันเพื่อเรียกร้องรัฐธรรมนูญ และประชาธิปไตย จากรัฐบาลซึ่งนำโดยจอมพล ถนอม กิตติขจร ในขณะนั้น จนทำให้จอมพล ถนอม กิตติขจร และพรรคพวกต้องลี้ภัยไปต่างประเทศ ไม่กี่ปีหลังจากนั้น จอมพล ถนอม กิตติขจร บวชเป็นสามเณรและเดินทางกลับเข้าประเทศไทยอีกครั้ง ประเด็นทางการเมือง และข้อสงสัยในการดำเนินงานของรัฐบาลหม่อมราชวงศ์เสนีย์ ปราโมช ทำให้ขบวนการนักศึกษาและกลุ่มคนรุ่นใหม่ ประกาศรวมตัวเรียกร้องทางการเมืองที่บริเวณท้องสนามหลวง และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ จนนำไปสู่เหตุการณ์นองเลือดอย่าง “เหตุการณ์ 6 ตุลา” เหตุการณ์ “สังหารหมู่ธรรมศาสตร์” ในช่วงต้นเดือนตุลาคม พ.ศ. 2519 (ประจักษ์ ก้องกีรติ, 2563) ขบวนการนักศึกษา และกลุ่มคนรุ่นใหม่มีบทบาทในการแสดงความคิดและเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง จนถึงในปัจจุบันการเคลื่อนไหวทางการเมือง ได้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ของการแสดงออกและมีส่วนร่วมทางการเมืองมากมาย ทั้งการรวมตัวในลักษณะของ “แฟลชม็อบ” ผู้ที่มีความเห็นทางการเมืองตรงกันนัดหมายรวมตัวกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นการนัดหมายรวมตัวกันจะเป็นการนัดหมายล่วงหน้า จากวันและเวลานัดหมายไม่นานมากนัก มีการระบุช่วงเวลาเริ่มต้น และยุติการรวมตัวที่ชัดเจน รวมทั้งยังมีการรวมตัวเป็นกลุ่มและสร้างแนวร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และเป็นพื้นที่ในแสดงความเห็น สร้างการมีส่วนร่วมการเมืองในยุคดิจิทัล (Digital Era) ดังตัวอย่างเช่น ข้อมูล ณ วันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2564 จากบัญชีผู้ใช้งานทวิตเตอร์ (Twitter) ในนาม FreeYOUTH (@FreeYOUTHth) ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า 351,931 บัญชีผู้ใช้งาน และผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) ในนามเยาวชนปลดแอก (Free Youth) สูงถึง 1,798,556 บัญชีผู้ใช้งาน และบัญชีผู้ใช้งานทวิตเตอร์ ในนามแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม (@ThammasatUFTD) มีผู้ติดตามมากกว่า 184,398 บัญชีผู้ใช้งาน และผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) ในนามแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม-United Front of Thammasat and Demonstration สูงถึง 432,117 บัญชีผู้ใช้งาน เป็นต้น

การเรียกร้อง การแสดงออก และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในปัจจุบัน การสื่อสาร (Communication) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนประเด็นทางการเมือง เพราะการสื่อสารนั้นเปรียบเสมือนกลไกที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลในสังคม ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารยังทำให้ผู้รับสารตอบสนองต่อความต้องการตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารที่คาดหวังไว้ โดยการสื่อสารซึ่งอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ การสื่อสารที่มีจุดประสงค์ทางการเมือง หรือการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) ศาสตร์แห่งการเป็นผสมผสานเนื้อหาทางการเมืองกับการสื่อสาร ซึ่งใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์นำไปสู่เป้าหมายต่าง ๆ ทางการเมือง เช่น การหาเสียง การเรียกร้องผ่านการจัดกิจกรรมทางการเมือง การปลูกฝังอุดมการณ์ทางการเมือง เป็นต้น โดยการสื่อสารทางการเมืองนั้นสามารถกระทำได้หลากหลายวิธีตามแต่ระดับของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารต้องการส่งข่าวสารให้แก่ผู้รับสาร โดยใช้องค์ประกอบต่าง ๆ ทางการสื่อสารเพื่อให้บรรลุตาวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ (สะถิระ เผือกประพันธุ์, 2554) การสื่อสารทางการเมือง ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มประชากรในช่วงเวลานั้น ๆ โดยในปัจจุบัน พฤติกรรมการแสดงออกทางการเมืองของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปตามวิวัฒนาการของเทคโนโลยี การแพร่กระจายของข่าวสาร และการเข้าถึงข้อมูลอย่างไร้พรมแดนบนโลกอินเทอร์เน็ต การเปิดรับและแลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเมืองจึงถูกขับเคลื่อนบนสังคม ควบคู่กับสังคมออนไลน์ไปด้วยกัน

ภาพที่ 1.1: การใช้งานอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเจเนอเรชัน

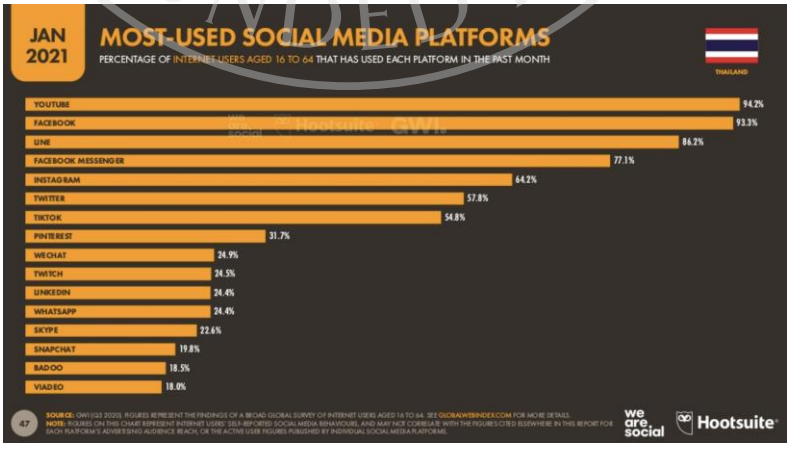



ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). *ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน*. สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx.

ภาพที่ 1.2: สิบอันดับกิจกรรมออนไลน์ยอดฮิตของคนไทย

ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). *ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน*. สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx.

ภาพที่ 1.3: สื่อสังคมออนไลน์ที่ชาวไทยนิยมใช้งานสูงสุด




ที่มา: We Are Social. (2021). *Digital 2021: Thailand*. Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand.

สอดคล้องกับรายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 พบว่า ชาวไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึงเฉลี่ยวันละ 10.22 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเป็นอัตราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2560 ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึงเฉลี่ยวันละ 6.35 ชั่วโมงต่อวัน และปี 2561 ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึงเฉลี่ยวันละ 10.05 ชั่วโมงต่อวัน ตามลำดับ โดยช่วงอายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุด คือ กลุ่มเจเนอเรชัน วาย หรือผู้ที่เกิดใน พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543 เป็นผู้ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงถึง 10.36 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งกิจกรรมที่มีการใช้งานสูงที่สุด คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานสูงสุด 6 อันดับแรก ได้แก่ ยูทูบ (Youtube) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) ตามลำดับ (We Are Social, 2021)

กรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทยจากสถิติจำนวนประชากร พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มเจเนอเรชัน วาย หรือผู้ที่เกิดใน พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543 ซึ่งมีจำนวน 1,545,721 คน จากประชากรชาวกรุงเทพมหานครทั้งหมด 5,666,264 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

จากที่กล่าวมาในข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

**1.2 คำถามของงานวิจัย**

1.2.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือไม่ อย่างไร?

1.2.2 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร?

**1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย**

1.3.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

1.3.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

**1.4 สมมติฐานการวิจัย**

สมมติฐานที่ 1: ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2: การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน

**1.5 ขอบเขตการวิจัย**

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-Ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัยในการเก็บข้อมูล จำนวน 140 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันวาย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษา การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ระยะเวลาการเก็บแบบสอบถามในการศึกษา ตั้งแต่ 27 พฤษภาคม ถึง 10 มิถุนายน พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 15 วัน

**1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ**

ข่าวสารทางการเมือง หมายถึง ข้อมูลความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับ สิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ทางการเมืองของประชาชนตามระบบการเมืองการปกครอง เกี่ยวกับภาครัฐ, คณะรัฐมนตรี รัฐสภา, พรรคการเมือง นักการเมือง กฎหมาย การเลือกตั้ง และการลงประชามติ

การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ทางการเมืองอันเป็นสิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชนตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 การมีส่วนร่วมในการแสดงออกทางความคิด การให้ความร่วมมือ และการตรวจสอบการทำงานของ ภาครัฐ, คณะรัฐมนตรี รัฐสภา พรรคการเมือง นักการเมือง กฎหมาย การเลือกตั้ง และการลงประชามติ

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สังคมออนไลน์ในช่องทางของ ยูทูบ (Youtube) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter)

เจเนอเรชันวาย หมายถึง กลุ่มประชากรที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543

ข้าราชการการเมือง หมายถึง ผู้ที่ดำรงตำแหน่งทางการเมือง 20 ตำแหน่ง ตามพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการการเมือง พ.ศ. 2535 ดังนี้ นายกรัฐมนตรี รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีว่าการกระทรวง รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีว่าการทบวง รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวง รัฐมนตรีช่วยว่าการทบวง ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี ที่ปรึกษารองนายกรัฐมนตรี ที่

ปรึกษารัฐมนตรี และที่ปรึกษารัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี, เลขาธิการนายกรัฐมนตรี, รองเลขาธิการนายกรัฐมนตรีฝ่ายการเมือง โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี, รองโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เลขานุการรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ประจำสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวง ผู้ช่วยเลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวง เลขานุการรัฐมนตรีว่าการทบวง และผู้ช่วยเลขานุการรัฐมนตรีว่าการทบวง

LGBTQ+ หมายถึง ผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยเป็นอักษรที่ย่อมากจาก Lesbian (เลสเบี้ยน) Gay (เกย์) Bisexual (ไบเซ็คชวล) Transgender (คนข้ามเพศ) และ Queer (คนที่ยังไม่จำกัดความในเรื่องเพศของตน)

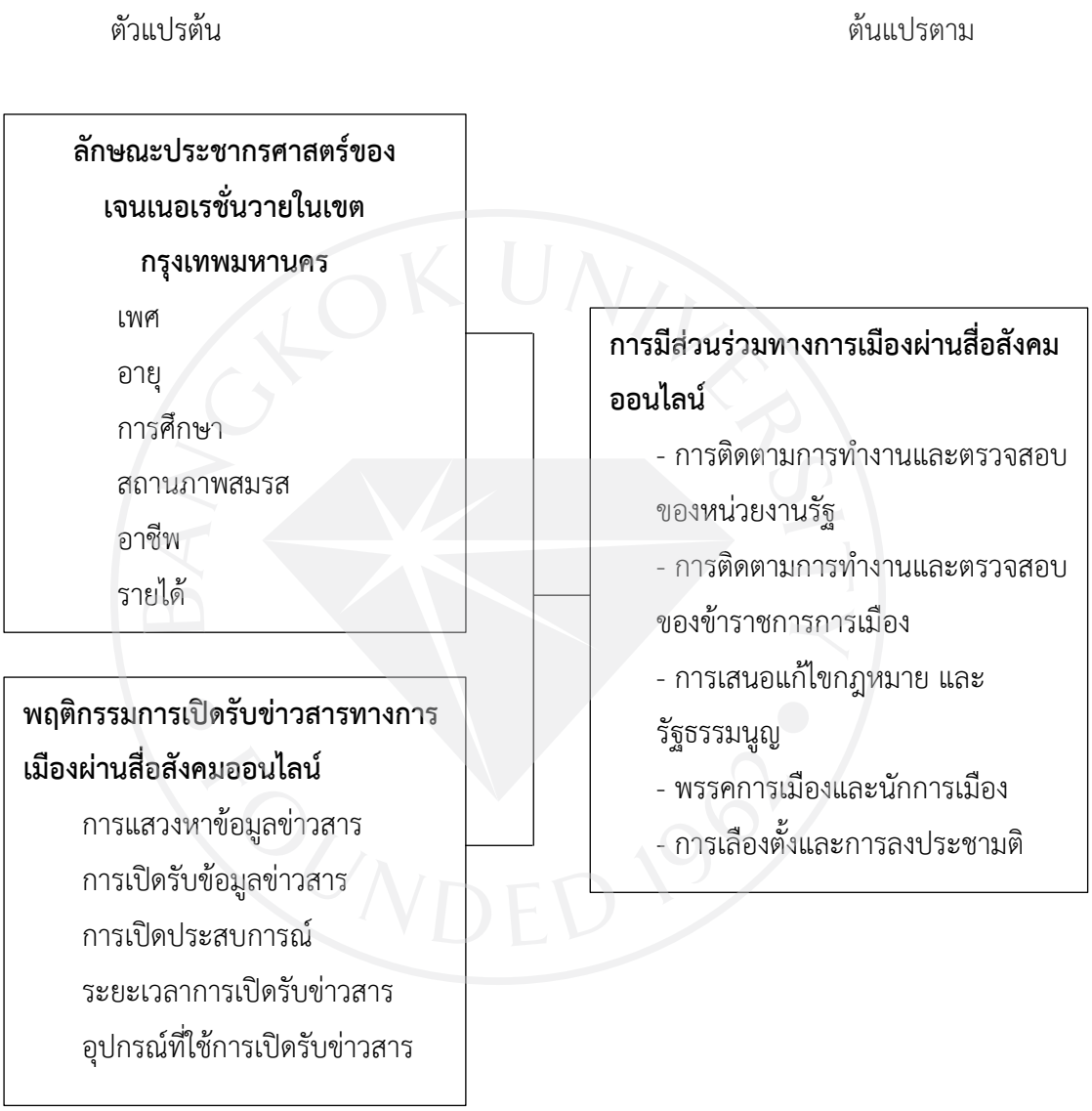
**1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1.7.1 ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการเมืองให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.7.2 ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

**1.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย**

ภาพที่ 1.4: กรอบแนวคิด



# บทที่ 2
# แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generation)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation)

2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generation)

2.1.1 ความหมายของเจเนอเรชัน (Generation)

จากการศึกษาความหมายของเจเนอเรชันของนักวิชาการท่านต่าง ๆ ได้ให้ความหมายของเจเนอเรชันไว้ โดยสรุปได้ดังนี้

เดชา เดชะวัฒนไพศาล (2552) กล่าวว่า เจเนอเรชัน หมายถึง การจัดกลุ่มหรือจำแนกกลุ่มคนออกตามรุ่นอายุ เป็นหมวดหมู่ที่แตกต่างกัน โดยแต่ละรุ่นจะมีประสบการณ์หรือแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน ปรับเปลี่ยนไปตามกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือวัฒนธรรม

ทัศนี ศรีกิตติศักดิ์ (2554) กล่าวว่า เจเนอเรชัน หมายถึง ความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนในแต่ละรุ่น ที่มีการแสดงออกทางบุคลิก ทัศนคติ รวมถึงประสบการณ์ไปในทิศทางเดียวกันตามบริบททางสังคมที่เกิดขึ้นตามแต่ละช่วงวัยของแต่ละรุ่น

มนัสวี ศรีนนท์ (2561) กล่าวว่า เจเนอเรชัน หมายถึง กลุ่มคนที่ได้รับการจำแนก ลักษณะพฤติกรรม ให้อยู่ในกลุ่มที่แตกต่างกันตามการวิเคราะห์ด้วยช่วงวัย และศาสตร์ในการพัฒนาบุคลากร โดยแต่ละช่วงวัยจะมีธรรมชาติพื้นฐานของประสบการณ์ และการให้คุณค่าต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งแตกต่างกัน

จากทรรศนะของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาสรุปความหมายของเจเนอเรชัน หมายถึง รูปแบบในการจัดและจำแนกกลุ่มคน โดยใช้เกณฑ์ช่วงวัยเป็นตัวกำหนดกลุ่มคนในแต่ละรุ่น เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรม และการแสดงออกของบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่จะมีความแตกต่างกันตามช่วงวัย เนื่องจากการได้รับประสบการณ์หรืออยู่ในบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งในแต่ละยุคมีการเปลี่ยนผ่านทางสังคมอย่างเป็นพลวัตรอยู่ตลอดเวลา

