ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

Attitudes and Political Participation Behavior of People in Bangkok Yai district, Bangkok Metropolis

กาจมนัส จรเสมอ[1] ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร[2]
Gardmanus Jonsamer, Chanchai Chitlaoarporn

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาระดับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร และ 4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเป็นแบบสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 425 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) คุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม อยู่ในระดับมาก 3) ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวม อยู่ในระดับมาก และ 4) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ (Keywords) : คุณภาพสื่อ; ทัศนคติทางการเมือง; พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) the level of social media usage behavior and political news exposure of people in Bangkok Yai District, Bangkok Metropolis; 2) the level of media quality and social media structure influencing the political attitudes and behaviors of people in Bangkok Yai District, Bangkok Metropolis; 3) the level of political attitudes and political participation behavior of people in Bangkok Yai District, Bangkok

Received: 2026-09-20 Revised: 2026-10-22 Accepted: 2026-10-24

[1] หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม Master of Political Science Program in Government, Faculty of Political Science, Siam University. E-mail: oczq.kj@hotmail.com

[2] บัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม Graduate School of Political Science, Siam University. E-mail: chanchai1974@hotmail.com

Metropolis; and 4) the factors influencing the political attitudes and political participation behavior of people in Bangkok Yai District, Bangkok Metropolis. This research was a survey study with a sample size of 425 people. The data collection instrument was a questionnaire. Statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, independent samples t-test, one-way ANOVA, and multiple linear regression analysis.

The research findings revealed that 1) overall social media usage behavior and political news exposure were at a high level 2) overall media quality and social media structure were at a high level 3) overall political attitudes and political participation behavior were at a high level and 4) hypothesis testing indicated that citizens with different genders, ages, education levels, and occupations had statistically significant differences in political attitudes and political participation behavior. Furthermore, social media usage behavior, political news exposure, and media quality and social media structure significantly influenced political attitudes and political participation behavior.

Keywords: media quality; political attitudes; political participation

บทนำ (Introduction)

ในอดีตที่มาของข่าวสารทางการเมืองถูกจำกัดอยู่ในรูปแบบของวิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือโทรทัศน์ ซึ่งข้อมูลข่าวสารอยู่ในรูปแบบที่ได้ผ่านการกลั่นกรองมาแล้วในระดับหนึ่ง แต่เมื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทำให้ยุคสมัยของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ได้สร้างทั้งโอกาสและปัญหา ที่เป็นตัวแปรสำคัญต่อสังคมในปัจจุบัน โดยหนึ่งในโอกาสสำคัญคือประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทางมากขึ้นทำให้ประชาชนมีข้อมูลรอบด้านเป็นเหตุให้การรับรู้ข่าวสารในปัจจุบันจึงสร้างความเข้าใจทางการเมืองได้มากขึ้นกว่าแต่ก่อน ในขณะเดียวกัน ปัญหาข้อมูลข่าวสารที่ถูกเผยแพร่อย่างรวดเร็ว อาจก่อให้เกิดความสับสนได้เนื่องจากปราศจากการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล รวมถึงปัญหาการมีอคติหรือจงใจบิดเบือนข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจผิดซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเมืองและสังคม โดยจากปัญหาดังกล่าว ทัศนคติของประชาชนในการติดตามข่าวสารทางการเมืองจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเป็นตัวกำหนดแนวโน้มการแสดงออกถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ทัศนคติที่มีต่อการติดตามข่าวสารทางการเมือง จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่เรื่องส่วนบุคคล แต่สะท้อนให้เห็นถึงความสนใจ ความเชื่อมั่น และทิศทาง ที่ประชาชนมีต่อระบบการเมือง อมร พิกุลงามโชติ และณฐมน หมวกฉิม (2564: 124-136)

