

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

แพรวพรรณ ปานนุช¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันในการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20 - 29 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว สำหรับพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมส่วนใหญ่ใช้ Facebook ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ความถี่ในการใช้สื่อสังคมในการเปิดรับข่าวสารการเมืองประมาณ 3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์ และใช้เวลาประมาณ 31 - 45 นาที การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมอยู่ในระดับปานกลางส่วนใหญ่เกี่ยวกับการติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ทั่วๆ ไป ด้านการเมืองการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีส่วนร่วมด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารมากที่สุด สำหรับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีส่วนร่วมด้านกิจกรรมทางการเมืองมากที่สุด การทดสอบสมมติฐานผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรม的开รับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ รวมทั้งการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

คำสำคัญ: สื่อสังคม, พฤติกรรม的开รับสื่อ, การมีส่วนร่วมทางการเมือง

ชื่อผู้ติดต่อบทความ: แพรวพรรณ ปานนุช

E-mail: PRAEWPAN_SRU@HOTMAIL.COM

(Received: September 12, 2017; Revised: March 29, 2018; Accepted: July 6, 2018)

¹ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี E-mail: PRAEWPAN_SRU@HOTMAIL.COM

The Relationship between Behavior of Social Media Exposure and Political Participation of People in Suratthani Province

Praewpan Parnnuch¹

Abstract

The objectives of this research were to study social media exposure behaviors of political information, political participation and the relationship between behavior of Social Media exposure and political participation of people in Suratthani Province. The quantitative method was used for this research. Questionnaires were used to collect data from 400 samples. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson's correlation. The results of this study showed as follows: The samples mostly were females aged between 20 - 29 years old, graduated in secondary education and worked as self-employed. The sampling population used Facebook on smartphone for accessing political information. The frequency of exposure was 3 - 4 times per week and they spent 31 - 45 minutes. Besides, the social media exposure of political content was medium level and the most exposure was political situations. The political participation on online social media spaces was at a low level and the most participation was information and communication. The political participation on offline spaces was at a medium level and the most participation was activity of politics. The results of hypothesis testing revealed that the relationship between the social media exposure behaviors of political information and the political participation on online social media spaces were positively correlated with high levels and the political participation on offline spaces was positively correlated with medium levels. In addition, the relationship between the political participation on online social media spaces and the political participation on offline spaces was positively correlated with the highest level with significance at the 0.01 level.

Keywords: Social Media, Media Exposure Behaviors, Political Participation

Corresponding Author: PRAEWPAN PARNUCH

E-mail: PRAEWPAN_SRU@HOTMAIL.COM

¹ Dr. in Faculty of Management Sciences, Suratthani Rajabhat University.

E-mail: PRAEWPAN_SRU@HOTMAIL.COM

1. บทนำ

ปัจจุบันบทบาทของประชาชนกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองมีพัฒนาการมากขึ้น ซึ่งการพัฒนาทางด้านสื่อสารนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงพร้อมทั้งขับเคลื่อนในการเคลื่อนไหวต่างๆ ซึ่งเมื่อการพัฒนาด้านการสื่อสารส่งผลต่อรูปแบบในการเคลื่อนไหวและการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้วยเช่นกัน จนกระทั่งปัจจุบันบทบาทของสื่อสังคม (Social Media) นับว่ามีความสำคัญอย่างมากในการติดต่อสื่อสาร การรวมกลุ่มหรือการเผยแพร่ข่าวสาร รวมทั้งยังเป็นการสื่อสารที่แพร่หลายและมีอัตราผู้ใช้งานมากขึ้น

จังหวัดสุราษฎร์ธานีนับว่าเป็นจังหวัดสำคัญแห่งหนึ่งของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย โดยเป็นศูนย์กลางทางการค้า การลงทุน และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอันดับต้นๆ ซึ่งจากการเคลื่อนไหวทางการเมืองระดับประเทศหลายครั้งตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเคลื่อนไหวล่าสุดที่มีการใช้ช่องทางสื่อสังคมเป็นสื่อกลาง เช่น กลุ่มคนเสื้อหลากสีสุราษฎร์ธานี กลุ่ม กปปส.สุราษฎร์ธานี รวมทั้งการเคลื่อนไหวของกลุ่มหน้ากากขาวสุราษฎร์ธานี โดยมีการรวมตัวเดินขบวนขับไล่รัฐบาล ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการใช้สื่อสังคมเป็นช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร นัดหมายการชุมนุม รายงานเหตุการณ์ และได้รับอิทธิพลเชื่อมโยงจากการรวมตัวที่เกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานครในก่อนหน้านี้ และยังพบว่ามีการจัดตั้งกลุ่มและแฟนเพจทางสื่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการเมืองอีกหลายกลุ่มด้วยกัน