2.1.2 การแบ่งกลุ่มและลักษณะของเจเนอเรชัน

เจเนอเรชัน คือ การจัดและจำแนกกลุ่มคน โดยใช้เกณฑ์ช่วงวัยเป็นตัวกำหนดกลุ่มคนในแต่ละรุ่น ที่มีการแสดงออกทางความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับประเภทของเจเนอเรชัน พบว่า มีนักวิชาการท่านต่าง ๆ ได้กล่าวถึงประเภทของเจเนอเรชันไว้ทั้งหมด 4 กลุ่ม โดยสรุปได้ดังนี้ (พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข, 2563)

1) เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส (Generation Baby Boomers: Gen-B)

คำว่า เบบี้บูมเมอร์ส มาจากการกำเนิดของกลุ่มคนที่มีจำนวนมาก หลังจากการเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ราว ๆ ระหว่างคริสต์ศักราช 1946 ถึง 1964 เนื่องจากการเกิดสงครามโลกส่งผลให้ผู้ชายในยุคนั้นต้องไปออกรบ หลังจากสงครามสิ้นสุดลงจึงได้กลับมายังถิ่นฐานและสร้างครอบครัว จึงทำให้เด็กที่เกิดขึ้นในยุคนี้มีจำนวนมาก และถูกเรียกว่า Baby Boomer ซึ่งกลุ่มคนในยุคนี้ถูกหล่อหลอมจากประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมที่เติบโต บนความยากลำบากของพ่อแม่ เพราะสงครามส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคม ทำให้ทุกคนต้องทำงานอย่างหนักและใช้ชีวิตอย่างแร้นแค้น

จากบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนในเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส ส่งผลให้บุคคลที่เติบโตในช่วงเวลานั้นมีลักษณะเฉพาะ ดังต่อไปนี้

- มีลักษณะมองโลกในแง่ดี มีความอดทนสูง เพราะกลุ่มคนที่เติบโตในช่วงเวลาหลังสงครามโลกต้องใช้ชีวิตอย่างประหยัด อดออม และอดทนต่อความยากลำบาก เนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายหลักจะมาจากผู้เป็นพ่อที่ประกอบอาชีพและหารายได้มาจุนเจือครอบครัว ดังนั้นบุคคลในกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส จึงมีมุมมองที่ดีต่อการมองโลก และการให้คุณค่าในเรื่องเล็กน้อยเพื่อเป็นหลักในการดำเนินชีวิตอย่างประหยัด และอดออม

- มีลักษณะความเป็นปัจเจกและให้ความสำคัญกับการศึกษา เนื่องจากการถูกหล่อหลอมจากประสบการณ์ที่ต้องพึ่งพาตนเองเพื่อความสำเร็จ ดังนั้นบุคคลในกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส จึงมีลักษณะเป็นปัจเจกในการพึงพาตนเอง และเห็นคุณค่าความสำคัญของการศึกษา โดยใช้ความรู้และวิชาที่เล่าเรียนผลักดันไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตนเองต้องการ

- มีความสนใจในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เนื่องจากในกลุ่มคนในยุคนี้ เป็นรุ่นที่เกิดการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาของโรคโปลิโอวัคซีน ความสำเร็จของโครงการอวกาศของสหรัฐฯ และการพัฒนายาคุมกำเนิด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนในเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส มีลักษณะพฤติกรรม และทัศนคติที่สนใจในเรื่องของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีโดยเฉพาะในด้านสุขภาพ

- มีลักษณะและพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ ตามความเชื่อ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาท่ามกลางความยากลำบากทำให้ในการยอมรับสื่อ หรือข้อมูลข่าวสารจะต้องมาจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เช่น ผ่านการดูโทรทัศน์ การอ่านหนังสือพิมพ์ และการรับฟังวิทยุ เป็นต้น

2) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X: Gen-X)

เจเนอเรชันเอ็กซ์ คือ รุ่นหรือกลุ่มคนที่เกิดขึ้นภายหลังจากกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส ในช่วงระหว่างคริสต์ศักราช 1965 ถึง 1983 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตท่ามกลางบริบททางสังคมที่แตกต่างจากรุ่นก่อนเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เกิดจากการที่ในยุคนั้นเกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจ และจำนวนประชากรที่มีมากเกินไป ส่งผลให้สังคมเกิดการคุมกำเนิด มีอัตราการหย่าร้างที่สูงมาก รวมถึงมีการทำแท้งอย่างแพร่หลาย และจากปัญหาเศรษฐกิจที่ทวีความรุนแรงทำให้ในยุคนี้ผู้หญิงเริ่มเข้ามีบทบาทมากขึ้นในตลาดแรงงาน รวมถึงมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันและการทำงาน

จากบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนในเจเนอเรชันเอ็กซ์ ส่งผลให้บุคคลที่เติบโตในช่วงเวลานั้นมีลักษณะเฉพาะ ดังต่อไปนี้

- มีลักษณะการปรับตัวและมีความยืดหยุ่นในการดำเนินชีวิตสูง เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ได้รับประสบการณ์ด้านความซับซ้อนของบริบทครอบครัว ที่มีปัญหาการหย่าร้าง และจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้าสู่ยุคสมัยที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้คนในเจเนอเรชันเอ็กซ์ มีความยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวเพื่อรองรับกับสภาพสังคมที่ท้าทายและกดดันได้เป็นอย่างดี

- มีทักษะด้านการสื่อสารเจรจา และสามารถตัดสินใจได้ดี เนื่องจากกลุ่มคนในยุคนี้เติบโตท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย และการพัฒนาของคอมพิวเตอร์ ส่งผลให้เป็นกลุ่มคนที่มีทักษะในด้านการเจรจา สืบค้นข้อมูลและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี เพื่อเลือกในสิ่งที่ดี และประหยัดที่สุด เพราะการใช้จ่ายในแต่ละครั้งต้องเป็นด้วยความระมัดระวัง

- มีลักษณะแนวคิดต่อการทำงานที่อิสระ เนื่องจากกลุ่มคนในยุคนี้เติบโตท่ามกลางปัญหาเศรษฐกิจ การเลิกจ้าง และการต้องเปลี่ยนงาน ดังนั้นจึงส่งผลให้คนในเจเนอเรชันเอ็กซ์ มีความรักอิสระด้านการทำงาน ไม่จงรักภักดีต่อนายจ้างหรือองค์องค์ใดองค์กรหนึ่ง แต่สามารถปรับเปลี่ยนและหางานใหม่ได้ตามความต้องการของตนเองอย่างอิสระ

- มีลักษณะการเปิดรับข้อมูล ผ่านทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นรุ่นที่เติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และประชาชนในช่วงวันนี้จะมีการเปรียบเทียบ การรับข้อมูลข่าวสารอย่างถี่ถ้วน เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ต้องเลือกใช้หรือดำเนินชีวิตด้วยความระมัดระวัง เหตุจากภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน (ดาวใจ ศรลัมพ์, 2555)

3) เจเนอเรชันวาย (Generation Y: Gen-Y)

เจเนอเรชันวาย คือ เจเนอเรชันที่เกิดจากการต้องการใช้อธิบายลักษณะของกลุ่มคนที่แบ่งแยกตัวออกจาก เจเนอเรชันเอ็กซ์ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นภายใต้การเปลี่ยนผ่านและการพัฒนาของด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย รวมถึงการใช้นวัตกรรมที่หลากหลายเข้ามาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ประกอบกับการที่คนในเจเนอเรชันวายเติบโตขึ้นท่ามกลางเทคโนโลยีและสิ่งประดิษฐ์ที่มีความทันสมัย ส่งผลให้กลุ่มคนในเจเนอเรชันนี้ มีทักษะความสามารถ ที่หลากหลายมากขึ้น

จากบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนในเจเนอเรชันวาย ส่งผลให้บุคคลที่เติบโตในช่วงเวลานั้นมีลักษณะเฉพาะดังต่อไปนี้

- มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่ทำกิจกรรมหลายอย่างพร้อมกัน เนื่องจากกลุ่มคนในยุคนี้เติบโตขึ้นภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตลอดเวลา ทำให้มีทักษะในการดำเนินชีวิตที่หลากหลาย ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน หรือการประกอบกิจกรรมพร้อมกันในหลาย ๆ อย่างภายใต้สถานการณ์การดำเนินชีวิตที่มีความแข่งขันสูง

- มีลักษณะให้ความสำคัญกับการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กันบนโลกออนไลน์ ภายใต้เทคโนโลยี และการสื่อสารสมัยใหม่ รวมถึงให้ความสนใจกับการตัดสินใจ และมีค่านิยมตามกระแสสังคมบนโลกออนไลน์ รวมถึงมีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย และเน้นการใช้สินค้าที่มีความหรูหราและมีราคาแพง

4) เจเนอเรชันซี (Generation Z: Gen-Z)

เจเนอเรชันซี คือ กลุ่มคนที่เพิ่มเริ่มต้นขึ้นและยังไม่เข้าสู่ตลาดแรงงาน โดยเป็นกลุ่มคนที่เติบโตท่ามกลางยุคดิจิทัล และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งกลุ่มคนในรุ่นนี้ไม่สามารถดำเนินชีวิตโดยขาดเทคโนโลยี และอุปกรณ์ดิจิทัลได้ รวมถึงในบริบทสังคมที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว แพร่หลายทำให้คนในช่วงเจเนอเรชันซี เข้าใจถึงบทบาทของการรับรู้ข่าวสาร และให้ความสำคัญกับการเข้าถึง ความเท่าเทียม รวมถึงเสรีภาพในการดำเนินชีวิต

จากบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนในเจเนอเรชันซี ส่งผลให้บุคคลที่เติบโตในช่วงเวลานั้น มีลักษณะเฉพาะดังต่อไปนี้

- มีลักษณะความเป็นอยู่ที่เน้นความสะดวกสบาย เนื่องจากกลุ่มคนในยุคนี้เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าของวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยี และการมีอุปกรณ์ไอทีต่าง ๆ ในการช่วย

อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้กลุ่มคนในช่วงนี้ มีพฤติกรรมที่อดทนรอได้ต่ำ และพยายามแสวงหาสิ่งที่ช่วยในการอำนวยความสะดวกในชีวิตให้ได้มากที่สุด

- มีลักษณะการปรับตัว และพฤติกรรมการเข้าสังคมต่ำ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ใช้อุปกรณ์ดิจิทัลและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสื่อสารเป็นหลักทำให้ขาดการเข้าสังคม และการมีปฏิสัมพันธ์ต่อบุคคลอื่น ๆ ในชีวิตจริง แต่จะมีความสนใจและให้ค่าความสำคัญกับรูปแบบความสัมพันธ์ในโลกเสมือนมากกว่า

โดยจากการทำการศึกษาเกี่ยวกับเจเนอเรชัน หรือรูปแบบในการจัดและจำแนกกลุ่มคนโดยใช้เกณฑ์ช่วงวัยเป็นตัวกำหนดกลุ่มคนในแต่ละรุ่น รวมทั้งลักษณะพฤติกรรม และการแสดงออกของบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่จะมีความแตกต่างกันตามช่วงวัย เนื่องจากการได้รับประสบการณ์หรืออยู่ในบริบททางสังคมที่แตกต่างกันนั้น ผู้ศึกษาได้นำเอาองค์ความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษานี้ครั้งนี้ (พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข, 2563)

**2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์** (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างมากจากประชากรโลกในปัจจุบัน ซึ่งภายใต้สังคมในยุคโลกาภิวัฒน์ที่ทุกอย่างเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นทางเลือกในการสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์สามารถอธิบายถึงความหมายและลักษณะของการเป็นสังคมออนไลน์ ได้ดังต่อไปนี้

น้ำทิพย์ วิภาวิน (2558) สื่อสังคมออนไลน์ คือ พื้นที่การสื่อสารที่พัฒนาด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัย ซึ่งในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นปรากฏการณ์ที่แสดงถึงการมีปฏิสัมพันธ์หรือการติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้คนบนโลกออนไลน์ โดยเป็นการสร้างความสัมพันธ์บนสังคมในโลกเสมือนที่สามารถติดต่อกันได้อย่างรวดเร็ว

นุชจรินทร์ ชอบดำรงธรรม (2553) มีการอธิบายและวิเคราะห์ถึงสื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นการที่สังคมหรือคนภายในสังคมหันมาพึ่งพาเทคโนโลยี และใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างรวดเร็ว ด้วยสะดวกสบาย และมีประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ และการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม ทำให้ผู้คนมีการปรับตัวเข้าหาเครือข่ายทางสังคมและมีแนวโน้มการแสดงออกของพฤติกรรมทางที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมบนโลกออนไลน์มากขึ้น

โดยภาพรวมแล้วสื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อที่เกิดขึ้นภายในสังคมโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ภายใต้การสร้างแพลตฟอร์มโดยจัดทำเป็นโครงสร้างหรือเครือข่ายบนสังคม เสมือนการสร้างสังคมจำลองที่มีความเหมือนจริงบนเครือข่ายออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมมากขึ้น เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์ของการแสดงทางตัวตนของแต่ละ

บุคคล รวมถึงมีการสร้างประสบการณ์ร่วมกันมากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์จึงมีลักษณะคล้ายการบอกต่อ และส่งผลให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคมได้อย่างเป็นวงกว้าง และรวดเร็วเนื่องจากเป็นการสื่อสาร ที่มีความยืดหยุ่นและมีพื้นที่ทางสังคมที่ไร้ขอบเขต สำหรับองค์การภาครัฐ และภาคเอกชนในด้านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร หรือการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ เริ่มหันมาสร้างตัวตนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น เพราะประชาชนสามารถเข้าถึงองค์กร และร่วมกิจกรรมผ่านสังคมออนไลน์ได้ง่าย รวมถึงเป็นการสร้างการสื่อสารแบบสองทางที่องค์กรกับประชาชนสามารถโต้ตอบกันได้อย่างไร้พรมแดน (จักรกริช ปิยะ, 2557)

ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์ที่ชาวไทยมีการใช้งานสูงสุด 6 อันดับแรก ได้แก่ ยูทูบ (Youtube), เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) ตามลำดับ (We Are Social, 2021) โดยผู้ศึกษาได้นำองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษา

## 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

2.3.1 ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับ (Exposure) คือ การที่ผู้รับสาร เกิดการมองเห็น เกิดการสัมผัส เกิดการได้ยิน และเกิดการได้กลิ่น ที่เกิดจากการที่ประสาทสัมผัสต่าง ๆ ในร่างกายถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอก โดยผู้รับสารจะสร้างกระบวนการคัดเลือกสื่อตามความต้องการ และความสนใจของตนเอง หากผู้รับสารเลือกที่จะเปิดรับสารเนื่องจากตรงตามความต้องการแล้วกระบวนการเปิดรับสารก็จะเกิดขึ้น (Assael, 1998)

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เป็นข้อกำหนดพื้นฐานที่สำคัญในเรื่องผลกระทบของสื่อ คือ ผู้คนต้องได้รับเนื้อหาสื่อก่อนหากต้องการที่จะโน้มน้าวผู้คนเหล่านั้น ซึ่งสื่อในปัจจุบันนั้นมีหลากหลายช่องทาง ผู้รับสารสามารถได้รับสารจากแหล่งต่าง ๆ มากมาย ทำให้การสื่อสารอย่างแม่นยำจึงเป็นเรื่องที่ท้าทายยิ่งขึ้น (Shi & Rebekah, 2020)

