

อิทธิพลของการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อต่อพฤติกรรมการสื่อสาร
ทางการเมืองของประชาชน ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย*
THE INFLUENCE OF MEDIA EXPOSURE AND MEDIA LITERACY ON THE
POLITICAL COMMUNICATION BEHAVIOR OF THE PEOPLE IN THE
LOWER NORTHERN REGION OF THAILAND

อิธิวัฒน์ สอนเนย¹ และ ธนบดี แจ่มแจ่ม²

Athiwat Sonnoi¹ and Thanabodee Jamjaeng²

¹⁻²สาขาวิชารัฐศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

¹⁻²Department of Political Science, Northern College, Thailand

Corresponding Author's Email: thanabodee.j@northern.ac.th

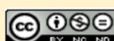
วันที่รับบทความ : 18 สิงหาคม 2568; วันแก้ไขบทความ 29 สิงหาคม 2568; วันตอบรับบทความ : 31 สิงหาคม 2568

Received 18 August 2025; Revised 29 August 2025; Accepted 31 August 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการเปิดรับสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในภาคเหนือตอนล่าง 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง 3) ศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง และ 4) เสนอแนวทางการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองที่สร้างสรรค์ในชุมชน การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปในอำเภอเมืองตากและอำเภอเมืองสุโขทัย จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มหลายขั้นตอน

Citation:



* อิธิวัฒน์ สอนเนย และ ธนบดี แจ่มแจ่ม. (2568). อิทธิพลของการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชน ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาศังคม, 3(4), 1036-1053.

Athiwat Sonnoi and Thanabodee Jamjaeng. (2025). The Influence Of Media Exposure And Media Literacy On The Political Communication Behavior Of The People In The Lower Northern Region Of Thailand.

Journal of Interdisciplinary Social Development, 3(4), 1036-1053.;

DOI: <https://doi.org/10.>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/>

(Multistage Sampling) และใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.84 ข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชน นักกิจกรรม สื่อท้องถิ่น และเยาวชน จำนวน 12 คน โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และวิเคราะห์ด้วย Thematic Analysis

ผลการวิจัย

1. ประชาชนมีระดับการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับสูง (Mean = 3.89, SD = 0.54) โดยเฉพาะการเปิดรับข่าวสารจากหลายแพลตฟอร์ม (Mean = 3.94, SD = 0.64) และมีทักษะการแยกแยะข่าวจริง-ข่าวปลอมได้ดี (Mean = 3.86, SD = 0.57)

2. ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับข่าวสารและการแสดงออกทางการเมือง ($r = .362, p < .01$; $r = .341, p < .01$) ขณะที่อายุสัมพันธ์เชิงลบกับการใช้สื่อดิจิทัลทางการเมือง ($r = -.288, p < .01$) โดยกลุ่มเยาวชนมีแนวโน้มใช้ Facebook และ TikTok ในการสื่อสารทางการเมืองมากกว่าผู้สูงอายุ

3. ผลการวิเคราะห์ Regression ชี้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ ($\beta = .318, p < .01$) และอารมณ์ร่วมทางการเมือง ($\beta = .301, p < .01$) เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะกลุ่มที่ใช้หลายแพลตฟอร์มมีความสามารถในการตีความข่าวสารได้ดีกว่าผู้ใช้เพียงแพลตฟอร์มเดียว (Mean = 4.02 vs. 3.41, $t = 4.382, p < .01$)

4. ผลการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็น 4 แนวทางสำคัญ ได้แก่ (1) การพัฒนาสื่อท้องถิ่นที่เชื่อถือได้ (2) การบูรณาการการรู้เท่าทันสื่อในระบบการศึกษาและกิจกรรมเยาวชน (3) การใช้ศิลปวัฒนธรรมและภาษาท้องถิ่นเพื่อสื่อสารประเด็นการเมือง และ (4) การเปิดพื้นที่ให้เยาวชนมีส่วนร่วมผลิตสื่อทางการเมือง เช่น vlog และ podcast

ผลวิจัยยืนยันว่าการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย การรู้เท่าทันสื่อ และอารมณ์ร่วมทางการเมือง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองอย่างสร้างสรรค์ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการเมือง, สังคมสื่อ, ประชาชนภาคเหนือ, การรู้เท่าทันสื่อ, การมีส่วนร่วมทางการเมือง

Abstract

This study investigates political communication in the Lower Northern Region of Thailand with four main objectives: 1) to examine levels of media exposure, media literacy, and political communication behaviors; 2) to analyze the relationships between personal factors and political communication behaviors; 3) to assess the influence of media exposure and media literacy on political communication behaviors; and 4) to propose approaches for promoting constructive political communication within communities. A mixed-methods approach was employed. Quantitative data were collected from 400 individuals aged 18 and above in Mueang Tak and Mueang Sukhothai districts using multistage sampling, with a questionnaire demonstrating high reliability (Cronbach's Alpha = 0.84). Qualitative data were obtained through in-depth interviews with 12 purposively selected participants, including community leaders, local activists, local media, and youth, and analyzed using thematic analysis.

