

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ในประเทศไทย*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN POLITICAL PARTICIPATION OF YOUNG PEOPLE IN THAILAND

เกียรติเฉลิม รักงาม

Kiatchaloem Rakngam

นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar, Thailand

Corresponding Author's Email: dr.kovip999999@gmail.com

วันที่รับบทความ : 12 กันยายน 2568; วันแก้ไขบทความ 19 กันยายน 2568; วันตอบรับบทความ : 21 กันยายน 2568

Received 12 September 2025; Revised 19 September 2025; Accepted 21 September 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารูปแบบและลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (2) วิเคราะห์บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างการรับรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ และ (3) เสนอแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นกลไกส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างสร้างสรรค์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับกลุ่มคนรุ่นใหม่อายุระหว่าง 18–29 ปี จำนวน 25 คน ซึ่งได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง) พร้อมทั้งถอดความและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า คนรุ่นใหม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok และ X/Twitter เป็นช่องทางหลักในการติดตามและแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการเมือง โดยมีการมีส่วนร่วมในหลายระดับ ตั้งแต่การกดไลก์ แสดงความคิดเห็น แชร์ข้อมูล ไปจนถึงการผลิตคอนเทนต์

Citation:



* เกียรติเฉลิม รักงาม. (2568). บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ในประเทศไทย. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3(5), 280-289.

Kiatchaloem Rakngam. (2025). The Role Of Social Media In Political Participation Of Young People In Thailand. Journal of Interdisciplinary Social Development, 3(5), 280-289.;

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

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

ทางการเมืองด้วยตนเอง สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และทัศนคติทางการเมือง รวมทั้งเป็นพื้นที่สาธารณะเสมือนที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตาม ปัญหาข่าวปลอม การบิดเบือนข้อมูล และความกังวลด้านกฎหมายเป็นอุปสรรคสำคัญในการมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยชี้ว่า ภาครัฐและสถาบันการศึกษาควรส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ ในหมู่เยาวชน ขณะที่ภาคประชาสังคมและพรรคการเมืองควรใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และโปร่งใส เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางการเมืองและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในกระบวนการประชาธิปไตยไทย

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์, การมีส่วนร่วมทางการเมือง, คนรุ่นใหม่, การรู้เท่าทันสื่อ

Abstract

This research aimed to: (1) examine the patterns and characteristics of social media usage among young people related to political participation, (2) analyze the role of social media in shaping political awareness, attitudes, and participatory behaviors, and (3) propose guidelines for utilizing social media as a constructive mechanism to foster political participation. A qualitative research design was employed through in-depth interviews and focus group discussions with 25 young participants aged 18–29, selected using purposive sampling. The data were transcribed and analyzed using thematic content analysis.

The findings revealed that young people predominantly used social media platforms such as Facebook, TikTok, and X/Twitter as primary channels for accessing and exchanging political information. Their participation ranged from symbolic actions-such as liking, commenting, and sharing content-to more active engagement, including producing their own political content. Social media played a crucial role in raising political awareness and shaping attitudes, while also serving as a virtual public sphere for political engagement. However, issues such as fake news, information distortion, and legal concerns were identified as major obstacles to constructive participation.

The study suggests that government agencies and educational institutions should promote media literacy among youth, while civil society organizations and political parties should utilize social media more transparently and creatively to build political trust and encourage meaningful participation of young people in Thailand's democratic processes.

Keywords: Social media, Political participation, Youth, Media literacy

บทนำ

ในยุคดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมทั่วโลก เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูล แสดงความคิดเห็น และรวมกลุ่มเพื่อขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างเสรีและรวดเร็ว (Castells, 2012) โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แต่ยังเป็น “พื้นที่สาธารณะเสมือน” (virtual public sphere) ที่ช่วยสร้างการรับรู้ทางการเมืองและส่งเสริมวัฒนธรรมประชาธิปไตย (Habermas, 1989; Loader, Vromen, & Xenos, 2014)