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เกิดขึ้นจากปัจจัยด้านจิตวิทยา หรือปัจจัยที่เกิดขึ้นจากภายในของตัวผู้รับสาร ประกอบกับปัจจัยภายนอกในการรับสื่อ ยกตัวอย่างเช่นโอกาสในการเข้าถึงสื่อในรูปแบบต่าง ๆ โดยการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ประการแรก พฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือ และประการต่อมา พฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม โดยพฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือหรือ (Instrumental Viewing Behavior) คือ การที่ผู้รับสารตั้งใจรับสารด้วยจุดมุ่งหมายที่จะนำสารไปใช้ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง และพฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม คือ การที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อแบบไม่ได้มีเป้าหมายเฉพาะเจาะจง เป็นการเปิดรับเพราะเป็นกิจวัตร ไม่ได้มีความเจาะจงในการรับสารใดสารหนึ่งโดยเฉพาะ (อภิญญา แก้วเปรมกุศล, 2560)

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ของผู้รับสารนั้นมีความแตกต่างกันออกไปตามตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งประสบการณ์ การประเมินสาร ความรู้ สิ่งแวดล้อมใกล้เคียง ความสามารถทางร่างกาย จิตใจ และสมอง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยต่างๆที่กล่าวมา จะเป็นตัวกำหนดทิศทางในการรับสารของผู้รับสาร ว่าจะเป็นไปในทิศทางใด (Schramm, 1973)

โดยสามารถอธิบายองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการเปิดรับสารได้ ดังนี้

1) ประสบการณ์ของผู้รับสาร จะส่งผลให้ผู้รับสารมีกระบวนการแสวงหาข่าวสารที่ต่างกัน

2) การประเมินสาระของสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ผ่านการประเมินแล้วว่าตรงต่อความต้องการหรือความสนใจของตน

3) ภูมิหลังของผู้รับสารที่แตกต่างกัน จะทำให้มีความสนใจที่แตกต่างกัน

4) ระดับความรู้และการศึกษาที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีการเลือกรับสารที่แตกต่างกัน

5) บุคลิกภาพส่งผลต่อทัศนคติของผู้รับสาร โดยจะสามารถเปลี่ยนแปลงและโน้มน้าวผู้รับสารได้

6) ความสามารถในการรับสารจะผันแปรตามสภาพจิตใจและร่างกายของผู้รับสาร

7) สภาพอารมณ์ของผู้รับสารจะส่งผลโดยตรงต่อการทำความเข้าใจความหมายของสารต่างๆที่ได้รับมาได้

8) ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดกิริยาอาการของการรับสาร โดยจะมีการตอบสนองต่อสิ่งที่เข้ามากระทบและแสดงออกทางพฤติกรรมภายนอก

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) ได้กล่าวไว้ว่า การเปิดรับสื่อของผู้รับสารมี 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1) การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยการรับสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารจะคาดหวังว่าสารที่ได้รับจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ ซึ่งจะเชื่อมโยงไปถึงทัศนคติในการเลือกรับสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารในแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน

2) การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนด้วยสื่อบุคคล ซึ่งสื่อบุคคลคือบุคคลที่เป็นผู้รับสารและส่งสารต่อมายังผู้รับสาร โดยจะเน้นรูปแบบการส่งสื่อที่มีการสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และเกิดการโต้ตอบระหว่างกัน สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้ ประการแรก คือ การสื่อสารโดยตรง คือการส่งสารเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจ หรือเพื่อชักจูงผู้รับสารโดยตรง และประการที่สอง คือ การสื่อสารโดยกลุ่ม เป็นการส่งสารที่มีอิทธิพลต่อบุคคลในวงกว้าง จุดประสงค์เพื่อให้กลุ่มคนเกิดความสนใจในจุดเดียวกัน และมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน

3) การเปิดรับสื่อแบบเฉพาะกิจ คือ สื่อที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง เป็นสื่อที่มีเนื้อหามุ่งที่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งโดยเฉพาะ

Backer (1972 อ้างใน สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557) ได้กล่าวถึงความหมายของการเปิดรับสื่อ โดยพิจารณาตามพฤติกรรมได้ 3 ประเภท ดังนี้

1) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลแสวงหาสื่อเพื่อทำการเปรียบเทียบกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่มีความคล้ายคลึงหรือสอดคล้องกัน

2) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตนกำลังให้ความสนใจหรือมีความเกี่ยวข้องกับตนเอง

3) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสาร เพื่อการเพิ่มพูนประสบการณ์ หรือเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายจากความเครียด

จากแนวคิดของ Klapper (1960 อ้างใน สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเปิดรับสารของผู้รับสาร มีการขั้นตอนการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) คือ การเปิดโอกาสในการรับสารจากแหล่งต่าง ๆ ที่ตัวผู้รับสารได้ประเมินแล้วว่ามีความสอดคล้องกับความสนใจ หรือความต้องการของตน ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการเลือกช่องทางการรับสารของบุคคล

2) การเลือกสิ่งที่ให้ความสนใจ (Selective Attention) คือ การเปิดรับสารเฉพาะส่วนที่ตนเองให้ความสนใจโดยเลือกตามความคิดเห็นส่วนบุคคลของตัวผู้รับสาร โดยมีการหลีกเลี่ยงสารที่มีเนื้อความขัดแย้งกับสารที่ตนให้ความสนใจเพื่อไม่ให้เกิดความไม่สบายใจในการรับสาร

3) การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception and Interpretation) คือ ขั้นตอนการตีความหมายของสารที่ได้รับตามความสนใจหรือความต้องการของตน ซึ่งจะมีการตีความที่เหมือนหรือแตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับความสนใจ ความเชื่อ ทัศนคติ ความคาดหวัง ประสบการณ์ และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในกระบวนการนี้ผู้รับสารอาจจะมีการตีความหมายของสารที่แตกต่างกัน และอาจเกิดความบิดเบือนให้สารทิศทางตรงตามความพอใจของแต่ละบุคคลได้

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือ ขั้นตอนหลังการตีความหมายของสารที่ได้รับมา เข้าสู่ขั้นตอนการจดจำสาร ซึ่งโดยปกติบุคคลจะเลือกจดจำสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจหรือความต้องการของตน และมักจะถ่ายทอดในส่วนที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนให้ผู้อื่นได้รับรู้

2.3.2 วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับสื่อมี 4 ประการ ได้แก่

1) เพื่อความรู้ความเข้าใจ (Cognition) คือ ผู้รับสารต้องการข้อมูลที่สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้รับสารได้

2) เพื่อความเพลิดเพลิน (Diversion) คือ การที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน และผ่อยคลายจิตใจตนเอง

3) เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) คือ การที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อต้องการการเป็นที่ยอมรับในสังคม หรือความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4) เพื่อการถอนตัวจากสังคม (Withdrawal) คือ การที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าสังคม หรือการพบปะผู้คนรอบข้าง (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

2.3.3 พฤติกรรมของการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับสื่อมีตัวชี้วัดใหญ่ ๆ ที่มักใช้ระบุพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออยู่ 2 ประเภท คือ

1) วัดจากระยะเวลาที่เสียไปในการเปิดรับสื่อ

2) วัดจากความถี่ในการเปิดรับสื่อ

โดยมีการกล่าวถึงระดับของการรับรู้สื่อ 3 ระดับ ดังนี้

1) การรับรู้ในระดับต่ำสุด คือ การที่ผู้รับสารสามารถรับรู้สื่อต่าง ๆ ได้น้อยมาก ด้วยเหตุปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไปเช่น ความพร้อมในการเปิดรับสื่อ ทางด้านการศึกษา ความรู้ประสบการณ์ ช่องทางการเข้าถึงสื่อ เป็นต้น

2) การรับรู้ในระดับสูงสุด คือ การที่ผู้รับสารสามารถรับรู้สื่อต่าง ๆ ได้ในระดับสูงสุดด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวย เช่น ระดับการศึกษา ความรู้ที่มี ช่องทางการเข้าถึงสาร เป็นต้น

3) การรับรู้ความแตกต่าง คือ การที่ผู้รับสารสามารถรับรู้สื่อต่าง ๆ ได้แตกต่างจากผู้รับสารท่านอื่น ๆ ด้านปัจจัยทางด้านความเชื่อ ทัศนคติ ความชอบ และความสนใจ เป็นต้น
(สุณี อธินันทนากร, 2546)

จากทรรศนะของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาสรุปความหมายของการเปิดรับสื่อหมายถึง กระบวนการของผู้รับสารที่มีขึ้นเพื่อกลั่นกรองข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ โดยการเปิดรับผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น และการสัมผัส โดยกระบวนการแสวงหาข้อมูล การเปิดรับข้อมูล และการเปิดรับประสบการณ์ ทั้งนี้การเปิดรับสื่อนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับสื่อต้องการสื่อนั้น จากการประเมินแล้วว่าสื่อนั้นตรงตามความต้องการและความสนใจของตนเอง โดยผู้ศึกษาได้นำเอาองค์ความรู้เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่ได้รับมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษานี้ครั้งนี้

**2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation)**

2.4.1 ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมือง

สำหรับแนวคิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้มีผู้อธิบายถึงความหมายในการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้อย่างหลากหลาย โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

การมีส่วนร่วม คือ การเข้าร่วมกิจกรรมใด ๆ ทั้งในแบบทางตรงและทางอ้อม ที่อาจจัดขึ้นแบบปัจเจกบุคคล แบบกลุ่มคนหรือเป็นองค์กร ที่ได้สมัครใจเข้ามาร่วมทำกิจกรรม โดยพยายามทำความเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเองพร้อมทั้งตระหนักถึงสิทธิส่วนบุคคลที่ตนเองมี ในส่วนของการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation) หมายถึง การกระทำที่เกิดขึ้นจากความตั้งใจ เพื่อให้มีผลต่อการกำหนดทิศทางในการบริหารของรัฐบาล ซึ่งมี 2 ลักษณะ ประกอบไปด้วย ลักษณะแรก คือ การดำเนินไปตามความสมัครใจ และลักษณะที่สอง คือ การเกิดขึ้นเพื่อให้มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีอำนาจทางการเมือง ซึ่งอาจเป็นการกระทำที่ถูกหรือไม่ถูกกฎหมายก็ได้ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561)

Wiener (1971) ได้รวบรวมความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ 10 ข้อ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การดำเนินการใด ๆ ที่กระทำไปเพื่อเรียกร้องหรือสนับสนุนรัฐบาล (Support and Demand)

2) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง ความพยายามกระทำการบางอย่างเพื่อก่อให้เกิดผลในการใช้อิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของรัฐบาล (Influence)

3) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง สิทธิที่ถูกต้องตามกฎหมายที่ประชาชนสามารถกระทำต่อรัฐบาลได้ (Legitimate)

4) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การมีส่วนร่วมแบบมีตัวแทน (Representation)

5) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง ความไม่ต้องการมีส่วนร่วมเนื่องจากคิดว่าการกระทำนั้นไม่ได้สร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับตนเองเป็นการส่วนตัว (Alienation)

6) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง บุคคลที่มีความตื่นตัวหรือฝักใฝ่ทางการเมืองเป็นพิเศษ (Activists)

7) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การกระทำที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน เป็นการกระทำที่มีความสม่ำเสมอ (Persistence Continuum) และเป็นการกระทำที่อาจก่อให้เกิดความรุนแรงขึ้น เช่น การจลาจล เป็นต้น

8) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การกระทำที่เกิดขึ้นจากความพยายามเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือการทำงานในระบบราชการ (Bureaucratic Actions)

9) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การเนินกิจกรรมใด ๆ ที่ก่อให้เกิดผลกระทบในระดับชาติ (National Politics)

10) การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การกระทำทางการเมือง (Political Action) ของสมาชิกในสังคม

Easton (1971) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการเมือง โดยมีการมุ่งเน้นไปที่การบริหารที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยรูปแบบของการมีส่วนร่วมมักเป็นการเสนอข้อเรียกร้อง และการสนับสนุน

2.4.2 รูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมือง

David (1972 อ้างใน ภูสิทธ์ ขันติกุล, 2553) กล่าวว่ารูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมือง มี 2 ประการ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมแบบโดยตรง เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ประชาชนสามารถดำเนินการทางการเมืองได้ด้วยตนเอง เช่น การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการบริหารประเทศ และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในประเทศ

2) การมีส่วนร่วมแบบทางอ้อม เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเพียงเล็กน้อย แต่ไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการบริหารเองโดยตรง แต่เป็นการมีสิทธิ์ที่จะเลือกตัวแทนเพื่อไปดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ แทน

Almond & Powell (1966 อ้างใน เปรมศักดิ์ แก้วมรกฎ, 2560) ได้ทำการจำแนกรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1) รูปแบบตามธรรมเนียมปฏิบัติ Conventional Forms ซึ่งได้แก่ การเลือกตั้ง การปรึกษา พูดคุยเรื่องการเมือง การจัดกิจกรรมรณรงค์ และการติดต่อการเจ้าหน้าที่ทางการเมือง เป็นต้น

2) รูปแบบที่ไม่เป็นไปตามธรรมเนียมปฏิบัติ Unconventional Forms ซึ่งได้แก่ การเรียงร้องหรือการสนับสนุนในรูปแบบของการชุมนุม การเผชิญหน้าและการใช้ความรุนแกรง เป็นต้น

Bromage (1954 อ้างใน เปรมศักดิ์ แก้วมรกฎ, 2560) ได้กล่าวถึงรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนมีอยู่ 3 รูปแบบ ดังนี้

1) การเข้าร่วมกิจกรรมการเลือกตั้ง

2) การโน้มน้าวหรือชักจูงเรื่องราวทางการเมืองด้วยวิธีการต่าง ๆ

3) การใช้สิทธิ์ส่วนบุคคลในการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง

จันทนา สุทธิจารี (2544 อ้างใน ภูสิทธ์ ขันติกุล, 2553) นักวิชาการของไทยได้กล่าวถึงรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมแบบเป็นทางการ คือ การดำเนินการหรือการกระทำทางการเมืองใด ๆ ที่กระทำไปตามสิ่งที่กฎหมายกำหนด ไม่ได้มีการละเมิด หรือกระทำสิ่งที่ผิดกฎหมาย เช่น การใช้สิทธิ์เลือกตั้ง การวิพากษ์วิจารณ์การบริหารงานของรัฐบาลในเชิงการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

2) การมีส่วนร่วมแบบไม่เป็นทางการ คือ การดำเนินการทางการเมืองที่ไม่สามารถเปิดให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมได้ โดยมีข้อกำหนดแบบเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน หรือหากกระทำไปอาจเข้าข่ายเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย เช่น การก่อจลาจล การใช้ความรุนแรงในการประท้วง เป็นต้น

2.4.3 การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้กำหนดช่องทางที่ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมได้โดยการใช้สิทธิทางตรง ดังนี้

ตามมาตรา 43 บุคคลและชุมชนมีสิทธิเข้าชื่อกันเพื่อเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐ ให้ดำเนินการที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนหรือชุมชน หรืองดเว้นไม่ดำเนินการสิ่งที่จะก่อนผลเสียและหน่วยงานรัฐต้องพิจารณาข้อเสนอนั้นโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาด้วย

ตามมาตรา 133 ผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนไม่น้อยกว่า 10,000 คนสามารถเข้าชื่อกันเพื่อเสนอกฎหมายเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพของประชาชนและหน้าที่ของรัฐต่อสภาผู้แทนราษฎรได้

ตามมาตรา 254 ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีสิทธิเข้าชื่อกันเพื่อเสนอข้อบัญญัติหรือเพื่อถอดถอนสมาชิกสภาท้องถิ่นได้ โดยรัฐธรรมนูญยังไม่ได้กำหนดจำนวนรายชื่อที่ต้องใช้ไว้ ซึ่งอาจแตกต่างกันไปตามท้องถิ่น และจะต้องมีกฎหมายออกมากำหนดหลักเกณฑ์ต่อไป

ตามมาตรา 256 ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนไม่น้อยกว่า 50,000 คนสามารถเข้าเชื่อกันเพื่อเสนอแก้ไขรัฐธรรมนูญได้

ซึ่งนอกเหนือจากสิทธิโดยตรงของประชาชนแล้ว รัฐธรรมนูญยังกำหนดให้รัฐมีหน้าที่ต้องจัดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในอีกหลายประเด็น ดังนี้