Finding:

1. Respondents demonstrated high levels of media exposure and media literacy overall (Mean = 3.89, SD = 0.54), particularly in terms of accessing news from multiple platforms (Mean = 3.94, SD = 0.64) and distinguishing between real and fake news (Mean = 3.86, SD = 0.57).

2. Education level was positively correlated with news exposure and political expression ($r = .362$, $p < .01$; $r = .341$, $p < .01$), whereas age was negatively correlated with digital political engagement ($r = -.288$, $p < .01$). Regression results indicate that media literacy ($\beta = .318$, $p < .01$) and political affective involvement ($\beta = .301$, $p < .01$) significantly influenced political communication behaviors.

3. Furthermore, individuals using multiple platforms showed greater interpretative ability than those relying on a single platform (Mean = 4.02 vs. 3.41, $t = 4.382$, $p < .01$).

4. Qualitative findings suggest four approaches to enhance constructive political communication: strengthening reliable local media, integrating media literacy into education and youth activities, utilizing local culture and language to address political issues, and encouraging youth participation in content creation. Overall, the study confirms that diverse media exposure, media literacy, and affective involvement are key to fostering constructive political communication in regional communities.

Keywords: Media Literacy, Political Participation, Northern Thai Citizens, Media Society

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง การสื่อสารทางการเมืองได้กลายเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อความคิดเห็น การตัดสินใจ และพฤติกรรมของประชาชน สื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ยังคงกลายเป็น “สื่อสังคมทางการเมือง” (Political Social Media) ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะแห่งใหม่ที่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองอย่างมีพลวัต (Vaccari & Valeriani, 2021; Tucker et al., 2018) ทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ประชาชนใช้ในการเฝ้าระวังอำนาจรัฐ วิจารณ์นโยบายสาธารณะ และผลักดันประเด็นทางสังคมผ่านการเคลื่อนไหวออนไลน์ เช่น การลงชื่อผ่านแคมเปญ การแชร์ข้อมูลเชิงประจักษ์ และการถ่ายทอดสดกิจกรรมทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมืองผ่านแพลตฟอร์มอย่าง Facebook, TikTok, Twitter/X และ YouTube ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในหมู่ประชาชนทุกช่วงวัย โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและประชากรในเขตเมือง ซึ่งสามารถผลิตและเผยแพร่สารได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องผ่านสื่อมวลชนแบบดั้งเดิม (Boulianne et al., 2020; Freelon et al., 2020) ลักษณะนี้ช่วยให้เสียงของประชาชนขยายออกสู่สาธารณะมากขึ้น และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างทางการเมือง ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน

เด็กและเยาวชนได้กลายเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้ใช้สื่อหลักที่มีบทบาททั้งในฐานะ “ผู้บริโภค” และ “ผู้ผลิตเนื้อหา” ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เช่น Facebook, TikTok, และ YouTube ขณะเดียวกันก็เผชิญกับความเสี่ยงจากการรับรู้ข้อมูลที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ เช่น ข่าวปลอม (fake news), คอนเทนต์บิดเบือน, ความเกลียดชังทางวาจากรรม (hate speech), ความรุนแรงในเชิงเพศ และพฤติกรรมเสี่ยงออนไลน์ เช่น การพนันหรือการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ (Office of the National Digital Economy and Society Commission, 2023)

ภายใต้บริบทนี้ การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) จึงไม่ใช่เพียงทักษะในการแยกแยะเนื้อหาถูกผิดเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือทาง “การเมืองของสื่อ” ที่สำคัญในการส่งเสริมพลเมืองรุ่นใหม่ให้สามารถมีส่วนร่วมในสังคมประชาธิปไตยอย่างมีวิจารณญาณ เยาวชนที่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสามารถตรวจสอบข้อมูลจากภาครัฐหรือสื่อกระแสหลัก ตอบโต้กับข่าวสารที่บิดเบือน และเคลื่อนไหวในประเด็นทางสังคม เช่น ความยุติธรรมสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางเพศ หรือสิทธิมนุษยชน ผ่านการผลิตคอนเทนต์ที่สร้างสรรค์และเป็นธรรม แนวคิดนี้ได้รับการผลักดันในระดับนโยบายโดยองค์การระหว่างประเทศ เช่น องค์การยูเนสโก (UNESCO) ที่สนับสนุนให้ประเทศต่าง ๆ บูรณาการ ทักษะ Media and Information Literacy (MIL) เข้ากับระบบการศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นว่าเยาวชนในฐานะผู้มีบทบาทใน “ประชาธิปไตยเชิงสื่อ” (media-based democracy) ควรได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ทั้งการรับสารและการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายอย่างสร้างสรรค์ (UNESCO, 2021) ดังนั้น การเสริมสร้างทักษะรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเยาวชนจึงเป็นรากฐานสำคัญของ “พลเมืองสื่อ” (media citizens) ที่ไม่เพียงบริโภคสื่ออย่างมีวิจารณญาณ แต่ยังสามารถใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการมีส่วนร่วมทางการเมือง สะท้อนปัญหาสังคม และสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม

ในบริบทของภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมเฉพาะ รวมถึงความหลากหลายทางชาติพันธุ์และภูมิศาสตร์ การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมมีแนวโน้มที่หลากหลาย ทั้งในระดับของการติดตามข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น และการจัดกิจกรรมทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม การต่อต้านโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ หรือการเรียกร้องสิทธิชุมชนผ่านเพจและกลุ่ม Facebook ท้องถิ่น การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์พฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง เพื่อทำความเข้าใจถึงบทบาทของสื่อในฐานะเครื่องมือในการเปลี่ยนผ่านสังคม และเพื่อพัฒนาแนวทางการเสริมสร้างประชาธิปไตยผ่านการสื่อสารที่เท่าทันและสร้างสรรค์ ทั้งในระดับปัจเจก กลุ่ม และชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อและระดับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในภาคเหนือตอนล่าง
3. เพื่อวิเคราะห์ระดับการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง
4. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองที่สร้างสรรค์ในชุมชนภาคเหนือตอนล่าง

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในภาคเหนือตอนล่าง

สมมติฐานที่ 2 ระดับการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง

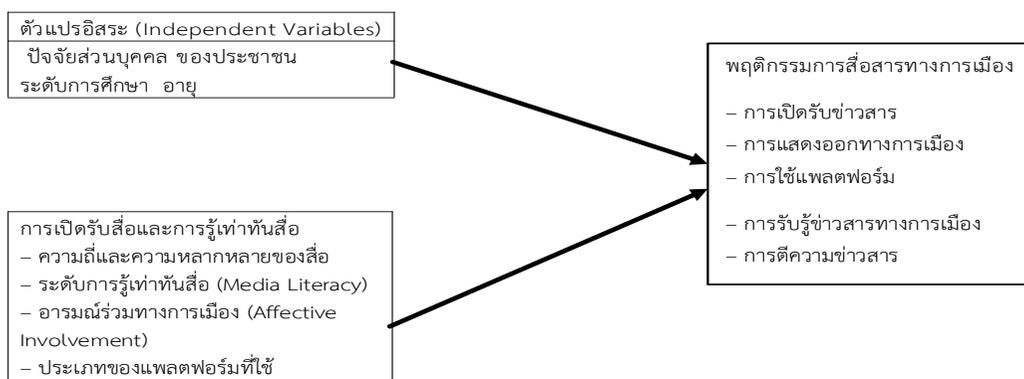
การทบทวนวรรณกรรม

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทฤษฎีดั้งเดิมด้านการสื่อสาร เช่น Agenda-Setting, Framing และ Uses and Gratifications ได้รับการต่อยอดผ่านชุดแนวคิดร่วมสมัยที่สะท้อนพลวัตของการสื่อสารในยุคดิจิทัล ซึ่งผู้ใช้สื่อไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสารแบบเฉย ๆ อีกต่อไป แต่มีบทบาทในการผลิต ร่วมสร้าง และตีความข่าวสาร จากแนวคิด Networked Framing Theory (Meraz & Papacharissi, 2021) พบว่าการกำหนดกรอบข่าวสารไม่ได้จำกัดอยู่ที่สื่อมวลชนอีกต่อไป แต่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายดิจิทัล โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มสื่อสังคม เช่น Facebook หรือ TikTok ที่ประชาชนสามารถร่วมสร้างกรอบความเข้าใจในประเด็นทางสังคมและการเมืองได้โดยตรง เช่น กรณี #Saveบางกอลอย ที่สะท้อนพลังของการสื่อสารจากฐานราก การเปลี่ยนผ่านนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ “การสื่อสารแบบกระจายศูนย์” (decentralized communication) และแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาแนวคิด Framing ดั้งเดิมในบริบทใหม่