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อสังคมและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อทราบถึงพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) ซึ่งเป็นสื่อที่ก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญในกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันในหลายด้าน รวมทั้งด้านการเมือง และเพื่อทราบถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีทั้งในพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ ในการศึกษาดังกล่าวเป็นการสะท้อนถึงศักยภาพและการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่อประเด็นที่มีความสำคัญอย่างเทคโนโลยีการสื่อสารและการเมือง

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์

3. การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร

ในกระบวนการการสื่อสารนั้น ผู้รับสารแต่ละคนจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ความความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ซึ่ง Klapper (1960: 19 - 25) ได้อธิบายกระบวนการเลือกสรรข่าวสารไว้เป็นขั้นตอนดังนี้

- 1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) คือ แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง
- 2) การรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) ผู้รับสารแต่ละคนตีความหมายข่าวสารที่แตกต่างกัน เลือกตีความตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ความคาดหวังตามแรงจูงใจ สภาวะร่างกาย สภาวะอารมณ์ในขณะนั้น
- 3) การเลือกจดจำ (Selective Retention) ผู้รับสารมีแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะบางส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่ต้องการ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ในการสื่อสารนับว่าผู้รับสารมีความสำคัญโดยกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร คือ ตัวผู้สื่อสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ยุบล เบญจรงค์กิจ (2534: 68 - 69) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จะเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่องซึ่งความต้องการ (และที่มาของความต้องการ) แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจที่ติดตามมาจะเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ในการศึกษาวิจัยอาจจะเจาะศึกษาในช่วงใดช่วงหนึ่งก็ได้ โดยพฤติกรรมของมนุษย์อธิบายได้ว่าเกิดจากความต้องการ (Needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่างๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้น เพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุกด้านของมนุษย์แต่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่าง เช่น ความต้องการข่าวสาร ข้อมูล หรือต้องการชดเชยบางสิ่งบางอย่างที่ขาดไปหรือหาไม่ได้ในขณะนั้น เช่น ความต้องการมีการสื่อสารกับผู้อื่น ดังนั้น การบริโภคสื่อจึงเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุล และทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้กับความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนคงอยู่ได้อย่างปกติ

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

การมีส่วนร่วมทางการเมืองนับว่าเป็นบทบาทสำคัญของประชาชนที่อยู่ภายใต้การปกครองระบบประชาธิปไตย โดยการมีส่วนร่วมทางการเมืองมีกิจกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่ง Weiner (อ้างใน สิทธิพันธ์

พุทธahun, 2541: 155 - 156) ได้สรุปนิยามความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยแบ่งออกได้เป็น 10 ความหมาย คือ

1. การให้การสนับสนุนและการเรียกร้องต่อผู้นำรัฐบาลเพื่อให้สนองตอบต่อความต้องการใดๆ
2. ความพยายามที่จะสร้างผลกระทบต่อการดำเนินงานของรัฐที่ได้ผลและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. กิจกรรมทางการเมืองที่ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น การออกเสียง การยื่นข้อเรียกร้องการประท้วง การลือบบี้ เป็นต้น
4. การใช้สิทธิเลือกตัวแทนเข้าไปใช้อำนาจแทนตนเอง
5. ความรู้สึกแปลกแยกหรือตีตนออกจากระบบการเมืองอันเนื่องมาจากการถูกกีดกันไม่ให้เขาได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วม พวกเขามีศักยภาพที่จะกลับเข้ามาแก้ไขระบบการเมืองเพื่อให้เป็นไปในแนวทางที่พวกเขาเห็นว่าเหมาะสมหรือยุติธรรมกว่าเก่า
6. กิจกรรมของพวกที่ตื่นตัวในทางการเมืองซึ่งกิจกรรมเหล่านี้รวมไปถึงการพูดคุย การถกเถียงปัญหาในทางการเมืองก็ได้
7. กิจกรรมทางการเมืองทุกชนิด ทั้งแบบที่ใช้ความรุนแรง และแบบที่ไม่ใช้ความรุนแรง
8. กิจกรรมทางการเมืองและกิจกรรมที่ต้องการเข้าไปมีอิทธิพลต่อการดำเนินการของข้าราชการด้วย
9. กิจกรรมต่างๆ ที่กระทบต่อการเมืองระดับชาติ แต่บางคนมองว่าจะต้องรวมถึงกิจกรรมที่กระทบต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วย
10. กิจกรรมทุกชนิดที่เป็นการเมือง

การมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญในระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยเป็นการบ่งบอกถึงระดับความเป็นประชาธิปไตย ทั้งนี้รูปแบบและระดับของการมีส่วนร่วมอาจแบ่งออกได้หลายรูปแบบตามบริบทและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นการปกครองแบบประชาธิปไตยเช่นเดียวกันแต่จะมีรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการที่ประชาชนได้เข้าไปมีบทบาทขับเคลื่อนในการเมืองการปกครองหรือการแสดงออกถึงการตื่นตัวทางการเมืองในทิศทางต่างๆ

แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere)

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553: 373 - 374) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะโดยฮาเบอร์มาส Habermas ผู้ที่เสนอแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ เขาสนใจกระบวนการสื่อสารร่วมกัน (Intersubjective Communication) และการสื่อสารเพื่อการปลดปล่อยไปสู่เสรีภาพ ซึ่งการสื่อสารแบบนี้เคยเกิดขึ้นแล้วในปริมณฑลที่เรียกว่า “พื้นที่สาธารณะ” ของชนชั้นกลางในศตวรรษที่ 17 - 18 โดยความหมายของพื้นที่สาธารณะประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ คำว่า “พื้นที่” และคำว่า “สาธารณะ” โดยมีความหมายดังนี้

“พื้นที่” มีความหมายของนัยยะนามธรรมและรูปธรรม ในแง่รูปธรรม หมายถึง อาณาบริเวณแห่งใดแห่งหนึ่ง (Area) ที่มีการแบ่งกันเขตเอาไว้อย่างแน่นอน (Boundary) เช่น พื้นที่ในโรงงาน พื้นที่ในบ้าน พื้นที่ในบริเวณวัด พื้นที่ในศูนย์การค้า พื้นที่หน้าจอโทรทัศน์ พื้นที่บนจอคอมพิวเตอร์ ฯลฯ ในแง่นามธรรม

“พื้นที่” จะหมายถึงเวที (ทางนามธรรม) ที่มีการเอาไปใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม ซึ่งนอกจากมีการเข้าไปครอบครองแล้วยังมีการการช่วงชิงต่อสู้การยึดครองอยู่ตลอดเวลา เช่น พื้นที่ริมฟุตบาทของถนน หากกลุ่มหาบเร่แผงลอยเข้าไปยึดครองก็กลายเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจ และ

หากตำรวจเข้าไปจับกุมก็เป็นพื้นที่การเมือง ในความหมายนามธรรมนี้เองพื้นที่บนสื่อมวลชนทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร บทเพลง หน้าเว็บไซต์ จะกลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีบุคคลกลุ่มต่างๆ เข้าไปครอบครองและเข้าไปช่วงชิงอยู่เสมอ

“สาธารณะ” (Public) ในความหมายที่เข้าใจอยู่ทั่วไปมีความหมายเทียบเท่า “ส่วนรวม” และอยู่ตรงกันข้ามกับคำว่า “ส่วนตัว” (Private) ดังนั้น ความหมายของ “สาธารณะ” จึงขยายกว้างออกไปถึงผลประโยชน์ส่วนรวม/คนหมู่มาก ที่อาจจะสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลประโยชน์ส่วนตัว

เมื่อนำคำทั้ง 2 มารวมกันคำนิยามของพื้นที่สาธารณะของฮาเบอร์มานั้น คือ พื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้สึกร่วม (Sense of Public) พื้นที่เช่นนี้มีความหมายสำคัญสำหรับประชาธิปไตย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่บุคคลเข้าไปในปริภูมิพลนั้น จะมีสถานะเป็นผู้กระทำ (Actor) ที่มีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันในการตัดสินใจในกระบวนการสื่อสารแบบอภิปรายโต้แย้งกันด้วยการใช้เหตุผล (Communication Rationality) ใช้ผลเชิงการสื่อสารเพื่อตัดสินใจหาคำตอบที่ดีที่สุดร่วมกัน มิใช่การตัดสินใจบนอำนาจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือตัดสินใจตามประเพณีที่เคยทำๆ กันมา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรัณญา ไชยวรรณ (2554) ได้ศึกษาเรื่องสื่อใหม่ในสังคมการเมืองไทย กรณีศึกษา เฟซบุ๊ก วอยซ์ทีวี พบว่า เฟซบุ๊ก วอยซ์ทีวี นอกจากจะถือเป็นปรากฏการณ์สื่อใหม่ที่สะท้อนความเคลื่อนไหวในแวดวงธุรกิจสื่อในสังคมไทย ยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้คนซึ่งส่วนใหญ่ คือ ชนชั้นกลางในสังคมไทย โดยเฉพาะการใช้สื่อใหม่เพื่อติดตามบริโภคข่าวสารที่แตกต่างออกไปจากการนำเสนอของสื่อกระแสหลักและการแสวงหาพื้นที่สาธารณะเพื่อสื่อสารความคิดเห็นทางการเมืองในเงื่อนไขเชิงโครงสร้างที่สื่อส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในการกำกับควบคุมของรัฐ งานศึกษายังพบว่าการใช้สื่อใหม่ของภาคธุรกิจสื่อ มีแนวโน้มที่จะนำเสนอประเด็นข่าวทางการเมืองในประเด็นเนื้อหาและทำที่ที่แตกต่างออกไปจากสื่อกระแสหลัก โดยเฉพาะการเน้นรายการเชิงวิเคราะห์เจาะลึกผ่านการสัมภาษณ์แหล่งข่าวสำคัญหรือบุคคลสาธารณะ ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้ใช้สื่อใหม่ (กรณีศึกษา กลุ่มผู้ติดตาม เฟซบุ๊ก วอยซ์ทีวี) พบว่า ปัจจุบันการแพร่กระจายของตัวเทคโนโลยี และเครือข่ายการสื่อสารในโลกอินเทอร์เน็ตสอดคล้องสัมพันธ์ไปกับการตื่นตัวและมีส่วนร่วมทางการเมืองของชนชั้นกลางที่ต้องการสร้างชุมชนการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ เพื่อแสดงออกในความเห็นทางการเมืองของพวกเขาในสังคมประชาธิปไตย และการเคลื่อนไหวทางการเมืองรูปแบบใหม่ ผ่านการมีส่วนร่วมในพื้นที่สาธารณะหรือชุมชนแบบใหม่ที่กำลังถูกสร้างขึ้น อย่างสร้างสรรค์ผ่านการใช้สื่อใหม่และการบริโภคข่าวสารของพวกเขาในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