ตามมาตรา 57 (1) รัฐต้องอนุรักษ์ ฟื้นฟู และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณีอันดีงาม จัดให้มีพื้นที่สาธารณะสำหรับการทำกิจกรรม โดยต้องส่งเสริมให้ประชาชน ชุมชน และองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมด้วย

ตามมาตรา 57 (2) รัฐต้องอนุรักษ์ คุ้มครอง บำรุงรักษา ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ โดยต้องให้ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมดำเนินการและได้รับประโยชน์ด้วย

ตามมาตรา 63 รัฐต้องจัดให้มีมาตรการเพื่อป้องกันและขจัดการทุจริตและประพฤติมิชอบ รวมทั้งกลไกส่งเสริมให้ประชาชนรวมตัวกันเพื่อมีส่วนร่วมในการรณรงค์ ต่อต้าน หรือชี้เบาะแสการทุจริต

ตามมาตรา 65 ในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ ต้องมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทุกภาคส่วน

ตามมาตรา 68 รัฐต้องอุปถัมภ์และคุ้มครองพระพุทธศาสนา ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาและเผยแพร่หลักธรรม ต้องมีมาตรการป้องกันการบ่อนทำลาย และต้องส่งเสริมให้พุทธศาสนิกชนมีส่วนร่วมดำเนินการดังกล่าวด้วย

ตามมาตรา 74 รัฐต้องจัดให้มีระบบแรงงานสัมพันธ์ หรือ ระบบความสัมพันธ์ระหว่างสหภาพลูกจ้างและนายจ้าง ที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม

ตามมาตรา 78 รัฐต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ การจัดทำบริการสาธารณะ การตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ การต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการตัดสินใจทางการเมือง และการอื่น ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อประชาชน

ตามมาตรา 178 รัฐต้องออกกฎหมายที่จะให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและได้รับการเยียวยาจากผลกระทบของการทำหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ

ตามมาตรา 252 ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ จะมาจากการเลือกตั้งหรือมาจากความเห็นชอบของสภาท้องถิ่น หรือวิธีอื่นก็ได้แต่ต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย

ตามมาตรา 253 ในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้เปิดเผยข้อมูลและรายงานผลให้ประชาชนทราบ และมีกลไกให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมด้วย

ตามมาตรา 257 (3) การปฏิรูปประเทศต้องทำเพื่อให้ประชาชนมีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศและการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

ตามมาตรา 259 กฎหมายว่าด้วยขั้นตอนและแผนการปฏิรูปประเทศ ต้องระบุถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ยังกำหนดให้รัฐมีหน้าที่ต้องเปิดรับฟังความคิดเห็นของประชาชน อีกอย่างน้อย 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

ตามมาตรา 58 การดำเนินการที่อาจมีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย ฯลฯ รัฐต้องจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย ประชาชนและชุมชนที่เกี่ยวข้องก่อน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาดำเนินการ

ตามมาตรา 65 ในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ ต้องมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทุกภาคส่วน

ตามมาตรา 77 ก่อนการออกกฎหมายทุกฉบับ รัฐต้องจัดรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมาย รวมทั้งเปิดเผยและการรับฟังความคิดเห็นต่อประชาชน

ตามมาตรา 178 รัฐต้องออกกฎหมายที่จะให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและได้รับการเยียวยาจากผลกระทบของการทำหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ (พระมหาไทยน้อย ญาณเมธี และพระศิลาศักดิ์ สุเมโธ, 2561)

จากทรรศนะของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาได้สรุป ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การกระทำที่เกิดจากความสมัครใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง ซึ่งการดำเนินการมีส่วนร่วมของประชาชนสามารถทำได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อนำไปสู่การมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของรัฐบาล ในการกำหนดนโยบายหรือกิจกรรมที่มาจากความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ในสังคม ที่จะนำมาซึ่งความเสมอภาคเป็นธรรมในสังคม อันเป็นสิทธิตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 โดยผู้ศึกษาได้นำเอาองค์ความรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษานี้ครั้งนี้

## 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)

2.5.1 ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

สำหรับแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองได้มีผู้อธิบายถึงความหมายในการสื่อสารทางการเมืองไว้อย่างหลากหลาย โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นมาจากกิจกรรมใด ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องด้านการเมือง ที่จะก่อให้เกิดการสร้างผลประโยชน์ทางการเมือง เกิดการกำหนดรูปแบบการดำเนินการที่เป็นกฎกติกาใหม่ขึ้น (Almond & Coleman, 1960 อ้างใน กฤติยา รุจิโชค, 2564)

การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองและเป็นประจักษ์สู่สายตาประชาชน ทั้งในรูปแบบการเป็นลายลักษณ์อักษร และไม่เป็นลายลักษณ์อักษร เปรียบเสมือนการสื่อสารทางการเมืองที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบุคคล (McNair, 2003 อ้างใน กฤติยา รุจิโชค, 2564)

การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การส่งสารจากบุคคลหรือกลุ่มของบุคคลไปยังบุคคลหนึ่งโดยใช้ช่องทางต่าง ๆ ที่มี ในการส่งสารนั้น (Berlo, 1960 อ้างใน ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ, 2558)

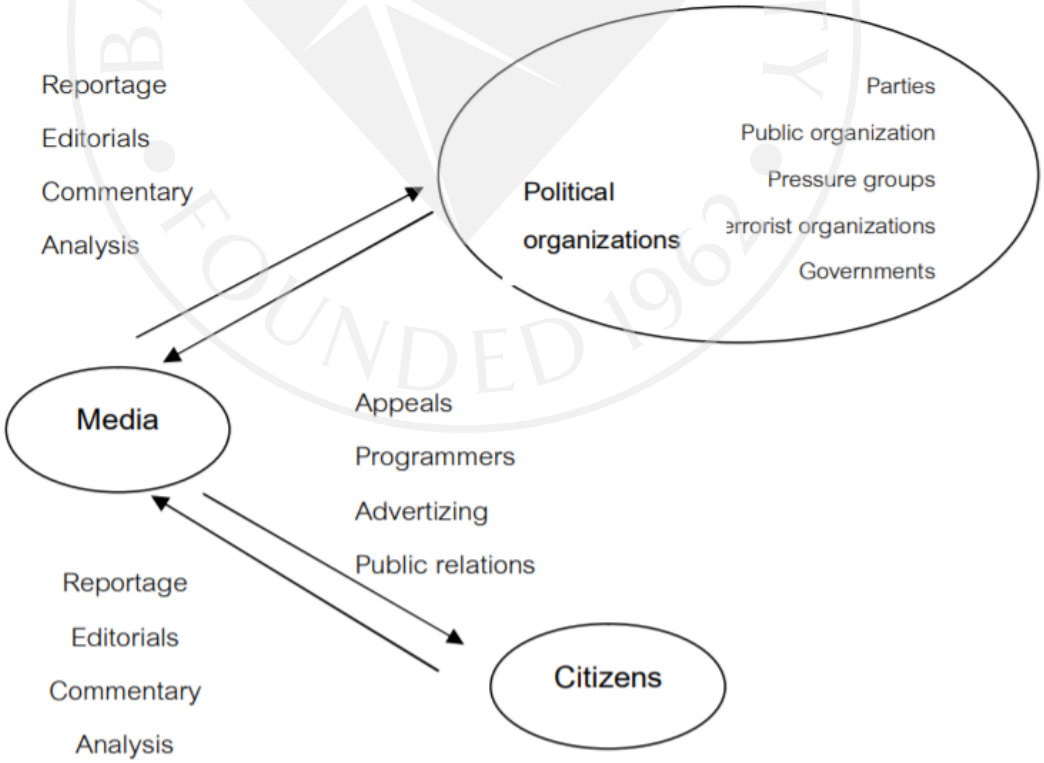
การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การสนทนาในที่สาธารณะ (Public discussion) เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ทางการเมือง โดยตัวผู้ส่งสารมีเจตนาในการสื่อสารเพื่อสร้างอิทธิพลให้เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางการเมือง (Denton & Woodward, 1990 อ้างใน สะถิระ เผือกประพันธุ์, 2554)

การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กระบวนการในการส่งสารจากรัฐบาลไปยังประชาชนด้วยการโน้มน้าว ชี้แจง เกลี้ยกล่อม เพื่อสร้างความเข้าใจทางการเมือง เพื่อการตัดสินใจยอมรับนโยบายและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชนของผู้แทน (เสถียร เชยประทับ, 2554)

2.5.2 แบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง

McNair (1999 อ้างใน ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ, 2558) ได้ชี้ให้เห็นว่า องค์กรทางการเมืองเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารทางการเมืองในฐานะผู้ส่งสาร โดยจะมีการส่งสารผ่านช่อทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อสร้างการกล่อมเกลาทางการเมือง คัดสรรบุคคลที่มีความสามารถทางการเมือง สร้างกฎกติกาและปฏิบัติตาม ดังนั้นการสื่อสารทางการเมือง จึงมีรูปแบบคือ ผู้ส่งสารและตัวสารจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับการเมือง และเริ่มกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างกิจกรรมทางการเมือง จึงถือว่าการสื่อการเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานงานในระบบการเมือง ดังจะแสดงในภาพแบบจำลองทางการสื่อสารทางการเมืองของ McNair (1999 อ้างใน ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ, 2558) ดังภาพที่ 2.1 ดังนี้

ภาพที่ 2.1: องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมือง




ที่มา: ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ. (2558). *การสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมือง ศึกษาในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2523-2553*. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.

จากแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมือง ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การเมือง คือ 1.กลุ่มคนที่อยู่ในแวดวงการเมือง เช่น พรรคการเมือง รัฐบาล 2.กลุ่มสื่อมวลชน โดยมีหน้าที่ 2 อย่าง คือการเป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูลจากพรรคการเมืองและส่งสารนั้นต่อไปยังประชาชนทั่วไป และ 3.กลุ่มประชาชน อยู่ในบทบาทของผู้รับสาร โดยส่วนมากข่าวสารที่ได้รับจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในใจของประชาชนผู้รับสาร เพื่อให้ส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมและทัศนคติทางการเมือง โดยการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

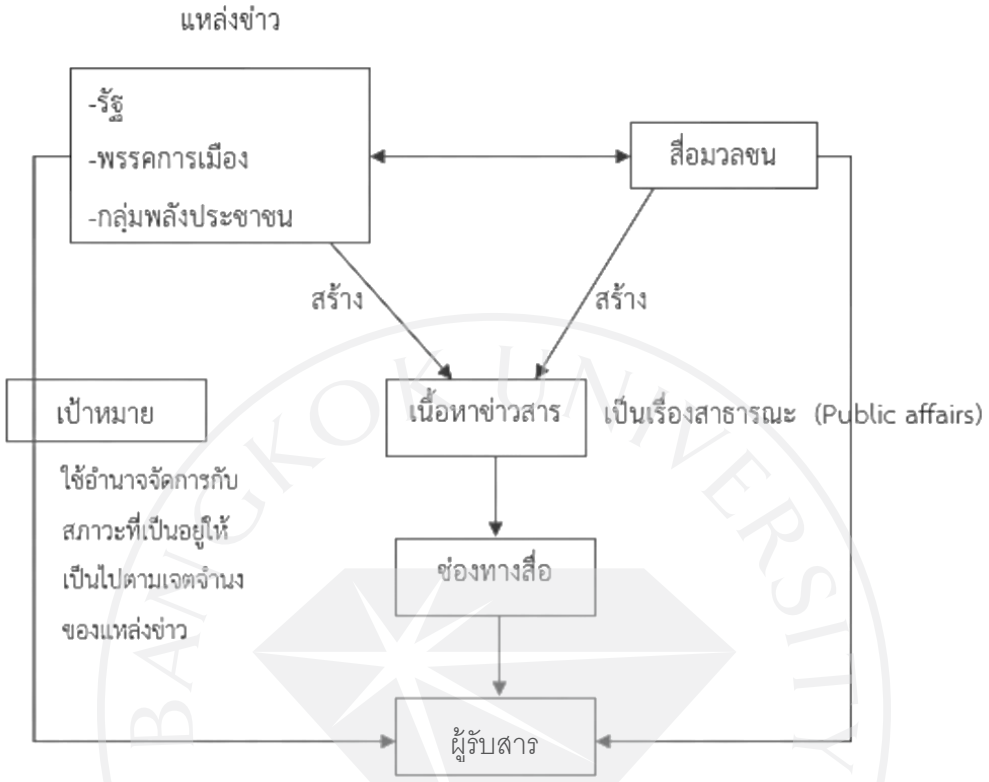
1) นักการเมือง ทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์ที่ก่อให้เกิดกระบวนการทางการเมือง

2) สื่อมวลชน ทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดภาพลักษณ์นั้น โดยจะสามารถชี้นำให้ผู้รับสารเข้าใจไปในทิศทางใดก็ได้ ตามความตีความของแต่ละบุคคล

3) ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจะถูกรับรู้โดยการกลั่นกรองของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไป

Gurevich & Blumler (1977 อ้างใน วรัญญา ประเสริฐ, 2559) ได้สร้างแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองขึ้น โดยมีจุดเด่นที่การนำปัจจัยสื่อมวลชนเข้ามาเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองร่วมกับผู้ส่งสารเดิมคือนักการเมือง หรือพรรคการเมือง ซึ่งจากปกติแล้วสื่อมวลชนจะถูกจัดอยู่ในสื่อกลางในการส่งสาร และมีการกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารให้ชัดเจนมากขึ้น โดย กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้อธิบายเพิ่มเติมในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองตามแนวคิดของ Gurevitch, Coleman & Blumler (2009) ได้ดังภาพที่ 5 ดังนี้

ภาพที่ 2.2: แบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง




ที่มา: Gurevitch, M., Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). Political communication—old and new media relationships. *Annals of The American Academy of Political and Social Science*, *625*(1), 164-181.

จากแบบจำลองสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ส่งสาร ประกอบไปด้วย แหล่งข่าว ได้แก่รัฐบาล พรรคการเมือง และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มสื่อมวลชน

เนื้อหาของข่าวสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมืองในความหมายที่แตกต่างกันออกไป เช่น การแข่งขัน การเลือกตั้ง การทำงานร่วมกัน เป็นต้น

ช่องทาง แบ่งออกเป็นช่องทางที่มา และช่องทางเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งได้แก่ช่องทางที่เป็นทางการและช่องทางที่ไม่เป็นทางการ

เป้าหมายของการส่งสาร คือการใช้สารมาเป็นอำนาจในการจัดการกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นตามเจตนาของผู้ส่งสารโดยมีเป้าหมายเพื่อทำการโน้มน้าวใจ

ผู้รับสาร คือผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสารที่จะเป็นผู้แสดงพฤติกรรมตอบสนองทางการเมือง ส่งผลให้เป็นการสื่อสารทางการเมืองแบบทางเดียว

จากทรรศนะของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาสรุปความหมายของการสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การสื่อสารเพื่อการส่งสารด้านการเมืองไปยังผู้รับสาร หรือประชาชนภายในสังคม โดยการสื่อสารทางการเมืองสามารถทำได้อย่างหลากหลาย ซึ่งการสื่อสารทางการเมือง จะกระทำเพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ในภาพลักษณ์ของตัวบุคคลนั้น ๆ โดยความสำคัญอย่างมากต่อระบบการดำเนินงานด้านการเมือง ซึ่งปัจจุบันได้ใช้การสื่อสารเป็นตัวกลางในการความสำเร็จในการบริหารงาน และการสร้างภาพลักษณ์ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นที่ประชาชานมีต่อรัฐบาลผ่านรูปแบบการสื่อสาร โดยผู้ศึกษาได้นำเอาองค์ความรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ได้รับมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษานี้ครั้งนี้

**2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

แพรวพรรณ ปานนุช (2562) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20-29 ปีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กผ่านทางโทรศัพท์มือถือความถี่ในการใช้สื่อสังคมในการเปิดรับข่าวสารการเมืองประมาณ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ และใช้เวลาประมาณ 31-45 นาที การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมอยู่ในระดับปานกลางส่วนใหญ่เกี่ยวกับการติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ทั่ว ๆ ไปด้านการเมืองการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีส่วนร่วมด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารมากที่สุด สำหรับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีส่วนร่วมด้านกิจกรรมทางการเมืองมากที่สุด การทดสอบสมมติฐานผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ รวมทั้งการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ ทฤษฎีความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ

เปรมมณี สินจงเจริญกิจ (2559) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติเกี่ยวกับสภานิติบัญญัติแห่งชาติพ.ศ. 2557 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 255 คน และเป็นเพศชาย จำนวน 145 คน โดยมีอายุอยู่ในช่วง 30–39 ปีมากที่สุด คือ 166 คน ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 221 คน ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงาน

ราชการ ลูกจ้างของรัฐ และรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 181 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001–30,000 บาท จำนวน 193 คน ในด้านการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับสภานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นสื่อภายในและสื่อภายนอก พบว่าด้านความถี่ของการเปิดรับสื่อนั้นในภาพรวมมีระดับความถี่ของการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสภานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อภายในและสื่อภายนอก อยู่ในระดับน้อย และในส่วนของระยะเวลาของการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสภานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อต่าง ๆ นั้น ไม่มีความแตกต่างจากความถี่ของการเปิดรับสื่อ โดยวัตถุประสงค์ของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสภานิติบัญญัติแห่งชาติส่วนใหญ่เพื่อหาความรู้ทางด้านการเมืองจะได้เป็นคนทันเหตุการณ์ไม่ตกยุคสมัย ทั้งนี้ด้านปัจจัยความสัมพันธ์พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านเพศ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสภานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อภายในและสื่อภายนอกในด้านความถี่ไม่แตกต่างกันจากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ แนวคิดทัศนคติ แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง และแนวคิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง

อนุสรณ์ ศิริชาติ (2558) ศึกษาการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคกับความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ร้อยละ 51.80 และมีอายุระหว่าง 26-35 ปีร้อยละ 29.50 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 31.25 อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.50 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 32.52 เลือกอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยรัฐ รองลงมา คือ ข่าวสด ร้อยละ 24.55 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน ร้อยละ 39.00 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะอ่านเป็นระยะเวลา 1-2 ปี ร้อยละ 30.25 โดยในหนึ่งสัปดาห์กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน ร้อยละ 32.00 รองลงมา จะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพียง 1-2 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 30.00 และกลุ่มตัวอย่างมีวันที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 39.50 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละครั้งใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง ร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ ประมาณ 1 ชั่วโมง ร้อยละ 39.75 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เฉพาะข่าวที่สนใจ ร้อยละ 63.00 จากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ แนวคิดทัศนคติ และแนวคิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง

จรรยามาศ ปลอดแก้ว (2561) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ลักษณะการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ผลจากการศึกษา พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เช่น โทรศัพท์มือถือ วิทยุ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเลือกจดจำ รองลงมา คือ ด้านการเลือก

รับรู้และการตีความหมาย ด้านการเลือกเปิดรับข่าวสาร และด้านการเลือกให้ความสนใจ เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่ต่างกันในด้าน เพศ อาชีพ และประสบการณ์การมีส่วนร่วมทางการเมืองจากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อ และทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ชิดชนก เชื้อแก้ว (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในช่วงการเมืองสองขั้วของประชาชน ในเขตอำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในช่วงการเมืองสองขั้วผ่านทางสื่อต่าง ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งจาก 14 ช่องทางสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือกลุ่มที รับรู้ข่าวสารน้อย โดยผ่านทางนักการเมือง ข้อความ SMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ตัวแทนกลุ่มพลังมวลชน ข้าราชการ พนักงานหน่วยงานของรัฐ หอกระจายข่าว รถประชาสัมพันธ์ เป็นต้น และกลุ่มที่รับรู้ข่าวสารปานกลาง โดยผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อนบ้าน และเพื่อนสนิท เป็นต้น ส่วนปัจจัยที มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในช่วงการเมืองสองขั้ว ได้แก่ สังคมประกิตทางการเมืองและการบ่มเพาะทางการเมืองจากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง และแนวคิดการรับรู้ข่าวสาร

# บทที่ 3
# ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดการศึกษาตามหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ประเภทของงานวิจัย

3.2 กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.5 การทดสอบสอบเครื่องมือ

3.6 วิธีการเก็บข้อมูล

3.7 วิธีการทางสถิติ

## 3.1 ประเภทของงานวิจัย

การค้นคว้าอิสระ เรื่องการเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ในลักษณะการหาความสัมพันธ์ ซึ่งมีปัจจัยระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ได้แก่ ตัวแปรต้น คือ ลักษณะประชากรศาสตร์เจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และตัวแปรตาม คือ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

## 3.2 กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเจเนอเรชันวาย (ผู้ที่เกิดใน พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาใช้วิธีการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1 ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1977) โดยได้กำหนดตัวอย่างโดยมีค่าอิทธิพล 0.15 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 0.5 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

Input

| | | |
|---|---|---|
| Effect size $f^2$ | = | 0.15 |
| $\alpha$ err prob | = | 0.05 |
| Power (1-$\beta$ err prob) | = | 0.95 |
| Number of predictors | = | 5 |

Output

| | | |
|---|---|---|
| Noncentrality parameter $\lambda$ | = | 20.7000000 |
| Critical F | = | 2.2828562 |
| Numerator df | = | 5 |
| Denominator df | = | 132 |
| Total sample size | = | 138 |
| Actual power | = | 0.9507643 |

จากผลคำนวณจากโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1 ผู้ศึกษาจะต้องทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวน 138 ตัวอย่างดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 140 ตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างอาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi–Stage Sampling) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 คน ทำการเลือกสุ่มตัวอย่างเป้าหมาย โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะกลุ่มเจเนอเรชันวาย (ผู้ที่เกิดใน พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543) และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครประกอบไปด้วย 50 เขต ดังนี้ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตหนองจอก, เขตบางรัก เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพระโขนง เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตยานนาวา เขตสัมพันธวงศ์ เขตพญาไท เขตธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ เขตห้วยขวาง, เขตคลองสาน เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางขุนเทียน เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตราษฎร์บูรณะ เขตบางพลัด เขตดินแดง เขตบึงกุ่ม เขตสาทร เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตบางคอแหลม เขตประเวศ เขตคลองเตย เขตสวนหลวง เขตจอมทอง เขตดอนเมือง เขตราชเทวี เขตลาดพร้าว เขต

วัฒนา เขตบางแค เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตวังทองหลาง เขตคลองสามวา เขตบางนา เขตทวีวัฒนา เขตทุ่งครุ และเขตบางบอน

ขั้นตอนที่ 2 เลือกใช้วิธีแบบกำหนดโควต้า (Quota Sampling) โดยการจับฉลาก (Simple Random Sampling) ตัวแทนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามเขตในการปกครองของกรุงเทพมหานครจำนวน 5 เขต จาก 50 เขต ซึ่งสามารถแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่า ๆ กัน ดังนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1) เขตพระนคร | จำนวน | 28 | คน |
| 2) เขตสาทร | จำนวน | 28 | คน |
| 3) เขตบางกอกน้อย | จำนวน | 28 | คน |
| 4) เขตปทุมวัน | จำนวน | 28 | คน |
| 5) เขตจตุจักร | จำนวน | 28 | คน |

ขั้นตอนที่ 3 ก่อนแจกแบบสอบถามจะทำการตรวจคัดกรอง (Screening Test) โดยใช้คำถามทดสอบ ดังนี้

1) ท่านเกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543 หรือไม่

2) ท่านอาศัยอยู่ในเขตใดของกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 4 ผู้ศึกษาใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางกูเกิลฟอร์ม (Google Form)

### 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กัน

ตัวแปรต้น คือ ลักษณะประชากรศาสตร์เจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม คือ การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

สมมติฐานที่ 2: การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน

ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ตัวแปรตาม คือ การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

**3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา**

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้การเก็บ รวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ซึ่งได้นำเอาแนวและทฤษฎีต่างๆที่ได้ศึกษามาเป็นกรอบในการสร้างเครื่องมือ กล่าวคือ แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-Ended Questionnaires) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบ Check list เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนค่าของลิเคิร์ท (Likert Rating Scales) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ระดับน้อยที่สุด | หมายถึง | 1 | คะแนน |
| ระดับน้อย | หมายถึง | 2 | คะแนน |
| ระดับปานกลาง | หมายถึง | 3 | คะแนน |
| ระดับมาก | หมายถึง | 4 | คะแนน |
| ระดับมากที่สุด | หมายถึง | 5 | คะแนน |

โดยเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับน้อยที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับมาก

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนค่าของลิเคิร์ท (Likert Rating Scales) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ระดับน้อยที่สุด | หมายถึง | 1 | คะแนน |
| ระดับน้อย | หมายถึง | 2 | คะแนน |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ระดับปานกลาง | หมายถึง | 3 | คะแนน |
| ระดับมาก | หมายถึง | 4 | คะแนน |
| ระดับมากที่สุด | หมายถึง | 5 | คะแนน |

โดยเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับน้อยที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับมาก

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระดับมากที่สุด

**3.5 การทดสอบสอบเครื่องมือ**

ในการสร้างเครื่องมือวิจัย ผู้ศึกษาได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบโครงสร้าง ของแบบสอบถาม ดังนี้

ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบภาษาและเนื้อหาที่ใช้หรับการจัดทำแบบสอบให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) (Rovinelli & Hambleton, 1977 อ้างใน ปุญญภณ เทพประสิทธิ์, 2558, หน้า 78) ค่าดัชนีความสอดคล้องสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| มีความสอดคล้องหรือวัดได้ | ระดับค่าคะแนนเท่ากับ | +1 |
| ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคลองหรือวัดได้ | ระดับค่าคะแนนเท่ากับ | 0 |
| ไม่มีความสอดคลองหรือไม่สามรถวัดได้ | ระดับค่าคะแนนเท่ากับ | -1 |

โดยใช้สูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ดังนี้

$$\mathrm{IOC} = \frac{\sum \mathrm{R}}{\mathrm{N}}$$

เมื่อ R = ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อได้ทำการค่าดัชนีความสอดคล้องจากสูตรเรียบร้อย จะนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานความเที่ยงตรง โดยการประเมินผลดัชนี IOC ของแบบจำลองดัชนีผลสำเร็จจุดประสงค์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 0.00-0.49 ความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

ค่าเฉลี่ย 0.50-0.69 ความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ยอม

ค่าเฉลี่ย 0.00-0.79 ความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ดี

ค่าเฉลี่ย 0.00-1.00 ความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

เมื่อได้ผลเรียบร้อยผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 1.00 ซึ่งหมายความว่าความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม และทำการทดสอบแบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด จากนั้นผลที่ได้รับมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS ในการหาค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha Correlation) ได้ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach’s Alpha) ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ โดยจากการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามชุดนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha Correlation) เท่ากับ 0.983 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความน่าเชื่อถือ

**3.6 วิธีการเก็บข้อมูล**

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางกูเกิลฟอร์ม (Google Form) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ศึกษาได้เริ่มการส่งแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านสังคมออนไลน์ต่างๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ภายในวันที่ 27 พฤษภาคม-10 มิถุนายน พ.ศ. 2564

**3.7 วิธีการทางสถิติ**

3.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง นำเสนอโดยใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ทดสอบสมมติฐานเพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กัน ประกอบไปด้วย

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

สมมติฐานที่ 1.6 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 2: การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน ประกอบไปด้วย

สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมี

ความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 2.4 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 2.5 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยจากการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ได้มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.90-1.00 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.70-0.90 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.50-0.70 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันสูงปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.30-0.50 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.00-0.30 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันต่ำมาก

# บทที่ 4
# ผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่องการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 140 คน มาทำการวิเคราะห์ในการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้ศึกษาได้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลผลและความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลตรงกัน ผู้ศึกษาได้ใช้สัญลักษณ์และอักษรย่อ ดังต่อไปนี้

| | | |
|---|---|---|
| $\bar{X}$ | หมายถึงค่าเฉลี่ย (Mean) | |
| n | หมายถึง | กลุ่มตัวอย่าง |
| S.D. | หมายถึง | ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| df | หมายถึง | ชั้นความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) |
| r | หมายถึง | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ |
| Sig | หมายถึง | ค่านัยสำคัญทางสถิติ |
| * | หมายถึง | ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 |

ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จทางสถิติ Statistics Package Social Scientists หรือ SPSS และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

**4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์**

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ (n = 140)

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ชาย | 58 | 41.40 |
| หญิง | 62 | 44.30 |
| LGBTQ+ | 20 | 14.30 |
| รวม | 140 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 41.40 และ LGBTQ+ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ (n = 140)

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 21 - 25 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2539 - พ.ศ. 2543) | 80 | 57.10 |
| 26 - 30 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2538) | 30 | 21.40 |
| 31 - 35 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2529 - พ.ศ. 2533) | 20 | 14.30 |
| 36 - 40 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - พ.ศ. 2530) | 10 | 7.10 |
| รวม | 140 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 21-25 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2539-พ.ศ. 2543) จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 26-30 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2534-พ.ศ. 2538) จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.40 ต่อมาคือช่วงอายุ 31-35 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2529-พ.ศ. 2533) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และช่วงอายุ 36-40 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524-พ.ศ. 2530) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 140)

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่ามัธยมปลาย | 2 | 1.40 |
| มัธยมปลาย หรือ เทียบเท่า | 5 | 3.60 |
| ปริญญาตรี | 114 | 81.40 |
| ปริญญาโท | 17 | 12.10 |
| ปริญญาเอก | 2 | 1.40 |
| รวม | 140 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 81.40 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 ต่อมา คือ ระดับมัธยมปลาย หรือเทียบเท่า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ และระดับการศึกษาที่มีกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ ระดับต่ำกว่ามัธยมปลาย และระดับปริญญาเอก ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส (n = 140)

| สถานภาพสมรส | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| โสด | 122 | 87.10 |
| สมรส | 17 | 12.10 |
| หย่าร้าง | 1 | 0.70 |
| รวม | 140 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 87.10 รองลงมาเป็นสถานภาพสมรส จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ (n = 140)

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| นักเรียน นักศึกษา | 25 | 17.90 |
| ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 9 | 6.40 |
| พนักงานเอกชน รับจ้าง | 76 | 54.30 |
| ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ผู้ประกอบการ | 20 | 14.30 |
| อื่น ๆ | 10 | 7.10 |
| รวม | 140 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน รับจ้าง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมา เป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 17.90 ต่อมา คือ ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 5 ถัดมาเป็นอาชีพ อื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 และข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (n = 140)

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่า 15,000 บาท | 31 | 22.10 |
| 15,000 - 25,000 บาท | 53 | 37.90 |
| 25,001 - 35,000 บาท | 26 | 18.60 |
| 35,001 - 45,000 บาท | 14 | 10.00 |
| 45,001 บาท ขึ้นไป | 16 | 11.40 |
| รวม | 140 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000-25,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 37.90 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 ต่อมามีรายได้ต่อเดือนคือ 25,001-35,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ

18.60 ถัดมามีรายได้ต่อเดือน คือ 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 และมีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

## 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร | 3.56 | 0.805 | มาก | 3 |
| ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร | 3.96 | 0.762 | มาก | 1 |
| ด้านการเปิดประสบการณ์ | 3.93 | 0.795 | มาก | 2 |
| ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร | 3.32 | 0.997 | ปานกลาง | 4 |
| ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร | 3.25 | 0.940 | ปานกลาง | 5 |
| รวม | 3.60 | 0.741 | มาก | |

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =3.60) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.741) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 3.96) รองลงมาคือ ด้านการเปิดประสบการณ์ ($\bar{x}$ = 3.93) ต่อมาคือ ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ($\bar{x}$ = 3.56) ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร ($\bar{x}$ = 3.32) รองมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร ($\bar{x}$ = 3.25)