แนวคิด Affective Publics อธิบายว่าอารมณ์ร่วม เช่น ความโกรธ ความเศร้า หรือ ความหวัง เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะใน หมู่เยาวชนและกลุ่มเปราะบาง การเคลื่อนไหวเกิดจากความรู้สึกร่วมที่ถูกส่งต่อและขยายผ่าน เครือข่ายโซเชียลมีเดีย ไม่ได้เกิดจากเหตุผลเชิงอุดมการณ์เพียงอย่างเดียว แต่สะท้อนบทบาทของ “ภาวะอารมณ์ของสาธารณะ” ที่ต้องพิจารณาควบคู่กับโครงสร้างอำนาจและการสื่อสาร แบบเดิมแนวคิด Algorithmic Gatekeeping (Napoli, 2019) และ Platformization of Communication (van Dijck et al., 2023) อธิบายว่าแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook, YouTube และ TikTok ไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่สื่อกลางอีกต่อไป แต่กลายเป็น “ผู้ควบคุมเชิง โครงสร้าง” ที่ใช้อัลกอริทึมในการกำหนดว่าเนื้อหาใดจะปรากฏหรือถูกซ่อนจากสายตาผู้ใช้โดย ไม่รู้ตัว กระบวนการคัดกรองและจัดลำดับเนื้อหานี้มีผลโดยตรงต่อการรับรู้ทางการเมืองของ ผู้ใช้ โดยอาจทำให้ประเด็นสำคัญทางสังคมบางเรื่องถูก “ขยาย” หรือ “กลบ” ไป เช่น ประเด็น สิทธิชุมชน สิ่งแวดล้อม หรือข้อวิจารณ์ต่อภาครัฐ ซึ่งอาจไม่ปรากฏในฟีดของผู้ใช้ที่เสฟสื่อจาก ช่องทางเดียว ความเป็น “ฟองข้อมูล” (filter bubble) และ “เสียงสะท้อนในกลุ่มตนเอง” (echo chamber) จึงกลายเป็นความเสี่ยงต่อประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วมอย่างเท่าทัน ดังนั้น การทำความเข้าใจอิทธิพลของอัลกอริทึมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบ นโยบายด้านการรู้เท่าทันสื่อ การศึกษาเกี่ยวกับอัลกอริทึมควรเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา พลเมืองในยุคดิจิทัล เพื่อป้องกันไม่ให้ประชาชนตกเป็นเหยื่อของโครงสร้างที่มองไม่เห็น และสามารถเลือกเสฟข้อมูลได้อย่างมีวิจารณญาณและหลากหลายยิ่งขึ้น

การศึกษานี้ใช้กรอบทฤษฎีและแนวคิดร่วมสมัยหลายประการในการอธิบายพลวัตการ สื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัล โดย Networked Framing Theory ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสร้าง กรอบข่าวสารไม่ได้จำกัดอยู่เพียงสื่อกระแสหลัก แต่เกิดจากการ “ร่วมกำหนดกรอบ” ระหว่าง ผู้ใช้ แพลตฟอร์ม และนักเคลื่อนไหว (Meraz & Papacharissi, 2021; Freelon et al., 2020) ขณะที่ Affective Publics เน้นบทบาทของอารมณ์ เช่น ความโกรธหรือความเศร้า ที่ถูกแชร์ และขยายจนก่อให้เกิดการรวมตัวและการเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างฉับพลัน (Papacharissi, 2015; 2020–2023) ด้าน Algorithmic Gatekeeping อธิบายบทบาทของ อัลกอริทึมในฐานะ gatekeeper ใหม่ที่กำหนดการมองเห็นของเนื้อหาแทนบรรณาธิการข่าว (Napoli, 2019; Thorson & Wells, 2020) ขณะที่ Media Repertoires อธิบายว่าผู้ใช้มี พฤติกรรมเลือกใช้หลายช่องทางทั้งสื่อดั้งเดิมและดิจิทัลเพื่อเสริมความเข้าใจที่หลากหลาย (Hasebrink et al., 2020) และ Platformization of Communication เน้นว่าบทบาทของ

แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Meta, YouTube และ TikTok ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสาร แต่ยังเป็นโครงสร้างที่กำหนดกติกาและการมองเห็นเนื้อหา (Helmond et al., 2021; van Dijck et al., 2023)



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดพิจิตร พิษณุโลก นครสวรรค์ กำแพงเพชร สุโขทัย ตาก และอุตรดิตถ์

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้ การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขต อำเภอเมืองของจังหวัดตาก และ อำเภอเมืองของจังหวัดสุโขทัย ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายของการศึกษา โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) การเลือกพื้นที่วิจัย ได้แก่ ทำการคัดเลือก อำเภอเมืองตาก และ อำเภอเมืองสุโขทัย โดยวิธี การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) เนื่องจากเป็นพื้นที่ศูนย์กลางที่มีความหลากหลายทั้งในด้าน ประชากร โครงสร้างชุมชน และการเข้าถึงสื่อ 2) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างรวม จำนวน 400 คน แบ่งออกเป็น อำเภอเมืองตาก จำนวน 200 คนและอำเภอเมืองสุโขทัย จำนวน 200 คน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จริง (กรณีที่ทราบประชากรทั้งหมด) หรือใช้จำนวนที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์เชิงสถิติ 3) การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบบจับฉลาก โดยแบ่งตามเพศ อายุ และระดับ การศึกษาอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้สัดส่วนที่สะท้อนโครงสร้างประชากรจริง สำหรับกลุ่ม