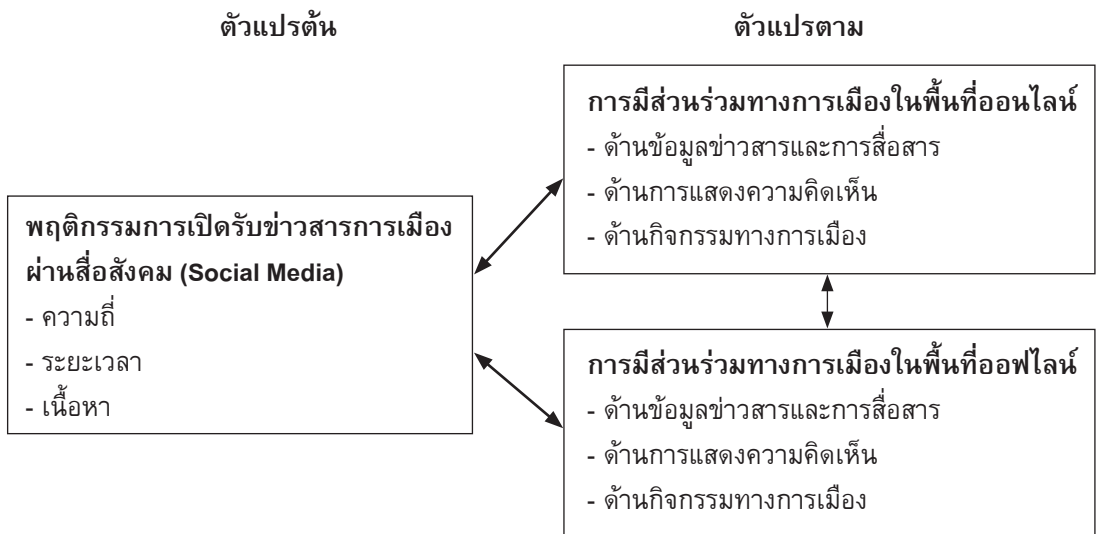
นภดล ปันติบ (2552) การศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของกลุ่มเยาวชนพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยเชียงใหม่ การแสดงออกทางการเมืองผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับบ่อย เช่น การเข้าไปหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเมื่อต้องการรู้ข่าวสารด้านการเมืองเกี่ยวกับกลุ่มพันธมิตร การเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการเมืองทางอินเทอร์เน็ต การพูดคุยกับสมาชิกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของกลุ่มพันธมิตรและของรัฐบาลผ่านทาง MSN การเข้าชมรายการโทรทัศน์ของช่อง ASTV ทางอินเทอร์เน็ต เช่น การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองทางอินเทอร์เน็ต การเชิญชวนและ

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ถูกเชิญชวนผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้สมาชิกไปร่วมการเสนาหาทางการเมืองของการส่งข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มพันธมิตรให้เพื่อนผ่านทางอีเมล การวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลบนเว็บไซต์ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเมืองเพิ่มเติมในส่วนที่ทำนรู้ทางอินเทอร์เน็ต การเข้าไปตั้งกระทู้และขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเมืองทางอินเทอร์เน็ตและการตอบคำถามในเรื่องทางการเมืองเมื่อมีสมาชิกเข้ามาตั้งกระทู้ถามเกี่ยวกับกลุ่มพันธมิตร

3.2 กรอบแนวคิด

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาจึงกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

3.3.1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์

3.3.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์

3.3.3 การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ประชากร คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20 - 69 ปี อาศัยอยู่ในอำเภอต่างๆ ทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเคยมีประสบการณ์การเปิดรับข่าวสารสื่อสารด้านการเมืองผ่านสื่อสังคม (Social Media)

