

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้ง
ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย

นายชนะชัย เกียรติพันธุ์สไต

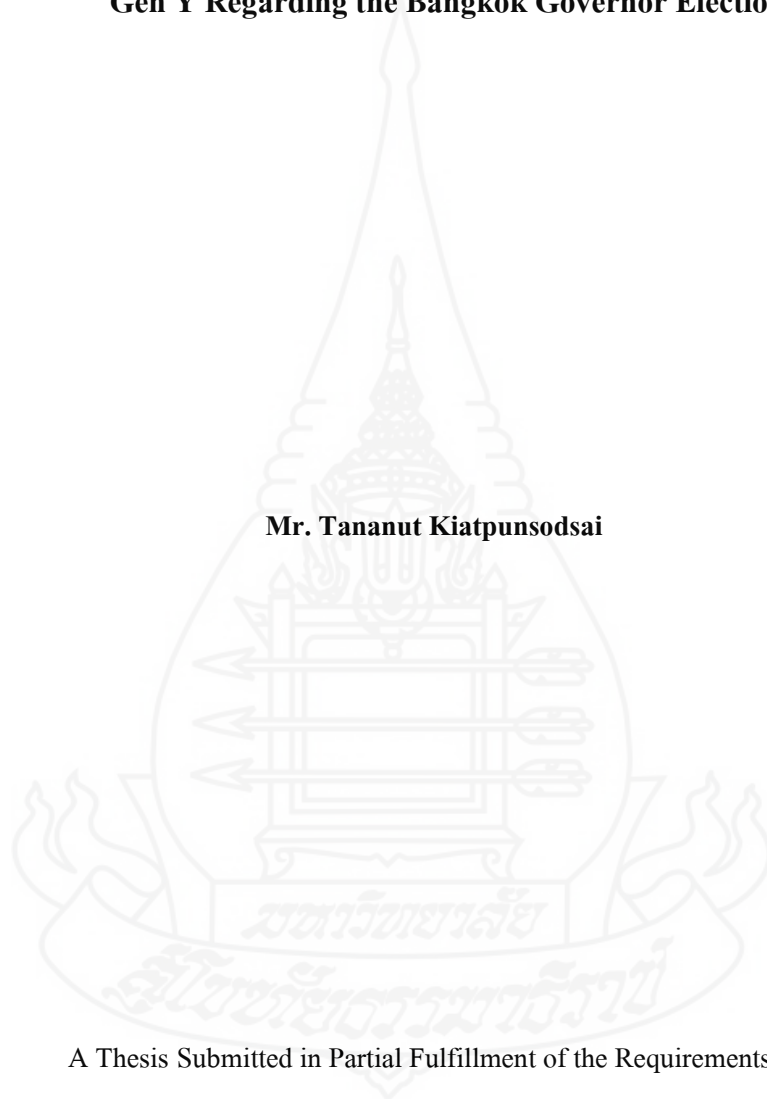


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการบูรณาการการสื่อสาร สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2564

**Information Exposure through Social Media and Political Participation of
Gen Y Regarding the Bangkok Governor Election of 2022**

Mr. Tananut Kiatpunsodsai



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts in Communication Integration

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง
ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย

ชื่อและนามสกุล นายธนะรัช เกียรติพันธุ์สุดใส


แขนงวิชา การบูรณาการการสื่อสาร


สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช


อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี ชินนาลอง

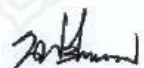
วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2565

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี ชินนาลอง)


..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีธรรม) ๘

ศษ-๐๙๖

ชื่อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้ง

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย

ผู้วิจัย นายธนัชชัย เกียรติพันธุ์สไตน์ รหัสนักศึกษา 2631500051

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การบูรณาการการสื่อสาร) **อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ ดร. บุญบา สุทธิธร

(2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เสาวณี ชินนาลอง **ปีการศึกษา** 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ของคนเจนเอเรชั่นวาย 2) เปรียบเทียบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ตามลักษณะทางประชากรของคนเจนเอเรชั่นวาย และ 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ของคนเจนเอเรชั่นวาย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2543 จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการทดสอบค่าไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งอยู่ในระดับมาก โดยเปิดรับผ่านสื่อสังคมประเภทเฟซบุ๊กมากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเปิดรับข้อมูลข่าวสาร 15-30 นาทีต่อครั้ง โดยมีระดับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากกว่าข้อมูลด้านอื่นๆ และส่วนใหญ่มีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ครั้งนี้ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการเลือกตั้ง ในระดับมาก 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ปริญญาโท และอื่นๆ มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คนเจนเอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ปริญญาโท และอื่นๆ มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้านอาชีพผู้ที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ เจ้าหน้าที่รัฐ พนักงานเอกชน ลูกจ้าง และอื่นๆ มีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ มากกว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ด้านรายได้ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท, 15,001-25,000 บาท, 35,001-45,000 บาท มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก และมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

คำสำคัญ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร สื่อสังคม การมีส่วนร่วมทางการเมือง การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เจนเอเรชั่นวาย

Thesis title: Information Exposure through Social Media and Political Participation of Gen Y Regarding the Bangkok Governor Election of 2022

Researcher: Mr. Tananut Kiatpunsodsai; **ID:** 2631500051;

Degree: Master of Communication Arts (Communication Integration);

Thesis advisors: (1) Bussaba Suteetorn, Associate Professor;

(2) Dr.Saowanee Chinnalong, Assistant Professor; **Academic year:** 2021

Abstract

The objectives of this research were 1) to study exposure to news and information through social media and the political participation in the Bangkok gubernatorial election of Generation Y; 2) to compare Gen Y's demographic factors with their levels of information exposure through social media and with their levels of participation in the Bangkok gubernatorial election; and 3) to analyze the relationship between Gen Y's level of information exposure through social media and their level of participation in the Bangkok gubernatorial election.

This was survey research. The sample population was 400 people born between 1981 and 2000 who were registered to vote in Bangkok, chosen through multi-stage sampling. The data collection tool was a questionnaire. Data were statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, ANOVA, Pearson's correlated coefficient and chi square.

The results showed that 1) Generation Y in Bangkok were exposed to political news and information about the Bangkok gubernatorial election to a high level. They were exposed to information via Facebook the most. On average, most of them reported reading/watching news 15-30 minutes at a time. The information that they were exposed to the most was information about how to utilize one's right to vote. The majority of survey respondents reported that they had a high level of participation in the Bangkok gubernatorial election before, during and after the election. 2) Gen Y individuals with different educational levels had different levels of exposure to political news about the electoral race for Bangkok governor via social media. Gen Y respondents with educational level of bachelor's degree, master's degree or higher had higher levels of exposure than those with educational level of secondary school or lower. The respondents with different educational levels, occupations and income ranges had different levels of participation in the electoral race for Bangkok governor via social media. The respondents with educational level of bachelor's degree, master's degree or higher had higher levels of political participation than respondents with educational level of secondary school or lower. As for the factor of occupation, respondents whose occupation was student, government or state enterprise employee, private sector employee or "other" had higher levels of participation in the gubernatorial election than respondents who were independently employed. For income range, individuals who reported monthly income in the ranges of under 15,000 baht, 15,001-25,000 baht, or 35,001-45,000 baht had higher levels of political participation than individuals who reported monthly income of 45,001 baht and over. 3) Exposure to information via social media was positively correlated to political participation to a low degree.

Keywords: Information exposure, Social media, Political participation, Bangkok gubernatorial election, Generation Y

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. บุญบา สุธีธร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เสาวณี ชินนาลอง ที่กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะในการทำวิทยานิพนธ์ทุกขั้นตอน รวมทั้งขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ปิยฉัตร ล้อมชวการ กรรมการสอบหัวข้อวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิษฐา หุ่นเกษม ที่กรุณาเป็นประธานในการสอบ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ในการปรับปรุงแก้ไข วิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้สมบูรณ์ครบถ้วนขึ้น

ขอบคุณเพื่อนๆ น้องๆ ร่วมรุ่น นิเทศศาสตร์ มสธ. และจากสถาบันอื่น หลายคนที่ยกย่องช่วยเหลือให้คำแนะนำ ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ให้บรรลุล่วงไปได้อย่างดี

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ กว่าจะสำเร็จได้ต้องผ่านอุปสรรคมากมาย เริ่มตั้งแต่เรื่องเวลาที่ไม่ค่อยจะลงตัวของข้าพเจ้า อุปสรรคเรื่องเอกสารการค้นข้อมูลในช่วงโควิดระบาด การลงพื้นที่สำรวจแบบสอบถามเต็มไปด้วยความทุลักทุเล เนื่องจากสถานการณ์โควิดกลับมาระบาดระลอกใหม่ ประกอบกับเป็นช่วงที่ข้าพเจ้าอยู่ระหว่างการย้ายบ้าน เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการทำงาน การเจ็บป่วยที่เกิดขึ้น ในระหว่างทำวิจัย ก็เป็นส่วนหนึ่งของอุปสรรคที่เกิดขึ้น ทำให้ข้าพเจ้าท้อขึ้นมาหลายครั้ง จนเกือบจะทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ไม่สำเร็จ

แต่ทุกอย่างก็ผ่านไปด้วยดี จากทั้งแรงใจและแรงกาย กัลยาณมิตร หลากๆ ฝ่าย ที่ทำให้ข้าพเจ้ากลับมาเข้มแข็งและทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้

ข้าพเจ้าหวังว่าผลงานของข้าพเจ้าจะเป็นประโยชน์ กับผู้ที่ต้องการนำความรู้ที่ข้าพเจ้าค้นคว้ามาไปต่อยอด อ้างอิง เพื่อพัฒนาประเทศชาติและบ้านเมืองให้เจริญยิ่งขึ้น

ธนัชช เกียรติพันธุ์สไต

สิงหาคม 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของ	1
ปัญหาการวิจัย	8
วัตถุประสงค์การวิจัย	8
สมมติฐานการวิจัย	8
กรอบแนวคิดการวิจัย	9
ขอบเขตการวิจัย	11
นิยามศัพท์	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร	15
แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	18
แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่น (Generation)	20
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม (Social Media)	23
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation)	26
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	38
ประชากร	38
กลุ่มตัวอย่าง	38
วิธีสุ่มตัวอย่าง	39
รูปแบบการวิจัย	41
เครื่องมือที่ใช้	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	45
การเก็บและรวบรวมข้อมูล.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	49
ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรของคนเอนอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	49
ข้อมูลด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร.....	53
ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเอนอเรชั่นวาย.....	61
การทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	93
สรุปผลการวิจัย.....	93
อภิปรายผลการวิจัย.....	100
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	105
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	106
บรรณานุกรม.....	108
ภาคผนวก.....	117
ประวัติผู้วิจัย.....	124

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1	แสดงเขตที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง..... 40
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ..... 50
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามอายุจากการตอบแบบสอบถาม..... 50
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา..... 51
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 51
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ..... 52
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 52
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสื่อสังคม ที่คนเจนเอเรชั่นวาย ใช้ในการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร..... 53
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย ในช่วง 1 เดือนก่อนการเลือกตั้ง..... 54
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละในการใช้เวลาอ่านข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับ การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ของคนเจนเอเรชั่นวาย เฉลี่ยต่อครั้ง..... 54
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ของคนเจนเอเรชั่นวาย..... 55
ตารางที่ 4.11	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์หลังการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ในรูปแบบต่างๆ..... 60
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย โดยแบ่งเป็นช่วงเวลา 3 ช่วงเวลา คือ ก่อนการเลือกตั้ง ระหว่างการเลือกตั้ง หลังการเลือกตั้ง..... 61

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมือง จำแนกตามลักษณะประชากร.....	64
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยว กับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย จำแนกตามเพศ.....	67
ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการ เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย จำแนกตามระดับการศึกษา.....	68
ตารางที่ 4.17 ความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการ เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชั่นวาย จำแนกตาม ระดับการศึกษาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD.....	69
ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยว กับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	70
ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยว กับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย จำแนกตามอาชีพ.....	71
ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยว กับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย จำแนกตามรายได้.....	72
ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชั่นวายจำแนกตามเพศ.....	73
ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชั่นวายจำแนกตามระดับการศึกษา.....	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.23	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของ คนเจนเอเรชั่นวายจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	75
ตารางที่ 4.24	ความแตกต่างของการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามสถานภาพสมรส ของคนเจนเอเรชั่นวาย จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD.....	76
ตารางที่ 4.25	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของ คนเจนเอเรชั่นวายจำแนกตามลักษณะอาชีพ.....	77
ตารางที่ 4.26	เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของคนเจนเอเรชั่นวายจำแนกตามรายได้.....	78
ตารางที่ 4.27	ความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของคนเจนเอเรชั่นวาย กับการแสดง ออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD.....	79
ตารางที่ 4.28	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเอเรชั่นวายที่มีเพศต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร.....	80
ตารางที่ 4.29	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร.....	81
ตารางที่ 4.30	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD.....	82
ตารางที่ 4.31	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเอเรชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร.....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์เรชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกั กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	84
ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์เรชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกั กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD	85
ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์เรชั่นวายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกั กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	86
ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์เรชั่นวายที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกั กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD	87
ตารางที่ 4.36 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย ด้านระดับการรับรู้กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง	88
ตารางที่ 4.37 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทาง การเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย กักับการมีส่วนร่วมทางการเมือง	89
ตารางที่ 4.38 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย กักับการมีส่วนร่วมทางการเมือง	90
ตารางที่ 4.39 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	91
ตารางที่ 5.1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	96

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย.....	1



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รูปแบบการปกครองท้องถิ่นของไทย จำแนกออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ องค์การปกครองท้องถิ่นรูปแบบทั่วไป ซึ่งประกอบไปด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เทศบาล และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ คือ กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา

องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ มีลักษณะหรือองค์ประกอบบางประการแตกต่างไปจากองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วไป ความแตกต่างนี้สืบเนื่องมาจากลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น เป็นท้องถิ่นที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจมาก เป็นท้องถิ่นที่มีประชากรอยู่กันอย่างหนาแน่น หรือเป็นท้องถิ่นที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นต้น โดยลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นนั้น ทำให้การใช้รูปแบบการบริหารจัดการแบบองค์การปกครองท้องถิ่นทั่วไปไม่เหมาะสม ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สารานุกรมการปกครองท้องถิ่นไทย สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2565 จาก <https://kpi.ac.th/uploads/files/rEXIVe4Xvfxg9Eb34uxtzmfbg33q5G0D3mjBkNu.pdf>)

การปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ในที่นี้ขอกล่าวถึงเฉพาะการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นรูปแบบการปกครองที่เน้นการกระจายอำนาจการปกครองจากส่วนกลาง โดยเป็นรูปแบบที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองการปกครอง โดยมีลักษณะเด่นประการหนึ่ง คือการกำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นรูปแบบพิเศษมาจากการเลือกตั้งโดยตรง ซึ่งแต่เดิมผู้ที่บริหารท้องถิ่นกรุงเทพมหานครนั้น ก็คือผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มาจากการแต่งตั้งโดยคณะรัฐมนตรี ต่อมาได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2518 โดยกฎหมายฉบับดังกล่าว ได้กำหนดให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครต้องมาจากการเลือกตั้ง และมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี โดยได้จัดให้มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2518 ซึ่งนายธรรมนุญ เทียนเงิน ได้รับการเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นคนแรก แต่นายธรรมนุญไม่ได้ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จนครบวาระ 4 ปี เนื่องจากเกิดความขัดแย้งอย่างรุนแรงทั้ง

ในฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ จนไม่สามารถปฏิบัติงานได้ ในวันที่ 29 เมษายน 2520 นายชานินทร์ กรีวิเชียร นายกรัฐมนตรี ในขณะนั้น จึงตัดสินใจใช้อำนาจตามมาตรา 21 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2519 ปลดนายธรรมนูญ ออกจากตำแหน่ง และให้กลับไปใช้รูปแบบการแต่งตั้งเช่นเดิม