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร

| ประเด็น | $\bar{X}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) | 3.89 | 1.145 | มาก | 3 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) | 3.95 | 0.868 | มาก | 2 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ไลน์ (Line) | 2.88 | 1.160 | ปานกลาง | 5 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) | 2.73 | 1.257 | ปานกลาง | 6 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) | 3.64 | 1.304 | มาก | 4 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) | 4.27 | 1.156 | มากที่สุด | 1 |
| รวม | 3.56 | 0.805 | มาก | |

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.56) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.805) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.27) รองลงมาคือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ($\bar{X}$ = 3.95) ต่อมาคือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) ($\bar{X}$ = 3.89) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) ($\bar{X}$ = 3.64) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ไลน์ (Line) ($\bar{X}$ = 2.88) และท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ($\bar{X}$ = 2.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการทำงาน และตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น | 3.84 | 0.942 | มาก | 5 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการทำงาน และตรวจสอบการทำงานข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น | 3.91 | 0.864 | มาก | 4 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ | 3.82 | 0.954 | มาก | 6 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น การชุมนุม แลกเปลี่ยน ถกเถียง ประเด็นแนวคิด และอุดมการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ เป็นต้น | 4.09 | 0.936 | มาก | 1 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง | 4.01 | 0.989 | มาก | 3 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเลือกตั้ง และการลงประชามติ | 4.08 | 0.898 | มาก | 2 |
| รวม | 3.96 | 0.762 | มาก | |

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.96) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.762) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น การชุมนุม แลกเปลี่ยน ถกเถียง ประเด็นแนวคิด และอุดมการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ เป็นต้น มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.09) รองลงมา คือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเลือกตั้ง และการลงประชามติ

($\bar{x}$ = 4.08) ต่อมา คือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ($\bar{x}$ = 4.01) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ($\bar{x}$ = 3.91) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม , กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ($\bar{x}$ = 3.84) และท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ($\bar{x}$ = 3.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเปิดประสบการณ์

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ | 3.78 | 0.945 | มาก | 6 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับเกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ | 3.93 | 0.926 | มาก | 3 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมือง และนักการเมือง เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ | 3.84 | 0.916 | มาก | 5 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ติดตามการกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ | 3.88 | 0.978 | มาก | 4 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการพูดคุย หรือแสดงความเห็นทางการเมือง | 4.05 | 0.962 | มาก | 2 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจในการลงคะแนนการเลือกตั้ง หรือการลงประชามติต่าง ๆ | 4.07 | 0.987 | มาก | 1 |
| รวม | 3.93 | 0.795 | มาก | |

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเปิดประสบการณ์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.93) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.795) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจในการลงคะแนนการเลือกตั้ง หรือการลงประชามติต่างๆมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.07) รองลงมาคือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการพูดคุย หรือแสดงความเห็นทางการเมือง ($\bar{X}$ = 4.05) ต่อมา คือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับเกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 3.93) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ติดตามการกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ($\bar{X}$ = 3.88) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมือง และนักการเมือง เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 3.84) และท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร

| ประเด็น | $\bar{X}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจากยูทูบ (Youtube) ต่อหนึ่งครั้ง | 3.51 | 1.322 | มาก | 3 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจากเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อหนึ่งครั้ง | 3.59 | 1.112 | มาก | 2 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ไลน์ (Line) ต่อหนึ่งครั้ง | 2.61 | 1.186 | ปานกลาง | 6 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจากเฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ต่อหนึ่งครั้ง | 2.74 | 1.343 | ปานกลาง | 5 |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจากอินสตาแกรม (Instagram) ต่อหนึ่งครั้ง | 3.45 | 1.395 | มาก | 4 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) ต่อหนึ่งครั้ง | 4.04 | 1.272 | มาก | 1 |
| รวม | 3.32 | 0.997 | ปานกลาง | |

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$=3.32) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.997) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจากทวิตเตอร์ (Twitter) ต่อหนึ่งครั้งมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.04) รองลงมา คือ ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x}$ = 3.59) ต่อมาคือ ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x}$ = 3.51) ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x}$ = 3.45) ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x}$ = 2.74) และท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ไลน์ (Line) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x}$ = 2.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 4.56 | 0.798 | มากที่สุด | 1 |
| ท่านมีการใช้งาน แล็ปท็อป (Laptop) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 3.13 | 1.251 | ปานกลาง | 3 |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการใช้งานคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 2.65 | 1.367 | ปานกลาง | 5 |
| ท่านมีการใช้งาน แท็บเล็ต (Tablet) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 3.24 | 1.595 | ปานกลาง | 2 |
| ท่านมีการใช้งาน สมาร์ททีวี (Smart TV) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 2.69 | 1.247 | ปานกลาง | 4 |
| รวม | 3.25 | 0.940 | ปานกลาง | |

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$=3.25) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.940) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ในการรับข่าวสารทางเมืองมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.56) รองลงมา คือ ท่านมีการใช้งาน แท็บเล็ต (Tablet) ในการรับข่าวสารทางเมือง ($\bar{x}$ = 3.24) ต่อมาคือ ท่านมีการใช้งาน แล็ปท็อป (Laptop) ในการรับข่าวสารทางเมือง ($\bar{x}$ = 3.31) ท่านมีการใช้งานสมาร์ททีวี (Smart TV) ในการรับข่าวสารทางเมือง ($\bar{x}$ = 2.69) และท่านมีการใช้งานคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) ในการรับข่าวสารทางเมือง ($\bar{x}$ = 2.65) ตามลำดับ

**4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์**

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

| ประเด็น | $\bar{X}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ | 3.53 | 0.981 | มาก | 5 |
| ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง | 3.56 | 0.957 | มาก | 4 |
| ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ | 3.60 | 0.955 | มาก | 3 |
| ด้านพรรคการเมืองและนักการเมือง | 3.74 | 0.996 | มาก | 1 |
| ด้านการเลือกตั้งและการลงประชามติ | 3.74 | 0.938 | มาก | 1 |
| รวม | 3.64 | 0.886 | มาก | |

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษา การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.64) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.886) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพรรคการเมือง และนักการเมือง และ ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 3.74) รองลงมาคือ ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ($\bar{X}$ = 3.60) ต่อมา คือ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง ($\bar{X}$ = 3.56) และด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ ($\bar{X}$ = 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.66 | 1.050 | มาก | 1 |
| ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.41 | 1.105 | มาก | 5 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.50 | 1.056 | มาก | 4 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.54 | 1.153 | มาก | 2 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.54 | 1.147 | มาก | 2 |
| รวม | 3.53 | 0.981 | มาก | |

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษา การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.02) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.981) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 3.66) รองลงมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x}$ = 3.54) ต่อมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.50) และท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.41) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.61 | 1.022 | มาก | 2 |
| ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.64 | 1.081 | มาก | 1 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.61 | 1.097 | มาก | 2 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.46 | 1.134 | มาก | 5 |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง

| ประเด็น | $\bar{X}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.49 | 1.070 | มาก | 4 |
| รวม | 3.56 | 0.957 | มาก | |

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษา การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมืองโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.56) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.957) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 3.64) รองลงมา คือ ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X}$ = 3.61) ต่อมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X}$ = 3.49) และท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X}$ = 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมในการลงชื่อเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.61 | 0.971 | มาก | 2 |
| ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.57 | 1.047 | มาก | 5 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.59 | 1.131 | มาก | 3 |
| ท่านมีส่วนร่วมติดตามกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.66 | 1.065 | มาก | 1 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.59 | 1.125 | มาก | 3 |
| รวม | 3.60 | 0.955 | มาก | |

จากตารางที่ 4.16 ผลการศึกษา การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.60) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.955) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีส่วนร่วมติดตามกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 3.66) รองลงมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในการลงชื่อเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.61) ต่อมาคือ ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x}$ = 3.59) และท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านพรรคการเมืองและนักการเมือง

| ประเด็น | $\bar{x}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานและอุดมการณ์ทางการเมืองของพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.80 | 1.026 | มาก | 1 |
| ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองต่างๆ กับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.76 | 1.057 | มาก | 2 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.75 | 1.100 | มาก | 3 |
| ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.64 | 1.200 | มาก | 5 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.72 | 1.145 | มาก | 4 |
| รวม | 3.74 | 0.996 | มาก | |

จากตารางที่ 4.17 ผลการศึกษา การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านพรรคการเมือง และนักการเมืองโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.74) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.996) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงาน และอุดมการณ์ทางการเมืองของพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 3.80) รองลงมาคือ ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองต่างๆกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.76) ต่อมาคือ ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.75) ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง

ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X}$ = 3.72) และท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของ พรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X}$ = 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติ

| ประเด็น | $\bar{X}$ | S.D. | ความหมาย | ลำดับ |
|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาเกี่ยวกับ กติกา ข้อกำหนด และแนวทางปฏิบัติในการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.69 | 0.974 | มาก | 5 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามผลการการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.79 | 1.028 | มาก | 1 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.71 | 1.146 | มาก | 4 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามกระบวนการจัดการเลือกตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.76 | 1.052 | มาก | 2 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้ออกไปใช้สิทธิ์การเลือกตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 3.76 | 1.110 | มาก | 2 |
| รวม | 3.74 | 0.938 | มาก | |

จากตารางที่ 4.18 ผลการศึกษา การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.74) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.938) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามผลการการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 3.79) รองลงมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามกระบวนการจัดการเลือกตั้งและการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้ออกไปใช้สิทธิ์การเลือกตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X}$ = 3.76) ต่อมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความ

คิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.71) และท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาเกี่ยวกับ กติกา ข้อกำหนด และแนวทางปฏิบัติในการเลือกตั้ง และลงประชามติผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.69) ตามลำดับ

**4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน**

สมมติฐานที่ 1: ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.19: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวาย | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | | | | Chi-square |
|---|---|---|---|---|---|---|
| เพศ | เห็นด้วยน้อยที่สุด | เห็นด้วยน้อย | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยมาก | เห็นด้วยมากที่สุด | $x^2$ = 27.765 df = 8 Sig. = .001 |
| ชาย | 2 | 6 | 12 | 37 | 1 | |
| หญิง | 6 | 14 | 26 | 13 | 3 | |
| LGBTQ+ | 0 | 1 | 10 | 8 | 1 | |
| รวม | 8 | 21 | 48 | 58 | 5 | |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่า $x^2$ เท่ากับ 27.765 และมีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่ายอมรับสมมติฐานหลัก $H_0$ และปฏิเสธสมมติฐานรอง $H_1$

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.20: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวาย | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) | Sig. |
| ด้านอายุ | -.099 | .244 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.099 และมีค่า Sig. เท่ากับ .244 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่ายอมรับสมมติฐานรอง $H_1$ และปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.21: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวาย | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | Sig. |
| ด้านระดับการศึกษา | .036 | .677 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .036 และมีค่า Sig. เท่ากับ .677 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นหมายความว่ายอมรับสมมติฐานรอง $H_1$ และปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.22: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวาย | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | | | | Chi-square |
|---|---|---|---|---|---|---|
| สถานภาพสมรส | เห็นด้วยน้อยที่สุด | เห็นด้วยน้อย | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยมาก | เห็นด้วยมากที่สุด | $x^2$ = 4.146 df = 8 Sig. = .844 |
| โสด | 8 | 18 | 40 | 51 | 5 | |
| สมรส | 0 | 3 | 7 | 7 | 0 | |
| หย่าร้าง | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | |
| รวม | 8 | 21 | 48 | 58 | 5 | |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่า $x^2$ เท่ากับ 4.146 และมีค่า Sig. เท่ากับ .844 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่ายอมรับสมมติฐานรอง $H_1$ และปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.23: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวาย | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | | | | Chi-square |
|---|---|---|---|---|---|---|
| อาชีพ | เห็นด้วยน้อยที่สุด | เห็นด้วยน้อย | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยมาก | เห็นด้วยมากที่สุด | $x^2$ = 22.751 df = 16 Sig. = .121 |
| นักเรียน นักศึกษา | 1 | 3 | 8 | 12 | 1 | |
| ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 0 | 1 | 5 | 3 | 0 | |
| พนักงานเอกชน รับจ้าง | 4 | 9 | 25 | 36 | 2 | |
| ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ผู้ประกอบการ | 1 | 5 | 8 | 6 | 0 | |
| อื่น ๆ | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | |
| รวม | 8 | 21 | 48 | 58 | 5 | |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่า $x^2$ เท่ากับ 22.751 และมีค่า Sig. เท่ากับ .121 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่ายอมรับสมมติฐานรอง $H_1$ และปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$

สมมติฐานที่ 1.6 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.24: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวาย | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | Sig. |
| ด้านรายได้ต่อเดือน | .048 | .572 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .048 และมีค่า Sig. เท่ากับ .572 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นหมายความว่ายอมรับสมมติฐานรอง $H_1$ และปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$

สมมติฐานที่ 2: การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ทางการเมืองด้านการกัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.25: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | Sig. |
| ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร | .700* | .000 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .700* และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก $H_0$ ปฏิเสธสมมติฐานรอง $H_1$

สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.26: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | Sig. |
| ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร | .690* | .000 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .690* และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก $H_0$ ปฏิเสธสมมติฐานรอง $H_1$

สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.27: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | Sig. |
| ด้านการเปิดประสบการณ์ | .742* | .000 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .742* และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่ายอมรับสมมติฐานหลัก $H_0$ ปฏิเสธสมมติฐานรอง $H_1$

สมมติฐานที่ 2.4 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.28: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | Sig. |
| ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร | .722* | .000 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .722* และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก $H_0$ ปฏิเสธสมมติฐานรอง $H_1$

สมมติฐานที่ 2.5 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.29: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | Sig. |
| ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร | .737* | .000 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .737* และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้นั่นซึ่งหมายความว่ายอมรับสมมติฐานหลัก $H_0$ ปฏิเสธสมมติฐานรอง $H_1$

ตารางที่ 4.30: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

| ประเด็น | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | |
|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | Sig. |
| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | .834* | .000 |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

จากตารางที่ 30 พบว่า จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .834* และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้

# บทที่ 5
# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารผ่านและการมีส่วนร่วมทางการเมืองสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีการตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน

การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ กลุ่มเจเนอเรชันวาย (ผู้ที่เกิดใน พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1 ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1977) โดยได้กำหนดตัวอย่างโดยมีค่าอิทธิพล 0.15 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 0.5 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาครั้งนี้มีทั้งสิ้น 140 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi–Stage Sampling) ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรต้น ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะประชากรศาสตร์เจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพสมรส, อาชีพ และ รายได้ มีจำนวน 6 ข้อ มีระดับการวัดข้อมูล มีลักษณะเป็นข้อสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ด้านการเปิด

ประสบการณ์, ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร และด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด และเป็นคำถามเชิงบวก (Positive question) ทั้งหมด โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนค่าของลิเคิร์ท (Likert Rating Scales) ซึ่งจะเป็นวิธีแบ่งมาตราส่วนของการตีความตามระดับความคิดเห็นเป็น 5 ช่วงเกณฑ์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ด้านพรรคการเมือง และนักการเมือง และด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติ แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด และเป็นคำถามเชิงบวก (Positive Question) ทั้งหมด โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนค่าของลิเคิร์ท (Likert Rating Scales) ซึ่งจะเป็นวิธีแบ่งมาตราส่วนของการตีความตามระดับความคิดเห็นเป็น 5 ช่วงเกณฑ์

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของข้อมูลอีกครั้ง แล้วนำข้อมูลมาทำการบันทึกลงรหัสข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้สถิติ ดังนี้

สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าจำนวนความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงมาตรฐาน (SD)

สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analytical Statistics) โดยใช้ การใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square test) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Peanson Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงลักษณะของตัวแปรต้น (Independent Variable) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยมีการกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**5.1 สรุปผล**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 44.30) อายุ 21-25 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2539-พ.ศ. 2543) (ร้อยละ 57.10) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 81.40) สถานภาพโสด (ร้อยละ 87.10) อาชีพพนักงานเอกชน รับจ้าง (ร้อยละ 54.30) และรายได้ต่อเดือน 15,000-25,000 บาท (ร้อยละ 37.90)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเปิดประสบการณ์ ต่อมา คือ ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ด้านระยะเวลา