4.2 เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมและการเลือกตัวอย่างแบบกลุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิโดยแบ่งอำเภอทั้งหมด 19 อำเภอ มีการแบ่งโดยหลักความเจริญทางโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมี 5 ชั้นภูมิและกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละอำเภอแบบสัดส่วน จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีวิเคราะห์ การแปลผล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยการสร้างเครื่องมือจากการศึกษาข้อมูลแนวคิดและทฤษฎี ตัวแปร รวมทั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนำแบบสอบถามที่ได้ให้กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบจากนั้นนำไปทดสอบเพื่อความเชื่อมั่นจำนวน 30 ชุด ได้ค่าสัมประสิทธิ์ค่า Cronbach's Alpha โดยรวมอยู่ที่ 0.88 ซึ่งมีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง และแปลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการบรรยายข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมานเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สันในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการวัดการจากวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการพรรณนาความ

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยการศึกษาระดับประชากรในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่มีประสบการณ์การเปิดรับข่าวสารสื่อสารด้านการเมืองผ่านสื่อสังคม (Social Media) โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ โดยมีผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	238	59.50
ชาย	162	40.50
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29 ปี	190	47.50
30 - 39 ปี	95	23.80
40 - 49 ปี	73	18.30
50 - 59 ปี	39	9.80
60 - 69 ปี	3	0.80
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	72	18.00
มัธยมศึกษา	118	29.50
อนุปริญญา	106	26.50
ปริญญาตรี	93	23.30
ปริญญาโท	11	2.80
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	100	25.00
พนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ	78	19.50
รับราชการ	29	7.30
ธุรกิจส่วนตัว	116	29.00
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	77	19.30
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ตามลำดับ มีอายุ 20 - 29 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาอายุ 30 - 39 ปี ส่วนอายุ 60 - 69 ปีน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ การศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาเป็นระดับอนุปริญญาคิดเป็นร้อยละ 26.50 ส่วนระดับปริญญาโทน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมา คือนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนอาชีพรับราชการน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

พฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคม (Social Media)

ในการศึกษาพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคม (Social Media) แบ่งเป็นประเภท รูปแบบการเข้าใช้ ระดับความถี่ และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคม (Social Media) เพื่อการเปิดรับข่าวสารการเมือง มีผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของประเภทของสื่อสังคม (Social Media)

อันดับการใช้สื่อสังคม (Social Media)	ประเภทสื่อสังคม (Social Media)				
	Facebook	LINE	YouTube	Twitter	Instagram
1	87.50	7.50	2.80	1.80	1.00
2	9.00	56.80	12.30	3.00	3.00
3	1.50	13.30	24.00	2.30	12.80
4	1.00	4.00	8.30	4.00	13.30
5	0.00	0.80	5.00	10.80	3.30

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า อันดับของสื่อสังคม (Social Media) อันดับที่ 1 ส่วนใหญ่ คือ Facebook คิดเป็นร้อยละ 87.50 อันดับที่ 2 LINE คิดเป็นร้อยละ 56.80 อันดับที่ 3 YouTube คิดเป็นร้อยละ 24.00 อันดับที่ 4 Instagram คิดเป็นร้อยละ 13.30 และ Twitter อยู่ในอันดับที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 10.80

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของรูปแบบการเข้าใช้สื่อสังคม (Social Media)

รูปแบบการเข้าใช้	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)	372	93.00
โน้ตบุ๊ก Laptop/ Notebook	94	23.50
เครื่องคอมพิวเตอร์ PC/MAC	63	15.80
แท็บเล็ต ไอแพด ipad/tablet	57	14.30
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคม (Social Media) ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.00 รองลงมา คือ โน้ตบุ๊ก Laptop/Notebook คิดเป็นร้อยละ 23.50 ส่วนเครื่องคอมพิวเตอร์ PC/MAC คิดเป็นร้อยละ 15.80 และแท็บเล็ต ไอแพด ipad/tablet น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 14.30 ตามลำดับ จากรูปแบบการเข้าใช้สื่อสังคม (Social Media) ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองส่วนใหญ่ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) ซึ่งเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วและเป็นที่ยอมรับสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคม (Social Media)

พฤติกรรม การเปิดรับ ข่าวสาร	ระดับความถี่					ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ความหมาย
	ทุกวัน	5 - 6 ครั้ง/ สัปดาห์	3 - 4 ครั้ง/ สัปดาห์	1 - 2 ครั้ง/ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 ครั้ง/ สัปดาห์			
	5	4	3	2	1			
ความถี่	16.00	19.30	34.80	18.30	11.80	3.10	1.22	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคม (Social Media) ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางค่าเฉลี่ย 3.10 โดยมีความถี่การเปิดรับ 3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมาเป็น 5 - 6 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 19.30 และ 1 - 2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 18.30 ส่วนความถี่ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 11.80

