



O-SS 015

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชันวาย
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Media Exposure and Political Participation on Social Media of Generation Y in Bangkok metropolis

สื่บแสง แสงทอง (Suebsang Saengthong)¹ องอาจ สิงห์ลำพอง (Ongart Singlumpong)²

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (ผู้ที่เกิดใน พ.ศ.2524 ถึง พ.ศ. 2543) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 140 ตัวอย่าง ซึ่งมีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1 และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามชนิดปลายปิด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ และสถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลักษณะประชากรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครในระดับสูง

คำสำคัญ การเปิดรับข่าวสาร การมีส่วนร่วมทางการเมือง สื่อสังคมออนไลน์ เจนเนอเรชันวาย

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ suebsang.st@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ongart.s@bu.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

Abstract

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. A total of 140 samples were calculated from G*Power 3.1 program and a multi-stage sample selection method. The questionnaire was used as a tool to collect data. The statistics used were 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. The overall political participation on social media had a high average score. 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, Political participation, Social media, Generation Y



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

บทนำ

การขับเคลื่อนทางการเมืองของกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับประวัติศาสตร์การเมืองไทยมาช้านาน ดังจะเห็นได้จากการรวมตัวเพื่อเรียกร้องประเด็นทางการเมืองของขบวนการนักศึกษา และกลุ่มคนรุ่นใหม่ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ตัวอย่างเหตุการณ์ทางการเมือง เช่น “เหตุการณ์ 14 ตุลา” หรือ วันมหาวิปโยค ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ.2516 พลั้งแห่งเยาวชนคนหนุ่มสาว นักเรียน นักศึกษา ออกมารวมตัวกันเพื่อเรียกร้องรัฐธรรมนูญ และประชาธิปไตย จากรัฐบาลซึ่งนำโดยจอมพล ถนอม กิตติขจร ในขณะนั้น จนทำให้จอมพล ถนอม กิตติขจร และพรรคพวกต้องลี้ภัยไปต่างประเทศ ไม่กี่ปีหลังจากนั้น จอมพล ถนอม กิตติขจร บวชเป็นสามเณรและเดินทางกลับเข้าประเทศไทยอีกครั้ง ประเด็นทางการเมือง และข้อสงสัยในการดำเนินงานของรัฐบาลหม่อมราชวงศ์เสนีย์ ปราโมช ทำให้ขบวนการนักศึกษาและกลุ่มคนรุ่นใหม่ ประกาศรวมตัวเรียกร้องทางการเมืองที่บริเวณท้องสนามหลวง และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ จนนำไปสู่เหตุการณ์นองเลือดอย่าง “เหตุการณ์ 6 ตุลา” เหตุการณ์ “สังหารหมู่ธรรมศาสตร์” ในช่วงต้นเดือนตุลาคม พ.ศ.2519 (BBC News ไทย, 2563) ขบวนการนักศึกษา และกลุ่มคนรุ่นใหม่มีบทบาทในการแสดงความคิดเห็นและเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง จนถึงในปัจจุบันการเคลื่อนไหวทางการเมือง ได้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ของการแสดงออกและมีส่วนร่วมทางการเมืองมากมาย ทั้งการรวมตัวในลักษณะของ “แฟลชม็อบ” ผู้ที่มีความเห็นทางการเมืองตรงกันนัดหมายรวมตัวกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นการนัดหมายรวมตัวกันจะเป็นการนัดหมายล่วงหน้า จากวันและเวลานัดหมายไม่นานมากนัก มีการระบุช่วงเวลาเริ่มต้นและยุติการรวมตัวที่ชัดเจน รวมทั้งยังมีการรวมตัวเป็นกลุ่มและสร้างแนวร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และเป็นพื้นที่ในแสดงความเห็น สร้างการมีส่วนร่วมเมืองในยุคดิจิทัล (Digital Era) ดังตัวอย่างเช่น ข้อมูล ณ วันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2564 จากบัญชีผู้ใช้งานทวิตเตอร์ (Twitter) ในนาม FreeYOUTH (@FreeYOUTHth) ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า 351,931 บัญชีผู้ใช้งาน และผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) ในนาม เยาวชนปลดแอก - Free YOUTH สูงถึง 1,798,556 บัญชีผู้ใช้งาน และบัญชีผู้ใช้งานทวิตเตอร์ ในนาม แนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม (@ThammasatUFTD) มีผู้ติดตามมากกว่า 184,398 บัญชีผู้ใช้งาน และผู้ติดตามเพจ เฟซบุ๊ก (Facebook Page) ในนาม แนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม - United Front of Thammasat and Demonstration สูงถึง 432,117 บัญชีผู้ใช้งาน เป็นต้น