ดังนั้น การวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยงานวิจัยนี้ไม่ได้มุ่งเพียงแค่การวัดระดับทัศนคติเท่านั้น แต่ยังต้องการทำความเข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติเหล่านั้นด้วย ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการประเมินคุณภาพและโครงสร้างสื่อที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร แนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ ได้แก่ ทฤษฎีส่วนประกอบเจตคติของ Allport (1967 อ้างถึงใน สุกัญญา อามีน, 2539) ที่แบ่งทัศนคติเป็น 3 องค์ประกอบ คือ Cognitive, Affective และ Behavioral และแนวคิดจิตวิทยาสังคม ของ Baron and Byrne (2000; ผู้วิจัยแปล) ที่อธิบายว่าทัศนคติเป็น

ผลลัพธ์จากปฏิสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการทางปัญญา และบริบทแวดล้อมทางสังคม สำหรับสื่อสังคมออนไลน์และการเมือง แนวคิดพื้นที่สาธารณะของ Habermas (1989 อ้างถึงใน พรภัทรา ภาณุนันทน์, 2561) อธิบายถึงความสำคัญของพื้นที่ทางสังคมที่เปิดโอกาสให้ประชาชนอภิปรายประเด็นสาธารณะบนพื้นฐานของตรรกะและเหตุผล ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนด้วยตนเองของ Castells (2009; ผู้วิจัยแปล) อธิบายว่าระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สร้างรูปแบบและช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้บุคคลกระจายสารได้ด้วยตนเอง ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารของ McCombs and Shaw (1972 อ้างถึงใน อภิภู กิติกำธร, 2562: 99–132) ที่เดิมเชื่อว่าสื่อมวลชนเป็นผู้ชี้นำประเด็นความสนใจของสังคม และแนวคิดฟองสบู่แห่งการกรองและห้องแห่งเสียงสะท้อน ของ Pariser (2011 อ้างถึงใน พิรงรอง รามสูต พิมลพรรณ ไชยนันท์ และวิโรจน์ สุทธิสีมา, 2565: 7-32) ที่อธิบายว่า ระบบอัลกอริทึมมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกลั่นกรองข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้เพื่อนำเสนอเฉพาะเนื้อหาที่ตรงกับความพึงพอใจของผู้ใช้

ด้านการเปิดรับข่าวสาร ทฤษฎีความสอดคล้องทางจิตวิทยาและการเลือกเปิดรับของ Festinger (1957 อ้างถึงใน อรรถพร ปานกลัด และดวงกมล ชาติประเสริฐ, 2565: 154-169) กล่าวว่ามนุษย์แสวงหาข้อมูลที่ตรงกับความเชื่อเดิมของตน หากได้รับข้อมูลที่ขัดแย้งกับความเชื่อเดิมจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตวิทยา ส่งผลให้ผู้รับสาร เลือกเปิดรับ เลือกใส่ใจ และเลือกจดจำเฉพาะข้อมูลที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิม สำหรับคุณภาพของสื่อ ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสารของ Hovland et. al. (1953 อ้างถึงใน จิรปรียา อุปถัมภ์, 2567) ระบุว่าการยอมรับข่าวสารขึ้นอยู่กับความเชี่ยวชาญและความน่าไว้วางใจของแหล่งสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า วีระพล วงษ์ประเสริฐ และคณะ (2563: 141–154) พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติทางการเมือง พิรงรอง รามสูต และคณะ (2565: 7–32) พบว่าภาวะห้องแห่งเสียงสะท้อนส่งผลต่อพฤติกรรมการเมือง อธิชา วุฒิรังสี (2564: 90–106) พบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล นอกจากนี้ Sunstein (2017 อ้างถึงใน พระครูสังฆรักษ์ยศวีร์ ปมุตฺโต, 2568: 17–28) พบว่าการสื่อสารมวลชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการแบ่งขั้วทางการเมือง