จนกระทั่งวันที่ 18 กรกฎาคม 2528 สภาผู้แทนราษฎรได้ลงมติเห็นชอบ พ.ร.บ.ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 กำหนดให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มาจากการเลือกตั้งอีกครั้ง จึงเกิดการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ครั้งที่ 2 ใน พ.ศ. 2528 และได้มีการประกาศใช้บังคับพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ กำหนดให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครต้องมาจากการเลือกตั้ง จึงได้จัดให้มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครขึ้นในวันที่ 14 พฤศจิกายน 2528 ซึ่งพลตรี จำลอง ศรีเมือง ได้รับการเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นับจากนั้นตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครก็มีการเลือกตั้งเรื่อยมา โดยผู้ที่ได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครต่อมาตามลำดับ ดังนี้ (ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%A7%E0%B9%88%E0>)

- 1) พลตรี จำลอง ศรีเมือง (ได้รับเลือกตั้งเป็นครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2533)
- 2) ร้อยเอก กฤษณา อารุณวงษ์ ณ อยุธยา (ได้รับเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2535)
- 3) นายพิจิตต รัตตกุล (ได้รับเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2539)
- 4) นายสมักร สุนทรเวช (ได้รับเลือกตั้งเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2543)
- 5) นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน (ได้รับเลือกตั้ง 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2547 และวันที่ 5 ตุลาคม 2551)
- 6) หม่อมราชวงศ์ สุขุมพันธุ์ บริพัตร (ได้รับเลือกตั้ง 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2552 และวันที่ 3 มีนาคม 2556)

ภายหลังการยึดอำนาจการบริหารราชการแผ่นดินของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ได้มีคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 64/2559 ลงวันที่ 18 ตุลาคม 2559 แต่งตั้งพลตำรวจเอก อัศวิน ขวัญเมือง เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครคนปัจจุบันแทนหม่อมราชวงศ์ สุขุมพันธุ์ บริพัตร โดยกำหนดให้ดำรงตำแหน่งแทนจนกว่าจะมีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หรือมีคำสั่งเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่น

จนในวันที่ 8 มี.ค. 2565 ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) เห็นชอบ ตามที่กระทรวงมหาดไทย เสนอเรื่องพิจารณาเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (กทม.) โดยสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) กำหนดวันเลือกตั้งในวันอาทิตย์ที่ 22 พ.ค. 2565 หลังจากว่างเว้นการเลือกตั้งเป็นเวลานาน 9 ปี นับเป็นเวลาที่ยาวนานมากที่คนกรุงเทพมหานคร ไม่ได้ไปใช้สิทธิหย่อนบัตรเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นตำแหน่งทางการเมือง ที่มีความสำคัญมากเนื่องจากเป็นหัวหน้าฝ่ายบริหาร เป็นผู้กำหนดทิศทางและพัฒนานโยบายต่างๆ ให้ดำเนินไปด้วยดี ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 ในมาตรา 49 ได้กำหนดหน้าที่หลักของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไว้ดังนี้

1. กำหนดนโยบาย บริหารราชการของกรุงเทพมหานคร ให้เป็นไปตามกฎหมาย
2. สั่ง อนุญาต อนุมัติ เกี่ยวกับราชการของกรุงเทพมหานคร
3. แต่งตั้งและถอดถอน รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เลขานุการผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้ช่วยเลขานุการผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และแต่งตั้งและถอดถอนผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นประธานที่ปรึกษา ที่ปรึกษา หรือคณะที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หรือเป็นคณะกรรมการ เพื่อปฏิบัติราชการใดๆ
4. บริหารราชการตามที่คณะรัฐมนตรี นายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยมอบหมาย
5. วางระเบียบ เพื่อให้งานของกรุงเทพมหานคร เป็นไปโดยเรียบร้อย
6. รักษาการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร
7. อำนาจหน้าที่อื่นตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ (เช่น การเป็นผู้บังคับบัญชาของข้าราชการ และลูกจ้างกรุงเทพมหานคร ตามมาตรา 50 การเสนอร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร ตามมาตรา 98 เป็นต้น)

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีหน่วยงานรองรับภารกิจเป็นระดับสำนักซึ่งเป็นงานฝ่ายอำนวยการ 17 สำนัก และสำนักงานเขตซึ่งเป็นงานฝ่ายปฏิบัติการ 50 เขต มีโรงเรียนในสังกัด 437 แห่ง โรงพยาบาล 10 แห่ง สถานีดับเพลิงและกู้ภัย 37 แห่ง โรงขนถ่ายขยะและโรงกำจัดขยะ 6 แห่ง โรงบำบัดน้ำเสีย 20 แห่ง มีข้าราชการกรุงเทพมหานคร ครู บุคลากรทางการศึกษา ลูกจ้างประเภทต่างๆ รวมกันทั้งหมดเกือบ 100,000 คน มีงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2565 ประมาณ 7.9 หมื่นล้านบาท (สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก <https://webportal.bangkok.go.th/iaud/page/footer/985/%E0%B8%AB%E0%B8%9>)

กรุงเทพมหานครในฐานะเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นมหานครขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่ประมาณ 1,568,737 ตารางกิโลเมตร มีประชากรตามทะเบียนราษฎร 5,487,876 คน ในขณะที่มีประชากรแฝงเข้ามาอาศัยอีกจำนวน 5,144,273 คน รวมทั้งสิ้น 10,632,149 คน (กรมการปกครอง สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>) ด้วยรูปแบบการปกครองแบบรวมศูนย์ ทำให้กรุงเทพมหานคร กลายเป็นศูนย์กลางของทุกอย่าง จึงเป็นสาเหตุให้ประชาชนหลั่งไหลเข้ามาพำนักอาศัยและทำมาหากิน ในกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก การที่ประชากรเข้ามาอาศัยอยู่กันอย่างหนาแน่น ทำให้สังคมกรุงเทพมหานคร เต็มไปด้วยปัญหาต่างๆ มากมาย เช่น ปัญหาเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม จึงทำให้การบริหารงานของกรุงเทพมหานครมีความยุ่งยากซับซ้อนมากขึ้น และด้วยปัญหาที่ทับถมมาจากอดีต จนถึงปัจจุบันและอาจต่อไปในอนาคตนั้น พบว่ามีปัญหาที่รอการบริหารจัดการอยู่ไม่น้อย ซึ่งอาจจะได้เรียงได้ ดังนี้ (ไทยโพสต์ สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก <https://www.thaipost.net/articles-news/86369/>)

1) ปัญหาด้านผังเมือง จากอดีตถึงปัจจุบันกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางแทบจะทุกอย่างของประเทศ ทำให้กลายเป็นเมืองโตเดี่ยว ผูกขาดความเจริญ ผู้คนหลั่งไหลมาทำงานและอยู่อาศัย การขยายตัวของเมืองเป็นไปอย่างไร้ทิศทาง การใช้ที่ดินไม่มีประสิทธิภาพ กฎหมายผังเมืองตามไม่ทัน มีการบุกรุกแม่น้ำลำคลองและที่สาธารณะอยู่ทั่วไป ส่งผลถึงทัศนียภาพของเมือง

2) ปัญหาการจราจร เกิดรถติดและการไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร สถิติอุบัติเหตุทางถนนนับว่าสูงมาก แม้จะเป็นเรื่องของหน่วยงานอื่นด้วย แต่ กทม.ก็มีส่วนรับผิดชอบในการสร้างถนนหนทาง ตรอก ซอก ซอย และคูแลทางเท้า รวมทั้งป้ายสัญญาณต่างๆ

3) ปัญหาน้ำท่วม ทั้งที่เกิดจากน้ำฝน น้ำเอ่อล้นจากแม่น้ำ เนื่องจากน้ำเหนือไหลมาหรือน้ำทะเลหนุน รวมทั้งการทรุดตัวของพื้นดินและการกักเซาะของน้ำทะเล

4) ปัญหามลภาวะ (1) ขยะมูลฝอยกว่า 10,000 ตันต่อวัน และน้ำเสียเนื่องจากมีคลองใน กทม.กว่า 1,100 คลอง (2) อากาศเสีย ทั้งคาร์บอนมอนนอกไซด์จากยานพาหนะและก๊าซอื่นๆ จากโรงงาน รวมทั้งฝุ่นผงที่ลอยมาจากการเผาซากพืชในบางพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง

5) ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สถิติอาชญากรรมใน กทม.มีประมาณ 2-3 หมื่นคดีต่อปี ที่น่าเป็นห่วงคือ คดียาเสพติด คดีประทุษร้ายต่อทรัพย์ รวมทั้งยังมีปัญหาไฟไหม้อาคารอยู่บ่อยครั้ง

6) ปัญหาสุขภาพและคุณภาพชีวิต ถ้าไม่นับโรคอุบัติใหม่อย่างโรคโควิด-19 กรุงเทพฯก็ยังมีโรคภัยไข้เจ็บอยู่ไม่น้อย อีกทั้งต้องเร่งรัดการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมืองให้เจริญหูเจริญตา การเพิ่มจำนวนและพื้นที่สวนสาธารณะให้เข้าเกณฑ์

มาตรฐาน รวมทั้งการบริหารจัดการปัญหาผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาสในสังคม เช่น คนจรจัดและคนไร้บ้าน

7) ปัญหาอำนาจหน้าที่ตามระเบียบกฎหมาย และการทับซ้อนพื้นที่ในการบริหารจัดการกับหน่วยราชการอื่นและรัฐวิสาหกิจ ทำให้อำนาจในการบริหารจัดการของ กทม.มีจำกัด ไม่อาจแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างมีเอกภาพได้ อีกทั้งงบประมาณก็ยังไม่เพียงพออีกด้วย ตัวอย่างจากการเป็นหนี้ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (รถไฟฟ้า BTS)

8) ปัญหาการมีส่วนร่วมของพลเมือง ตามหลักปรัชญาของการปกครองท้องถิ่น ผู้ว่าฯ และผู้อำนวยการเขตจะอยู่ห่างไกล ไม่ใกล้ชิดกับคนในพื้นที่เหมือนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบอื่นๆ ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเชิงพื้นที่น้อย

9) ปัญหาทางการเมือง ในกรณีที่ว่าฯ มาจากพรรคการเมืองฝั่งตรงข้ามกับพรรครัฐบาล การสนับสนุนและการประสานงานอาจจะไม่สู้ราบรื่นนัก อันเป็นธรรมชาติของการต่อสู้ทางการเมือง

ด้วยภาระงานและความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานครที่มีอยู่มากมาย จึงมีความจำเป็นต้องใช้สื่อในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารออกสู่สาธารณชน ซึ่งในยุคก่อนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้น มักสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมเป็นหลัก แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อสารมีพัฒนาการไปอย่างมาก ทำให้การติดต่อ สื่อสารนั้นเป็นไปได้ง่ายขึ้น เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายนั้น ได้ทำการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงช่องทางการติดต่อสื่อสารนั้น สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่ายขึ้น ทำให้สื่อสังคมได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมนั้นมีความน่าสนใจอย่างหนึ่งคือ เป็นสื่อที่สามารถสื่อสารได้ 2 ทาง โดยสื่อสังคมส่วนมากมักเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม ด้วยการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารได้โดยตรง ซึ่งเป็นการสะท้อนภาพการทำงานของกรุงเทพมหานคร และเป็น การตอบสนองความต้องการของประชาชนได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีส่วนทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนแปรเปลี่ยนไป โดยนิยมเปิดรับสื่อผ่านสื่อสังคมมากขึ้น เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย มีความสะดวก ประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ โดยผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็น ตอบโต้ สนับสนุน พுகุศลแลกเปลี่ยนมุมมอง วิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างเสรี

สื่อสังคมจึงกลายเป็นตัวกลางที่สำคัญในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมือง อีกทั้งยังเป็นแรงกระตุ้นสังคมจนเกิดเป็นปฏิสัมพันธ์ทางการเมือง ในที่สุดก็ยกระดับเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเริ่มจากการแสดงความคิดเห็น การตอบโต้ สนับสนุนทางการเมือง ปลุกเร้า จนถึงปลุกระดมประชาชนให้ออกมาใช้สิทธิในการมีส่วนร่วมทางการเมือง หากพิจารณาจากทักษะ

ของการใช้สื่อสังคมนั้น พบว่าคนรุ่นใหม่หรือคนเจนเอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารได้ดี เพราะเกิดมาท่ามกลางสภาพสังคมที่เทคโนโลยีการสื่อสารเฟื่องฟู และเป็นคนกลุ่มใหญ่ของสังคมกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1,798,920 คน (ข้อมูลทะเบียนราษฎร สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>) คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังจะมีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทยต่อไป ภายหลังจากที่กลุ่มเบบี้บูม และกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ จะเริ่มหมดบทบาทในสังคม คนกลุ่มเจนเอเรชั่นวายก็จะเข้ามามีอิทธิพล ต่อแนวความคิดแทนกลุ่มคนรุ่นก่อน ทำให้คนกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่เป็นพลังสำคัญ เพราะเป็นคนที่อยู่ในวัยทำงาน และกำหนดทิศทางสังคมไทย

คนเจนเอเรชั่นวาย หมายถึงบุคคลที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2543 คือมีอายุระหว่าง 21-41 ปี (กัญญณ์ณัฐ อุนุรศักดิ์พันธุ์, 2561) ในด้านพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ พบว่า คนเจนเอเรชั่นวาย ต้องการความเป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้ จะชอบสิ่งที่ชัดเจน ตรงไปตรงมา ดังนั้นวิธีการหาเสียง หรือการสื่อสารก็ต้องเปลี่ยนไปด้วย เพราะวิธีการแบบเดิมจะไม่ประสบความสำเร็จ เช่น การติดโปสเตอร์ การขึ้นเวทีปราศรัย อาจเข้าไม่ถึงคนเจนเอเรชั่นวาย ดังนั้นผู้รับสมัครรับเลือกตั้งที่ใช้วิธีการแบบเก่าจะไม่ได้คะแนนเสียงจากคนกลุ่มนี้เลย แต่ถึงแม้จะรู้ว่าคนเจนเอเรชั่นวาย ชื่นชอบช่องทางสื่อสังคม แต่ถ้าข้อความหรือสารที่ส่งออกไปไม่โดนใจ ก็จะเข้าไม่ถึงเนื่องจากวิถีชีวิตของคนกลุ่มนี้ จะเติบโตขึ้นมาท่ามกลางข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมาก จึงมีทักษะในการคัดกรองข้อมูลให้เข้ากับจริตของตนเอง ดังนั้นสิ่งที่ไม่จำเป็นหรือไม่ถูกจริตก็จะปล่อยผ่านไป หรืออาจกล่าวได้ว่า จะเลือกรับเฉพาะแต่สิ่งที่ถูกจริตเท่านั้น (สตีธร รัตนนิชิโชติ สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก <https://prachatai.com/journal/2018/10/79100>)

คนเจนเอเรชั่นวาย ส่วนใหญ่มีความสนใจกิจกรรมทางการเมืองอยู่มาก โดยวัฒนธรรมทางการเมืองของเจนเอเรชั่นวาย เป็นรูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบการมีส่วนร่วม อันเกิดจากการกล่อมเกลாதทางการเมืองโดยสถาบันครอบครัวเป็นสำคัญ ถัดมาคือสถาบันการศึกษาและการประกอบอาชีพที่ช่วยเพิ่มการรับรู้ทางการเมือง พร้อม ๆ กับการเลือกรับสื่อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย ส่งผลให้รูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองของเจนเอเรชั่นวายนี้ มีการพัฒนาขึ้นจากในอดีต (อรวรรณ สว่างอารมณ์, 2563)

การเมืองแบบมีส่วนร่วม (The Participant Political) เป็นวัฒนธรรมทางการเมืองของบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการเมืองเป็นอย่างดี เห็นคุณค่าและความสำคัญ ในการมีส่วนร่วมทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อควบคุม กำกับและตรวจสอบ ให้ผู้ปกครองทำการปกครองเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชน ลักษณะวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมจะพบ

เห็นได้ในชนชั้นกลาง ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยที่แท้จริง สำหรับประเทศไทย ปัจจุบันวัฒนธรรมการเมืองเริ่มมีบทบาทชัดเจนมากขึ้น ทั้งการเมืองภาคเอกชน และภาคประชาชน ทั้งนี้เป็นผลมาจากกฎหมายรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันได้กำหนดสิทธิและเสรีภาพทางการเมืองของ ประชาชนเพิ่มขึ้น เช่น ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบทางการเมือง และวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองตลอดจนทำ กิจกรรมทางการเมืองได้ ตามที่กฎหมายกำหนด (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=263335) โดยหลักการของระบอบประชาธิปไตยนั้น “การมีส่วนร่วมทางการเมือง” มักแสดงออกผ่านการเลือกตั้งเป็นหลัก ซึ่งการเลือกตั้งนั้น ถือเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่สำคัญในระบอบประชาธิปไตย เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคคลที่จะไปทำหน้าที่ปกครอง และบริหารงานตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้

การมีส่วนร่วมทางการเมือง ที่แสดงออกผ่านการเลือกตั้ง ครั้งที่มีความน่าสนใจ คือการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ซึ่งมีสิ่งที่แตกต่างและน่าสนใจ จากการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครครั้งก่อนๆ หลายประการด้วยกัน เช่น เป็นการเลือกตั้งหลังจากที่ว่างเว้นเป็นเวลานานกว่า 9 ปี เป็นการเลือกตั้งครั้งที่มีจำนวนผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก เป็นการเลือกตั้งในช่วงที่สื่อสังคมกำลังดาโหมเข้าไปสังคมไทยอย่างมาก อีกทั้งพฤติกรรมการสื่อสารของประชาชนก็เปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม เป็นการเลือกตั้งครั้งที่มีผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเป็นกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย ที่เป็นคนกลุ่มใหญ่ของกรุงเทพมหานคร ด้วยคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มประชากรตัวแปรทางการเมืองที่สำคัญ อันไม่อาจคาดการณได้ว่ากลุ่มบุคคลเหล่านี้จะออกเสียงลงคะแนนในทิศทางใด ซึ่งนับเป็นการท้าทายความสามารถผู้ที่อาสาเข้ามา เป็นผู้บริหารกรุงเทพมหานครอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมและการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย ทั้งนี้โดยมีจุดประสงค์ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประเทศ โดยอาจนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสาร เพื่อการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้ง ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านสื่อสังคม และสามารถใช้เป็นเอกสารอ้างอิงสำหรับผู้สนใจศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครได้

2. ปัญหาการวิจัย

2.1 คนเจเนอเรชันวายที่มีสิทธิเลือกตั้ง เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านทางสื่อสังคมอย่างไร

2.2 คนเจเนอเรชันวายที่มีสิทธิเลือกตั้ง มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในลักษณะใดบ้าง

2.3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจเนอเรชันวายที่มีสิทธิเลือกตั้ง แตกต่างกันตามลักษณะประชากรหรือไม่ อย่างไร

2.4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจเนอเรชันวายที่มีสิทธิเลือกตั้งหรือไม่ อย่างไร

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อสำรวจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 เพื่อเปรียบเทียบ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะทางประชากรของคนเจเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 คนเจเนอเรชันวายที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากรได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีระดับการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน

4.2 คนเจนเนอร์ชั้ววที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากรได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

4.3 คนเจนเนอร์ชั้ววที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากรได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

4.4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชั้วว ในเขต กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากร ของคนเจนเนอร์ชั้ววในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

5.1 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่าน สื่อสังคมประกอบด้วย

- ประเภทของสื่อสังคมที่เปิดรับ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูป และไลน์

- ความถี่และระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมต่าง ๆ แต่ละประเภท

- ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

- การแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

5.2 การมีส่วนร่วมทางการเมือง (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง) สามารถ จำแนกรายละเอียดกิจกรรมต่างๆ ได้ดังนี้

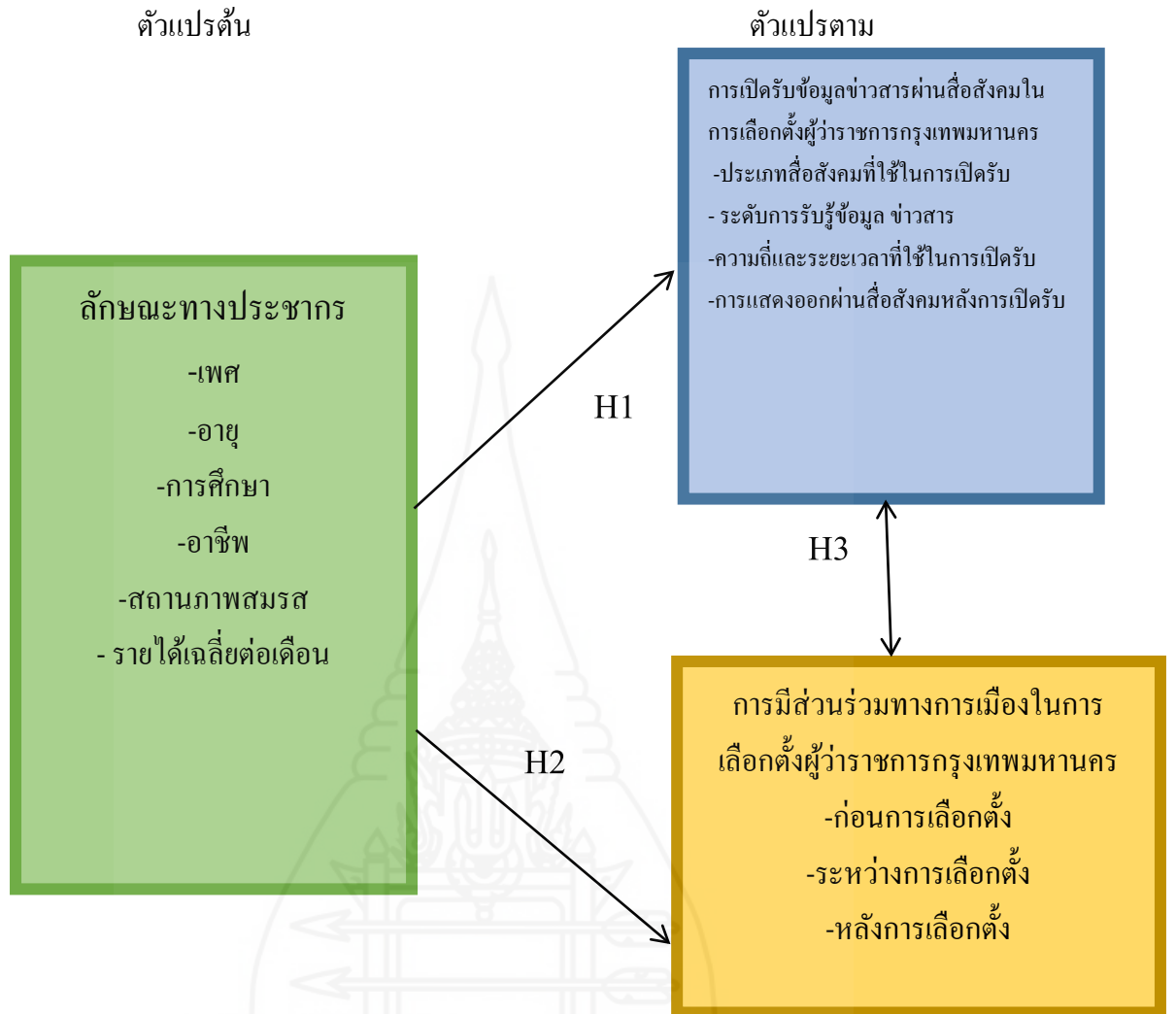
1. กิจกรรมการมีส่วนร่วมก่อนการเลือกตั้ง

1. ตรวจสอบบัญชีรายชื่อว่าตนเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งหรือไม่

2. ตรวจสอบพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้ง

3. ร่วมรณรงค์เลือกตั้ง

4. ฟังการปราศรัยนโยบายของผู้สมัครและพรรคการเมือง
 5. สอดส่องดูแลพฤติกรรมที่มีชอบ
 6. ศึกษาประวัติผู้สมัคร
 7. ให้การศึกษาแก่ประชาชน
 8. การต่อรองนโยบายของพรรคการเมือง
2. กิจกรรมการมีส่วนร่วมระหว่างกาเลือกตั้ง
 1. สังเกตการณ์การซื้อเสียง
 2. ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง
 3. ติดตามการนับคะแนน
 4. ร่วมเป็นคณะกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง
 5. แจ้งเหตุหากพบเหตุการณ์ผิดปกติ
 6. ชักชวนประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง
 7. ไม่รับเงินซื้อเสียง
 8. ตรวจสอบดูแลกาเลือกตั้งให้เป็นไปตามกติกา
 3. กิจกรรมการมีส่วนร่วมหลังกาเลือกตั้ง
 1. ติดตามผลการเลือกตั้ง
 2. ติดตามผลการใช้สิทธิเลือกตั้ง
 3. ติดตามการจัดตั้งรัฐบาล
 4. ติดตามตรวจสอบการทำงานของผู้แทนที่เราเลือก
 5. แสดงพลังกลุ่มถอดถอนนักการเมือง ถ้าพบว่ามีกากระทำโดยมิชอบ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. ขอบเขตการวิจัย

6.1 ขอบเขตด้านประชากร

วิทยานิพนธ์นี้ศึกษาผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่เป็นคนเจนเอ เรซันวายที่มีสิทธิเลือกตั้ง คือผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2543 ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งคือผู้มีอายุระหว่าง 22-41 ปี (กัญญ์ณรัณ อนุรักษ์พันธ์, 2561) ที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 1,798,920 คน (สถิติประชากรทางทะเบียนราษฎร สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม

2565 จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>) มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม

6.2 ขอบเขตด้านเวลา

กำหนดระยะเวลาการเก็บข้อมูลหลังการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร คือ หลังวันที่ 22 พฤษภาคม 2565

7. นิยามศัพท์

7.1 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ประเภทสื่อสังคมที่ใช้ในการเปิดรับ ความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับ ระดับการรับรู้ข่าวสาร และการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

7.2 ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง หมายถึง ผลโดยรวมของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ข้อมูลผู้สมัคร ข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่หลักของตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้ง และข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการ ไปใช้สิทธิในการเลือกตั้ง

7.3 การมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หมายถึง การแสดงออกทางการเมืองด้วยวิธีต่างๆ ในแต่ละขั้นตอนของการเลือกตั้ง ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก https://www.ect.go.th/ect_en/news_page.php?nid=767&filename=)

1. กิจกรรมการมีส่วนร่วมก่อนการเลือกตั้ง
 1. ตรวจสอบบัญชีรายชื่อว่าตนเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งหรือไม่
 2. ตรวจสอบพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้ง
 3. ร่วมรณรงค์เลือกตั้ง
 4. ฟังการปราศรัยนโยบายของผู้สมัครและพรรคการเมือง
 5. สอดส่องดูแลพฤติกรรมที่มีชอบ
 6. ศึกษาประวัติผู้สมัคร
 7. ให้การศึกษาแก่ประชาชน
 8. การต่อรองนโยบายของพรรคการเมือง
2. กิจกรรมการมีส่วนร่วมระหว่างการเลือกตั้ง
 1. สังเกตการณ์การซื้อเสียง

2. ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง
 3. ติดตามการนับคะแนน
 4. ร่วมเป็นคณะกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง
 5. แจ้งเหตุหากพบเหตุการณ์ผิดปกติ
 6. ชักชวนประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง
 7. ไม่รับเงินซื้อเสียง
 8. ตรวจสอบดูแลการเลือกตั้งให้เป็นไปตามกติกา
3. กิจกรรมการมีส่วนร่วมหลังการเลือกตั้ง
 1. ติดตามผลการเลือกตั้ง
 2. ติดตามผลการใช้สิทธิเลือกตั้ง
 3. ติดตามการจัดตั้งรัฐบาล
 4. ติดตามตรวจสอบการทำงานของผู้แทนที่เราเลือก
 5. แสดงพลังกลุ่มถอดถอนนักการเมือง ถ้าพบว่ามีกรกระทำโดยมิชอบ

7.4 การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หมายถึง การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่เกิดขึ้นใน พ.ศ. 2565 และอยู่ในตำแหน่งตามวาระ 4 ปี

7.5 ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของคนเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสิทธิในการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร

7.6 เจเนอเรชั่นวาย หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2543 (กัญญ์ณรัณ อนุรักติพันธ์, 2561) ที่มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ในการเลือกตั้ง พ.ศ. 2565 ที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานครไม่น้อยกว่า 1 ปี

7.7 สื่อสังคม หมายถึง (Social Media) หมายถึง สื่อสังคมที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย 5 อันดับ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูปและไลน์ (พิเศศ ตันติมาลา, 2561)

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเลือกตั้ง สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสาร เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งระดับต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8.2 สามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัย มาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการสื่อสาร ในการเลือกตั้งผ่านสื่อสังคม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8.3 สามารถใช้เป็นเอกสารอ้างอิง ค้นคว้าทางวิชาการเพิ่มเติม สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสาร ในการเลือกตั้งผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเนอเรชันวาย” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ประกอบการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร (Media Exposure)
2. แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographics)
3. แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชัน (Generation)
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม (Social Media)
5. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation)
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร (Media Exposure)

ในสังคมยุคใหม่ข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง เพราะมนุษย์มักใช้ข้อมูลข่าวสารในการสนับสนุนในการตัดสินใจทำกิจกรรมต่างๆ เมื่อเกิดความสงสัย ไม่แน่ใจ หรือกำลังตัดสินใจทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มนุษย์จึงต้องการข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ

บุคคลจะไม่เปิดรับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด และจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เองตามที่ตนต้องการ โดยจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์กับตน นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความสามารถ ของสื่อที่ว่าสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในใจหรือไม่ โดยจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ในการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารเองเป็นตัวกำหนด ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความเชื่อ และความต้องการ อันเป็นผลทำให้พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันออกไป (พิชามญช์ ธีระพันธ์, 2559)

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะถูกกล่าวถึงบ่อยๆว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร นั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรร (selective processes) ของผู้รับสาร

ข่าวสารต่างๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดมีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสาร ไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ทั้งหมด ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ตามความรู้ตื้นลึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน (พีระ จิระ โสภณ, 2559, น:252)

ความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น (ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2560, น:41) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยพิจารณาตามพฤติกรรมได้ 3 ประเภท ดังนี้

1) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลแสวงหาข้อมูล เมื่อต้องการให้มีความคล้อยคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสาร เพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูรายการโทรทัศน์เฉพาะที่ตัวเองสนใจ หรือมีผู้แนะนำหรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3) การเปิดรับสถานการณ์ (Experience Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ซึ่งผู้รับสารนั้นมักเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะดังนี้

1) เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) มนุษย์จะให้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ยากมากๆ จะไม่ได้รับเลือก แต่ถ้าสามารถหาได้ไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องให้ความพยายามมาก เช่น ชาวชนบทมักนิยมเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง เพราะสามารถหาได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ เป็นต้น

2) เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติของตน นักวิชาการรุ่นใหม่มักนิยมอ่านเว็บไซต์สำนักข่าวอิสระมากกว่าเว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวมา เพราะเว็บไซต์ดังกล่าวให้สาระความรู้ที่สอดคล้องกับตน

3) เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ สื่อบุคคล และสื่อใหม่ แต่ละคนจะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่ต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนนิยมฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถยนต์ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด คน Gen Z ชอบติดตามข่าวสารจากสื่อดิจิทัล

4) เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติคนกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมจะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักพบกับคนอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่น่าสนใจนิยายสารหรือสื่ออื่นๆ เป็นต้น

5) ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้ง 4 ข้อนั้นเป็นการต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น หนังสือพิมพ์ให้รายละเอียดที่ดีกว่า ราคากุณ และสามารถพกพาไปไหนๆก็ได้ ขณะที่โทรทัศน์ทำให้เห็นภาพที่เป็นจริง มีเสียง และภาพที่เร้าใจ หรือสื่อดิจิทัลเป็นสื่อสำหรับคน Gen Y,Z

Klapper (1960) กล่าวว่าไว้ว่า ผู้เปิดรับสารนั้น มีกระบวนการกลั่นกรองสารด้วยกัน 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นตอนแรกในการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการ เช่น การเลือกฟังรายการวิทยุ ดูรายการโทรทัศน์ เพื่อสนองความต้องการของตัวเอง

2) การเลือกสิ่งที่ให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อที่มีอยู่เดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องต่อทัศนคติหรือความคิด เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจที่เรียกว่าไม่สอดคล้องทางอารมณ์และร่างกายในขณะนั้น

3) การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception and Interpretation) บุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากที่ใดที่หนึ่ง ผู้รับสารจะต้องมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสาร ตามความเข้าใจ ความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจของตน รวมทั้งสภาวะทางอารมณ์และร่างกายในขณะนั้น

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากผู้รับสารเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว ผู้รับสารยังเลือกจดจำ ข้อความของสาร ในส่วนที่ต้องการจดจำไว้เป็นประสบการณ์ ขณะเดียวกันก็จะไม่จดจำ ในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือขัดกับความคิดของตัวเอง ข่าวสารที่ผู้รับสารเลือกจดจำไว้มักเป็นเนื้อหาที่สนับสนุนความรู้สึก ค่านิยม ทัศนคติ และความเชื่อของผู้รับสารที่มีอยู่เดิม

ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการวิจัยนั้น Mcleod & O'Keefe (1972) กล่าวว่าตัวชี้วัดที่ใช้วัดการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
 2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน
- จากการศึกษาแนวคิดเรื่องการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิด และเครื่องมือ โดยสามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังนี้
- ประเภทของสื่อสังคมที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูป อินสตาแกรม และไลน์
 - ระยะเวลาและความถี่ในการเปิดรับ ได้แก่ ความถี่ ความบ่อย
 - ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
 - การแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เช่น การกดไลก์ กดแชร์ กดติดตาม แสดงความคิดเห็น ริทวีต ฯลฯ
- เพื่อนำมาเป็นองค์ประกอบหลักในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ต่อไป

2. แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographics)

ในการศึกษาเรื่องลักษณะทางประชากรนั้น มีประเด็นที่น่าสนใจว่าประชากรที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกัน จะมีการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกัน ส่วนคนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันก็จะมีชีวิตที่แตกต่างกัน และซึ่งส่งผลให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย พฤติกรรมด้านการสื่อสารและการ

เปิดรับข้อมูลข่าวสารถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวัน ดังนั้น พฤติกรรมด้านการสื่อสารและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคล ที่มีลักษณะประชากรที่แตกต่างกันก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรนี้ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ในระยะแรกเริ่ม และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป เนื่องจากมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลาย แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังของวิธีการวิเคราะห์ผู้รับสารแบบนี้ คือ หลักการในความเป็นเหตุเป็นผล ที่เชื่อว่าคนเราทำพฤติกรรมต่างๆ ตามแรงผลักดันจากภายนอก (Exogenous Factors) และพฤติกรรมส่วนใหญ่ของคนเราจะปฏิบัติตามแบบฉบับที่สังคมวางเอาไว้ เช่น คนรุ่นไหนควรจะทำพฤติกรรมอย่างไร และสังคมต่างๆ ใป มักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน พฤติกรรม การรับสาร และการใช้สื่อ ซึ่งเป็นพฤติกรรมทางสังคมอย่างหนึ่งก็เป็นไปตามหลักการในความเป็นเหตุเป็นผลดังกล่าว (กาญจนา แก้วเทพ, 2556)

ปรเม สตะเวทิน (2546, น:112) ได้กล่าวว่าผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะทางประชากรเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป เช่น อายุ เพศ สถานะทางสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา และ ศาสนา ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทั้งการใช้สื่อ การรับสาร การตีความสาร และประสิทธิผลของการสื่อสาร ทั้งนี้ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรต่างๆ ร่วมกันย่อมจะมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกันด้วย

ธีรารักษ์ โภธิสุวรรณ (2560, น:35) ได้สรุปลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลให้พฤติกรรมการสื่อสารและเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความแตกต่างกันด้วย ดังนี้

1. เพศ (sex) เป็นลักษณะทางประชากรที่ได้มาแต่กำเนิด เพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ ตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัยก็มีความแตกต่างกัน นอกจากความแตกต่างด้านร่างกาย ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์แล้ว ยังมีความแตกต่างในด้านความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เพราะสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีความต้องการที่จะสร้างสัมพันธอันดีให้เกิดจากการรับข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ (age) เป็นลักษณะทางประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคลที่สำคัญมากในการศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับสาร โดยอายุจะบ่งบอกถึงประสบการณ์ของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถ ในการทำความเข้าใจข่าวสารรวมทั้งการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน เครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจ ในประเด็นต่างๆ เช่น ความบันเทิง เทคโนโลยี การศึกษา เป็นต้น นอกจากนี้จะชี้ให้เห็นถึงอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มแต่ละวัย เนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของแต่ละช่วงวัยที่ส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์

3. การศึกษา (education) เป็นลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อผู้รับสาร บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ ได้กว้างขวางลึกซึ้งซึ่งแตกต่างกันไป ทำให้ผู้ส่งสารสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้ นอกจากระดับการศึกษาจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว ยังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อและความขบขึงขังใจอีกด้วย

4. ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (economic and social status) หมายถึง อาชีพ รายได้ ที่ส่งผลต่อการรับสารของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อปฏิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะความแตกต่างของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม จึงทำให้ผู้รับสารมีประสบการณ์ ค่านิยม ทัศนคติ พฤติกรรม และเป้าหมายแตกต่างกัน ผู้มีอาชีพและรายได้ที่ดี ย่อมมีโอกาสในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเองมากกว่าผู้ที่ด้อยกว่าและเชื่อมโยงไปถึงประเภทของสื่อที่

เปิดรับ มักจะเป็นสื่อใหม่ ทำให้คุณลักษณะของผู้รับสารแตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ ขอมรับสารแตกต่างกัน

5. สถานภาพสมรส (marital status) หมายถึง การครองเรือน ซึ่งแบ่งเป็นสถานภาพ โสด สมรส หม้ายหย่า และแยกกันอยู่ ซึ่งความแตกต่างทางด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ทางศาสนา ก็เป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อสถานภาพสมรส ซึ่งมีผลทางตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพ สมรส ของบุคคลย่อมบ่งบอกถึงความอิสระในการคิด ตัดสินใจและมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิด วิเคราะห์ ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งบุคคลที่สมรสแล้วและบุคคลที่ยัง โสดย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่ แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากสภาพครอบครัว และอิทธิพลของจำนวนบุคคลรอบข้าง (จิราพร รุจิวัฒนกร, 2556, น:5)

จากแนวคิดดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และสถานภาพสมรส เป็นตัวแปรที่ส่งผลให้ บุคคลมีความต้องการในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ แตกต่างกันนี้เอง น่าจะมีความสัมพันธ์กับการมีความรู้ ความคาดหวัง และการมีส่วนร่วมทางการ เมืองที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้น การศึกษาเรื่องการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการมีส่วนร่วมทางการ เมืองในการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร พ.ศ.2565 จึงจำเป็นต้องศึกษาลักษณะทางประชากร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อดูความแตกต่าง ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของกลุ่มคน เจนเนอเรชั่นว่าเป็นอย่างไรรวมถึงศึกษาแนวโน้มการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการออกไปใช้ สิทธิเลือกตั้งอีกด้วย

3. แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น (Generation)

ทฤษฎีเจเนอเรชั่น เป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายความแตกต่างของคนต่างรุ่น โดยแบ่งเจเนอเรชั่น ตามช่วงปีเกิด เจเนอเรชั่นมีความคิด ริเริ่มมาจากแนวคิดของชาวตะวันตก การจัดกลุ่มลักษณะนี้ ก่อให้เกิดการศึกษาวิเคราะห์ความแตกต่าง ด้านความคิดและพฤติกรรมในการใช้ชีวิต การบริ โภค และการทำงาน ทำให้เข้าใจคุณลักษณะของประชากรในแต่ละยุคสมัยดีขึ้น ในปัจจุบันนี้มีการนำ แนวคิดและผลการศึกษาดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ ในการบริหารจัดการหลายแขนง ไม่ว่าจะเป็น การตลาด การพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น มักแบ่งกลุ่มเจเนอเรชั่น โดยมอง เรื่องอายุคนเป็นเกณฑ์ (กานต์พิชชา เก่งการช่าง, 2556)

การจัดกลุ่มคนออกเป็นกลุ่มๆ ก่อให้เกิดการศึกษาและวิเคราะห์ ความแตกต่างเชิงลักษณะ พฤติกรรม แนวคิดในการดำเนินชีวิต การทำงาน การบริโภค ของคนที่มีอายุอยู่ในรุ่นเดียวกัน คนที่อยู่ในรุ่นเดียวกันย่อมมีการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสังคม

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของเจเนอเรชัน (Generation) ได้ดังนี้

เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล (2552) กล่าวว่า เจเนอเรชัน หมายถึง การจัดกลุ่มหรือจำแนกกลุ่มคนออกตามรุ่นอายุ เป็นหมวดหมู่ที่แตกต่างกัน โดยแต่ละรุ่นจะมีประสบการณ์หรือแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน ปรับเปลี่ยนไปตามกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือวัฒนธรรม

มนัสวี ศรีนนท์ (2561) กล่าวว่า เจเนอเรชัน หมายถึง กลุ่มคนที่ได้รับการจำแนกลักษณะพฤติกรรม ให้อยู่ในกลุ่มที่แตกต่างกันตามการวิเคราะห์ด้วยช่วงวัย และศาสตร์ในการพัฒนาบุคลากร โดยแต่ละช่วงวัยจะมีธรรมชาติพื้นฐานของประสบการณ์ และการให้คุณค่าต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งแตกต่างกัน

จากแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านที่นำเสนอมา ทำให้สรุปความหมายของเจเนอเรชันได้ว่า เป็นการจัดกลุ่มและจำแนกรูปแบบของกลุ่มคน โดยใช้ช่วงอายุเป็นตัวกำหนดกลุ่มบุคคลในแต่ละรุ่น เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลว่าจะมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามช่วงวัยของแต่ละคน อันเป็นผลที่มาจากประสบการณ์ สภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่แตกต่างกันไป

การแบ่งกลุ่มและลักษณะ

เจเนอเรชัน คือ การแบ่งกลุ่มคน โดยใช้เกณฑ์ช่วงวัยเป็นตัวกำหนดกลุ่มคนในแต่ละรุ่นที่มีการแสดงออกทางความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับประเภทของเจเนอเรชัน พบว่า มีนักวิชาการต่าง ๆ ได้กล่าวถึงประเภทไว้ 4 กลุ่มสรุปได้ดังนี้ (กัญญ์ณัฐ อนุรักติพันธุ์, 2561)

1) เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส (Generation Baby Boomers: Gen-B) คำว่า เบบี้บูมเมอร์ส มาจากการกำเนิดของกลุ่มคนที่มีจำนวนมาก หลังจากการเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ราวๆ ระหว่าง พ.ศ. 2489 -2507 เนื่องจากการเกิดสงครามโลกส่งผลให้ผู้ชายในยุคนั้นต้องไปออกรบ หลังจากสงครามสิ้นสุดลงจึงได้กลับมายังถิ่นฐานและสร้างครอบครัวจึงทำให้เด็กที่เกิดขึ้นในยุคนี้นี้มีจำนวนมาก และถูกเรียกว่า Baby Boomer ซึ่งกลุ่มคนในยุคนี้นี้ถูกหล่อหลอมจากประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมที่เติบโต บนความยากลำบากของพ่อแม่ เพราะสงครามส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคม ทำให้ทุกคนต้องทำงานอย่างหนักและใช้ชีวิตอย่างเร้นแค้น

2) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X: Gen-X) เจเนอเรชันเอ็กซ์ คือ รุ่นหรือกลุ่มคนที่เกิดขึ้นภายหลังจากกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2508 - 2523 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตท่ามกลางบริบททางสังคมที่แตกต่างจากรุ่นก่อนเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เกิดจากการที่ในยุคนั้นเกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจ และจำนวนประชากรที่มีมากเกินไป ส่งผลให้สังคมเกิดการคุมกำเนิด มีอัตราการหย่าร้างที่สูงมาก รวมถึงมีการทำแท้งอย่างแพร่หลาย และจากปัญหาเศรษฐกิจที่ทวีความรุนแรง ทำให้ในยุคนี้ผู้หญิงเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในตลาดแรงงาน รวมถึงมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และคอมพิวเตอร์เข้ามามีใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันและการทำงาน

3) เจเนอเรชันวาย (Generation Y: Gen-Y) เจเนอเรชันวาย คือคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2524 - 2543 เป็นเจเนอเรชันที่เกิดจากการต้องการอธิบายลักษณะของกลุ่มคนที่แบ่งแยกตัวออกจากเจเนอเรชันเอ็กซ์ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นภายใต้การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาของด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย รวมถึงการใช้นวัตกรรมที่หลากหลายเข้ามาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ประกอบกับการที่คนในเจเนอเรชันวายเติบโตขึ้นท่ามกลางเทคโนโลยีและสิ่งประดิษฐ์ที่มีความทันสมัย ส่งผลให้กลุ่มคนในเจเนอเรชันนี้ มีทักษะความสามารถ ที่หลากหลายมากขึ้น

4) เจเนอเรชันซี (Generation Z: Gen-Z) เจเนอเรชันซี คือคนที่เกิดใน พ.ศ. 2544 - 2563 เป็นกลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มต้นและยังไม่เข้าสู่ตลาดแรงงาน โดยเป็นกลุ่มคนที่เติบโตท่ามกลางยุคดิจิทัลและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งกลุ่มคนในรุ่นนี้ไม่สามารถดำเนินชีวิตโดยขาดเทคโนโลยี และอุปกรณ์ดิจิทัลได้ รวมถึงในบริบทสังคมที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว แพร่หลาย ทำให้คนในช่วงเจเนอเรชันซีเข้าใจถึงบทบาทของการรับรู้ข่าวสาร และให้ความสำคัญกับการเข้าถึงความเท่าเทียม รวมถึงเสรีภาพในการดำเนินชีวิต

จากการแบ่งช่วงอายุออกเป็นกลุ่มเจเนอเรชัน จะเห็นได้ว่ากลุ่มที่มีช่วงอายุที่อยู่ในวัยทำงาน และเป็นช่วงวัยที่เป็นกำลังสำคัญของชาติคือ กลุ่มเจเนอเรชันวาย ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2543 เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 26% หรือจำนวน 1,798,920 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร (ข้อมูลทะเบียนราษฎร สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>) ซึ่งเกิดท่ามกลางบริบททางเทคโนโลยี สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ต่างจากกลุ่มอื่น ทำให้ทัศนคติ ทักษะ ความสามารถ รูปแบบการดำเนินชีวิต แตกต่างจากกลุ่มเจเนอเรชันอื่น ซึ่งในอีกไม่กี่ปีข้างหน้ากลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมในขณะนี้ก็จะค่อยทยอยหมดบทบาทลง กลุ่มนี้ที่เป็นวัยทำงานหลักของประเทศ ก็จะเข้ามามีบทบาทแทนที่ในในทุกภาคส่วนของสังคม จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาคนกลุ่มนี้เป็นพิเศษ