ตัวอย่างเชิงคุณภาพ: จำนวน 12 คน ประกอบด้วยผู้นำชุมชน นักกิจกรรมท้องถิ่น สื่อท้องถิ่น และเยาวชนผู้ใช้สื่อ โดยการใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร ได้แก่ Agenda-Setting, Framing, Media Literacy และ Affective Publics ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อรับข่าวสารทางการเมือง การรับรู้และการตีความข่าวสาร ระดับความรู้เท่าทันสื่อและอารมณ์ร่วมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง จากนั้นมีการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ด้วยค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา ($IOC \geq 0.67$) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตรวจสอบด้วยวิธี Cronbach's Alpha ได้ค่า $\alpha = 0.84$ และ 2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ประกอบด้วยประสบการณ์การรับรู้ข่าวสารทางการเมือง การใช้สื่อสังคมในชุมชน และข้อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารที่ เหมาะสมกับท้องถิ่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น จากกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งมีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Cronbach's Alpha) ก่อนนำไปใช้จริง โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลใน 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง 2) การเก็บข้อมูลออนไลน์ ใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Google Forms โดยส่งลิงก์แบบสอบถามผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล กลุ่มไลน์ หรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

2) การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้แนวคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Thematic Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) ใช้สถิติเชิงพรรณนา: ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Pearson's Correlation วิเคราะห์ความสัมพันธ์ Regression Analysis วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อพฤติกรรม t-test/ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มประชากรต่าง ๆ สำหรับการตรวจสอบคุณภาพของ

ข้อมูล ข้อมูลเชิงปริมาณ: ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ตามหลักสถิติ

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธี Thematic Analysis จัดกลุ่มรหัส (Coding) จากข้อความสัมภาษณ์ โดยใช้แนวทางของ Braun & Clarke (2021) นำเสนอผลในรูปแบบแผนภาพ แนวโน้ม และข้อเสนอแนะ สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การตรวจสอบแบบ Triangulation และการตรวจสอบซ้ำ (Member Check)

ผลการวิจัย

1. จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีความกระจายเท่ากันระหว่างจังหวัดตากและสุโขทัย (จังหวัดละ 50%) โดยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (หญิง 56% ชาย 44%) กลุ่มอายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 18–20 ปี (45%) รองลงมาคือ 21–23 ปี (36.3%) และ 24–25 ปี (18.7%) ซึ่งสะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเยาวชนตอนปลายถึงวัยเริ่มทำงาน ด้านระดับการศึกษาพบว่า ผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีสัดส่วนสูงถึง 60.5% ขณะที่ผู้มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอยู่ที่ 39.5% แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพร้อมทางด้านความรู้พื้นฐานเพียงพอที่จะมีส่วนร่วมในการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อดิจิทัล

สำหรับการวิเคราะห์ระดับการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อ ผลการวิเคราะห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.89, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.54) โดยเฉพาะมิติความถี่และความหลากหลายของแหล่งข่าว มีค่าเฉลี่ย = 3.94, SD = 0.60 แสดงว่าประชาชนส่วนใหญ่รับข่าวสารจากหลายแหล่ง เช่น โทรทัศน์ เว็บไซต์ข่าว และโซเชียลมีเดีย. ในด้าน Media Literacy (การรู้เท่าทันสื่อ) มีค่าเฉลี่ย = 3.86, SD = 0.57 ซึ่งบ่งชี้ว่าประชาชนมีทักษะในการแยกแยะข่าวจริง-ข่าวปลอม ตีความและประเมินเนื้อหาข่าวได้ดี. นอกจากนี้ ระดับอารมณ์ร่วมทางการเมือง (Affective Involvement) ยังมีค่าเฉลี่ย = 3.72, SD = 0.63 แสดงถึงความรู้สึกร่วมและความใส่ใจในประเด็นทางการเมืองที่มีอยู่ในกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก

การวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง พบว่า ระดับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.78, SD = 0.59). โดยพฤติกรรมด้านการเปิดรับข่าวสารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด = 3.94, SD = 0.64 รองลงมาคือ

การตีความข่าวสารทางการเมือง = 3.92, SD = 0.62 ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาทางการเมืองอย่างมีวิจารณญาณ. ในด้านการแสดงออกทางการเมือง เช่น การแสดงความคิดเห็นหรือแชร์ข่าวทางการเมือง มีค่าเฉลี่ย = 3.81, SD = 0.67, แสดงถึงความตื่นตัวและมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านสื่อดิจิทัล. นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มที่ใช้หลายแพลตฟอร์มมีค่าเฉลี่ยการตีความข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย = 4.02 ขณะที่กลุ่มที่ใช้เพียงแพลตฟอร์มเดียวมีค่าเฉลี่ยเพียง 3.41