ในประเทศไทย การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยรายงานของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA, 2023) ระบุว่าคนไทยใช้เวลาเฉลี่ยกว่า 6 ชั่วโมงต่อวันบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งกลุ่มอายุ 18-29 ปีเป็นกลุ่มผู้ใช้งานหลัก สะท้อนให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพสูงในการเป็นช่องทางสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่

อย่างไรก็ตาม แม้สื่อสังคมออนไลน์จะช่วยเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่มีบทบาททางการเมืองมากขึ้น แต่ก็ยังมีข้อจำกัดและความท้าทาย เช่น การแพร่กระจายของข่าวปลอม (fake news) การบิดเบือนข้อมูล และความกังวลด้านกฎหมายและการควบคุมของรัฐ ซึ่งอาจลดทอนคุณภาพของการถกเถียงในสังคมและบั่นทอนความเชื่อมั่นทางการเมือง (Allcott & Gentzkow, 2017; Tufekci, 2017)

ดังนั้น การศึกษาบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ในประเทศไทยจึงมีความสำคัญ เนื่องจากจะช่วยให้เข้าใจกลไกการสื่อสารทาง

การเมืองรูปแบบใหม่ บทบาทของสื่อในการเสริมสร้างหรือจำกัดการมีส่วนร่วม และแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาประชาธิปไตยเชิงสร้างสรรค์ในสังคมไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสร้างการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่
3. เพื่อเสนอแนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นกลไกที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างสร้างสรรค์ในกลุ่มคนรุ่นใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แนวทาง การวิจัยเชิงปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์ตรง มุมมอง และการตีความของคนรุ่นใหม่เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เชื่อมโยงกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

2. กลุ่มเป้าหมายและการเลือกผู้ให้ข้อมูล

2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก คนรุ่นใหม่ อายุ 18–29 ปี ที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, X/Twitter, TikTok, Instagram) และเคยมีประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง (ทั้งออนไลน์และออฟไลน์)

2.2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล ใช้วิธี การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคำนึงถึงความหลากหลายด้านเพศ การศึกษา ภูมิภาค และระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

2.3 จำนวนผู้ให้ข้อมูล ประมาณ 20–30 คน หรือจนกว่าข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (Data Saturation)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แนวคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide)

ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น

- (1) รูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน
- (2) ประสบการณ์การเข้าถึงและแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการเมือง
- (3) การรับรู้ บทบาท และอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อความคิดและพฤติกรรม

ทางการเมือง

- (4) ปัจจัยที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

3.2 เครื่องบันทึกเสียง/วิดีโอ (เมื่อได้รับความยินยอม)

3.3 บันทึกภาคสนาม (Field Notes)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ติดต่อผู้ให้ข้อมูล อธิบายวัตถุประสงค์การวิจัย และขอความยินยอมในการเข้าร่วม

4.2 ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ครั้งละ 45–60 นาที

4.3 ในบางกรณี ใช้ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ขนาด 6–8 คน เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองร่วมกัน

4.4 บันทึกเสียง/วิดีโอ และถอดความ (Transcription) อย่างครบถ้วน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธี การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงอุปนัย (Inductive Content Analysis) หรือ Thematic Analysis โดยมีขั้นตอนดังนี้

5.1 อ่านและทำความเข้าใจข้อมูลที่ถอดความทั้งหมด

5.2 ทำการเข้ารหัสข้อมูล (Coding) แยกเป็นหน่วยความหมาย

5.3 จัดกลุ่มรหัสที่ใกล้เคียงเป็นหมวดหมู่ (Categories)

5.4 สังเคราะห์เป็นประเด็นหลัก/ธีม (Themes)

5.5 เชื่อมโยงประเด็นที่ได้เข้ากับวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

1. รูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่

คนรุ่นใหม่เกือบทั้งหมดใช้ Facebook, TikTok และ X/Twitter เป็นช่องทางหลักในการติดตามข่าวสารการเมือง ขณะที่ Instagram และ YouTube ใช้เพื่อรับข้อมูลเชิงภาพและวิดีโอที่เข้าใจง่าย การมีส่วนร่วมส่วนใหญ่เริ่มจาก การติดตาม (following), การกดไลค์, การแชร์ และ การคอมเมนต์ ซึ่งสะท้อนการมีส่วนร่วมเชิงสัญลักษณ์ (symbolic participation) บางส่วนมีการก้าวไปสู่การ สร้างคอนเทนต์เอง เช่น ทำคลิปสั้น วิเคราะห์ข่าวการเมือง จัดเพจให้ข้อมูล ซึ่งถือเป็นการขยายบทบาทจากผู้รับสารไปสู่ผู้ผลิตสาร (prosumer)

2. บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับรู้และทัศนคติทางการเมือง

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการ สร้างการตระหนักรู้ทางการเมือง ทำให้คนรุ่นใหม่เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว และเท่าทันสถานการณ์มากกว่าสื่อกระแสหลัก ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้าง พื้นที่สาธารณะเสมือน (virtual public sphere) ที่เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี

อย่างไรก็ตาม มีข้อกังวลเรื่อง ข่าวปลอม (fake news) และการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งบางครั้งสร้างความสับสนและลดความน่าเชื่อถือของการถกเถียงทางการเมือง

3. ผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง

สื่อสังคมออนไลน์ถูกมองว่าเป็น จุดเริ่มต้นของการมีส่วนร่วม ที่นำไปสู่กิจกรรมทางการเมืองในชีวิตจริง เช่น การเข้าร่วมการชุมนุม การณรงค์เชิงนโยบาย การยื่นคำร้องออนไลน์ (e-petition)

กลุ่มคนรุ่นใหม่หลายคนใช้แพลตฟอร์มเป็น เครื่องมือระดมพลังและสร้างเครือข่าย เช่น การสร้างแฮชแท็ก (#) เพื่อสื่อสารทางการเมือง หรือการจัดกิจกรรมออนไลน์ก่อนเคลื่อนไหวออฟไลน์ พบว่าระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกันไปตาม ความเชื่อมั่นทางการเมือง (political efficacy) และ แรงกดดันจากครอบครัว/สังคม หากรู้สึกว่าการเห็นของตนมีผลจริง จะมีแนวโน้มเข้าร่วมมากกว่า

4. ปัจจัยที่เอื้อต่อและเป็นอุปสรรคของการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงง่าย การมีพื้นที่ปลอดภัยในการแสดงความคิดเห็น การสนับสนุนจากเพื่อนและเครือข่ายทางสังคม

อุปสรรค ได้แก่ ความไม่มั่นใจในความถูกต้องของข้อมูล ความกังวลเรื่องการถูกติดตามหรือถูกลงโทษทางสังคม/กฎหมาย ความแตกต่างทางเจเนอเรชัน (Generation Gap) ทำให้ทัศนคติของคนรุ่นใหม่มักถูกตั้งคำถามจากผู้ใหญ่

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ในประเทศไทย ทั้งในระดับการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ เช่น การกดไลก์ แชร์ แสดงความคิดเห็น และในระดับการมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองในพื้นที่จริง ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิด Uses and Gratifications Theory ที่อธิบายว่าผู้ใช้สื่อเลือกใช้สื่อตามความต้องการเฉพาะด้าน เช่น การแสวงหาข้อมูล ความบันเทิง หรือการแสดงออกทางสังคม (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974) กล่าวคือ คนรุ่นใหม่เลือกใช้ Facebook, TikTok และ X/Twitter เพื่อเติมเต็มความต้องการทางการเมือง ทั้งด้านข้อมูล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วม

นอกจากนี้ การที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า สื่อสังคมออนไลน์ทำให้การเมืองเป็นเรื่องใกล้ตัวและเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิด Public Sphere ของ Habermas (1989) ที่มองว่าสื่อสามารถสร้าง “พื้นที่สาธารณะเสมือน (virtual public sphere)” ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเสรี และเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมประชาธิปไตย อย่างไรก็ตามงานวิจัยยังพบข้อจำกัด เช่น ปัญหาข่าวปลอม (fake news) และความกังวลด้านกฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Allcott และ Gentzkow (2017) ที่ชี้ให้เห็นว่า ข่าวปลอมบนสื่อออนไลน์สามารถบิดเบือนความเข้าใจทางการเมืองและลดคุณภาพของการถกเถียงในสาธารณะ