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

สมมติฐานที่ 1: ประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

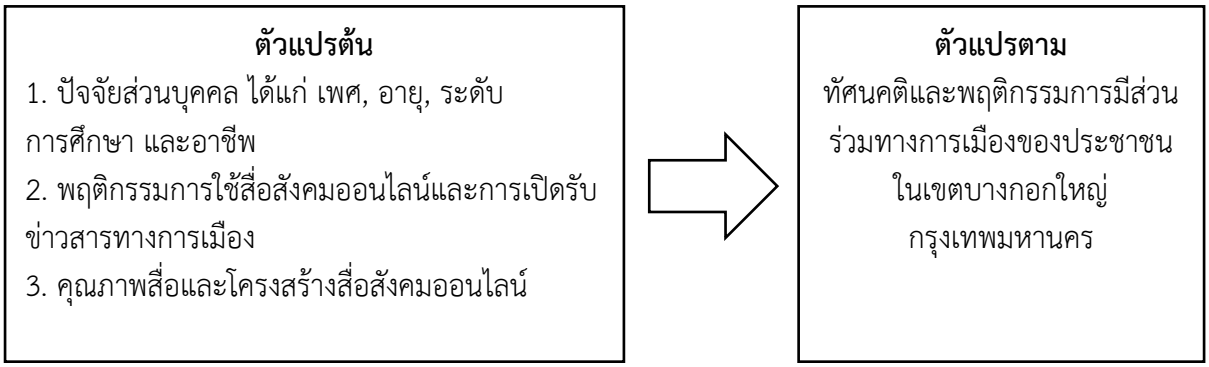
สมมติฐานที่ 2: ประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3: ประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4: ประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5: พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการดำเนินงานให้ครอบคลุมทั้งรายละเอียดของวิธีการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งสถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัยประกอบด้วยตัวแปร 2 ชุด ได้แก่ ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ 2) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และ 3) คุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ได้แก่ 1) ทัศนคติด้านความรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกต่อการเมือง Allport (1967 อ้างถึงใน สุกัญญา อามีน, 2539) และ 2) พฤติกรรมการมีส่วนร่วมและการสร้างวาทกรรมทางการเมือง (พระครูพิสุทธิธรรมาภรณ์, 2568: 72-80)

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ประชากรในการวิจัย คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และมีที่อยู่ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 65,997 คน (อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร, 2563)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 425 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง ตามสัดส่วนของประชากร โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) โดยมีค่าคลาดเคลื่อนยอมรับได้ที่ 0.05

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ไปสำรวจที่เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาตั้งแต่ มีนาคม 2569-สิงหาคม 2569

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ของ Likert (1967) แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (แบบเลือกตอบ) ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง (11 ข้อ) ส่วนที่ 3 การประเมินคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์ (7 ข้อ) และส่วนที่ 4 ทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชน (7 ข้อ) รวมทั้งหมด 25 ข้อ โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนนข้อคำถาม 5 ระดับ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง/มากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 5 คะแนน
เห็นด้วย/มาก	ให้คะแนนเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง/ไม่แน่ใจ	ให้คะแนนเท่ากับ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย/น้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/น้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20	หมายถึง	อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองตามลำดับขั้นตอนเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน ดังนี้

3.1 ลงพื้นที่ภาคสนามในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร เพื่อแจกแบบสอบถามทั้งแบบกระดาษและออนไลน์แก่กลุ่มตัวอย่าง พร้อมอธิบายวัตถุประสงค์ในการตอบแบบสอบถามดังกล่าว

3.2 ตรวจสอบความสมบูรณ์ ครบถ้วน ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมด คัดแยกฉบับที่ไม่สมบูรณ์ออก

3.3 บันทึกข้อมูลเข้าสู่โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พร้อมแปลงผลข้อมูลคะแนนในแต่ละข้อของแบบสอบถามที่เก็บได้ในรูปแบบ Code เพื่อการวิจัยทางสถิติและพร้อมเข้าสู่กระบวนการประมวลผลทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการโดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับตัวแปรเพศ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way