การเรียกร้อง การแสดงออก และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในปัจจุบัน การสื่อสาร (Communication) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนประเด็นทางการเมือง เพราะการสื่อสารนั้นเปรียบเสมือนกลไกที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลในสังคม ทั้งนี้กระบวนการสื่อสารยังทำให้ผู้รับสารตอบสนองต่อความต้องการตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารที่คาดหวังไว้ โดยการสื่อสารซึ่งอาศัยองค์ประกอบต่างๆ การสื่อสารที่มีจุดประสงค์ทางการเมือง หรือ การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) ศาสตร์แห่งการเป็นผสมผสานเนื้อหาทางการเมืองกับการสื่อสาร ซึ่งใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์นำไปสู่เป้าหมายต่างๆทางการเมือง เช่น การหาเสียง การเรียกร้องผ่านการจัดกิจกรรมทางการเมือง การปลูกฝังอุดมการณ์ทางการเมือง เป็นต้น โดยการสื่อสารทางการเมืองนั้นสามารถกระทำได้หลากหลายวิธีตามระดับของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารต้องการส่งข่าวสารให้แก่ผู้รับสาร โดยใช้องค์ประกอบต่างๆ ทาง การสื่อสารเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ (สะถิระ เผือกประพันธุ์, 2554) การสื่อสารทางการเมือง ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของกลุ่มประชากรในช่วงเวลานั้นๆ โดยในปัจจุบันพฤติกรรม การแสดงออกทางการเมืองของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปตามวิวัฒนาการของเทคโนโลยี การแพร่กระจายของข่าวสาร และการเข้าถึงข้อมูลอย่างไร้พรมแดนบนโลกอินเทอร์เน็ต การเปิดรับและแลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเมืองจึงถูกขับเคลื่อนบนสังคม ควบคู่กับสังคมออนไลน์ไปด้วยกัน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 พบว่าชาวไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึงเฉลี่ยวันละ 10.22 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเป็นอัตราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปี 2560 ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึงเฉลี่ยวันละ 6.35 ชั่วโมงต่อวันและปี 2561 ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึงเฉลี่ยวันละ 10.05 ชั่วโมงต่อวัน ตามลำดับ โดยช่วงอายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุด คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่น วาย หรือ ผู้ที่เกิดใน พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543 เป็นผู้ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงถึง 10.36 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งกิจกรรมที่มีการใช้งานสูงสุด คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานสูงสุด 6 อันดับแรก ได้แก่ ยูทูบ (Youtube), เฟซบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger), อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) ตามลำดับ (We Are Social, 2564)

กรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทย จากสถิติจำนวนประชากรประจำปี พ.ศ. 2563 พบว่าประชากรส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่น วาย หรือ ผู้ที่เกิดใน พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543 ซึ่งมีจำนวนกว่า 1,634,950 คน จากประชากรชาวกรุงเทพมหานครทั้งหมด 5,588,222 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

จากที่กล่าวมาในข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองทั้งในเชิงนโยบาย และเชิงปฏิบัติให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

ลักษณะประชากรของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- สถานภาพสมรส
- อาชีพ
- รายได้

