

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

อริวัฒน์ สอนเนย์¹ 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 : 21 ตุลาคม 2568; วันที่แก้ไขบทความ 18 ธันวาคม 2568; วันที่ตอบรับบทความ : 20 ธันวาคม 2568

Received 21 October 2025; Revised 18 December 2025; Accepted 20 December 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปิดรับสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในภาคเหนือตอนล่าง 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง 3) ศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง และ 4) เสนอแนวทางการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองที่สร้างสรรค์ในชุมชน การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปในอำเภอเมืองตากและอำเภอเมืองสุโขทัย จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) และใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ

Citation:



* อริวัฒน์ สอนเนย์ และ ธนบดี แจ่มแจ่ม. (2569). อิทธิพลของการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชน ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 4(1), 496-511.

Athiwat Sonnoi and Thanabodee Jamjaeng. (2026). 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, 4(1), 496-511.;

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

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

0.84 ข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชน นักกิจกรรม สื่อท้องถิ่น และเยาวชน จำนวน 12 คน โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และวิเคราะห์ด้วย Thematic Analysis

ผลการวิจัยพบว่า

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 โดยเฉพาะกลุ่มที่ใช้หลายแพลตฟอร์มมีความสามารถในการตีความข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่ใช้เพียงแพลตฟอร์มเดียว (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

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาอย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน การสื่อสารทางการเมืองได้กลายเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อความคิดเห็น การตัดสินใจ และพฤติกรรมของประชาชนอย่างกว้างขวาง สื่อสังคมออนไลน์มิได้เป็นเพียงช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ได้พัฒนาเป็น “สื่อสังคมทางการเมือง” (Political Social Media) ซึ่งทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะแห่งใหม่ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตรวจสอบอำนาจรัฐ และมีส่วนร่วมในกระบวนการประชาธิปไตยอย่างมีพลวัต (Vaccari & Valeriani, 2021; Tucker et al., 2018) แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิดด้านการสื่อสารร่วมสมัยที่มองว่าสื่อดิจิทัลเป็นโครงสร้างสำคัญของประชาธิปไตยในศตวรรษที่ 21

แม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยขยายพื้นที่การมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่การสื่อสารในยุคดิจิทัลกลับเผชิญกับปัญหาสำคัญ เช่น ข่าวดราม่า การบิดเบือนข้อมูล วาทกรรมแห่งความเกลียดชัง และการคัดกรองเนื้อหาโดยอัลกอริทึม ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และการตีความข่าวสารของประชาชน (Napoli, 2019; van Dijck et al., 2023) งานวิจัยจำนวนมากชี้ว่า อัลกอริทึมของแพลตฟอร์มสามารถสร้างปรากฏการณ์ฟองข้อมูลและเสียงสะท้อนในกลุ่มตนเอง อันเป็นความเสี่ยงต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างเท่าทันและคุณภาพของประชาธิปไตย (Freelon et al., 2020; Thorson & Wells, 2020) งานวิจัยร่วมสมัยชี้ว่าการใช้สื่อดิจิทัลและการเลือกใช้หลายแพลตฟอร์มมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมและการตีความข่าวสารทางการเมืองของประชาชน โดยแพลตฟอร์มสื่อสังคมได้พัฒนาเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสารสาธารณะซึ่งมีอิทธิพลต่อการมองเห็นข้อมูลและพฤติกรรมผู้ใช้ (Boulianne et al., 2020; Hasebrink et al., 2020; Helmond et al., 2021; Livingstone, 2018)

ในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ประชาชนและเยาวชนมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเข้มข้นในการติดตามข่าวสาร แสดงความคิดเห็น และเคลื่อนไหวในประเด็นทางสังคมและการเมือง เช่น สิทธิชุมชน สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม กลุ่มประชากรดังกล่าวยังเผชิญความเสี่ยงจากการรับข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือและการขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งอาจนำไปสู่ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนและการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ขาดวิจารณญาณ (Office of the National Digital Economy and Society Commission, 2023) สภาพการณ์นี้สะท้อนความจำเป็นในการทำความเข้าใจพฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในบริบทพื้นที่เฉพาะ