ANOVA) สำหรับตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ พร้อมการเปรียบเทียบคู่โดยวิธีของ Fisher (LSD) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.89, S.D. = 0.67) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเลือกเปิดรับข่าวสารและการให้ความสนใจ ($\bar{x}$ = 3.91, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เปิดรับข่าวสารการเมือง ($\bar{x}$ = 3.90, S.D. = 0.68) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเลือกตีความและจดจำ ($\bar{x}$ = 3.87, S.D. = 0.68)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง	$\overline{X}$	(S. D.)	แปลผล
1. ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เปิดรับข่าวสารการเมือง	3.90	0.68	มาก
2. การเลือกเปิดรับข่าวสารและการให้ความสนใจ	3.91	0.66	มาก
3. การเลือกตีความและจดจำ	3.87	0.68	มาก
รวม	3.89	0.67	มาก

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.87, S.D. = 0.68) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การตระหนักรู้ต่อโครงสร้างสื่อและอัลกอริทึม ($\bar{x}$ = 3.89, S.D. = 0.63) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ คุณภาพและความน่าเชื่อถือของข่าวสาร ($\bar{x}$ = 3.85, S.D. = 0.72)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

คุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์	$\overline{X}$	(S. D.)	แปลผล
1. คุณภาพและความน่าเชื่อถือของข่าวสาร	3.85	0.72	มาก
2. การตระหนักรู้ต่อโครงสร้างสื่อและอัลกอริทึม	3.89	0.63	มาก
รวม	3.87	0.68	มาก

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาระดับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.84, S.D. = 0.71) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ทัศนคติด้านความรู้ ความเชื่อ และ

ความรู้สึกต่อการเมือง ($\bar{x}$ = 3.94, S.D. = 0.65) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมและการสร้างวาทกรรมทางการเมือง ($\bar{x}$ = 3.73, S.D. = 0.77)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง	$\overline{X}$	(S. D.)	แปลผล
1. ทัศนคติด้านความรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกต่อการเมือง	3.94	0.65	มาก
2. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมและการสร้างวาทกรรมทางการเมือง	3.73	0.77	มาก
รวม	3.84	0.71	มาก

4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ (t = 2.23, p = .029) อายุ (F = 5.09, p = .000) ระดับการศึกษา (F = 16.14, p = .000) และอาชีพ (F = 2.32, p = .043) มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

4.2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และคุณภาพสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 149.91, p = .000) โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ความแปรผันได้ร้อยละ 42.00 (R^2 = .42) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน	**วิธีการทดสอบ**	**ค่าสถิติ**	**Sig.**	**ผลการทดสอบ**
1. เพศ	t-test	t = 2.23	.029*	ยอมรับ
2. อายุ	One-way ANOVA	F = 5.09	.000*	ยอมรับ
3. ระดับการศึกษา	One-way ANOVA	F = 16.14	.000*	ยอมรับ
4. อาชีพ	One-way ANOVA	F = 2.32	.043*	ยอมรับ
5. พฤติกรรมสื่อฯ และคุณภาพสื่อฯ	การถดถอยพหุคูณ	F = 149.91, R^2 = .42	.000*	ยอมรับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussions)

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

1. การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเลือกเปิดรับข่าวสารและการให้ความสนใจ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเลือก

ตีความและจดจำ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีความสอดคล้องทางจิตวิทยาและการเลือกเปิดรับของ Festinger (1957 อ้างถึงใน อรรถพร ปานกลัด และดวงกมล ชาติประเสริฐ, 2565: 154-169) ที่อธิบายว่ามนุษย์มีแนวโน้มเลือกเปิดรับข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิมของตนเป็นลำดับแรก ก่อนที่จะผ่านกระบวนการเลือกตีความและเลือกจดจำในลำดับถัดไป

2. การศึกษาระดับคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า ในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยที่สูง เช่น ด้านการตระหนักรู้ต่อโครงสร้างสื่อและอัลกอริทึมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนด้านอื่น ๆ ก็มีค่าเฉลี่ยลดหลั่นกันลงไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดฟองสบู่ของ Pariser (2011 อ้างถึงใน พิรงรอง รามสูต พิมลพรรณ ไชยนันท์ และวิโรจน์ สุทธิสีมา, 2565: 7-32) ที่ชี้ว่า ระบบอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มมีบทบาทสำคัญในการคัดกรองเนื้อหาที่ผู้ใช้ได้รับ การที่กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักรู้ต่อโครงสร้างสื่อและอัลกอริทึมในระดับสูงสุด แต่กลับให้คะแนนด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข่าวสารต่ำสุด อาจสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนรับรู้ถึงการทำงานของอัลกอริทึมที่คัดกรองเนื้อหาให้ตนเอง แต่ยังไม่มั่นใจว่าเนื้อหาที่ได้รับผ่านการคัดกรองนั้นมีความน่าเชื่อถือเพียงพอ และยังสอดคล้องกับทฤษฎีความน่าเชื่อถือแห่งแหล่งสารของ Hovland et. al. (1953 อ้างถึงใน จิรปรียา อุปถัมภ์, 2567) ที่ระบุว่า การยอมรับข่าวสารขึ้นอยู่กับการประเมินความเชี่ยวชาญและความน่าไว้วางใจของแหล่งสาร ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มเติมมากกว่าเพียงการตระหนักรู้ถึงการมีอยู่ของอัลกอริทึม

3. การศึกษาระดับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทัศนคติด้านความรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกต่อการเมือง ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมและการสร้างวาทกรรมทางการเมือง ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ประชาชนมีความรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกเชิงบวกต่อการเมืองในระดับสูง แต่ยังไม่ได้แปรเปลี่ยนไปสู่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมหรือการสร้างวาทกรรมทางการเมืองในระดับเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารมวลชนด้วยตนเองของ Castells (2009; ผู้วิจัยแปล) ที่ระบุว่า แม้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะเปิดโอกาสให้บุคคลกระจายสารได้ด้วยตนเอง แต่ในทางปฏิบัติประชาชนส่วนหนึ่งยังคงมีบทบาทเป็นผู้บริโภคเนื้อหามากกว่าผู้ผลิตเนื้อหา

4. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ทำให้ประชาชนมีทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า คุณลักษณะส่วนบุคคล โดยเฉพาะอายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อธิชา วุฒิรังสี (2564) ที่พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคล โดยเฉพาะอายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงและอายุน้อยกว่ามีแนวโน้มมีทักษะในการเข้าถึง ประเมิน และกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารได้ดีกว่า สำหรับความแตกต่างด้านอาชีพนั้นอาจอธิบายได้จากเงื่อนไขในการทำงานที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มข้าราชการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Castells (2009; ผู้วิจัยแปล) ที่ระบุว่า แพลตฟอร์มออนไลน์เป็น

ช่องทางสำคัญที่เปิดโอกาสให้บุคคลกระจายสารได้ด้วยตนเองโดยไม่ถูกจำกัดด้วยโครงสร้างองค์กรแบบเดิม อนึ่ง ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า คุณภาพสื่อและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากที่สุด (β = .45) มากกว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง (β = .31) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุมพล นันทศิริพล และคณะ (2568: 44-65) ที่พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและเกณฑ์การประเมินคุณภาพสื่อเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยให้ผู้รับสารประเมินและสร้างความไว้วางใจในสื่อได้อย่างมีเหตุผล ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าเพียงแค่การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณมากยังไม่เพียงพอที่จะนำไปสู่ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในเชิงบวก หากประชาชนขาดความสามารถในการประเมินความน่าเชื่อถือและความเป็นกลางของข่าวสารนั้น