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตัวแปร	Mean	SD
การเปิดรับข่าวสาร	3.94	0.64
การรู้เท่าทันสื่อ	3.86	0.57
การตีความข่าวสาร	3.92	0.62
การแสดงออกทางการเมือง	3.81	0.67
อารมณ์ร่วมทางการเมือง	3.72	0.63
การใช้หลายแพลตฟอร์ม	4.02	0.61
ใช้แพลตฟอร์มเดียว	3.41	0.58

2. จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษา และ อายุ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองในหลายมิติ ดังนี้ ระดับการศึกษา มีค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ($r = .362, p < .01$) และการแสดงออกทางการเมือง ($r = .341, p < .01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับปานกลาง กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปแสดงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบการแสดงความคิดเห็น การแชร์ข่าว และการตีความข่าวสารด้วยความระมัดระวังมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า สำหรับ อายุ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการเมือง ($r = -.288, p < .01$) กลุ่มเยาวชน (ช่วงอายุ 18–29 ปี) มีแนวโน้มใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook และ TikTok ในการรับรู้และแสดงออกทางการเมืองมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson's r) และ Regression

ตัวแปร	Pearson's r (ปัจจัยที่สัมพันธ์)	Regression (β)
การเปิดรับข่าวสาร	$r = .362^{**}$ (การศึกษา)	$\beta = .278, p < .01$
การรู้เท่าทันสื่อ	$r = .341^{**}$ (พฤติกรรมสื่อสาร)	$\beta = .318^{**}, p < .01$
การตีความข่าวสาร	$r = .301^{**}$ (อารมณ์ร่วม)	-
การแสดงออกทางการเมือง	$r = -.288^{**}$ (อายุ)	$\beta = .301^{**}, p < .01$
อารมณ์ร่วมทางการเมือง	$r = .295^{**}$ (พฤติกรรมสื่อสาร)	$\beta = .301^{**}, p < .01$

3. จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ประชาชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างมีระดับการเปิดรับข่าวสารและการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับสูง โดยผลการวิเคราะห์ ANOVA พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุและระดับการศึกษา มีผลต่อความแตกต่างของพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงและกลุ่มเยาวชนมีแนวโน้มใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการเมืองและมีส่วนร่วมมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's r) ซึ่งว่าระดับการศึกษาและการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสื่อสาร ส่วนการวิเคราะห์ถดถอย (Regression) พบว่าการรู้เท่าทันสื่อ ($\beta = .318, p < .01$) และอารมณ์ร่วมทางการเมือง ($\beta = .301, p < .01$) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะกลุ่มที่ใช้หลายแพลตฟอร์มมีความสามารถในการตีความข่าวสารได้ดีกว่าผู้ใช้แพลตฟอร์มเดียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ ANOVA

ตัวแปร	ANOVA (Sig.)
การเปิดรับข่าวสาร	$F = 6.214, p < .01$
การรู้เท่าทันสื่อ	$F = 5.843, p < .01$
การตีความข่าวสาร	$F = 4.890, p < .01$

การแสดงออกทางการเมือง	F = 5.121, p < .01
อารมณ์ร่วมทางการเมือง	F = 4.655, p < .01
การใช้หลายแพลตฟอร์ม	t = 4.382, p < .01
การใช้แพลตฟอร์มเดียว	t = 4.382, p < .01

4. วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 4 การวิจัยเชิงคุณภาพได้มีการดำเนินการกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 ราย ได้แก่ ผู้นำชุมชน นักกิจกรรมท้องถิ่น สื่อท้องถิ่น และเยาวชนผู้ใช้สื่อ โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ประเด็นหลักครอบคลุมการรับรู้ข่าวสาร บทบาทของสื่อ และข้อเสนอแนะการสื่อสารในพื้นที่ ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์โดยใช้แนวทาง Thematic Analysis ของ Braun & Clarke (2021) ซึ่งประกอบด้วย การเข้ารหัสข้อมูลเบื้องต้น การจัดกลุ่มรหัส การสังเคราะห์ธีม และการสรุปผลในรูปแบบรายงานเชิงวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบแนวทางสำคัญในการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองที่สร้างสรรค์ใน 4 มิติหลัก ได้แก่ (1) การพัฒนาสื่อท้องถิ่นที่เชื่อถือได้ โดยเฉพาะ “เพจข่าวชุมชน” ที่เสนอข้อมูลด้วยภาษาท้องถิ่นและสะท้อนมุมมองของคนในพื้นที่ โดย 9 ใน 12 คนเห็นว่าสื่อเช่นนี้ช่วยให้เข้าใจประเด็นการเมืองระดับพื้นที่ได้อย่างลึกซึ้ง (2) การบูรณาการการรู้เท่าทันสื่อในระบบการศึกษาและกิจกรรมเยาวชนนอกห้องเรียน เนื่องจาก 10 คนระบุว่าเยาวชนและผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเสี่ยงต่อข่าวปลอม (3) การใช้ศิลปวัฒนธรรมและภาษาท้องถิ่น เช่น เพลงคำเมืองหรือการแสดงพื้นบ้าน เพื่อสื่อสารประเด็นการเมืองให้เข้าถึงผู้คนมากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท และ (4) การเปิดพื้นที่ให้เยาวชนมีส่วนร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาทางการเมืองผ่าน vlog, podcast หรือกิจกรรมออนไลน์ เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดกับชุมชน สะท้อนถึงแนวทางที่เชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองในระบบประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผลวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่าทั้งสองแนวทางต่างสนับสนุนข้อค้นพบหลักในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะในด้าน บทบาทของการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) และการมีอารมณ์ร่วมทางการเมือง (Affective Involvement) ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง และจากผลการสัมภาษณ์เสนอแนวทางการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่พบในเชิงปริมาณ เช่น การพัฒนาสื่อท้องถิ่น และ กิจกรรมสร้างสรรค์