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาในการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองผ่านทางสื่อสังคม (Social Media)

พฤติกรรม การเปิดรับ ข่าวสาร	ระยะเวลา					ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ความหมาย
	มากกว่า 60 นาที	46 - 60 นาที	31 - 45 นาที	15 - 30 นาที	น้อยกว่า 15 นาที			
	5	4	3	2	1			
ระยะเวลา	10.80	13.80	34.50	23.30	17.80	2.76	1.21	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคม (Social Media) ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.76 โดยมีระยะเวลาในการเปิดรับ 31 - 45 นาทีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาเป็น 15 - 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 23.30 และน้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 17.80 ส่วน 46 - 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 13.80 และมากกว่า 60 นาที น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 10.80

การมีส่วนร่วมทางการเมือง

ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่สังคมออนไลน์ คือ การแสดงออกด้านการเมืองใน Social Media เพื่อเป็นการวิเคราะห์ความสามารถของสื่อสังคม (Social Media) ในยุคของ

เทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้ามาช่วยในกิจกรรมต่างๆ ของสังคมรวมทั้งวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อสังคม (Social Media) โดยแบ่งเป็น ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร ด้านการแสดงความคิดเห็น และด้านกิจกรรมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่สังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร ด้านการแสดงความคิดเห็น และด้านกิจกรรมทางการเมือง โดยมีผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์

การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ความหมาย
ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	2.79	0.83	ปานกลาง
ด้านการแสดงความคิดเห็น	2.45	0.89	น้อย
ด้านกิจกรรมทางการเมือง	2.35	0.96	น้อย
รวม	2.53	0.83	น้อย

จากตารางที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.53 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า มีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.79 รองลงมา คือ ด้านการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.45 และด้านกิจกรรมทางการเมือง อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์

การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ความหมาย
ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	2.79	0.78	ปานกลาง
ด้านการแสดงความคิดเห็น	2.36	0.94	น้อย
ด้านกิจกรรมทางการเมือง	3.06	0.98	ปานกลาง
รวม	2.73	0.76	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.73 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ด้านกิจกรรมทางการเมือง ซึ่งเป็นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมา คือ ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.79 และด้านการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.36 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์

ตารางที่ 8 สรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร	การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์			
	ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	ด้านการแสดงความคิดเห็น	ด้านกิจกรรมทางการเมือง	รวม
ความถี่	ปานกลาง (0.453**)	ปานกลาง (0.425**)	ต่ำ (0.389**)	ปานกลาง (0.456**)
ระยะเวลา	ปานกลาง (0.407**)	ต่ำ (0.355**)	ต่ำ (0.311**)	ต่ำ (0.386**)
เนื้อหา	ปานกลาง (0.407**)	ต่ำ (0.355**)	สูง (0.731**)	สูง (0.777**)
รวม	สูง (0.610**)	ปานกลาง (0.566**)	ปานกลาง (0.541**)	สูง (0.619**)

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าในวงเล็บ คือ ค่า Pearson Correlation

จากตารางที่ 8 ผลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) พบว่า พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ ที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า

ความถี่ในเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารและด้านการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านกิจกรรมทางการเมืองอยู่ในระดับต่ำ

ระยะเวลาในเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารและด้านการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำ ส่วนด้านกิจกรรมทางการเมืองอยู่ในระดับต่ำ

เนื้อหาในเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารและด้านการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำ ส่วนด้านกิจกรรมทางการเมืองอยู่ในระดับต่ำ สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์

ตารางที่ 9 สรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์

พฤติกรรมเปิดรับข่าวสาร	การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์			
	ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	ด้านการแสดงความคิดเห็น	ด้านกิจกรรมทางการเมือง	รวม
ความถี่	ปานกลาง (0.426**)	ต่ำ (0.384**)	ต่ำ (0.241**)	ปานกลาง (0.406**)
ระยะเวลา	ต่ำ (0.378**)	ต่ำ (0.282**)	ต่ำมาก (0.183**)	ต่ำ (0.323**)
เนื้อหา	สูง (0.649**)	สูง (0.683**)	ปานกลาง (0.467**)	สูง (0.702**)
รวม	ปานกลาง (0.563**)	ปานกลาง (0.563**)	ต่ำ (0.335**)	ปานกลาง (0.545**)

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าในวงเล็บ คือ ค่า Pearson Correlation

จากตารางที่ 9 ผลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ พบว่า พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า

ความถี่ในเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการแสดงความคิดเห็นและด้านกิจกรรมทางการเมืองอยู่ในระดับต่ำ

ระยะเวลาในเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ทั้งด้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร ด้านการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำส่วนด้านกิจกรรมทางการเมืองอยู่ในระดับต่ำมาก