การวิจัยนี้ตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัลที่มองว่าการรับรู้และพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนเป็นผลจากปฏิสัมพันธ์เชิงพลวัตระหว่างผู้ใช้แพลตฟอร์ม และโครงสร้างอัลกอริทึม โดยตัวแปรอิสระสะท้อนบทบาทของการกำหนดกรอบข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Networked Framing) อารมณ์ร่วมของสาธารณะในฐานะแรงขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Affective Publics) และการคัดกรองเนื้อหาโดยแพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้โครงสร้างแพลตฟอร์มมิชชัน (Algorithmic Gatekeeping) ซึ่งร่วมกันกำหนดขอบเขตและความหมายของข่าวสารทางการเมืองที่ประชาชนได้รับ ขณะที่ตัวแปรตามครอบคลุมทั้งมิติพฤติกรรมและการรับรู้ ได้แก่ การเปิดรับข่าวสาร การใช้แพลตฟอร์ม การแสดงออก การรับรู้ และการตีความข่าวสาร ซึ่งมีรากฐานจากทฤษฎีการสื่อสารดั้งเดิมและได้รับการอธิบายเพิ่มเติมผ่านแนวคิดร่วมสมัยด้านอัลกอริทึม แพลตฟอร์ม และอารมณ์ในพื้นที่สาธารณะดิจิทัล (Entman, 1993; Meraz & Papacharissi, 2021; Papacharissi, 2020; Napoli, 2019; van Dijck et al., 2023)

จากบริบทดังกล่าว การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาพฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กรอบแนวคิดร่วมสมัยด้าน Networked Framing, Affective Publics และ Algorithmic Gatekeeping เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างการสื่อสารดิจิทัลกับพฤติกรรมและการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ผลการวิจัยคาดว่าจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการเมืองในบริบทไทย เสริมสร้างความเข้าใจเชิงนโยบายด้านการรู้เท่าทันสื่อ และสนับสนุนการพัฒนาพลเมืองที่สามารถใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

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

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในภาคเหนือตอนล่าง

สมมติฐานที่ 2 ระดับการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัด พิจิตร 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) เนื่องจากเป็นพื้นที่ศูนย์กลางที่มีความหลากหลายทั้งในด้านประชากร โครงสร้างชุมชน และการเข้าถึงสื่อ 2) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างรวม จำนวน 400 คน แบ่งออกเป็น อำเภอเมืองตาก จำนวน 200 คนและอำเภอเมือง

สุโขทัย จำนวน 200 คน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จริง (กรณีที่ทราบประชากรทั้งหมด) หรือใช้จำนวนที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์เชิงสถิติ 3) การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบบจับฉลาก โดยแบ่งตามเพศ อายุ และระดับการศึกษาอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้สัดส่วนที่สะท้อนโครงสร้างประชากรจริง สำหรับกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ: จำนวน 12 คน ประกอบด้วยผู้นำชุมชน นักกิจกรรมท้องถิ่น สื่อท้องถิ่น และเยาวชนผู้ใช้สื่อ โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (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 และข้อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับท้องถิ่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัย 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 สำหรับการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล 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

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% ขณะที่ผู้มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรีอยู่ที่ 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 รองลงมาคือการตีความข่าวสารทางการเมือง = 3.92, SD = 0.62 ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการทำ ความเข้าใจเนื้อหาทางการเมืองอย่างมีวิจารณญาณ. 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
การใช้แพลตฟอร์มเดียว	3.41	0.58

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษา และ อายุ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองในหลายมิติ ดังนี้ ระดับการศึกษา มีค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ($r = .362, p < .01$) และการแสดงออกทางการเมือง ($r = .341, p < .01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับปานกลาง กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปแสดงพฤติกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบการแสดงความคิดเห็น การแชร์ข่าว และการตีความข่าวสารด้วยความระมัดระวังมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำ

กว่า 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)	$\beta = .301^{**}, p < .01$