ของเยาวชนผ่าน vlog และ podcast ซึ่งสอดคล้องกับการแสดงออกทางการเมืองในเชิงดิจิทัลที่มีค่าเฉลี่ยสูง นอกจากนี้ ทั้งสองแนวทางยังสะท้อนว่ากลุ่มที่ใช้แพลตฟอร์มเดียวมีความเข้าใจข่าวสารเมืองอย่างจำกัด ขณะที่กลุ่มที่เปิดรับหลายช่องทางมีแนวโน้มตีความข่าวสารได้ดีกว่า (ค่าเฉลี่ย = 4.02 เทียบกับ 3.41, $t = 4.382$, $p < .01$) ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอจากข้อมูลเชิงคุณภาพในการส่งเสริมความหลากหลายของแหล่งข้อมูล โดยรวมแล้ว ผลวิจัยทั้งสองแนวทางจึงสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างชัดเจนในด้านบทบาทของสื่อ การรู้เท่าทัน และแนวทางการมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ของประชาชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีระดับการเปิดรับข่าวสารและการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับสูง (Mean = 3.94; 3.86) โดยมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .318$, $p < .01$) ซึ่งอาจเป็นเพราะว่านักศึกษาในยุคดิจิทัลมีการเข้าถึงข้อมูลจากหลายแพลตฟอร์ม และได้รับการพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ผ่านการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตร ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ Livingstone (2018) และ UNESCO (2021) ที่ชี้ว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้าง “พลเมืองดิจิทัล” ที่สามารถวิเคราะห์และแยกแยะข้อมูลได้ ดังนั้น การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อไม่เพียงช่วยเพิ่มคุณภาพการสื่อสารของนักศึกษา แต่ ยังเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างประชาธิปไตยเชิงคุณภาพในระดับสังคม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิจัยชี้ว่า การตีความข่าวสาร และอารมณ์ร่วมทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางการเมือง โดยเฉพาะอารมณ์ร่วมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .301$, $p < .01$) สาเหตุคือ อารมณ์ เช่น ความโกรธ ความหวัง หรือความกังวล เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมและการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Affective Publics ของ Papacharissi (2020) ที่อธิบายว่าอารมณ์ทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันในการมีส่วนร่วมทางการเมือง และยังสอดคล้องกับ Civic Voluntarism Model (Verba et al., 1995) ที่เน้นความพร้อมของทรัพยากรและโครงสร้างสังคมในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพลเมือง ดังนั้น การส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการสื่อสารควรบูรณาการมิติของ “อารมณ์ร่วม” เพื่อพัฒนานักศึกษาให้เป็นผู้มีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ในสังคม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จากการเปรียบเทียบการใช้แพลตฟอร์มเดียวกับหลายแพลตฟอร์ม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มที่ใช้หลายแพลตฟอร์มมีค่าเฉลี่ยการตีความและเข้าใจข่าวสารสูงกว่ากลุ่มที่ใช้แพลตฟอร์มเดียว ($t = 4.382, p < .01$) สาเหตุอาจมาจาก การได้รับข้อมูลที่หลากหลายช่วยให้ผู้ใช้สามารถตรวจสอบ เปรียบเทียบ และตีความข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Agenda-Setting Theory (McCombs & Shaw, 1972) และ Framing Theory (Entman, 1993) ที่อธิบายว่าสื่อไม่เพียงกำหนดสิ่งที่ประชาชนควรคิด แต่ยังมีบทบาทในการจัดกรอบการตีความด้วย ดังนั้น การส่งเสริมให้เยาวชนใช้หลายแพลตฟอร์มอย่างมีวิจารณญาณ เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญต่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและการสื่อสารเชิงพลเมือง