เนื้อหาในเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร ด้านการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงและด้านกิจกรรมทางการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 3 การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์

ความสัมพันธ์	Pearson Correlation	prob. (2-tailed)	ความสัมพันธ์
การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ มีความสัมพันธ์การมีส่วนร่วมทางการเมือง ในพื้นที่ออฟไลน์	0.801**	.000*	เชิงบวก ระดับสูงมาก

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์นั้นเกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ตามที่ Todd hunt and Brent D. Ruben (1993) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลนั้นมาจากการต้องการการใช้ประโยชน์ รวมทั้งเป้าหมายซึ่งมนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายและกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ ซึ่งจากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ในทางบวก ซึ่งหากมีการเปิดรับปานกลางหรือน้อยก็จะทำให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยไปด้วย โดยลักษณะดังกล่าวเป็นการเลือกใช้สื่อตามความต้องการหรือ

ความสนใจของผู้รับสารเองในลักษณะของ Active Audience ทั้งนี้ลักษณะของสื่อก็เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้รับสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคม (Social Media) ที่เอื้อให้ผู้รับสารเลือกเปิดรับได้ตามความสนใจของตนเอง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทวิช เหล่าวิชา (2556) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาทางการเมือง ทศนคติทางการเมือง มีความสัมพันธ์ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และยิ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุบลวรรณ อยู่สุข (2551) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์ในหลายด้าน เช่น การไปใช้สิทธิและชักชวนผู้อื่นไปเลือกตั้ง การเข้าร่วมชุมนุมหรือการประชุม การพูดคุยหรือสนทนาเกี่ยวกับการเมือง การลงสมัครรับเลือกตั้ง การไปฟังการหาเสียงของนักการเมือง และการช่วยผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้งรวมทั้งการติดตามข่าวสารการเมือง เป็นต้น ซึ่งการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามรูปแบบและระดับการต่างๆ ตามแนวคิดของ Milbrath (อ้างใน สมบัติ ขำรงธัญวงศ์, 2548: 384) ที่กล่าวถึงบุคคลที่อยู่ในลำดับขั้นของการเกี่ยวพันทางการเมืองเดียวกัน มีแนวโน้มที่จะมีกิจกรรมทางการเมืองเหมือนกัน ผู้ที่มีลำดับขั้นของการเกี่ยวพันทางการเมืองในลำดับสูงจะครอบคลุมกิจกรรมทางการเมืองในลำดับที่ต่ำด้วยโดยมีทั้งหมด 14 ระดับ โดยจากผลการศึกษาในหัวข้อนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคมอยู่ในระดับปานกลางและมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองส่วนใหญ่จะเป็นด้านการสื่อสารและข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมระดับผิวเผิน ส่วนในด้านการแสดงความคิดเห็นจะอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประเด็นทางการเมืองที่อาจจะก่อให้เกิดความขัดแย้ง เป็นเนื้อหาที่เข้าใจยาก หรือเป็นข่าวหนัก (Hard News) ต้องอาศัยการตีความที่ซับซ้อนผู้รับสารจึงเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารมากกว่าการแสดงความคิดเห็น

การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ตามที่ Weiner (อ้างใน สิทธิพันธ์ พุทธหุน, 2541: 155 - 156) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ว่าจะต้องมีกิจกรรม เช่น มีการพูด ค่อย และร่วมดำเนินการใดๆ ทางการเมืองซึ่งตรงกันประสิทธิภาพของสื่อสังคม (Social Media) สื่อสามารถเชื่อมโยงผู้รับสารให้ดำเนินกิจกรรมเปรียบเสมือนกับพื้นที่จริงในการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง โดยพื้นที่ในสื่อสังคม (Social Media) เปรียบเสมือนพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้กล่าวถึงการเกิดขึ้นของสื่อกับ “พื้นที่สาธารณะ” ว่าในยุคปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารเสมือนจริง (Virtual Communication) โดยมีสื่อคอมพิวเตอร์ เข้ามาเป็นสื่อกลางในด้านหนึ่ง การสื่อสารแบบเสมือนจริงนี้จะป็นรูปแบบการรื้อฟื้นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) ขึ้นมาใหม่ เพราะผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสนทนาพูดคุยกันได้แบบตัวต่อตัว (เช่น การ chat ในห้องสนทนาของคอมพิวเตอร์) ข้อที่แตกต่างไปจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้าอย่างเดิมก็คือ การเผชิญหน้านั้นเป็นการเผชิญกันในโลกของคอมพิวเตอร์ (Cyberspace) ไม่ใช่โลกของกายภาพ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตย สุริยะวงศ์กุล (2555) ได้พบว่า การเคลื่อนไหวออนไลน์ในประเทศไทยจำเป็นต้องอาศัยทุนเช่นเดียวกับการเคลื่อนไหวออฟไลน์ แต่เครือข่ายสังคมออนไลน์อนุญาตให้คนทั่วไปสะสมและแปลงทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมได้สะดวกขึ้น ซึ่งจากผลการศึกษา