ตัวแปรตาม

การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

- การติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ
- การติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง
- การเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ
- พรรคการเมือง และนักการเมือง
- การเลือกตั้ง และการลงประชามติ

พฤติกรรม的开รับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

- การแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร
- การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร
- การเปิดประสบการณ์
- ระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร
- อุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (ผู้ที่เกิดใน พ.ศ.2524 ถึง พ.ศ. 2543) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 140 ตัวอย่าง ซึ่งมีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1 และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) กล่าวคือ ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะ กลุ่มเจนเนอเรชันวาย และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการจับฉลาก (Simple Random Sampling) ตัวแทนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 ตัวอย่าง แบ่งตามเขตในการปกครองของกรุงเทพมหานครจำนวน 5 เขต จาก 50 เขต เป็นจำนวนเท่าๆ กัน ได้ดังนี้ เขตพระนคร, เขตสาทร, เขตบางกอกน้อย, เขตปทุมวัน และเขตจตุจักร จำนวนเขตละ 28 ตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามเพื่อทำการตรวจคัดกรองกลุ่มตัวตัวอย่าง (Screening Test) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-Ended Questionnaires) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item- Objective Congruence Index : IOC) เท่ากับ 1.00 และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha Correlation) เท่ากับ 0.983 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอผ่านค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) และสถิติการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

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 ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน รับจ้าง ร้อยละ 54.30 และ รายได้ต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท ร้อยละ 37.90

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.741 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเปิดประสบการณ์ ต่อมาคือ ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร รองลงมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร	3.56	0.805	ระดับมาก
ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร	3.96	0.762	ระดับมาก
ด้านการเปิดประสบการณ์	3.93	0.795	ระดับมาก
ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร	3.32	0.997	ระดับปานกลาง
ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร	3.25	0.940	ระดับปานกลาง
รวม	3.60	0.741	ระดับมาก

ทั้งนี้สามารถพิจารณาเป็นรายข้อของด้านๆ ดังแสดงในตารางที่ 1 ได้ดังนี้ ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.762 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น การชุมนุม, แลกเปลี่ยน, ถกเถียง ประเด็นแนวคิด และอุดมการณ์ทางการเมืองต่างๆ เป็นต้น มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.09$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเลือกตั้ง และการลงประชามติ ($\bar{x} = 4.08$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

เมือง เกี่ยวกับ พรรคการเมือง และนักการเมือง ($\bar{x} = 4.01$) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การทำงาน และตรวจสอบการทำงานข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ($\bar{x} = 3.91$) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ($\bar{x} = 3.84$) และกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับ การเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ($\bar{x} = 3.82$) ตามลำดับ

ด้านการเปิดประสบการณ์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.93$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.795 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจในการลงคะแนนการเลือกตั้ง หรือการลงประชามติต่างๆ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.07$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการพูดคุย หรือแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ($\bar{x} = 4.05$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีข้อสงสัยเกี่ยวกับเกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่างๆ ($\bar{x} = 3.93$) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ติดตามการกระบวนกรเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ($\bar{x} = 3.88$) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำงานของพรรคการเมือง และนักการเมือง เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่างๆ ($\bar{x} = 3.84$) และกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีข้อสงสัยเกี่ยวกับ การทำงานและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นต่างๆ ($\bar{x} = 3.78$) ตามลำดับ

ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.56$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.805 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.27$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ($\bar{x} = 3.95$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) ($\bar{x} = 3.89$) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) ($\bar{x} = 3.64$) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ไลน์ (Line) ($\bar{x} = 2.88$) และกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ($\bar{x} = 2.73$) ตามลำดับ

ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.32$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.997 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) ต่อหนึ่งครั้งมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.04$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x} = 3.59$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก ยูทูบ (Youtube) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x} = 3.51$) กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก อินสตาแกรม (Instagram) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x} = 3.45$) กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x} = 2.74$) และกลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารทางการเมืองจาก ไลน์ (Line) ต่อหนึ่งครั้ง ($\bar{x} = 2.61$) ตามลำดับ

ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสารโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.25$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.940 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ในการรับข่าวสารทางการเมืองมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.56$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งาน แท็บเล็ต (Tablet) ในการรับข่าวสารทางการเมือง ($\bar{x} = 3.24$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งาน แล็ปท็อป (Laptop) ในการรับข่าวสารทางการเมือง ($\bar{x} = 3.31$)



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งาน สมาร์ททีวี (Smart TV) ในการรับข่าวสารทางเมือง ($\bar{x} = 2.69$) และกลุ่มตัวอย่างมีการใช้งาน คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) ในการรับข่าวสารทางเมือง ($\bar{x} = 2.65$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.64$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.886 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพรรคการเมือง และนักการเมือง และด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ต่อมาคือ ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง และด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ	3.53	0.981	ระดับมาก
ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง	3.56	0.957	ระดับมาก
ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ	3.60	0.955	ระดับมาก
ด้านพรรคการเมือง และนักการเมือง	3.74	0.996	ระดับมาก
ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติ	3.74	0.938	ระดับมาก
รวม	3.64	0.886	ระดับมาก

ทั้งนี้สามารถพิจารณาเป็นรายข้อของด้านๆ ดังแสดงในตารางที่ 2 ได้ดังนี้ ด้านพรรคการเมือง และนักการเมืองโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.74$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.996 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงาน และอุดมการณ์ทางการเมืองของพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.80$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองต่างๆกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.76$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.75$) กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับพรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.72$) และกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของ พรรคการเมือง และนักการเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.64$) ตามลำดับ

ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.74$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.938 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการติดตามผลการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.79$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการติดตามกระบวนการจัดการเลือกตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้ออกไปใช้สิทธิการเลือกตั้ง และการลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.76$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็น



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

ในประเด็นเกี่ยวกับการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.71$) และกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการศึกษาเกี่ยวกับ กติกา ข้อกำหนด และแนวทางปฏิบัติในการเลือกตั้ง และลงประชามติ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.69$) ตามลำดับ

ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.60$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.955 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมติดตามกระบวนการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.66$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการลงชื่อเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.61$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.59$) และกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.57$) ตามลำดับ

ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมืองโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.56$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.957 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.64$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.61$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.49$) และกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของข้าราชการการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.46$) ตามลำดับ

ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.02$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.981 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมติดตามนโยบายการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.66$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการชักชวนคนรู้จักให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.54$) ต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.50$) และกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 3.41$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะประชากรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่า χ^2 เท่ากับ 27.765 และมีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้ และลักษณะประชากรด้านอายุ, ด้านระดับการศึกษา, ด้านสถานภาพ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

สมรส, ด้านอาชีพ และ ด้านรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านเพศ, สถานภาพสมรส และอาชีพ กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะประชากรของ เจนเนอเรชั่นวาย	การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์			การแปลผล
	χ^2	df	Sig.	
ด้านเพศ	27.765	8	.001	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานภาพสมรส	4.146	8	.844	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านอาชีพ	22.751	16	.121	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุ, ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะประชากรของ เจนเนอเรชั่นวาย	การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์		การแปลผล
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.	
ด้านอายุ	-0.099	.244	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระดับการศึกษา	0.036	.677	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านรายได้ต่อเดือน	0.048	.572	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครในระดับสูง เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเปิดประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด ($r = .742^*$, Sig. = .000) รองลงมาคือ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร ($r = .737^*$, Sig. = .000) ต่อมาคือ ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร ($r = .722^*$, Sig. = .000) ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ($r = .700^*$, Sig. = .000) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครน้อยที่สุด คือ ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ($r = .690^*$, Sig. = .000) ดังแสดงในตารางที่ 5