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 โดยเฉพาะกลุ่มที่ใช้หลายแพลตฟอร์มมีความสามารถในการตีความข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่ใช้แพลตฟอร์มเดียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

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	$t = 4.382, p < .01$
ใช้แพลตฟอร์มเดียว	$t = 4.382, p < .01$

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 เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมอย่าง

ใกล้ชิดกับชุมชน สะท้อนถึงแนวทางที่เชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองในระบบประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่าทั้งสองแนวทางต่างสนับสนุนข้อค้นพบหลักในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะในด้าน บทบาทของการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) และการมีอารมณ์ร่วมทางการเมือง (Affective Involvement) ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง และจากผลการสัมภาษณ์เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่พบในเชิงปริมาณ เช่น การพัฒนาสื่อท้องถิ่น และ กิจกรรมสร้างสรรค์ของเยาวชนผ่าน vlog และ podcast ซึ่งสอดคล้องกับการแสดงออกทางการเมืองในเชิงดิจิทัลที่มีค่าเฉลี่ยสูง นอกจากนี้ ทั้งสองแนวทางยังสะท้อนว่ากลุ่มที่ใช้แพลตฟอร์มเดียวมีความเข้าใจข่าวการเมืองอย่างจำกัด 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 โดยเฉพาะอารมณ์ร่วมที่ส่งผล

ต่อพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .301, p < .01$) 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 แต่ยังมียุทธศาสตร์ในการจัดกรอบการตีความด้วย 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 ($t = 4.382, p < .01$) สำหรับวิจัยเชิงคุณภาพเสนอแนวทางเสริมสร้างการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนาสื่อท้องถิ่นที่เชื่อถือได้ การบูรณาการการเรียนรู้เท่าทันสื่อในระบบการศึกษา การใช้ศิลปวัฒนธรรมเพื่อสื่อสาร และการเปิดพื้นที่ให้เยาวชนมี

ส่วนร่วมผลิตสื่อทางการเมือง 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 โทรศัพท์ และโซเชียลมีเดีย เพื่อเพิ่มความหลากหลายของมุมมอง ลดอคติ และพัฒนาความเข้าใจในประเด็นการเมืองได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น 1.3 ข้อเสนอเชิงวิชาการ ควรชี้แนะให้แสดงความคิดเห็นในประเด็นการเมืองท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ ช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมในระบอบประชาธิปไตยแบบมีพลังและความรับผิดชอบ 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

- Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2020). Digital media and political participation: A meta-analysis. *Political Communication*, 37(2), 163–185.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. London: SAGE Publications.

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Freelon, D., McIlwain, C. D., & Clark, M. D. (2020). Quantifying the power and consequences of social media protest. *New Media & Society*, 22(1), 77–99.
- Hasebrink, U., Domeyer, H., & Hagen, L. M. (2020). Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimodal perspective. *Convergence*, 26(2), 247–264.
- Helmond, A., Nieborg, D. B., & van der Vlist, F. N. (2021). Facebook’s evolution: Development of a platform-as-infrastructure. *Internet Histories*, 5(2), 123–146.
- Livingstone, S. (2018). Audiences in an age of datafication: Critical questions for media research. *Television & New Media*, 20(2), 170–183.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2021). Networked framing and gatekeeping. In S. Coleman & D. Freelon (Eds.), *Handbook of digital politics* (pp. 155–170). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. New York: Columbia University Press.
- Office of the National Digital Economy and Society Commission. (2023). *Thailand digital society and media safety report 2023*. Bangkok: Ministry of Digital Economy and Society.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford: Oxford University Press.
- _____. (2020). *After democracy: Imagining our political future*. New Haven: Yale University Press.
- Thorson, K., & Wells, C. (2020). Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age. *Communication Theory*, 30(3), 309–328.

- Tucker, J. A., Theocharis, Y., Roberts, M. E., & Barberá, P. (2018). From liberation to turmoil: Social media and democracy. *Journal of Democracy*, 29(4), 46–59.
- UNESCO. (2021). *Media and information literacy: Policy and strategy guidelines*. Paris: UNESCO Publishing.
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in Western democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2023). *The platform society: Public values in a connective world* (Updated ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.