อีกประเด็นที่น่าสนใจคือ ความเชื่อมั่นทางการเมือง (Political Efficacy) มีอิทธิพลต่อระดับการมีส่วนร่วม คนรุ่นใหม่ที่เชื่อว่าความคิดเห็นของตนมีความหมายและสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้จริง มีแนวโน้มจะเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Campbell, Gurin, และ Miller (1954) ที่อธิบายว่า political efficacy เป็นตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างการเรียนรู้ทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมจริง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่า สื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสาร แต่ยังเป็นพื้นที่ระดมพลังและสร้างเครือข่ายของคนรุ่นใหม่ เช่น การสร้างแฮชแท็ก (#) เพื่อรณรงค์ประเด็นทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Theocharis et al.

(2015) ที่พบว่าสื่อดิจิทัลทำให้เยาวชนมีช่องทางใหม่ในการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง โดยไม่จำกัดอยู่เพียงรูปแบบดั้งเดิม

โดยสรุป การวิจัยนี้ชี้ว่า สื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพสูงในการเป็นกลไกเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ แต่ในขณะเดียวกัน จำเป็นต้องพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อลดความเสี่ยงจากข้อมูลบิดเบือน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์และยั่งยืน

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง “บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ในประเทศไทย” พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่เชื่อมโยงคนรุ่นใหม่กับการเมืองไทย ทั้งในมิติการรับรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วม แต่ต้องพัฒนา “ภูมิคุ้มกันทางข้อมูล” ควบคู่กับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ ในส่วน ข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ ได้แก่

1.1 ควรมีการศึกษาต่อยอดโดยใช้ การวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสถิติระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และเปรียบเทียบกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1.2 ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง คนรุ่นใหม่ในเมืองกับชนบท ว่ามีความแตกต่างกันในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทางการเมืองหรือไม่

1.3 ควรศึกษาบทบาทของ อัลกอริทึมและอินฟลูเอนเซอร์ (influencers) ในการกำหนดทิศทางการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่

1.4 เสนอให้มีการวิจัยระหว่างประเทศ (comparative study) เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทางการเมืองของเยาวชนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและปฏิบัติ ได้แก่

2.1 ภาครัฐและองค์กรอิสระ ควรสนับสนุนการสร้าง หลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ (Media and Information Literacy) ในทุกระดับการศึกษา เพื่อลดความเสี่ยงจากข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน

2.2 องค์การภาคประชาสังคมและสื่อมวลชน ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลการเมืองที่ถูกต้อง โปร่งใส และเข้าใจง่าย เพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วม

2.3 นักการเมืองและพรรคการเมือง ควรใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการสร้างพื้นที่สื่อสารเชิงสร้างสรรค์และรับฟังเสียงเยาวชน เพื่อสร้างความไว้วางใจและลดความรู้สึกถูกกีดกันทางการเมือง

2.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วม เช่น การรณรงค์การใช้สิทธิเลือกตั้ง การอธิบายนโยบายอย่างโปร่งใส และการป้องกันข้อมูลบิดเบือนที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจของประชาชน

เอกสารอ้างอิง

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Campbell, A., Gurin, G., & Miller, W. E. (1954). *The voter decides*. Evanston: Row, Peterson.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Cambridge: Polity Press.
- ETDA. (2023). *Thailand Internet User Behavior Report 2023*. Bangkok: Electronic Transactions Development Agency.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge: MIT Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2014). The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17(2), 143–150.

- Theocharis, Y., Lowe, W., van Deth, J. W., & García-Albacete, G. (2015). Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*, 18(2), 202–220.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. New Haven: Yale University Press.