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกันในทิศทางเดียวกันโดยที่ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ การเปิดรับข่าวสารจากหลายแพลตฟอร์ม และการมีอารมณ์ร่วมทางการเมือง โดยเชิงปริมาณพบว่า Media Literacy ($\beta = .318, p < .01$) และ Affective Involvement ($\beta = .301, p < .01$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตีความและการแสดงออกทางการเมือง ขณะที่ผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากหลายแพลตฟอร์มมีความเข้าใจข่าวสารดีกว่ากลุ่มที่ใช้เพียงช่องทางเดียว ($t = 4.382, p < .01$) สำหรับวิจัยเชิงคุณภาพเสนอแนวทางการเสริมสร้างการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนาสื่อท้องถิ่นที่เชื่อถือได้ การบูรณาการการรู้เท่าทันสื่อในระบบการศึกษา การใช้ศิลปวัฒนธรรมเพื่อสื่อสาร และการเปิดพื้นที่ให้เยาวชนมีส่วนร่วมผลิตสื่อทางการเมือง ซึ่งทั้งหมดสะท้อนความจำเป็นของการส่งเสริมการสื่อสารการเมืองที่หลากหลาย เท่าทัน และสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ส่วนข้อเสนอแนะของผลการวิจัย ประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ ประกอบด้วย 1.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย เสนอให้หน่วยงานด้านการศึกษาและภาคประชาสังคมควรจัดกิจกรรมอบรมหรือบูรณาการหลักสูตรที่เน้นการวิเคราะห์ แยกแยะข่าวจริง-ข่าวเท็จ และการประเมินเจตนาของเนื้อหาข่าว เพื่อเพิ่มความสามารถในการสื่อสารทางการเมืองอย่างมีวิจารณญาณ 1.2 ข้อเสนอเชิงปฏิบัติ เสนอให้มีการสนับสนุนการเข้าถึงและใช้สื่อหลากหลายแพลตฟอร์ม ส่งเสริมให้ประชาชน โดยเฉพาะเยาวชน เข้าถึงข่าวสารจากหลายแหล่ง เช่น

เว็บไซต์ข่าว โททท์คัสน์ และโซเซียลมีเดีย เพื่อเพิ่มความหลากหลายของมุมมอง ลดอคติ และพัฒนาความเข้าใจในประเด็นการเมืองได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น 1.3 ข้อเสนอเชิงวิชาการ ควรชี้แนะให้แสดงความคิดเห็นในประเด็นการเมืองท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ ช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมในระบบประชาธิปไตยแบบมีพลังและความรับผิดชอบ ให้เยาวชนมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อดิจิทัล จัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เยาวชนผลิตสื่อ สำหรับ 2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ประกอบด้วย 2.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมช่วงวัยและพื้นที่ที่หลากหลายยิ่งขึ้น และทำการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองในกลุ่มประชากรต่างช่วงวัย เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ หรือวัยแรงงานในจังหวัดอื่นของภาคเหนือหรือภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านบริบทและประสบการณ์ทางการเมืองอย่างครอบคลุม 2.2 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ยังไม่มีวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการรับข่าวสาร การสร้างตัวตนออนไลน์ และอัตลักษณ์ทางการเมือง การศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาอัตลักษณ์ทางการเมืองผ่านสื่อดิจิทัล เช่น Facebook, TikTok หรือกลุ่มไลน์ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่ใช้สื่อเพื่อสร้างพื้นที่ในการแสดงออกเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- วัฒนา รัตนบัวผึ้ง. (2565). การมีส่วนร่วมของประชาชนในสื่อออนไลน์กับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองไทย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). สรุปผลที่สำคัญ: การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2566 (เผยแพร่ปี 2567). สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Boulianne, S., Lalancette, M., & Ilkiw, D. (2020). Social media use and democratic engagement: A meta-analysis of 10 years of research. *New Media & Society*, 22(6), 1094–1110. <https://doi.org/10.1177/1461444819899167>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

- Freelon, D., Marwick, A., & Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197–1201. <https://doi.org/10.1126/science.abb2428>
- Hasebrink, U., Domeyer, H., Maier, M., & Schulz, W. (2020). Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. *Journal of Audience & Reception Studies*, 17(1), 9–29.
- Helmond, A., Nieborg, D. B., & van der Vlist, F. N. (2021). The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media + Society*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305121988936>
- Livingstone, S. (2018). Media literacy in the digital age. *Communication Research and Practice*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1428926>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2021). Networked framing and networked publics: How connective politics shape networked counterpublics in the Occupy movement. *Journal of Communication*, 71(2), 207–229. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab003>
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- Office of the National Digital Economy and Society Commission. (2023). *Thailand digital literacy report*. Ministry of Digital Economy and Society.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Papacharissi, Z. (2020). *After democracy: Imagining our political future*. Yale University Press.
- Thorson, K., & Wells, C. (2020). Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age. *Communication Theory*, 30(1), 23–47. <https://doi.org/10.1093/ct/qtz009>

- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political Science Quarterly*, 133(4), 801–842. <https://doi.org/10.1002/polq.12820>
- UNESCO. (2021). *Media and information literacy curriculum for teachers*. UNESCO.
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in Western democracies*. Oxford University Press.
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2023). *The platform society: Public values in a connective world* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.