4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม (Social Media)

สื่อสังคม (Social Media) เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เป็นสื่อที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งเป็นสื่อที่มีความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร สามารถใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่หลากหลายของคนทั่วโลก ที่มีการเชื่อมต่อและเกิดปฏิสัมพันธ์แบบสองทางได้เป็นอย่างดี

นับแต่มีการพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ความเร็วสูงขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 1990 ทำให้เกิดเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้สร้างและนำเสนอเนื้อหาได้ด้วยตนเองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น ในปี 1997 Six Degrees.com เป็นเว็บไซต์แรกที่เป็นสื่อสังคมที่มีให้บริการและตั้งแต่ปี 2002 เป็นต้นมา ได้มีการสร้างและขยายจำนวนสื่อสังคมเพิ่มมากขึ้น โดยมีทั้งสื่อสังคมที่เปิดกว้างแก่ทุกกลุ่มเป้าหมาย และเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะด้าน เช่น Friendster และ Hubculture ต้นทศวรรษ 2000 สื่อสังคมมีการขยายตัวการใช้งานหลากหลายมากขึ้น บางสื่อมีจำนวนผู้ใช้เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น (รักเกียรติ พันธุ์ชาติ, 2561) ปัจจุบันมีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั่วโลกมากกว่า 4.80 พันล้านคน คิดเป็น 61% ของประชากรโลกทั้งหมด ขณะที่ ตัวเลขผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นมากกว่า 13% นับตั้งแต่ช่วงเวลานี้ของปีที่แล้ว ข้อมูลล่าสุดแสดงให้เห็นว่ามีผู้ใช้เพิ่มขึ้นมากกว่าครึ่งพันล้านคนในเวลาเพียง 12 เดือน (กรุงเทพธุรกิจสืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/tech/950958>)

Kaplan & Haenlein (2010) ได้กล่าวถึงความหมายของสื่อสังคมว่า หมายถึง โปรแกรมประยุกต์ (Application) ซึ่งเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตอยู่บนพื้นฐานเทคโนโลยี 2.0 ผู้ใช้งานสามารถสร้างเนื้อหา และส่งข้อมูลแลกเปลี่ยนกันได้

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติคำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ใ้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่างๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน

ชุตินันท์ เกิดวิบูลย์เวช และอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2560) ได้ให้ความหมายว่า สื่อสังคม มีความหมายครอบคลุมถึงการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่ายหรือเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยเทคโนโลยีที่เป็นสื่อสังคมส่วนมากมีลักษณะที่ถูกจัดการได้ (manipulate) เชื่อมต่อเครือข่ายได้ (networkable) ทำให้หนาแน่น (dense) และบีบอัดสัญญาณได้ (compressible) มีปฏิสัมพันธ์ (interactive) และมีความเป็นกลาง (impartial)

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บพื้นฐานในการบริการที่จะให้แต่ละบุคคล สามารถสร้างเครือข่ายอย่างเป็นระบบทั้งระดับเล็ก

หรือใหญ่ ในสังคมมีการสร้างบัญชีรายชื่อผู้ติดต่อที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือสิ่งที่สนใจเหมือนกัน โดยผ่านการติดต่อกันเป็นเครือข่าย

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554) ให้ความหมายสื่อสังคม คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออกเป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และ

ไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการ แบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาโส (2556) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคม หมายถึง สังคม หรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปของกลุ่ม คนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ ทำให้ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เว็บไซต์ Facebook YouTube Twitter เป็นต้น

คุณสมบัติของสื่อสังคม

สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูป (YouTube), ไลน์ (Line) จัดเป็นสื่อใหม่ (new media) ที่พัฒนาขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีคุณสมบัติหรือลักษณะดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2544)

1. เป็นสื่อที่ต่างจากสื่อเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) หรือแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (one-to-many) เป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) หรือการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆ คน (many-to-many)
2. สะดวกต่อการพกพา (compactable), รวดเร็ว (speed of communication), ไร้พรมแดน (absence of boundaries) และเป็นดิจิทัล (digitalization)
3. เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งสาร ส่งไปได้ทั้งในและต่างประเทศอย่างไร้พรมแดน
4. เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การแพร่กระจายข่าวสารเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงประเด็นที่เป็นทอล์ก ออฟ เดอะ ทาวน์ (talk of the town) ทำได้ง่ายขึ้น โดยเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (content sharing)

องค์ประกอบของสื่อสังคม ประกอบไปด้วยพื้นฐาน ดังนี้ (ชุตินันท์ เกิดวิบูลย์เวช และอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2560)

- ข้อความ ข้อความถือเป็นสื่อที่สำคัญ โดยเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ซึ่งใช้แสดงรายละเอียดของเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ โดยรูปแบบและสีตัวอักษรของเนื้อหาที่สามารถเลือกได้หลากหลายตามความต้องการของผู้นำเสนอ รวมไปถึงยังสามารถกำหนดลักษณะในการสร้างปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ (interactive) ในระหว่างการนำเสนอและสื่อสารในหลายรูปแบบได้อีกด้วย เช่น ข้อความจากการสแกนด้วยมือถือหรือเครื่องสแกนข้อความ ที่ได้จากการพิมพ์จากเครื่องพิมพ์ที่อยู่ในหนังสือ จดหมาย และรวมไปถึงหนังสือพิมพ์ หรือข้อความไฮเปอร์เท็กซ์

- เสียง เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่จัดเก็บอยู่ในรูปแบบของสัญญาณดิจิทัล ซึ่งสามารถนำมาเล่นกลับไปกลับมาได้ โดยอาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบมาสำหรับทำงานกับสัญญาณเสียง ในปัจจุบัน มีโปรแกรมประยุกต์จำนวนมากที่มีการใช้เสียงที่น่าสนใจ เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหา และข้อมูลในการนำเสนอและการสื่อสาร

- ภาพนิ่ง นับว่าเป็นสื่อชนิดหนึ่งซึ่งมีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียค่อนข้างมาก เพราะแสดงผลโดยใช้ภาพจะให้ผลในเชิงการรับรู้ได้ชัดเจนมากกว่าข้อความ นอกจากนี้ข้อความหรือตัวอักษรยังมีข้อจำกัดด้านความแตกต่างของภาษา ทำให้ยากที่จะใช้ข้อความในภาษาใดภาษาหนึ่งเพื่อสื่อสารได้ทั้งโลก ซึ่งตรงกันข้ามกับรูปภาพที่มีพลังในการสื่อสารที่ข้ามพรมแดนของชนชาติและภาษาไปได้ไกลมากกว่า ซึ่งภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหวนี้ อาจหมายถึงภาพวาด ภาพถ่าย และภาพลายเส้น เป็นต้น

- ภาพเคลื่อนไหว เป็นภาพที่แสดงการเคลื่อนไหวของขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของรถยนต์ การเคลื่อนที่ของยานอวกาศ การเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องจักร เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าภาพเคลื่อนไหวหมายถึงภาพกราฟฟิกที่ไม่หยุดนิ่ง ซึ่งรวมถึงภาพเคลื่อนไหวที่สร้างจากการนำภาพนิ่งหลายๆภาพมาแสดงต่อกันอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ด้วยระดับความเร็วที่สายตามนุษย์ไม่สามารถแยกแยะภาพออกมาได้ที่ละภาพได้ทัน

- วิดีโอ เป็นภาพที่เกิดจากการถ่ายด้วยกล้อง ซึ่งอาจเป็นทั้งกล้องวิดีโอหรือสมาร์ตโฟน มือถือที่มีกล้องติดอยู่ แล้วนำมาแปลงเป็นสัญญาณดิจิทัล วิดีโอเพียงตัวเดียวเป็นการนำเสนอที่รวมเอาข้อความ รูปภาพ (ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว) และเสียง ไว้ด้วยกันได้เป็นสื่อดิจิทัลที่มีความสมบูรณ์มากกว่าชนิดอื่นๆ

ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดสื่อสังคมมากมาย ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสังคมในปัจจุบัน ด้วยคุณสมบัติที่ครบถ้วนในการสื่อสารของสื่อสังคม ทำให้ส่งผลไปถึงพฤติกรรมของบุคคล ทั้งนี้ เมื่อเชื่อมโยงกับการแสวงหาข่าวสาร สื่อสังคมจึงเป็นสื่อที่ช่วยให้การแสวงหาข่าวสารของบุคคลเป็นไปได้ตามความต้องการ บุคคลมีอิสระในการ

ค้นหาข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เลือกข่าวสารได้แบบเฉพาะเจาะจง และเลือกได้ตามความสะดวกของแต่ละบุคคลโดยไม่จำกัดเวลา

ในด้านพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมในปัจจุบัน พบว่า ความถี่และระยะเวลาการใช้งานในแต่ละวันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่จุดประสงค์การใช้งานนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคม เพื่อความบันเทิง การติดตามข้อมูลข่าวสาร และการสนทนา จากการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นว่า “สื่อสังคม” กำลังกลายเป็นสังคมที่มีขนาดใหญ่มากขึ้นทุกขณะ มีความหลากหลายทั้งในแง่คุณลักษณะทางเพศและอายุ ตลอดจนจุดประสงค์การใช้งานของแต่ละบุคคล (ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ชนวนวัน สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2565 จาก

<http://www.ms.ipsr.mahidol.ac.th/ConferenceXI/Download/Book/447-IPSR-Conference-A02-fulltext.pdf>)

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2560) การใช้สื่อสังคมหรือโซเชียลมีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก (facebook) อินสตาแกรม (instagram) และทวิตเตอร์ (twitter) เข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบันทำให้สื่อสังคมกลายเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งที่ทำให้แต่ละบุคคลตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อข่าวสาร ข้อมูลหรือแนวความคิดใดความคิดหนึ่ง

สื่อสังคม เป็นสื่อใหม่ที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เป็นสื่อที่ทำให้การดำเนินชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยความครบถ้วนในคุณสมบัติการสื่อสารทำให้สื่อสังคมเข้ามามีบทบาทในสังคมอย่างมาก การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ผู้วิจัยจึงได้เลือกสื่อสังคมที่คนไทยนิยมใช้สูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ Facebook Twitter Instagram Line Youtube (พิเศษ ตันติมาลา, 2561) มาใช้เป็นกรอบการวิจัยในครั้งนี้

5. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation)

ในหลักการเป็นที่ยอมรับกันว่าระบอบการเมืองกับอุดมการณ์และวัฒนธรรมทางการเมือง มักไปด้วยกัน

กล่าวคือ ถ้าระบอบการเมืองการปกครองเป็นแบบประชาธิปไตย อุดมการณ์ทางการเมืองก็มักเป็นอุดมการณ์ทางการเมืองแบบประชาธิปไตย ส่วนวัฒนธรรมทางการเมืองก็มักเป็นแบบมีส่วนร่วม นั่นก็คือมีอุดมการณ์และวัฒนธรรมทางการเมืองที่สอดคล้องกับตัวระบอบการปกครอง

ระบบการเมืองที่มีการพัฒนาดัชนีหรือตัวชี้วัดคือ ประชาชนนอกจากจะต้องมีความเท่าเทียมกันตามกฎหมายแล้วยังเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ในแง่ดังกล่าวการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นตัวชี้หรือดัชนีของการพัฒนาทางการเมืองตัวชี้หนึ่ง ซึ่งในระบบการเมืองการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยหลักการ ถือว่าการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก

ส่วนการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนจะมีมากน้อยแค่ไหน ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมทางการเมือง ว่าเป็นวัฒนธรรมทางการเมืองแบบใด ถ้าเป็น“วัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม” ที่ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนมีค่านิยมและทัศนคติทางการเมืองที่ดี การเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองก็จะมีสูง (จุมพล หนิมพานิช, 2553)

สถาบันพระปกเกล้า (2565) จัดแบ่งระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเรียงจากลำดับต่ำสุดไปถึงลำดับสูงสุด ได้แก่

1. ระดับการให้ข้อมูล เป็นระดับต่ำที่สุดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลแก่ประชาชน เช่น การแถลงข่าว การแจกข่าวสาร และการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนได้เข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อมูล เช่น การจัดทำ แบบสอบถาม การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้แสดงความคิดเห็นระหว่างบรรยาย เป็นต้น
2. ระดับการเปิดรับความคิดเห็นจากประชาชน
3. ระดับการปรึกษาหารือ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถประเมินความก้าวหน้าหรือระบุประเด็นข้อสงสัยต่างๆ เช่น การจัดประชุม สัมมนา และการเปิดกว้าง รับฟังความคิดเห็น เป็นต้น
4. ระดับการวางแผนร่วมกัน
5. ระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นระดับที่ผู้รับผิดชอบโครงการกับประชาชน นำโครงการไปปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้
6. เป็นระดับสูงที่สุดของการมีส่วนร่วมโดยประชาชน เพื่อแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งที่มีอยู่ทั้งหมด เช่น การลงประชามติการทำประชาพิจารณ์ เป็นต้น

การมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้รัฐและประชาชนได้มีโอกาสสื่อสารและประสานประโยชน์ร่วมกัน ทำให้ฝ่ายบริหารสามารถดำเนินนโยบาย ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตรงตามเจตนารมณ์ของประชาชนมากขึ้น ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการตอบสนองความต้องการของประชาชน ซึ่งการตอบสนองความต้องการของประชาชนนั้นก็แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากร

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดย (Milbrath & Goel, 1977, p.30-32, อ้างถึงใน สุจิต บุญบงการ, 2553, น:209-210) ให้ความเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ คือ

1. สิ่งเร้าทางการเมือง (Political stimulate) คือ การที่บุคคลได้รับสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมทางการเมือง เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับการเมือง การได้รับข่าวสารข้อมูลได้ง่าย หรืออยู่ในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเมืองบางรูปแบบ เป็นต้น

2. สิ่งแวดล้อมทางการเมือง (Political setting) ประกอบด้วย กฎกติกามารยาทางการเมือง สถาบันทางการเมือง ลักษณะของการรณรงค์หาเสียง

3. ปัจจัยทางด้านบุคคล (Personal factor) ได้แก่ ทศนคติ ความเชื่อ ลักษณะทางบุคลิกภาพ การสืบนิสัยจากบิดามารดา และความต้องการเชิงจิตวิทยา เป็นต้น

4. ตำแหน่งทางสังคม (Social position) ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ถิ่นที่อยู่อาศัย เพศ อายุ ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ นี้เป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เนื่องจากเป็นตัวแปรที่สามารถเห็นได้ชัดและวัดได้ง่าย ข้อค้นพบจากงานวิจัยพบว่า

4.1 บุคคลที่อยู่ในศูนย์กลางของสังคมมีแนวโน้มว่าจะเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่อยู่ห่างไกล

4.2 บุคคลที่ยังอยู่ในชนชั้นสูงขึ้นไปมีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่อยู่ในชนชั้นที่ต่ำกว่า

4.3 บุคคลที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาต่ำกว่า

4.4 บุคคลที่มีฐานะดีมีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่มีฐานะด้อยกว่า

4.5 ชาวชนบทมักมีการตื่นตัวน้อยกว่าชาวเมือง

4.6 บุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับองค์กร มักมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่ไม่ได้เกี่ยวข้อง

4.7 ยิ่งบุคคลที่อาศัยอยู่ในชุมชนใดนานๆ เขาก็มีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง คือลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะอาชีพ และรายได้ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นอย่างมาก ดังจะกล่าวต่อไปนี้

เพศ

แคมเบลล์ และ มิลเลอร์ (Campbell & Miller, 1954, p.187, อ้างถึงใน มยุรี ถนอมสุข, 2554, น:37) พบว่า สาเหตุในความแตกต่างกันทางเพศ เป็นปัจจัยการกำหนดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่แตกต่างกันไปด้วย โดยเพศชายจะมีความรู้สึกในประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าเพศหญิง อันมีผลทำให้เพศชายเกิดความรู้สึกว่า ตนมีคุณสมบัติเพียงพอที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเมือง ได้มากกว่าเพศหญิง