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ
เจนเนอร์ชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม的开รับข่าวสาร ทางการเมืองผ่านสื่อสังคม ออนไลน์	การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์		การแปลผล
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.	
ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร	.700*	.000	มีความสัมพันธ์กันอยู่ใน ระดับสูง
ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร	.690*	.000	มีความสัมพันธ์กันอยู่ใน ระดับสูง
ด้านการเปิดประสบการณ์	.742*	.000	มีความสัมพันธ์กันอยู่ใน ระดับสูง
ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร	.722*	.000	มีความสัมพันธ์กันอยู่ใน ระดับสูง
ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับ ข่าวสาร	.737*	.000	มีความสัมพันธ์กันอยู่ใน ระดับสูง
รวม	.834*	.000	มีความสัมพันธ์กันอยู่ ในระดับสูง

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

อภิปรายผลการวิจัย

การเปิดรับข่าวสารผ่านและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอร์ชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์การศึกษานี้ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของเจนเนอร์ชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอร์ชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยา มาศ ปลอดแก้ว (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาวีจยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่ต่างกัน ในด้านเพศ และประสบการณ์การมีส่วนร่วมทางการเมือง

ทั้งนี้ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพ และ ด้านรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอร์ชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะประชากรศาสตร์เป็นกลุ่มประชากรจากเจนเนอร์ชันเดียวกัน ซึ่งเจนเนอร์ชันเป็นรูปแบบในการจัดและจำแนกกลุ่มคน โดยใช้เกณฑ์ช่วงวัยเป็นตัวกำหนดกลุ่มคนในแต่ละรุ่น เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

พฤติกรรม และการแสดงออกของบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากการได้รับประสบการณ์หรืออยู่ในบริบททางสังคมเดียวกัน (มนัสวี ศรีนันท, 2561) รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐธริสสา ทรัพย์คงเจริญ (2557) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในโครงการปฏิบัติการคืนพื้นที่ผิวดิจิทัลเพื่อประชาชนตาม นโยบาย 5 จริ่งของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ผลการศึกษาวិจัยพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการปฏิบัติการคืนพื้นที่ผิวดิจิทัลเพื่อประชาชนตาม นโยบาย 5 จริ่งของสำนักงานตำรวจแห่งชาติไม่แตกต่างกัน

โดยอีกวัตถุประสงค์อีกประการ กล่าวคือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครในระดับสูง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเปิดประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสาร ต่อมาคือ ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครน้อยที่สุด คือ ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แพรพรรณ ปานนุช (2562) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ รวมทั้งการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และสอดคล้องกับแนวโน้มทางพฤติกรรมของเจนเอเรชันวายซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นภายใต้การเปลี่ยนผ่านและการพัฒนาของด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย รวมถึงการใช้นวัตกรรมที่หลากหลายเข้ามาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ให้ความสำคัญกับการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กันบนสังคมออนไลน์ภายใต้เทคโนโลยี และการสื่อสารสมัยใหม่ รวมถึงให้ความสนใจกับการตัดสินใจ และมีค่านิยมตามกระแสสังคมออนไลน์

ทั้งนี้จากผลการศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง มีความสำคัญต่อ การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก โดยหากจะพิจารณาผลการศึกษาแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch & Blumler (1977 อ้างอิงใน อำนวย นนทบุตร, 2558) ได้ตั้งนี้แหล่งข่าว กล่าวคือ พรรคการเมือง นักการเมือง หน่วยงานรัฐ ที่ประสงค์จากทำการวางแผนการสื่อสารไปยังกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ทางตรง หรือทางอ้อมผ่านสื่อมวลชน นั้น เนื้อหาที่จะทำการสื่อสาร ควรจะนำเสนอหรือสอดแทรกเนื้อหาทางการเมืองที่เป้าหมายมีความสนใจที่จะทำการเปิดรับข่าวสาร กล่าวคือ ข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น เหตุการณ์การชุมนุม แลกเปลี่ยน ถกเถียง ประเด็นแนวคิดทางการเมือง และอุดมการณ์ทางการเมืองต่างๆ ของพรรคการเมือง หรือนักการเมือง เป็นต้น ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ (Twitter) ซึ่งเป็นช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายทางการเมืองเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ทั้งนี้เนื้อหาข่าวสารควรได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ เช่น การสื่อสารด้วยข้อความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย รูปภาพที่ก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมในประเด็นที่จะทำการสื่อสาร และภาพกราฟิกที่มีอัตราส่วนภาพซึ่งสามารถรองรับกับโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ของการเปิดรับข่าวสาร เป็นต้น