ในหัวข้อนี้ การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ในสื่อสังคม (Social Media) ได้แก่ Facebook Twitter Instagram และ Line กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์หรือเข้าร่วมกิจกรรมและกระบวนการทางการเมืองต่างๆ ไปที่นอกเหนือจากสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องมาจากสื่อสังคม (Social Media) มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับพื้นที่จริง แสดงให้เห็นผู้รับสารสามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ออนไลน์ได้ไม่ต่างกับพื้นที่จริง ซึ่งจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันมีหลายหน่วยงานได้มีการทำประชาคมทางการเมืองผ่านสื่อสังคม (Social Media) ด้วยเช่นกัน

6. สรุปผลการวิจัย

พฤติกรรม的开รับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) ของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทาง Facebook โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) มีความถี่ในการเปิดรับ 3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์ ระยะเวลาในการเปิดรับ 31 - 45 นาที ด้านการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ต่างๆ ไปด้านการเมืองมากที่สุด การมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ส่วนใหญ่ คือ ด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร ส่วนในพื้นที่ออฟไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ คือ ด้านกิจกรรมทางการเมือง และพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคม (Social Media) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ รวมทั้งการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ จากผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งสื่อสังคมและออฟไลน์ยังอยู่ในระดับน้อย โดยสื่อสังคม (Social Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้รับสารสามารถใช้วิธีการสื่อสารได้หลายรูปแบบ ดังนั้น การศึกษาแนวทางการใช้สื่อสังคม (Social Media) ในการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองนับว่ามีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างยิ่ง นอกจากนี้ สื่อสังคม (Social Media) เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพแล้วยังเป็นช่องทางที่สร้างผลกระทบได้เช่นกัน ดังนั้น นอกจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อแล้ว การศึกษาในประเด็นการเมืองควบคู่กับประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) หรือความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะทางวิชาชีพ สำหรับผู้ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการเมืองนั้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งและเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือ ดังนั้น จึงควรเลือกช่องทางที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมใช้อยู่เป็นประจำในชีวิตประจำวัน โดยการสอดแทรกเนื้อหาและประเด็นที่เราต้องการสื่อสารลงไป จะทำให้ประชาชนมีโอกาสดูข้อมูลข่าวสาร

ดังกล่าว รวมทั้งควรมีการดึงให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมทางการเมืองที่หลากหลายเพื่อให้ประชาชนได้คุ้นเคยกับการใช้พื้นที่ออนไลน์ในลักษณะอื่นๆ นอกเหนือไปจากความบันเทิง เช่น การลงประชามติ การสำรวจความคิดเห็นหรือการจำลองการเลือกตั้ง

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์จากทุนอุดหนุนของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ซึ่งส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้วิจัยมีโอกาแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาสังคมต่อไป ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณะ บรรจง และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์ เป็นอย่างสูงที่กรุณาให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งอาจารย์ เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ตลอดจนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลที่ทำให้ความร่วมมือทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

9. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- นันทวิช เหล่าวิชยา. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ทางการเมืองทัศนคติทางการเมือง และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- นภดล ปันติบ. (2552). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของกลุ่มเยาวชนพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัณญา ไชยวรรณ. (2554). *สื่อใหม่ในสังคมการเมืองไทย กรณีศึกษา เฟซบุ๊ก วอยซ์ทีวี สื่อใหม่ในสังคมการเมืองไทย กรณีศึกษา เฟซบุ๊ก วอยซ์ทีวี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- สมบัติ ชำรงธัญวงศ์. (2548). *การเมือง แนวคิดและการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สมมาตร.
- สิทธิพันธ์ พุททหนู. (2541). *ทฤษฎีพัฒนาการเมือง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล. (2555). *การเมืองบนเฟซบุ๊ก: วัฒนธรรมการเมืองบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ไทย พ.ศ. 2553 - 2555*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อสังคม (Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อุบลวรรณ อยู่สุข. (2551). *บทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อกระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมืองไทย*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้ - แพร่ เฉลิมพระเกียรติ.

Todd Hunt and. Brent d. Ruben. (1993). *Mass Communication : Producers and Consumers*. New York: Harper Collins College Publishers.

Klapper, J.T. (1960). *The Effects of Mass Communication Free Press*. New York: Prentice Hall.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname:	PRAEWPAN PARNUCH
Highest Education:	Doctor of Philosophy in (Communication Arts and Management Innovation)
University or Agency:	Suratthani Rajabhat University
Field of Expertise:	Corporate Communication Management, Innovation of Communication And Political communication
Address:	Suratthani
E-mail:	PRAEWPAN_SRU@HOTMAIL.COM