อายุ

มิลบราท และ โกล (Milbrath & Goel, 1977, p.210) พบว่าระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคลมีมากขึ้นตามอายุที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะบุคคลที่มีอายุระหว่าง 40-50 ปี ทว่าการมีส่วนร่วมของบุคคลจะลดลงเรื่อยๆ เมื่อเข้าสู่วัย 60 ปี

ในขณะเดียวกัน ก็พบปัจจัยที่แทรกซ้อนระหว่างอายุกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ได้แก่ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับชุมชน การมีเวลาสำหรับการเมือง การมีสุขภาพดี ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับชุมชนเป็นการพัฒนาที่ละเอียดละอ่อนจากการมีคู่มืงานในความรับผิดชอบ และการต้องการสร้างครอบครัว ซึ่งพัฒนาการดังกล่าวส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้เริ่มขึ้น และค่อยๆเพิ่มขึ้น ตามการเพิ่มของอายุโดยระดับอายุสูงสุดอยู่ระหว่าง 35-40 ปี อย่างไรก็ตามสำหรับคนในวัยหนุ่มสาวที่ยังโสด มักจะปลีกตัวจากการเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชุมชน และเฉาต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่จะเข้ามีส่วนร่วมกับการเมืองนอกระบบ เช่น การชุมนุมประท้วง และการเดินขบวนต่อต้าน เป็นต้น

การศึกษา

อัลมอนต์ และ เวอร์บา (Almond & Verba, 1965, p.210-211) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางการเมืองโดยเปรียบเทียบ 5 ประเทศด้วยกัน คือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมัน อิตาลี และเม็กซิโก พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาดำ

รายได้

มิลบราท และ โกล (Milbrath & Goel, 1977, p.120-121) พบว่า ระดับรายได้ของบุคคล ยิ่งสูงเพียงใดก็ย่อมมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วผู้ที่มีรายได้สูง มักจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงและประกอบอาชีพที่ทำรายได้ที่มีค่าตอบแทนมาก

อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่การงาน

ฮันติงตัน และ นิลสัน (Huntington & Nelson, 1976, p.7, อ้างถึงใน มยุรี ถนอมสุข, 2554, น:39) ได้สรุปเกี่ยวกับหน้าที่การงานว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพ เช่น แพทย์ พยาบาล มีแนวโน้มที่จะกระตือรือร้นเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ นักธุรกิจ เสมียน ช่างฝีมือ และกรรมกร ตามลำดับ สำหรับกลุ่มกรรมกร มักจะไม่ชอบเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาการทำงานที่กำหนดตายตัว ไม่สามารถที่จะไปเข้าร่วมกับกลุ่มพลังทางการเมืองหรือยุ่งเกี่ยวกับการเมืองต่างๆได้

การแบ่งรูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมืองอาจแบ่งได้หลายรูปแบบ ถ้าจะแบ่งออกตามประเภทของกิจกรรมอาจแบ่งรูปแบบหรือชนิดของการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ดังนี้ (Almond and Powell, 1996 อ้างถึงใน สุจิต บุญบงการ, 2553)

- 1) การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง
- 2) กิจกรรมรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
- 3) การพูดคุยถกเถียงทางการเมือง
- 4) การจัดตั้งและการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม
- 5) การติดต่อส่วนตัวกับเจ้าหน้าที่

สุจิต บุญบงการ (2553) ได้แบ่งประเภทและรูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนออกเป็น 6 รูปแบบ ดังนี้

1. การเลือกตั้ง เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่สามารถแยกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียง และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมืองออกจากกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในรูปแบบอื่นๆ การลงคะแนนเสียงไม่จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารและแรงจูงใจมาก เหมือนกิจกรรมทางการเมืองอื่น

2. การเป็นเจ้าหน้าที่พรรคการเมืองและผู้รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นการเข้าร่วมในพรรคการเมืองทั้งในช่วงระหว่างการเลือกตั้งและในการรณรงค์หาเสียง การบริจาคเงินช่วยเหลือแก่พรรคและผู้สมัครรับเลือกตั้ง การชักชวนประชาชนให้ลงทะเบียนเพื่อสิทธิในการลงคะแนนเสียง การเข้าร่วมและสนับสนุนพรรคการเมือง การพยายามชักชวนประชาชนให้ลงคะแนนเสียงแก่พรรค หรือผู้สมัครที่ตนชอบ การลงสมัครรับเลือกตั้ง การมีส่วนร่วมทางการเมืองดังกล่าวนี้ เป็นแบบแผนของความสัมพันธ์ขั้นต้นระหว่างปัจเจกชนกับรัฐ ซึ่งการมีส่วนร่วมทางกิจกรรมดังกล่าว ต้องอาศัยความตื่นตัวและความสนใจอย่างแท้จริง บุคคลที่มีส่วนร่วมทางการเมืองตามรูปแบบนี้ จัดเป็นพวกที่ขึ้นเวทีต่อสู้ทางการเมือง ในขณะที่คนส่วนมากจะมีบทบาทเป็นเพียงผู้เฝ้าดูคอยตัดสินว่าใครจะเป็นผู้ชนะ ด้วยการลงคะแนนให้คนที่ตนชอบ

3. การเป็นผู้มีบทบาทในชุมชน เป็นการเข้าร่วมในการก่อตั้งกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาของสังคมหรือร่วมมือกับกลุ่มต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว เพื่อมีบทบาทเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะหรือติดต่อกับทางราชการ ในเรื่องปัญหาสังคม ผู้ที่มีบทบาทในชุมชน จึงเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นสูงและมีระดับความผูกพันทางจิตใจกับชุมชนสูง อย่างไรก็ตามผู้ที่มีบทบาทในชุมชนนี้ จะแตกต่างจากเจ้าหน้าที่พรรคและเจ้าหน้าที่ณรงค์หาเสียง ในแง่ที่มีความเกี่ยวข้องในพรรคการเมืองและช่วยณรงค์หาเสียงน้อยกว่าเจ้าหน้าที่พรรคและเจ้าหน้าที่ณรงค์หาเสียงดังกล่าว

4. การติดต่อกับทางราชการ เป็นกิจกรรมที่เป็นเรื่องเฉพาะเจาะจงของบุคคลซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อบุคคลนั้นเองเท่านั้น เช่น การติดต่อกับราชการเรื่องภาษี การทำถนน การติดต่อขอรับสวัสดิการทางสังคม ฯลฯ อย่างไรก็ตามนักวิชาการบางท่านมองว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามรูปนี้ เกือบจะไม่ใช่การมีส่วนร่วมทางการเมืองตามความหมายที่แท้จริง แต่เป็นเพียงการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบคับแคบ (parochial participation) หรือการติดต่อเฉพาะเรื่องเท่านั้น (particularized contacting) เท่านั้น

5. การเป็นผู้ประท้วง หมายถึง การเข้าร่วมเดินขบวนตามถนน หรือการก่อจลาจล ในกรณีที่ทำเป็นเพื่อบังคับให้รัฐเข้าแก้ไขบางสิ่งบางอย่าง ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองให้ถูกต้อง รวมถึงการประท้วงอย่างแข็งขันและเป็นไปอย่างเปิดเผยต่อกรณีที่รัฐบาลกระทำในสิ่งที่ผิดศีลธรรม การให้ความเอาใจใส่กับการประท้วง การเข้าร่วมกลุ่มประท้วงรัฐบาลและปฏิเสธการยอมรับกฎหมายที่ไม่ยุติธรรม

6. การเป็นผู้สื่อสารทางการเมือง หมายถึง การเป็นผู้ติดตามข่าวสารทางการเมืองอยู่เสมอ การส่งข่าวสารแสดงการสนับสนุนให้แก่ ผู้นำทางการเมืองเมื่อเขาทำในสิ่งที่ดีและถูกต้อง หรือส่งคำคัดค้านไปให้เมื่อเขากระทำสิ่งที่เลวร้าย การเข้าร่วมแก้ปัญหาทางการเมือง การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการเมืองแก่เพื่อนในชุมชนที่อาศัยอยู่ การให้ความสนใจกับทางราชการและเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ผู้ที่เข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบนี้มักเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง มีข้อมูลเกี่ยวกับการเมืองมากและมีความสนใจทางการเมือง

เมืองมากด้วย ผู้สื่อสารทางการเมืองเหล่านี้จะวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลมากกว่าบรรดาเจ้าหน้าที่ของพรรคการเมืองหรือผู้รักชาติ แต่จะไม่แสดงออกด้วยกิจกรรมการประท้วง

สำหรับการมีส่วนร่วมในความหมายของคณะกรรมการเลือกตั้ง (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก https://www.ect.go.th/ect_en/news_page.php?nid=767&filename=) คือ การเปิดให้ประชาชนไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ในลักษณะของการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำในสิ่งที่มีผลกระทบต่อตนเองหรือชุมชน โดยระบุว่า

การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการเลือกตั้ง คณะกรรมการการเลือกตั้งได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

การเลือกตั้งเป็นสิทธิและหน้าที่ของประชาชนชาวไทยทุกคน ที่มีอายุครบ 18 ปีบริบูรณ์ เพื่อไปทำหน้าที่คัดเลือกตัวแทนของตน เข้าไปออกกฎหมายและเข้าไปบริหารประเทศ ดังนั้นประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง และทำให้การเลือกตั้งสุจริตและเที่ยงธรรม ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการเลือกตั้งได้ดังนี้

- 1) สมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมือง
- 2) สอดส่องดูแลการเลือกตั้ง แจ้งเหตุหรือเบาะแสการทุจริตซื้อสิทธิขายเสียง
- 3) ใช้สิทธิเลือกตั้งโดยพร้อมเพรียง
- 4) ร่วมตรวจสอบการเลือกตั้ง โดยเป็นสมาชิกหรืออาสาสมัครขององค์การเอกชนที่คณะกรรมการการเลือกตั้งรับรองให้ตรวจสอบการเลือกตั้ง
- 5) ร่วมเป็นเจ้าหน้าที่จัดการเลือกตั้งในระดับต่างๆ เช่น กรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง กรรมการนับคะแนน กรรมการการเลือกตั้งประจำองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรรมการการเลือกตั้งประจำเขตเลือกตั้ง เป็นต้น

การมีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง สามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังนี้

1. กิจกรรมการมีส่วนร่วมก่อนการเลือกตั้ง
 1. ตรวจสอบบัญชีรายชื่อว่าตนเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งหรือไม่
 2. ตรวจสอบพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้ง
 3. ร่วมรณรงค์เลือกตั้ง
 4. ฟังการปราศรัยนโยบายของผู้สมัครและพรรคการเมือง
 5. สอดส่องดูแลพฤติกรรมที่มีชอบ
 6. ศึกษาประวัติผู้สมัคร
 7. ให้การศึกษาแก่ประชาชน
 8. การต่อรองนโยบายของพรรคการเมือง
2. กิจกรรมการมีส่วนร่วมระหว่างการเลือกตั้ง
 1. สังเกตการณ์การซื้อเสียง
 2. ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง
 3. ติดตามการนับคะแนน
 4. ร่วมเป็นคณะกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง
 5. แจ้งเหตุหากพบเหตุการณ์ผิดปกติ

6. ชักชวนประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง
 7. ไม่รับเงินซื้อเสียง
 8. ตรวจสอบดูแลการเลือกตั้งให้เป็นไปตามกติกา
3. กิจกรรมการมีส่วนร่วมหลังการเลือกตั้ง
 1. ติดตามผลการเลือกตั้ง
 2. ติดตามผลการใช้สิทธิเลือกตั้ง
 3. ติดตามการจัดตั้งรัฐบาล
 4. ติดตามตรวจสอบการทำงานของผู้แทนที่เราเลือก
 5. แสดงพลังกลุ่มถอดถอนนักการเมือง ถ้าพบว่ามีกรกระทำโดยมิชอบ

การเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเป็นดัชนีหรือตัวชี้วัดของระบบการเมืองว่ามีพัฒนาการหรือไม่ อย่างไร ซึ่งในระยะหลังรัฐธรรมนูญได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างกว้างขวาง ดังนั้นจึงถือได้ว่าการเมืองไทยได้มีพัฒนาการก้าวหน้าไปอีกระดับหนึ่ง ซึ่งการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า แนวทางการมีส่วนร่วมทางการเมืองซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ได้ระบุไว้เป็นแนวปฏิบัติทั้งก่อน ระหว่างและหลังการเลือกตั้ง เป็นแนวปฏิบัติที่ชัดเจนและผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในการจัดการเลือกตั้งในโอกาสต่อไป ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคณะกรรมการการเลือกตั้ง มาใช้ประกอบเป็นตัวแปรในการทำการวิจัยในครั้งนี้

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เปรมมณี สิ้นจงเจริญกิจ (2559) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติเกี่ยวกับสถานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. 2557 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 255 คน และเป็นเพศชายจำนวน 145 คน โดยมีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปีมากที่สุด คือ 166 คน ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 221 คน ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้างของรัฐ และรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 181 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท จำนวน 193 คน ในด้านการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับสถานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อต่างๆ โดยแบ่งเป็นสื่อภายในและสื่อภายนอก พบว่า ด้านความถี่ของการเปิดรับสื่อนั้นใน

ภาพรวมมีระดับความถี่ของการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสถานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อต่างๆ ทั้งสื่อภายใน และสื่อภายนอก อยู่ในระดับน้อย และในส่วนของระยะเวลาของการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสถานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อต่างๆ นั้น ไม่มีความแตกต่าง จากความถี่ของการเปิดรับสื่อโดยวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ตัวอย่างในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสถานิติบัญญัติแห่งชาติส่วนใหญ่เพื่อหาความรู้ทางด้านการเมือง จะได้เป็นคนทันเหตุการณ์ไม่ตกยุคสมัย จากการวิจัยนี้พบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรด้าน เพศ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสถานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อภายในและสื่อภายนอก ด้านความถี่นั้นไม่แตกต่างกันจากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น ด้านสาเหตุของการเปิดรับสื่อ พบว่าสาเหตุที่ประชาชนเปิดรับข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นไป เพื่อต้องการเป็นคนทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ไม่ตกยุค ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้

จรรยา มาศ ปลอดแก้ว (2561) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ลักษณะการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ผลจากการศึกษา พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เช่น โทรศัพท์มือถือ วิทยุ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเลือกจดจำ รองลงมา คือ ด้านการเลือกรับรู้และการตีความหมาย ด้านการเลือกเปิดรับข่าวสาร และด้านการเลือกให้ความสนใจ เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่ต่างกันในด้าน เพศ อาชีพ และประสบการณ์การมีส่วนร่วมทางการเมือง จากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อ และทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้นำไปสู่กรอบแนวคิดและการตั้งสมมติฐานของผู้วิจัยที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันน่าจะมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่แตกต่างกัน ด้านการเมืองการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีส่วนร่วมด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารมากที่สุด สำหรับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีส่วนร่วมด้านกิจกรรมทางการเมืองมากที่สุด การทดสอบสมมติฐานผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ รวมทั้งการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์มีความสัมพันธ์ เชิงบวกในระดับสูงมากกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จากงานวิจัยที่

กล่าวมา ข้างต้น งานวิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ ทฤษฎีความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ ข้อค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยนี้ คือการพบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับสูงในพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำไปใช้เป็นกรอบในการศึกษาต่อไป

แพรวพรรณ ปานนุช (2562) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20-29 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมส่วนใหญ่ใช้ เฟซบุ๊กผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ความถี่ในการใช้สื่อสังคมในการเปิดรับข่าวสารการเมืองประมาณ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ และใช้เวลาประมาณ 31-45 นาที การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมอยู่ในระดับปานกลางส่วนใหญ่ เกี่ยวกับการติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ต่างๆ ไป