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

โดยควรใช้ประโยชน์จากติดแฮชแท็ก (Hashtag: #) เพื่อเป็นการสร้างพื้นที่ทางการเมืองในประเด็น หรือเป้าหมายที่จากการที่จะทำการสื่อสารให้ผู้กับรับสารสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ดังกล่าวได้ต่อไป (การตลาดวันละตอน, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คันธริรา ฉายาวงศ์ (2564) ได้ศึกษาถึงแนวโน้มการเมืองไทยกับสื่อสังคมออนไลน์ในศตวรรษที่ 21 ผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักการเมืองในปัจจุบันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการหาเสียงกระจายนโยบาย และเผยแพร่ข้อมูลทางการเมือง เนื่องจากการเพิ่มศักยภาพการสื่อสาร รวดเร็ว และค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก ซึ่งอาศัยการสื่อสาร 5 รูปแบบ กล่าวคือ ภาพ เสียง ข้อความตัวอักษร วิดีโอสั้น และลิงค์ เพื่อทำการสื่อสารกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง และแนวโน้มการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนการเพิ่มพื้นที่การแสดงออกทางการเมือง พื้นที่ซึ่งสามารถเปิดรับข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองได้ รวมทั้งงานวิจัยของ อาทิตย์ สุริยวงศ์กุล (2555) ได้ศึกษา การเมืองบนเฟสบุ๊ก : วัฒนธรรมการเมืองบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ไทย พ.ศ. 2553-2555 ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น มีลักษณะและคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกับพื้นที่จริงของการมีส่วนร่วมทางการเมืองซึ่งพื้นที่ทั้งสองนั้นจะมีความสัมพันธ์และเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งกล่าวโดยสรุป คือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นประโยชน์อย่างมากให้การเผยแพร่ของหน่วยงานทางการเมือง และเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน รวมทั้งยังเป็นพื้นที่ทางการเมืองที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองได้ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หน่วยงานรัฐ หรือ หน่วยงานทางการเมือง ควรปรับแผนกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการใช้ศักยภาพของสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างส่วนร่วมทางการเมืองของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยควรสร้างการกระตุ้นการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองในประเด็นต่างๆ เช่น การตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐ เช่น กรม, กระทรวง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งควรส่งเสริมให้ประชาชนสร้างภูมิคุ้มกันในประเด็น การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ หน่วยงานรัฐ หรือ หน่วยงานทางการเมือง ควรปรับการสื่อสารทางการเมืองให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น เนื้อหา ข้อมูล ข่าวสารนั้นควรออกแบบให้เหมาะสมกับอุปกรณ์การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และใช้ประโยชน์ในการขยายพื้นที่ทางการเมืองให้ครอบคลุมทั้งในสังคมชีวิตจริง และสังคมออนไลน์ควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่สามารถเข้าถึงทุกคนได้

เอกสารอ้างอิง

- การตลาดวันละตอน. (2561). ทำไม Twitter ถึงเป็นแพลตฟอร์มที่ควรใช้ทำการตลาด?. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2564, จาก <https://www.everydaymarketing.co/media/twitter/why-marketer-should-use-twitter-platform-for-marketing/>
- จรรยาภาศ พลอดแก้ว (2561). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ (การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.



- 222