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การวิจัยครั้งนี้นำไปสู่องค์ความรู้ที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. คุณภาพของสื่อมีบทบาทสำคัญยิ่งกว่าปริมาณการใช้สื่อ ผลการวิจัยพบว่าการประเมินคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากที่สุด มากกว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง สะท้อนให้เห็นว่าการเพิ่มปริมาณหรือความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว ไม่ได้เป็นเงื่อนไขเพียงพอที่จะนำไปสู่ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในเชิงบวก หากประชาชนไม่มีความสามารถในการประเมินคุณภาพของสื่อที่ตนเปิดรับควบคู่กันไปด้วย

2. ความตระหนักรู้ต่ออัลกอริทึมและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยด้านการตระหนักรู้ต่อโครงสร้างสื่อและอัลกอริทึมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มตัวชี้วัดด้านคุณภาพสื่อ องค์ความรู้นี้ชี้ให้เห็นว่า การตระหนักรู้อาจทำหน้าที่เป็นกลไกป้องกันมากกว่าที่จะเป็นปัญหาเสียเอง

3. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ประชาชนมีทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ องค์ความรู้นี้ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่อาจใช้แนวทางเดียวกันกับประชากรทุกกลุ่มได้ แต่จำเป็นต้องออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่ม

4. แม้ประชาชนในพื้นที่ศึกษาจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองอยู่ในระดับมาก แต่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมและการสร้างวาทกรรมทางการเมืองกลับเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด แสดงให้เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่ยังคงมีบทบาทเป็นผู้บริโภคเนื้อหามากกว่าผู้สร้างสรรค์เนื้อหาทางการเมือง อย่างเต็มรูปแบบ

โดยสรุป ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนควรมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการประเมินคุณภาพสื่อและความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ มากกว่าการเพิ่มปริมาณการเปิดรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว โดยควรคำนึงถึงความแตกต่างทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ประกอบด้วย เพื่อให้การส่งเสริมดังกล่าวมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลกาวิจัยไปใช้

1.1 คุณภาพของสื่อมีบทบาทสำคัญยิ่งกว่าปริมาณการใช้สื่อ ผลการวิจัยพบว่าการประเมินคุณภาพและโครงสร้างสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากที่สุด มากกว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง สะท้อนให้เห็นว่าการเพิ่มปริมาณหรือความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว ไม่ได้เป็นเงื่อนไขเพียงพอที่จะนำไปสู่ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในเชิงบวก หากประชาชนไม่มีความสามารถในการประเมินคุณภาพของสื่อที่ตนเปิดรับควบคู่กันไปด้วย

1.2 ความตระหนักรู้ต่ออัลกอริทึมและฟองสบู่แห่งการกรอง ไม่ได้ส่งผลเชิงลบต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองเสมอไปตามที่มักเข้าใจกัน แต่ในทางตรงกันข้ามกลับเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมือง แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีความตระหนักรู้ถึงกลไกการทำงานของอัลกอริทึมในระดับสูง มักมีวิจารณญาณในการรับฟังข่าวสารมากขึ้นตามไปด้วย และสามารถสะท้อนความคิดเห็นทางการเมืองของตนได้อย่างสมเหตุสมผล องค์ความรู้นี้ชี้ให้เห็นว่า การตระหนักรู้และการได้รับผลกระทบเชิงลบจากฟองสบู่ตัวกรองอาจเป็นคนละมิติกัน และการตระหนักรู้อาจทำหน้าที่เป็นกลไกป้องกันมากกว่าที่จะเป็นปัญหาเสียเอง

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองออนไลน์ในลักษณะที่แตกต่างกันตามกลุ่มประชากร โดยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันไปด้วย กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มระมัดระวังและหวาดระแวงต่อข่าวปลอมมากกว่าเพศชาย ขณะที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงมีพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในระดับที่สูงกว่ากลุ่มอื่น องค์ความรู้นี้ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่อาจใช้แนวทางเดียวกันกับประชากรทุกกลุ่มได้ แต่จำเป็นต้องออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