การเปิดรับข่าวสาร รองมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร

ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อมาคือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ไลน์ (Line) รองมาตามลำดับ และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger)

ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น การชุมนุม แลกเปลี่ยน ถกเถียง ประเด็นแนวคิด และอุดมการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ เป็นต้น มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การเลือกตั้ง และการลงประชามติ ต่อมาคือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบการทำงานข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น รองมาตามลำดับ และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ

ด้านการเปิดประสบการณ์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจในการลงคะแนนการเลือกตั้ง หรือการลงประชามติต่าง ๆ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการพูดคุย หรือแสดงความเห็นทางการเมือง ต่อมา คือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับเกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ติดตามการกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมืองและนักการเมือง เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ รองมาตามลำดับ และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ

ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) ต่อหนึ่งครั้งมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อหนึ่งครั้ง ต่อมาคือ ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) ต่อหนึ่งครั้ง ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) ต่อหนึ่งครั้ง ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ต่อหนึ่งครั้ง รองมาตามลำดับ และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ไลน์ (Line) ต่อหนึ่งครั้ง

ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ในการรับข่าวสารทางเมืองมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ท่านมีการใช้งาน แท็บเล็ต (Tablet) ในการรับข่าวสารทางเมือง ต่อมา คือ ท่านมีการใช้งาน แล็ปท็อป (Laptop) ในการรับข่าวสารทางเมือง ท่านมีการใช้งาน สมาร์ททีวี (Smart TV) ในการรับข่าวสารทางเมือง รองมาตามลำดับ และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านมีการใช้งานคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) ในการรับข่าวสารทางเมือง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพรรคการเมือง และนักการเมืองและด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ต่อมาคือ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง รองมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ

ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ต่อมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ

ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมืองโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ต่อมาคือ ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีส่วนร่วมติดตามกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในการลงชื่อเสนอแก้ไขกฎหมายและรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ต่อมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านพรรคการเมือง และนักการเมืองโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงาน และอุดมการณ์ทางการเมืองของพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองต่าง ๆ กับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ต่อมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของ พรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามผลการการเลืองตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามกระบวนการจัดการเลืองตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้ออกไปใช้สิทธิ์การเลืองตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ต่อมาคือ ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเลืองตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาเกี่ยวกับกติกา ข้อกำหนด และแนวทางปฏิบัติในการเลืองตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพ และด้านรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครในระดับสูง เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเปิดประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร ต่อมาคือ ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครน้อยที่สุด คือ ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

**5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน**

ในการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารผ่านและการมีส่วนร่วมทางการเมืองสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ ดังนี้

ตารางที่ 5.1: แสดงผลการสรุปการทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|---|---|
| สมมติฐานที่ 1: ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กัน | |
| สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | ยอมรับสมมติฐาน ($x^2$ = 27.765 Sig. = .001) |
| สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | ปฏิเสธสมมติฐาน |
| สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | ปฏิเสธสมมติฐาน |
| สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | ปฏิเสธสมมติฐาน |
| สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | ปฏิเสธสมมติฐาน |
| สมมติฐานที่ 1.6 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร | ปฏิเสธสมมติฐาน |
| สมมติฐานที่ 2: การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน | |
| สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน | ยอมรับสมมติฐาน (R = .700* Sig. = .000) |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): แสดงผลการสรุปการทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|---|---|
| สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน | ยอมรับสมมติฐาน (R = .690* Sig. = .000) |
| สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน | ยอมรับสมมติฐาน (R = .742* Sig. = .000) |
| สมมติฐานที่ 2.4 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน | ยอมรับสมมติฐาน (R = .722* Sig. = .000) |
| สมมติฐานที่ 2.5 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน | ยอมรับสมมติฐาน (R = .737* Sig. = .000) |

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กัน พบว่า

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.6 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2: การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน พบว่า

สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง

สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง

สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านการเปิดประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง

สมมติฐานที่ 2.4 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง

สมมติฐานที่ 2.5 การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง

**5.3 อภิปรายผล**

การเปิดรับข่าวสารผ่านและการมีส่วนร่วมทางการเมืองสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์การศึกษาดังนี้ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยามาศ ปลอดแก้ว (2561) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่ต่างกัน ในด้านเพศ และประสบการณ์การมีส่วนร่วมทางการเมือง

ทั้งนี้ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพ และ ด้านรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะประชากรศาสตร์เป็นกลุ่มประชากรจากเจเนอเรชันเดียวกัน ซึ่งเจเนอเรชันเป็นรูปแบบในการจัดและจำแนกกลุ่มคน โดยใช้เกณฑ์ช่วงวัยเป็นตัวกำหนดกลุ่มคนในแต่ละรุ่น เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรม และการแสดงออกของบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากการได้รับประสบการณ์หรืออยู่ในบริบททางสังคมเดียวกัน (มนัสวี ศรีนนท์, 2561)

โดยอีกวัตถุประสงค์อีกประการ กล่าวคือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครในระดับสูง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเปิดประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร ต่อมาคือ ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครน้อยที่สุด คือ ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แพรวพรรณ ปานนุช (2562) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ รวมทั้งการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และสอดคล้องกับแนวโน้มทางพฤติกรรมของเจเนอเรชันวาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นภายใต้การเปลี่ยนผ่านและการพัฒนาของด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย รวมถึงการใช้นวัตกรรมที่หลากหลายเข้ามาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ให้ความสำคัญกับการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กันบนสังคมออนไลน์ ภายใต้เทคโนโลยีและการสื่อสารสมัยใหม่ รวมถึงให้ความสนใจกับการตัดสินใจ และมีค่านิยมตามกระแสสังคมออนไลน์

ทั้งนี้จากผลการศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง มีความสำคัญต่อ การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก โดยหากจะพิจารณาผลการศึกษาบนแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch et al. (2009) ได้ดังนี้ แหล่งข่าว กล่าวคือ พรรคการเมือง นักการเมือง หน่วยงานรัฐ ที่ประสงค์จาก

ทำการวางแผนการสื่อสารไปยังกลุ่มเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ทางตรง หรือทางอ้อมผ่านสื่อมวลชน นั้น เนื้อหาที่จะทำการสื่อสาร ควรจะนำเสนอหรือสอดแทรกเนื้อหาทางการเมืองที่เป้าหมายมีความสนใจที่จะทำการเปิดรับข่าวสาร กล่าวคือ ข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น เหตุการณ์การชุมนุม แลกเปลี่ยน ถกเถียง ประเด็นแนวคิดทางการเมือง และอุดมการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ ของพรรคการเมือง หรือนักการเมือง เป็นต้น ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ (Twitter) ซึ่งเป็นช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายทางการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ทั้งนี้เนื้อหาข่าวสารควรได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ เช่น การสื่อสารด้วยข้อความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย รูปภาพที่ก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมในประเด็นที่จะทำการสื่อสาร และภาพกราฟิกที่มีอัตราส่วนภาพซึ่งสามารถรองรับกับโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ของการเปิดรับข่าวสาร เป็นต้น โดยควรใช้ประโยชน์จากติดแฮชแท็ก (Hashtag: #) เพื่อเป็นการสร้างพื้นที่ทางการเมืองในประเด็น หรือเป้าหมายที่จากการที่จะทำการสื่อสารให้ผู้กับรับสารสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ดังกล่าวได้ต่อไป (“ทำไม Twitter ถึงเป็นแพลตฟอร์มที่ควรใช้”, 2564)

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1) พรรคการเมือง นักการเมือง หน่วยงานรัฐ หรือผู้ที่ต้องการสื่อสารทางเมืองกับเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจะต้องทำการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อย่างทวิตเตอร์ (Twitter) ซึ่งเป็นช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายทำการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง โดยเนื้อหาควรสอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดข่าวสารทางการเมืองส่วนสำคัญต่อการมีการส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

2) ควรมีการสร้างการส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน หรือ นักสื่อสารทางการเมืองควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ด้านการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อเพิ่มการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการมีการส่วนร่วมทางการเมืองต่อไป

3) ตัวแปรลักษณะทางประชากรด้านเพศมีมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนงาน เนื้อหาข่าวสาร

การเมือง วิธีการนำเสนอข่าวสารทางการเมืองของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารทางการเมือง เพื่อก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองต่อไปได้

5.4.2 ข้อเสนอแนะการทำการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรเพิ่มเติมการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) ควรทำการศึกษาว่านอกจากปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเปิดข่าวสารทางการเมือง ยังมีปัจจัยใดอีกที่ส่งอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำปัจจัยนั้นมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครต่อไป

2) ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารายการ กำหนดนโยบาย และวางแผนการสื่อสารทางการเมืองในอนาคต

3) ควรมีการศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายที่อยู่ในต่างจังหวัดเพิ่มเติมว่ามีการเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร เพื่อจะได้นำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับความแตกต่างในแต่ละพื้นที่

4) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครถึงเหตุผลที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารผ่านและการมีส่วนร่วมทางการเมืองสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจจะมีความคิดเห็นด้านต่าง ๆ นอกเหนือจากการศึกษาครั้งนี้

# บรรณานุกรม


กฤติยา รุจิโชค. (2564). การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, *6*(1), 25-34.

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

จรรยามาศ ปลอดแก้ว. (2561). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จักรกริช ปิยะ. (2557). *การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อการบริหารงานก่อสร้าง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจากัด เทคโนบิวเดอร์ (2001) อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. โครงการปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ชิดชนก เชื้อแก้ว. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในช่วงการเมืองสองขั้วของประชาชน ในเขตอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดาวใจ ศรลัมพ์. (2555). *การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรัก ความมุ่งมั่น และความปรารถนาที่จะทำงานเพื่อองค์กรอย่างเต็มความสามารถของบุคลากร 3 ช่วงวัย: กรณีศึกษาบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (แก่งคอย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเจเนอเรชันวายและแรงจูงใจในการทำงาน: มุมมองระหว่างเจเนอเรชันต่าง ๆ ในองค์กร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, *31*(121), 1-25.

ทัศนี ศรีกิตติศักดิ์. (2554). *เจเนอเรชันในองค์กร บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และปัจจัยจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

*ทำไม Twitter ถึงเป็นแพลตฟอร์มที่ควรใช้ทำการตลาด?*. (2564). สืบค้นจาก https://www.everydaymarketing.co/media/twitter/why-marketer-should-use-twitter-platform-for-marketing/.

น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2558). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย. *วารสารวิจัย สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, *8*(2), 119-127.

นุชจรินทร์ ชอบดำรงธรรม. (2553). *อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค*. ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประจักษ์ ก้องกีรติ. (2563). *14 ตุลา: ประจักษ์ ก้องกีรติ มอง คณะราษฎร เกิดใหม่ เทียบขบวนการ นศ. สองยุค*. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=kTdE6eDYIe8.

ปุญญภณ เทพประสิทธิ์. (2558). ตัวแบบการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

เปรมมณี สินจงเจริญกิจ. (2559). *การเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติเกี่ยวกับสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. 2557 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เปรมศักดิ์ แก้วมรกฎ. (2560). *วัฒนธรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของวัยรุ่นในสังคมพหุวัฒนธรรม: กรณีศึกษา อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พระมหาไทยน้อย ญาณเมธี และพระศิลาศักดิ์ สุเมโธ. (2561). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบการใช้อำนาจภาครัฐ ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. *วารสารบัณฑิตแสงโคมคา*, *3*(2), 198-213.

พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจเนอเรชัน Y และเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, *42*(3), 1-18.

แพรวพรรณ ปานนุช. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วม ทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ*, *6*(1), 158-173.

ภูสิทธ์ ขันติกุล. (2553). *รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

มนัสวี ศรีนนท์. (2561). ทฤษฎีเจเนอเรชันกับกรอบวิธีคิด. *วารสารศึกษาศาสตร์ มมร*, *6*(1), 364-373

ยุพดี วิภัติภูมิประเทศ. (2558). *การสื่อสารทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมือง ศึกษาในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2523-2553*. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.

วรัญญา ประเสริฐ. (2559). *การสื่อสารทางการเมืองในรายการคืนความสุขให้คนในชาติ ศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สะถิระ เผือกประพันธุ์. (2554). *การสื่อสารทางการเมืองของนายอุทัย พิมพ์ใจชน: ศึกษาในห้วงระหว่างปี พ.ศ. 2512-2549*. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). *ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน*. สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx.

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2561). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ*. สืบค้นจาก http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx.

สุณี อธินันทนากร. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมที่ต่อรายการข่าวของ Modernine television ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุภวัฒน์ สงวนงาม. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสถียร เชยประทับ. (2554). *การสื่อสารและการตลาดการเมือง*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนุสรณ์ ศิริชาติ. (2558). *การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคกับความเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อภิญญา แก้วเปรมกุศล. (2560). *การเปิดรับสื่อ การรับรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Assael, H. (1998). *Consumer behavior and market action* (6th ed.). Ohio: South Western College.

Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (Rev. ed ). New York: Academic.

Easton, D. (1971). *The political system: An Inquiry into the state of political science* (2nd ed.). New York: Knopf.

Gurevitch, M., Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). Political communication —old and new media relationships. *Annals of The American Academy of Political and Social Science*, *625*(1), 164-181.

Schramm, W. (1973). *Channels and audience: Handbook of communication*. Chicago: Ran Mcnally College.

Shi, W., & Nagler, R. H. (2020). *Measurement of media exposure*. Retrieved from https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0027.

We Are Social. (2021). *Digital 2021: Thailand*. Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand.

Weiner, M. (1971). Political participation: Crisis of the Political Process. In Leonard, Binder & J. L. Palombara (Eds.). *Crisis on Sequences in Political Development (SPD-7)* (pp. 159-204). Princeton: Princeton University.