โดยสรุป องค์ความรู้จากการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในยุคดิจิทัลไม่ได้ขึ้นอยู่กับการเพิ่มปริมาณการเปิดรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการพัฒนาทักษะการประเมินคุณภาพสื่อและความตระหนักรู้เชิงวิพากษ์ต่อกลไกอัลกอริทึม ควบคู่ไปกับการออกแบบแนวทางที่คำนึงถึงความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรที่จะต้องศึกษาตัวแปรเพิ่มเติม เช่น ความเข้าใจในระบอบประชาธิปไตย และการรับรู้ถึงอคติของ AI

2.2 ควรที่จะต้องใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed-methods Research) เพื่อให้ได้ความเข้าใจเชิงลึก ที่ตัวเลขเชิงปริมาณไม่สามารถสะท้อนได้ครบถ้วน

2.3 ควรที่จะต้องศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเขตต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร เพื่อตรวจสอบว่าบริบทที่ต่างกันส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างไร

2.4 ควรที่จะต้องทำการวิจัยระยะยาว เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามช่วงเวลา

เอกสารอ้างอิง (References)

จิรปรียา อุปถัมภ์. (2567). **ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวรายการแซ็คเล่าเม้าข่าว ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ นิเทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จุมพล นันทศิริพล วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล. (2568). สมรรถนะและตัวชี้วัดการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัลของผู้ใหญ่ในชุมชนท่องเที่ยว. **วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**. 14(3): 44-65.

พระครูพิสุทธิธรรมาภรณ์. (2568). สื่อสังคมออนไลน์กับการสร้างวาทกรรมทางการเมือง: ผลกระทบต่อการรับรู้ความจริงของพลเมือง. **วารสารวิชาการจินตาสิทธิ์**. 3(2): 72-80.

พระครูสังฆรักษ์ยศวีร์ ปมุตฺโต. (2568). บทบาทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการขับเคลื่อนประชาธิปไตยยุคดิจิทัล. **วารสารกว๊านพะเยา.** 2(4): 17-28.

พรภัทรา ภาณุนันทน์. (2561). **สื่อสังคมออนไลน์กับการเป็นพื้นที่สาธารณะในสังคมไทย.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตรการเมือง. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิรงรอง รามสูต พิมลพรรณ ไชยนันท์ และ วิโรจน์ สุทธิสีมา. (2565). ห้องแห่งเสียงสะท้อนออนไลน์กับผู้ออกเสียงเลือกตั้งครั้งแรกในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562. **วารสารสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.** 52(2): 7-32.

วีระพล วงษ์ประเสริฐ ธัญวรัตม์ เจียรประดิษฐ์ และ สุพัตรา โคบุตร. (2563). ทวิตเตอร์ (Twitter) กับทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของเยาวชนไทยที่สยามสแควร์. **วารสารรัชต์ภาคย์**. 14(32): 141-154.

สุกัญญา อามีน. (2539). **การศึกษา ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อมร พิกุลงามโชติ และณฐมน หมวกฉิม. (2564). การศึกษาวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาประชาชนในเขตบางกะปิ. **Rajapark Journal**. 15(39): 124-136.

อธิชา วุฒิรังสี. (2564). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ. **วารสารสหศาสตร์**. 21(1): 90-106.

อภิภู กิติกำธร. (2562). การกำหนดวาระข่าวสารในบริบทสื่อดิจิทัล: สถานภาพองค์ความรู้และทิศทางงานวิจัยในอนาคต. **วารสารการสื่อสารมวลชน.** 7(1): 99-132.

อรรถพร ปานกลัด และดวงกมล ชาติประเสริฐ. (2565). ปริมาณและลักษณะการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนของคนไทย. **วารสารนิเทศศาสตร์.** 40(3): 154-169.

Baron, R. A., & Byrne, D. (2000). **Social psychology**. 9th ed. Allyn & Bacon.

Castells, M. (2009). **Communication power**. Oxford University Press.

Likert, R. (1967). **The human organization: Its management and value**. McGraw-Hill.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis**. 3rd ed. Harper & Row.


ASR