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

# ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**

**แบบสอบถาม**
**เรื่อง การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร**

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

**คำถามคัดกรอง**

1. ท่านเกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543 หรือไม่

[...] ใช่ [...] ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. ท่านอาศัยอยู่ในเขตใดของกรุงเทพมหานคร

[...] เขตพระนคร [...] เขตสาทร

[...] เขตบางกอกน้อย [...] เขตปทุมวัน

[...] เขตจตุจักร [...] อื่น ๆ (จบแบบสอบถาม)

**ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์**

**คำชี้แจง:** กรุณาตอบคำถามโดยการใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

[...]ชาย ¨ หญิง ¨ [...]LGBTQ+

2. อายุ

[...] 21 - 25 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2539 - พ.ศ. 2543)

[...] 26 - 30 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2538)

[...] 31 - 35 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2529 - พ.ศ. 2533)

[...] 36 - 40 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - พ.ศ. 2530)

3. ระดับการศึกษา

[...] ต่ำกว่ามัธยมปลาย [...] มัธยมปลาย หรือ เทียบเท่า

[...] ปริญญาตรี [...] ปริญญาโท

[...] ปริญญาเอก

4. สถานภาพสมรส

[...] โสด [...] สมรส

[...] หย่าร้าง [...] หม้าย

[...] แยกกันอยู่

5. อาชีพ

[...] นักเรียน นักศึกษา [...] ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

[...] พนักงานเอกชน รับจ้าง [...] ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ผู้ประกอบการ

[...] อื่น ๆ

6. รายได้ต่อเดือน

[...] ต่ำกว่า 15,000 บาท [...] 15,000-25,000 บาท

[...] 25,001-35,000 บาท [...] 35,001-45,000 บาท

[...] 45,001 บาท ขึ้นไป

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์**

**คำชี้แจง:** กรุณาตอบคำถามโดยการใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ท่านมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับใด

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการเปิดรับข่าวสาร | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร | | | | | | |
| 1 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 2 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 3 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง จาก ไลน์ (Line) อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 4 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 5 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 6 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) อยู่ในระดับใด | | | | | |

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการเปิดรับข่าวสาร | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร | | | | | | |
| 7 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบ การทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 8 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบ การทำงานข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 9 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 10 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น การชุมนุม, แลกเปลี่ยน, ถกเถียง ประเด็นแนวคิด และอุดมการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ เป็นต้น อยู่ในระดับใด | | | | | |

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการเปิดรับข่าวสาร | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 11 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ พรรคการเมือง และนักการเมือง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 12 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การเลือกตั้ง และการลงประชามติ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| ด้านการเปิดประสบการณ์ | | | | | | |
| 13 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้นเพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 14 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับเกี่ยวกับการทำงานและตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัย ในประเด็นต่าง ๆ อยู่ในระดับใด | | | | | |

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการเปิดรับข่าวสาร | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 15 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมือง และนักการเมือง เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 16 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ติดตามการกระบวนการเสนอแก้ไข กฎหมาย และรัฐธรรมนูญ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 17 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการพูดคุย หรือแสดงความเห็นทางการเมือง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 18 | ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจใน การลงคะแนนการเลือกตั้ง หรือการลงประชามติต่าง ๆ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร | | | | | | |
| 19 | ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) ต่อหนึ่งครั้ง อยู่ในระดับใด | | | | | |

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการเปิดรับข่าวสาร | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 20 | ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อหนึ่งครั้ง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 21 | ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก ไลน์ (Line) ต่อหนึ่งครั้ง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 22 | ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ต่อหนึ่งครั้ง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 23 | ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) ต่อหนึ่งครั้ง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 24 | ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) ต่อหนึ่งครั้ง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร | | | | | | |
| 25 | ท่านมีการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ในการรับข่าวสารทางเมือง อยู่ในระดับใด | | | | | |

| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการเปิดรับข่าวสาร | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 26 | ท่านมีการใช้งาน แล็ปท็อป (Laptop) ในการรับข่าวสารทางเมือง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 27 | ท่านมีการใช้งานคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) ในการรับข่าวสารทางเมือง อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 28 | ท่านมีการใช้งาน แท็บเล็ต (Tablet) ในการรับข่าวสารทางเมืองอยู่ในระดับใด | | | | | |
| 29 | ท่านมีการใช้งาน สมาร์ททีวี (Smart TV) ในการรับข่าวสารทางเมืองอยู่ในระดับใด | | | | | |

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

**ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์**

**คำชี้แจง :** กรุณาตอบคำถามโดยการใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ท่านมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับใด

| การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการมีส่วนร่วม | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ | | | | | | |
| 1 | ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 2 | ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 3 | ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |

| การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการมีส่วนร่วม | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 4 | ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 5 | ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตาม การทำงานและตรวจสอบของ หน่วยงานรัฐ เช่น กรม กระทรวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง | | | | | | |
| 6 | ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของ ข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 7 | ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของ ข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |

| การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการมีส่วนร่วม | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 8 | ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในประเด็นการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 9 | ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตาม การทำงาน และตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 10 | ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตาม การทำงาน และ ตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ | | | | | | |
| 11 | ท่านมีส่วนร่วมในการลงชื่อเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

| การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการมีส่วนร่วม | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 12 | ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 13 | ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 14 | ท่านมีส่วนร่วมติดตามกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 15 | ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| ด้านพรรคการเมือง และนักการเมือง | | | | | | |
| 16 | ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงาน และอุดมการณ์ทางการเมืองของพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |

| การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการมีส่วนร่วม | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 17 | ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองต่าง ๆ กับพรรคการเมืองและนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 18 | ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับพรรคการเมืองและนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 19 | ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของ พรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 20 | ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติ | | | | | | |
| 21 | ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาเกี่ยวกับ กติกา ข้อกำหนด และแนวทางปฏิบัติในการเลือกตั้งและลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |

| การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | ระดับการมีส่วนร่วม | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 22 | ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามผลการการเลือกตั้ง และลงประชามติผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 23 | ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 24 | ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามกระบวนการจัดการเลือกตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |
| 25 | ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้ออกไปใช้สิทธิ์การเลือกตั้งและการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับใด | | | | | |

# ภาคผนวก ข

## ตารางวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ตารางทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .983 | 54 |

ตารางทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .953 | 29 |

ตารางทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .986 | 25 |

ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

**เพศ**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | ชาย | 58 | 41.4 | 41.4 | 41.4 |
| | หญิง | 62 | 44.3 | 44.3 | 85.7 |
| | LGBTQ+ | 20 | 14.3 | 14.3 | 100.0 |
| | Total | 140 | 100.0 | 100.0 | |

ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

**อายุ**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent |
|---|---|---|---|---|
| Valid | 21-25 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2539 - พ.ศ. 2543) | 80 | 57.1 | 57.1 |
| | 26-30 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2538) | 30 | 21.4 | 21.4 |
| | 31-35 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2529 - พ.ศ. 2533) | 20 | 14.3 | 14.3 |
| | 36-40 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - พ.ศ. 2530) | 10 | 7.1 | 7.1 |
| | Total | 140 | 100.0 | 100.0 |

**อายุ**

| | | Cumulative Percent |
|---|---|---|
| Valid | 21 - 25 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2539 - พ.ศ. 2543) | 57.1 |
| | 26 - 30 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2538) | 78.6 |
| | 31 - 35 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2529 - พ.ศ. 2533) | 92.9 |
| | 36 - 40 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - พ.ศ. 2530) | 100.0 |
| | Total | |

ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

**การศึกษา**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | ต่ำกว่ามัธยมปลาย | 2 | 1.4 | 1.4 | 1.4 |
| | มัธยมปลายหรือเทียบเท่า | 5 | 3.6 | 3.6 | 5.0 |
| | ปริญญาตรี | 114 | 81.4 | 81.4 | 86.4 |
| | ปริญญาโท | 17 | 12.1 | 12.1 | 98.6 |
| | ปริญญาเอก | 2 | 1.4 | 1.4 | 100.0 |
| | Total | 140 | 100.0 | 100.0 | |

ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

**สถานภาพสมรส**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | โสด | 122 | 87.1 | 87.1 | 87.1 |
| | สมรส | 17 | 12.1 | 12.1 | 99.3 |
| | หย่าร้าง | 1 | .7 | .7 | 100.0 |
| | Total | 140 | 100.0 | 100.0 | |

ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

**อาชีพ**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent |
|---|---|---|---|---|
| Valid | นักเรียน นักศึกษา | 25 | 17.9 | 17.9 |
| | ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 9 | 6.4 | 6.4 |
| | พนักงานเอกชน รับจ้าง | 76 | 54.3 | 54.3 |
| | ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ผู้ประกอบการ | 20 | 14.3 | 14.3 |
| | อื่นๆ | 10 | 7.1 | 7.1 |
| | Total | 140 | 100.0 | 100.0 |

**อาชีพ**

| | | Cumulative Percent |
|---|---|---|
| Valid | นักเรียน นักศึกษา | 17.9 |
| | ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 24.3 |
| | พนักงานเอกชน รับจ้าง | 78.6 |
| | ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ผู้ประกอบการ | 92.9 |
| | อื่น ๆ | 100.0 |
| | Total | |

ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

**รายได้**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 31 | 22.1 | 22.1 | 22.1 |
| | 15,000-25,000 บาท | 53 | 37.9 | 37.9 | 60.0 |
| | 25,001-35,000 บาท | 26 | 18.6 | 18.6 | 78.6 |
| | 35,001-45,000 บาท | 14 | 10.0 | 10.0 | 88.6 |
| | 45,001 บาท ขึ้นไป | 16 | 11.4 | 11.4 | 100.0 |
| | Total | 140 | 100.0 | 100.0 | |

ตารางวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) | 140 | 1 | 5 | 3.89 | 1.145 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) | 140 | 1 | 5 | 3.95 | .868 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ไลน์ (Line) | 140 | 1 | 5 | 2.88 | 1.160 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) | 140 | 1 | 5 | 2.73 | 1.257 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) | 140 | 1 | 5 | 3.64 | 1.304 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) | 140 | 1 | 5 | 4.27 | 1.156 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น | 140 | 1 | 5 | 3.84 | .942 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น | 140 | 1 | 5 | 3.91 | .864 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ | 140 | 1 | 5 | 3.82 | .954 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น การชุมนุม, แลกเปลี่ยน, ถกเถียง ประเด็นแนวคิด และอุดมการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ เป็นต้น | 140 | 1 | 5 | 4.09 | .936 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ พรรคการเมือง และนักการเมือง | 140 | 1 | 5 | 4.01 | .989 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การเลือกตั้ง และการลงประชามติ | 140 | 1 | 5 | 4.08 | .898 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ | 140 | 1 | 5 | 3.78 | .945 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับเกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ | 140 | 1 | 5 | 3.93 | .926 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมือง และนักการเมือง เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ | 140 | 1 | 5 | 3.84 | .916 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ติดตามการกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ | 140 | 1 | 5 | 3.88 | .978 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการพูดคุย หรือแสดงความเห็นทางการเมือง | 140 | 1 | 5 | 4.05 | .962 |
| ท่านมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจในการลงคะแนนการเลือกตั้ง หรือการลงประชามติต่าง ๆ | 140 | 1 | 5 | 4.07 | .987 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) ต่อหนึ่งครั้ง | 140 | 1 | 5 | 3.51 | 1.322 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อหนึ่งครั้ง | 140 | 1 | 5 | 3.59 | 1.112 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ไลน์ (Line) ต่อหนึ่งครั้ง | 140 | 1 | 5 | 2.61 | 1.186 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก เฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ต่อหนึ่งครั้ง | 140 | 1 | 5 | 2.74 | 1.343 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) ต่อหนึ่งครั้ง | 140 | 1 | 5 | 3.45 | 1.395 |
| ท่านใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) ต่อหนึ่งครั้ง | 140 | 1 | 5 | 4.04 | 1.272 |
| ท่านมีการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 140 | 2 | 5 | 4.56 | .798 |
| ท่านมีการใช้งาน แล็ปท็อป (Laptop) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 140 | 1 | 5 | 3.13 | 1.251 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีการใช้งานคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 140 | 1 | 5 | 2.65 | 1.367 |
| ท่านมีการใช้งาน แท็บเล็ต (Tablet) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 140 | 1 | 5 | 3.24 | 1.595 |
| ท่านมีการใช้งาน สมาร์ททีวี (Smart TV) ในการรับข่าวสารทางเมือง | 140 | 1 | 5 | 2.69 | 1.247 |
| ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร | 140 | 2 | 5 | 3.56 | .805 |
| ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร | 140 | 1 | 5 | 3.96 | .762 |
| ด้านการเปิดประสบการณ์ | 140 | 2 | 5 | 3.93 | .795 |
| ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร | 140 | 1 | 5 | 3.32 | .997 |
| ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร | 140 | 1 | 5 | 3.25 | .940 |
| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 2 | 5 | 3.60 | .741 |
| Valid N (listwise) | 140 | | | | |

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ตารางวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.66 | 1.050 |
| ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.41 | 1.105 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.50 | 1.056 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.54 | 1.153 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.54 | 1.147 |
| ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรีและคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.61 | 1.022 |
| ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.64 | 1.081 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.61 | 1.097 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.46 | 1.134 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.49 | 1.070 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการลงชื่อเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.61 | .971 |
| ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมายและรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.57 | 1.047 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.59 | 1.131 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมติดตามกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมายและรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.66 | 1.065 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.59 | 1.125 |
| ท่านมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงาน และอุดมการณ์ทางการเมืองของพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.80 | 1.026 |
| ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองต่างๆกับพรรคการเมืองและนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.76 | 1.057 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.75 | 1.100 |
| ท่านมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของ พรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.64 | 1.200 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับพรรคการเมืองและนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.72 | 1.145 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการศึกษาเกี่ยวกับ กติกา ข้อกำหนด และแนวทางปฏิบัติในการเลือกตั้งและลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.69 | .974 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามผลการการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.79 | 1.028 |
| ท่านมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.71 | 1.146 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามกระบวนการจัดการเลือกตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.76 | 1.052 |
| ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้ออกไปใช้สิทธิ์การเลือกตั้งและการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.76 | 1.110 |
| ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ | 140 | 1 | 5 | 3.53 | .981 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง | 140 | 1 | 5 | 3.56 | .957 |
| ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมายและรัฐธรรมนูญ | 140 | 1 | 5 | 3.60 | .955 |
| ด้านพรรคการเมือง และนักการเมือง | 140 | 1 | 5 | 3.74 | .996 |
| ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติ | 140 | 1 | 5 | 3.74 | .938 |
| การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 140 | 1 | 5 | 3.64 | .886 |
| Valid N (listwise) | 140 | | | | |

ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1

**Crosstab**

Count

| | | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| เพศ | ชาย | 2 | 6 | 12 | 37 | 1 | 58 |
| | หญิง | 6 | 14 | 26 | 13 | 3 | 62 |
| | LGBTQ+ | 0 | 1 | 10 | 8 | 1 | 20 |
| Total | | 8 | 21 | 48 | 58 | 5 | 140 |

**Chi-Square Tests**

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|---|---|---|---|
| Pearson Chi-Square | 27.765[a] | 8 | .001 |
| Likelihood Ratio | 29.711 | 8 | .000 |
| Linear-by-Linear Association | 2.221 | 1 | .136 |
| N of Valid Cases | 140 | | |

ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2

**Correlations**

| | | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ |
|---|---|---|
| อายุ | Pearson Correlation | -.099 |
| | Sig. (2-tailed) | .244 |
| | N | 140 |

ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3

**Correlations**

| | | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ |
|---|---|---|
| ระดับการการศึกษา | Pearson Correlation | .036 |
| | Sig. (2-tailed) | .677 |
| | N | 140 |

ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐาน 1.4

**Crosstab**

Count

| | | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| สถานภาพ | โสด | 8 | 18 | 40 | 51 | 5 | 122 |
| | สมรส | 0 | 3 | 7 | 7 | 0 | 17 |
| | หย่าร้าง | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Total | | 8 | 21 | 48 | 58 | 5 | 140 |

**Chi-Square Tests**

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|---|---|---|---|
| Pearson Chi-Square | 4.146[a] | 8 | .844 |
| Likelihood Ratio | 5.920 | 8 | .656 |
| Linear-by-Linear Association | .003 | 1 | .959 |
| N of Valid Cases | 140 | | |

ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5

**Crosstab**

Count

| | | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| อาชีพ | นักเรียน นักศึกษา | 1 | 3 | 8 | 12 | 1 | 25 |
| | ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 0 | 1 | 5 | 3 | 0 | 9 |
| | พนักงานเอกชน รับจ้าง | 4 | 9 | 25 | 36 | 2 | 76 |
| | ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ผู้ประกอบการ | 1 | 5 | 8 | 6 | 0 | 20 |
| | อื่น ๆ | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 10 |
| Total | | 8 | 21 | 48 | 58 | 5 | 140 |

**Chi-Square Tests**

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|---|---|---|---|
| Pearson Chi-Square | 22.751[a] | 16 | .121 |
| Likelihood Ratio | 19.464 | 16 | .245 |
| Linear-by-Linear Association | 2.909 | 1 | .088 |
| N of Valid Cases | 140 | | |

ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6

**Correlations**

| | | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ |
|---|---|---|
| รายได้ | Pearson Correlation | .048 |
| | Sig. (2-tailed) | .572 |
| | N | 140 |

ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

**Correlations**

| | | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ |
|---|---|---|
| พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | Pearson Correlation | .834** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 140 |
| ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร | Pearson Correlation | .700** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 140 |
| ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร | Pearson Correlation | .690** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 140 |
| ด้านการเปิดประสบการณ์ | Pearson Correlation | .742** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 140 |
| ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร | Pearson Correlation | .722** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 140 |

**Correlations**

| | | การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ |
|---|---|---|
| ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร | Pearson Correlation | .737** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 140 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

# ประวัติผู้เขียน


**ชื่อ-นามสกุล** สืบแสง แสงทอง

**อีเมล** Suebsang.st@gmail.com


**ประวัติการศึกษา** สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขา การจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962