สืบแสง แสงทอง (2563) การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชันวายใน เขตกรุงเทพฯ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 44.30 อายุ 21-25 ปี ร้อยละ 57.10 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 81.40 สถานภาพ โสด ร้อยละ 87.10 อาชีพพนักงานเอกชนรับจ้าง ร้อยละ 54.30 และรายได้ต่อเดือน 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 37.90 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเปิดประสบการณ์ ด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก ทวิตเตอร์ (Twitter) สูงที่สุด รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) ด้านการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการเปิดประสบการณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านระยะเวลาการเปิดรับข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านอุปกรณ์ที่ใช้การเปิดรับข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ในการรับข่าวสารทางการเมืองสูงสุด รองลงมาคือ แท็บเล็ต (Tablet) ด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพรรคการเมือง และนักการเมือง และด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ด้านการติดตามการทำงานและตรวจสอบของหน่วยงานรัฐโดยรวมในระดับมาก ด้านการติดตามการทำงาน และตรวจสอบของข้าราชการการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการเสนอแก้ไขกฎหมาย และรัฐธรรมนูญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านพรรคการเมือง และนักการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการเลือกตั้ง และการลงประชามติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน

เพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพฯ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพฯ การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพฯ ในระดับสูง

โบรณา คุณวิบูลย์ (2564) การเปิดรับข่าวสารกับความคิดเห็นทางการเมืองของนิสิตมหาวิทยาลัยในยุครัฐบาล พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.30 รองลงมาคือเพศชาย ร้อยละ 43.80 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 30 มีความสนใจทางการเมืองอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา ระดับปานกลาง ร้อยละ 24.30 ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านช่องทางเว็บไซต์มากที่สุด ร้อยละ 55.80 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านช่องทางสื่อสังคม ร้อยละ 38.30 ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสาร ในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. ร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ เปิดรับในช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. ร้อยละ 9.30 เปิดรับข่าวสารทางการเมือง มากกว่า 3 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารทางการเมืองเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 33.00 เปิดรับข่าวสารทางการเมืองเป็นระยะเวลา 15 -30 นาที คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาต่ำกว่า 15 นาที ร้อยละ 43.30 ผลการศึกษาสรุปได้ว่า มีความคิดเห็นต่อการบริหารประเทศของ รัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในเชิงลบ โดยเห็นว่า พล.อ.ประยุทธ์ มีความจงรักภักดีต่อ สถาบันพระมหากษัตริย์ อยู่ในระดับ “ไม่แน่ใจ” มากที่สุด ร้อยละ 39.80 รองลงมาคือ นิสิตเห็นว่า พล.อ.ประยุทธ์ ขาดวิสัยทัศน์ในการบริหารประเทศ คิดเป็นร้อยละ 49.50 ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นิสิตส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นทางการเมืองในด้านการทำหน้าที่ของรัฐสภาในยุครัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในเชิงลบ และเห็นว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรซึ่งเป็นฝ่ายค้านมัก โจมตีรัฐบาล อย่างไม่เป็นธรรม อยู่ในระดับเห็นด้วย รองลงมา มองการทำหน้าที่ของสมาชิกวุฒิสภาในเชิงลบ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในยุค รัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ ฯ มีความกระตือรือร้นในการทำงานเพื่อประชาชนน้อย

จากงานวิจัยที่น่าเสนอดังกล่าวข้างต้นเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับการรับสื่อ ข่าวสารทางการเมืองทั่วไปเป็นส่วนใหญ่ กับลักษณะทางประชากรพื้นฐาน ซึ่งทำให้เกิดช่องว่างทางการศึกษาต่อยอดในเรื่อง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่เป็นเรื่องเฉพาะ คือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี 2565 ซึ่งเป็นปีที่มีผู้สมัครรับเลือกตั้งที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก หลังจากที่เว้นวรรคการเลือกตั้งมาเป็นเวลานาน ซึ่งปีล่าสุดที่เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร คือปี พ.ศ. 2556 เป็นเวลา 9 ปี จึงได้จัดการเลือกตั้งขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2565

ทำให้บรรยากาศในการเลือกตั้งแตกต่างกันออกไป เนื่องจากบริบททางสังคมเปลี่ยนไปจากเดิมมาก ในส่วนของลักษณะทางประชากรของงานวิจัยข้างต้นเป็นงานวิจัยที่ศึกษาลักษณะทางประชากรพื้นฐานทั่วไป แต่การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาคนเจนเอเรชั่นวายเป็นสำคัญ เพราะเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญในแง่ของการเป็นกลุ่มคนกลุ่มใหญ่ อยู่ในช่วงวัยทำงานเป็นส่วนใหญ่ เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ เป็นกลุ่มคนที่มีทักษะในการใช้อุปกรณ์สื่อสาร เทคโนโลยีการสื่อสารได้แตกต่างกับบุคคลเจนเอเรชั่นอื่น เป็นกลุ่มคนที่เกิดในบริบททางสังคมที่แตกต่างกับกลุ่มเจนเอเรชั่นอื่น ดังนั้นคนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มคนที่มีแนวคิด การมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกับกลุ่มคนเจนเอเรชั่นอื่นๆ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาคนเจนเอเรชั่นวายเป็นพิเศษ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย” มีสาระที่สำคัญและขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างและได้นำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้น ดังนี้

1. ประชากร
2. กลุ่มตัวอย่าง
3. วิธีสุ่มตัวอย่าง
4. รูปแบบการวิจัย
5. เครื่องมือที่ใช้
6. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
7. การเก็บและรวบรวมข้อมูล
8. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือประชากรที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งเป็นคนเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,798,920 คน (ข้อมูลจากทะเบียนราษฎร สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>)

2. กลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนประชากรดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยคำนวณตามหลักการแปรผันร่วม ระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อน ที่เกิด

จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของ Yamane (1970, อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย n คือ ขนาดตัวอย่างที่ควรสุ่ม

N คือ ขนาดประชากรทั้งหมด

e คือ ความคลาดเคลื่อน

แทนค่า

$$n = \frac{1,798,920}{1 + 1,798,920(0.05)^2}$$

$$n \approx 400$$

ดังนั้น ได้กลุ่มตัวอย่าง = 400 ตัวอย่าง

3. วิธีสุ่มตัวอย่าง

สำหรับการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multiple-Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 เลือกจากเขตแต่ละกลุ่มการบริหารงานด้วยการจับสลาก โดยกระจายเขตครอบคลุมตามเขตการบริหารงาน ทั้งกลุ่มกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครเหนือ กรุงเทพฯใต้ กรุงเทพมหานครตะวันออก กรุงเทพมหานครตะวันตก (แบ่งเป็นกลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ และกลุ่มกรุงเทพมหานครใต้) กลุ่มละ 1 เขต ได้รวม 6 เขต จาก 6 กลุ่มบริหารงานดังนี้ (ร่างแผนการบริหารงานราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2556-2560)

กลุ่มกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตวังทองหลาง ในกลุ่มนี้จับสลากได้เขตดุสิต

กลุ่มกรุงเทพฯใต้ ประกอบด้วย เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวง เขตบางนา เขตประเวศ ในกลุ่มนี้จับสลากได้เขตปทุมวัน

กลุ่มกรุงเทพเหนือ ประกอบด้วย เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม เขต นกลุ่มนี้จับสลากได้ เขตจตุจักร

กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ประกอบด้วย เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวาในกลุ่มนี้จับสลากได้ เขตมีนบุรี

กลุ่มกรุงธนเหนือ ประกอบด้วย เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตจอมทอง เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา ในกลุ่มนี้จับสลากได้ เขตบางพลัด

กลุ่มกรุงธนใต้ ประกอบด้วย เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตราษฎร์บูรณะ เขตทุ่งครุ กลุ่มนี้จับสลากได้ เขตบางแค

กลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นคนเจนเนอร์เรชันวาย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครตามเขตต่างๆ จำนวนได้ตามสูตรไม่ต่ำกว่า 400 คน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างประชากรจากจำนวน 6 เขต แบ่งได้เป็นเขตละ 67 คน จำนวน 4 เขต เขตละ 66 คน จำนวน 2 เขต ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยสามารถแสดงเป็นรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงเขตที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง

เขตจากการสุ่มเลือกใน กทม.	จำนวนประชากรตัวอย่าง (คน)
คูสิต	67
ปทุมวัน	67
จตุจักร	67
มีนบุรี	67
บางพลัด	66
บางแค	66

ขั้นที่ 2 เมื่อกำหนดจำนวนและกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยทำการแจกแบบสอบถามตามสถานที่สาธารณะต่างๆ ได้แก่ ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครที่มีกระจายอยู่ทั่วกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยต่างๆ สถานที่ทำงาน โดยใช้วิธีคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นด้วยคำถาม ดังนี้

1. ท่านเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524-2543 หรือไม่
2. ท่านมีชื่อในทะเบียน ในเขตกรุงเทพมหานครไม่น้อยกว่า 1 ปีนับถึงวันเลือกตั้งหรือไม่

จากนั้นผู้วิจัยจึงชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างสนใจในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

4. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย” เป็นการศึกษาเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ต้องการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ เพื่อนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5. เครื่องมือวิจัยที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย ตามแนวทางวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยที่กำหนด แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อ 1-6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Checklists)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมของคนเจนเอเรชั่นวาย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

- ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทสื่อสังคมที่ใช้ในการเปิดรับ แบบสอบถามข้อ 7-9 จะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทสื่อสังคมที่ใช้ในการเปิดรับ ความถี่ของการเปิดรับ และระยะเวลาของการเปิดรับ

- ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ข้อ 10 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้มาตราส่วนค่าของลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

- ข้อ 11 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

5	หมายถึง	เป็นประจำ
4	หมายถึง	บ่อย
3	หมายถึง	เป็นครั้งคราว
2	หมายถึง	นานๆ ครั้ง
1	หมายถึง	ไม่เคย

เกณฑ์การแบ่งระดับคะแนนของแบบสอบถาม จะมีการนำคะแนนของแบบสอบถามแต่ละข้อมาแจกแจงความถี่ และหาค่าคะแนน จากนั้นจึงแบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยคำนวณจากสูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

คำถามข้อ 10 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้ข่าวสาร ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนอเรนซ์วัย มีเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

เกณฑ์ แปลความหมาย

- ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 มีการรับรู้ข่าวสารระดับมากที่สุด
- ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 มีการรับรู้ข่าวสารระดับมาก
- ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 มีการรับรู้ข่าวสารระดับปานกลาง
- ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีการรับรู้ข่าวสารระดับน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีการรับรู้ข่าวสารระดับน้อยที่สุด

คำถามข้อ 11 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเอเรชั่นวาย มีเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามดังนี้

เกณฑ์ แปลความหมาย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารระดับมากที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 การแสดงออกผ่านสื่อสังคมมีหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารระดับมาก

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารระดับปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารระดับน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับตัวแปรตาม คือ วัตถุประสงค์การมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเอเรชั่นวาย โดยใช้หลักการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่จัดการเลือกตั้งโดยตรง โดยรูปแบบกิจกรรมการมีส่วนร่วมแบ่งเป็นขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมก่อนการเลือกตั้ง โดยมีข้อคำถาม ประกอบด้วย

- ท่านตรวจสอบสิทธิก่อนการเลือกตั้ง
- ท่านตรวจสอบคุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามของผู้สมัครรับเลือกตั้ง
- ท่านไปฟังการปราศรัยของผู้สมัครรับเลือกตั้ง
- ท่านมีส่วนร่วมในการรณรงค์หาเสียง พุดชักชวน ชักจูงให้ผู้อื่น ไปลงคะแนนเสียง

เลือกตั้ง

- ท่านได้สอดส่องพฤติกรรมอันมิชอบของผู้สมัครรับเลือกตั้ง

- ท่านศึกษาประวัติผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่า กทม.

2) การมีส่วนร่วมระหว่างการเลือกตั้ง ข้อคำถามประกอบด้วย

- ท่านมีส่วนร่วมในการสังเกตการณ์การซื้อเสียงหรือแจ้งเหตุผิดปกติ

- ท่านไปลงคะแนนเสียงการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.

- ท่านติดตามผลการนับคะแนนผู้ว่า กทม.
- ท่านร่วมเป็นคณะกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง
- ท่านมีส่วนร่วมในการชักชวนคนออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

3) การมีส่วนร่วมหลังการเลือกตั้ง ข้อคำถามประกอบด้วย

- ท่านติดตามผลการเลือกตั้ง
- ท่านติดตามผลการใช้สิทธิเลือกตั้ง
- ท่านติดตามการทำงานของผู้ว่า กทม.
- ท่านแสดงพลังกลุ่ม เพื่อถอดถอนผู้ว่า กทม. เมื่อพบการกระทำโดยมิชอบ

โดยวัดค่าจากพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่ผ่านมามีทำหรือไม่ทำเพื่อการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ก่อนการเลือกตั้ง ระหว่างการเลือกตั้ง หลังการเลือกตั้ง โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้ คำตอบเดียว

การวัดตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย ข้อ 1-14 มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตอบทำ	ให้	1 คะแนน
ตอบไม่ทำ	ให้	0 คะแนน

เมื่อนำคะแนนจากคำถามทั้ง 14 ข้อ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบ “ทำ” ซึ่งแสดงถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แต่ละรายมาจัดลำดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งระดับการมีส่วนร่วมเป็น 3 ระดับ โดยจัดลำดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย ดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วมน้อย	ตอบ “ทำ” จำนวน	0-4 ข้อ
ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง	ตอบ “ทำ” จำนวน	5-9 ข้อ
ระดับการมีส่วนร่วมมาก	ตอบ “ทำ” จำนวน	10-14 ข้อ

6. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

6.1 ความถูกต้องของการวัด (Validity) การตรวจสอบความถูกต้องของการวัดตามเนื้อหาแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิอีก 3 ท่าน เพื่อมาให้คะแนนเป็นรายข้อคำถาม ดูความครอบคลุมในประเด็นคำถามการวิจัย (comprehensiveness) และคู่มือภาษา (language) ว่าทำให้ผู้ตอบเข้าใจตรงกันหรือไม่ ด้วยการให้ IOC (index of item-objective congruence : IOC การหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย

6.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตรวจสอบหาความเชื่อถือของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำ Pre-Test จำนวน 30 ชุด ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย

ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม โดยใช้มาตราส่วนค่าของลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ในข้อ 10.1-10.15 คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และในข้อ 11.1-11.3 คือ เป็นประจำ บ่อย เป็นครั้งคราว นานๆ ครั้ง ไม่เคย แล้วจึงวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alph-coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค ผลการทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือควรมีค่าสูงกว่า 0.70 กล่าวได้ว่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550, น: 284)

ผลการคำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พบว่า - ข้อคำถามที่ 10.1-10.15 และ 11.1-11.3 จำนวน 18 ข้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม มีค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) เท่ากับ 0.88

ซึ่งผลของการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alphacoefficient) ตามวิธีการของครอนบาคนั้น แบบสอบถาม ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้สูง

ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ได้ใช้การคำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน เป็นวิธีการหาค่าความน่าเชื่อถือ โดยมีการตรวจให้ค่าตัวเลือกเป็น 2 ค่าคือ ตอบ ทำ ได้ 1 ตอบ ไม่ทำ ได้ 0 โดยใช้สูตรในการคำนวณ คือสูตร KR-20 (ไพบูรณ์ คณะเศรษฐพรรค์, 2560)

การแปลความหมายผลการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน มีเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

0.80-1.00 = มีความเชื่อถือได้สูงมาก

0.60-0.79 = มีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูงมาก

0.40-0.59 = มีความเชื่อถือได้ปานกลาง

0.20-0.39 = มีความเชื่อถือได้ต่ำ

0.01-0.19 = มีความเชื่อถือได้ต่ำมาก

ผลการคำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พบว่า - ข้อคำถามส่วนที่ 3 มีจำนวน 14 ข้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม มีความน่าเชื่อถือ (Reliability) เท่ากับ 0.81 ซึ่งผลของการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้สูงมาก

7. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

7.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามตามขั้นตอนดังนี้

7.1.1 ผู้วิจัยใช้วิธีแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยแจกแบบสอบถามตาม ศูนย์ฝึกอาชีพเขตต่างๆ ในกทม. สถาบันการศึกษาของรัฐต่างๆ สถานที่ทำงาน (การสำรวจทำในช่วงโควิด ยังระบาด) โดยใช้วิธีคัดกรองกลุ่มตัวอย่างด้วยการสัมภาษณ์เบื้องต้น ดังนี้

1) ท่านเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524-2543 ใช่หรือไม่ (ถ้าไม่ใช่ ท่านไม่ต้องตอบแบบสอบถามนี้)

2.) ท่านมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในกรุงเทพมหานครไม่น้อยกว่า 1 ปีนับถึงวันเลือกตั้งหรือไม่ (ถ้าไม่ใช่ ท่านไม่ต้องตอบแบบสอบถามนี้)

3) ทะเบียนบ้านอยู่ในเขตใดต่อไปนี้

1. คูสิต 2.ปทุมวัน 3. จตุจักร 4. มีนบุรี 5. บางพลัด 6. บางแค

จากนั้นผู้วิจัยจึงชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างสมัครใจในการตอบแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง

7.1.2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว นำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

7.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้ทำการวิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ โดยศึกษาจากการค้นคว้าข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ เอกสารทางวิชาการจากหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานสถิติแห่งชาติ ห้องสมุดมหาวิทยาลัย และอื่นๆ รวมถึงสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมจาก อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและมีความน่าเชื่อถือ

8. วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้อามาตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปเชิงสถิติ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

8.1 การวิเคราะห์เชิงสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ประกอบการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

8.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังต่อไปนี้

วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ตัวแปรต้น และตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One- Way ANOVA) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และ ค่าการทดสอบไคสแควร์โดยแบ่งเป็นรายละเอียดได้ดังนี้

1) สมมติฐานข้อ 1 คนเจนเนอร์ชั้นนายที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน ใช้สถิติ ANOVA

2) สมมติฐานข้อ 2 คนเจนเนอร์ชั้นนายที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีปฏิสัมพันธ์หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ใช้สถิติ ANOVA

3) สมมติฐานข้อ 3 คนเจนเนอร์ชั้นนายที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ใช้สถิติ ANOVA

4) สมมติฐานข้อ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชั้นนาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้ง

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

โดยจากการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ได้มีลักษณะที่ในการกำหนดระดับความสัมพันธ์ จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ดังนี้ (ศุภมาส อังสุโชติ, น:11-23 ถึง น:11-25)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.81 - 1.00 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันสูงมาก

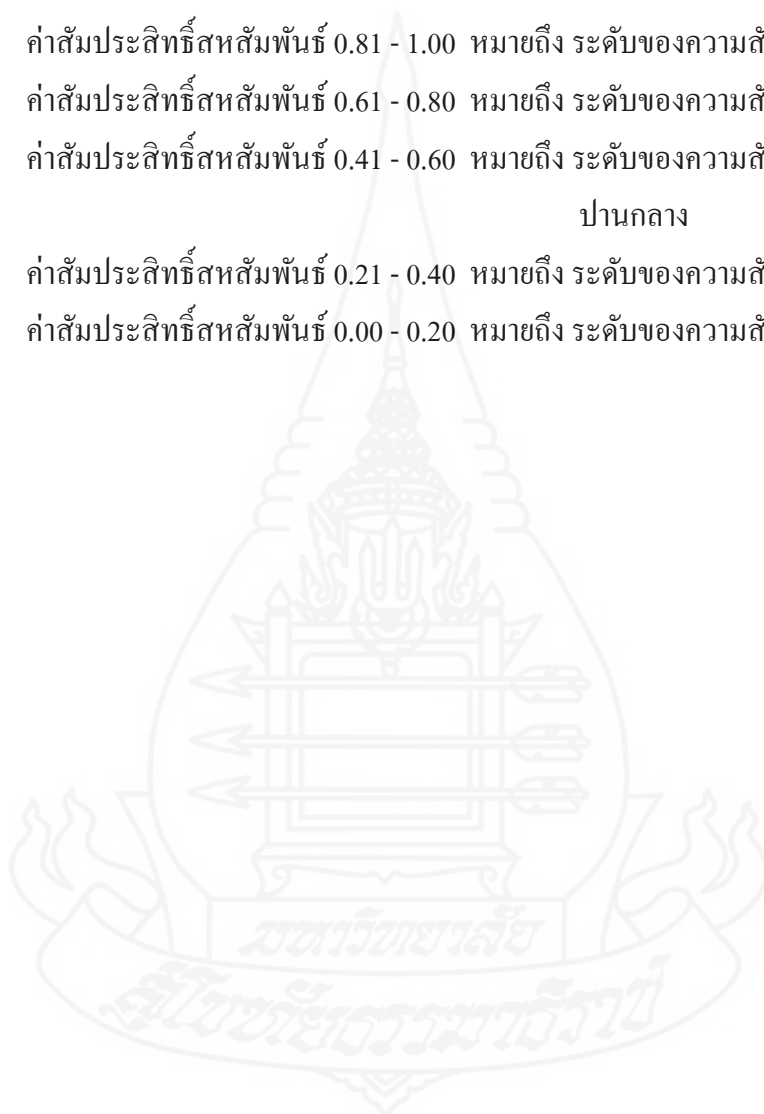
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.61 - 0.80 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.41 - 0.60 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันสูง

ปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.21 - 0.40 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.00 - 0.20 หมายถึง ระดับของความสัมพันธ์กันต่ำมาก



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย” มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1) เพื่อสำรวจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อเปรียบเทียบ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะทางประชากรของคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ประชากรเจนเอเรชั่นวายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400คน กลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลครบตามจำนวนที่ต้องการ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลมาทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นทำการวิเคราะห์ นำเสนอ และแปลผล โดยการนำเสนอและแปลผลจากสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรของคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ข้อมูลด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
3. ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเอเรชั่นวาย
4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรของคนเจนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ ซึ่งผลการศึกษาปรากฏตามตารางที่ 4.1 – 4.5

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	155	38.8
หญิง	234	58.5
อื่นๆ (ไม่ต้องการระบุ)	11	2.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีมากที่สุดจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 อื่นๆ ไม่ต้องการระบุ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามอายุจากการตอบแบบสอบถาม

อายุของคนเจนอเรชันวาย	จำนวน (คน)
22-31 ปี	211
32-41 ปี	189
รวม	400

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	6	1.5
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	47	11.8
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	283	70.7
ปริญญาโท	59	14.7
ปริญญาเอก	-	-
อื่นๆ	5	1.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมา คือ การศึกษาในระดับปริญญาโทจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ถัดมาเป็นการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 โดยกลุ่มการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	314	78.5
สมรส	67	16.7
หย่า	11	2.8
หม้าย	4	1.0
แยกกันอยู่	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาเป็นสถานภาพสมรส จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 สถานภาพหย่าร้าง

จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 สถานะภาพหม้าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 แยกกันอยู่
จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	104	26.0
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ	65	16.2
พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	163	40.8
เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว	44	11.0
อื่นๆ	24	6.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงาน ลูกจ้างมีจำนวนมากที่สุดคือ 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ นักเรียน นักศึกษา มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 อาชีพ ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว เจ้าของกิจการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 อาชีพอื่น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	140	35.0
15,001-25,000 บาท	145	36.3
25,001- 35,000 บาท	64	16.0
35,001-45,000 บาท	18	4.5
45,001 บาท ขึ้นไป	33	8.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีมากที่สุด คือจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 กลุ่มรองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001- 35,000 บาท มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

2. ข้อมูลด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคม ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคม ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยแสดงจำนวนเป็นร้อยละ ได้ผลดังตารางที่ 4.7-4.9

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสื่อสังคม ที่คนเจนเอเรชั่นวาย ใช้ในการเปิดรับ
ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ประเภทสื่อสังคมที่ใช้เปิดรับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เฟซบุ๊ก	272	68.0
ทวิตเตอร์	55	13.8
อินสตาแกรม	17	4.3
ยูทูป	42	10.5
ไลน์	14	3.4
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ประเภทต่างๆ โดยใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดมีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาเป็นทวิตเตอร์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ยูทูป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อินสตาแกรม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และไลน์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย ในช่วง 1 เดือน ก่อนการเลือกตั้ง

ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารฯ ผ่านสื่อสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นานๆ ครั้ง (ไม่ได้เปิดทุกสัปดาห์)	78	19.5
1-2 วันต่อสัปดาห์	97	24.3
3-4 วันต่อสัปดาห์	82	20.5
5-6 วันต่อสัปดาห์	23	5.7
ทุกวัน	120	30.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมมากที่สุดคือ เปิดรับทุกวัน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ เปิดรับ 1-2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 เปิดรับ 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 นานๆ ครั้ง (ไม่ได้เปิดทุกสัปดาห์) จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และเปิดรับ 5-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละ ในการใช้เวลาอ่านข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย เฉลี่ยต่อครั้ง

ระยะเวลาในการอ่านข้อมูลข่าวสารฯ เฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	138	34.5
15 - 30 นาที	197	49.3
30 - 45 นาที	29	7.2
45 นาที -1 ชั่วโมง	20	5.0
มากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนเจนเนอร์ชั่นวาย ใช้ระยะเวลาในการอ่านข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือใช้ระยะเวลา 15-30 นาที จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ระยะเวลา 30-45 นาที จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ระยะเวลา 45 นาที -1 ชั่วโมง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และมากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย

การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้ง ผู้ว่า กทม.	ระดับการรับรู้					รวม	\bar{X}	S.D.	ความ หมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สมัครรับเลือกตั้ง									
1. ภาพ ชื่อ หมายเลขผู้สมัคร	105 (26.3)	172 (43.0)	101 (25.3)	17 (4.3)	5 (1.3)	400	3.89	0.89	มาก
2. พรรคการเมืองที่ สังกัด ของผู้รับ สมัครเลือกตั้ง	56 (14.0)	151 (37.8)	134 (33.5)	45 (11.3)	14 (3.5)	400	3.48	0.98	มาก
3. ประวัติของ ผู้สมัครในตำแหน่ง ผู้ว่าราชการ กทม.	97 (24.3)	119 (29.8)	122 (30.5)	47 (11.8)	15 (3.8)	400	3.59	1.09	มาก
4. นโยบายหาเสียง ของผู้สมัครใน ตำแหน่งผู้ว่าราชการ กทม.	117 (29.3)	125 (31.3)	124 (31.0)	26 (6.5)	8 (2.0)	400	3.79	1.00	มาก
ผลรวมด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้ง							3.69	0.80	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.	ระดับการรับรู้					รวม	\bar{X}	S.D.	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
8. มีหน้าที่ในการนำ นโยบายจากรัฐบาล กลางมาปฏิบัติ	68 (17.0)	146 (36.5)	132 (33.0)	48 (12.0)	6 (1.5)	400	3.56	0.96	มาก
ผลรวมด้านข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่หลักของผู้ว่าราชการ กทม.							3.65	0.82	มาก
ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กทม.									
9. วาระการดำรง ตำแหน่ง ของผู้ว่า ราชการ กทม.	104 (26.0)	148 (37.0)	114 (28.5)	34 (8.5)	0 (0)	400	3.81	0.92	มาก
10. คุณสมบัติของผู้มี สิทธิเลือกตั้ง	110 (27.5)	152 (38.0)	106 (26.5)	30 (7.5)	2 (0.5)	400	3.85	0.93	มาก
11. ห้ามขาย จำหน่าย จ่ายแจก หรือจัดเลี้ยง สุรา ในเขตเลือกตั้ง ระหว่างเวลา 18.00 น. ของวันก่อนเลือกตั้ง หนึ่งวัน	117 (29.3)	153 (38.3)	92 (23.0)	24 (6.0)	14 (3.5)	400	3.84	1.03	มาก
12. ห้ามจงใจทำให้ บัตรเลือกตั้งของ ตนเองชำรุด เสียหาย หรือทำให้บัตรเสีย	144 (36.0)	146 (36.5)	76 (19.0)	24 (6.0)	10 (2.5)	400	3.98	1.01	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

การรับรู้ข้อมูล	ระดับการรับรู้					รวม	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.									
ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กทม.									
13 .ห้ามใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ใดถ่ายภาพบัตรเลือกตั้งเพื่อให้เห็นเครื่องหมายลงคะแนนในคูหาเลือกตั้ง	137 (34.3)	150 (37.5)	81 (20.3)	28 (7.0)	4 (1.0)	400	3.97	0.96	มาก
14 .ห้ามเรียก รับหรือยอมรับเงินทรัพย์สินหรือผลประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่นเพื่อลงคะแนนเสียงหรือไม่เลือกผู้สมัครใด	163 (40.8)	135 (33.8)	65 (16.3)	27 (6.8)	10 (2.5)	400	4.04	1.03	มาก
ผลรวมด้านข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กทม.							3.91	0.76	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

การรับรู้ข้อมูล	ระดับการรับรู้					รวม	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
	มาก	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง									
15. การตรวจรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้ง สถานที่ตั้งของหน่วยเลือกตั้ง ลักษณะบัตรเลือกตั้ง ฯลฯ	122 (30.5)	154 (38.5)	98 (24.5)	21 (5.3)	5 (1.3)	400	3.92	0.93	มาก
ผลรวมด้านข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง							3.92	0.932	มาก
ผลรวมทั้ง 4 ด้าน							3.79	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ด้านข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง มีระดับการรับรู้มากกว่าด้านอื่น รองลงมา เป็นด้านข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายเลือกตั้ง ด้านข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่หลักของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เป็นด้านที่มีระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด โดยในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.11 เป็นตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์
หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ในรูปแบบต่างๆ

ลักษณะการแสดงออกผ่าน สื่อสังคมหลังการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร	ระดับการแสดงออก					รวม	\bar{X}	S.D.	ความ หมาย
	เป็น ประจำ	บ่อย	เป็น ครั้ง คราว	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย				
1. ท่านแสดงออกผ่านสื่อ สังคม เช่น ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ทวิตคิดตาม ส่งสติ๊กเกอร์ เป็นต้น	64 (16.0)	102 (25.5)	125 (31.3)	73 (18.3)	36 (9.0)	400 (100)	3.21	1.18	ปาน กลาง
2. ท่านแสดงความคิดเห็น ผ่านสื่อสังคม	31 (7.8)	60 (15.0)	110 (27.5)	108 (27.0)	91 (22.8)	400 (100)	2.58	1.21	น้อย
3. ท่านสนทนา พูดคุย แลกเปลี่ยน วิพากษ์ วิจารณ์ ผ่านสื่อสังคม	30 (7.5)	61 (15.3)	118 (29.5)	80 (20.0)	111 (27.8)	400 (100)	2.55	1.25	น้อย
รวม							2.78	1.06	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การแสดงปฏิสัมพันธ์หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง
ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ในรูปแบบต่างๆ โดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับปานกลาง

3. ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคณะกรรมการชั่งน้ำหนัก

ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคณะกรรมการชั่งน้ำหนัก มีคำถามจำนวน 14 ข้อ กลุ่มตัวอย่างจะต้องตอบคำถาม โดยที่แบบสอบถาม มีให้เลือกตอบ 2 ตัวเลือก คือ ทำ และ ไม่ทำ ซึ่งหากตอบทำ จะได้ 1 คะแนน ถ้าตอบไม่ทำ จะได้ 0 คะแนน ซึ่งแสดงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร ของคณะกรรมการชั่งน้ำหนัก โดยแบ่งเป็นช่วงเวลา 3 ช่วงเวลา คือ ก่อนการเลือกตั้ง ระหว่างการเลือกตั้ง หลังการเลือกตั้ง ดังต่อไปนี้

การมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานคร	ตอบทำ	ตอบไม่ทำ	รวม
การมีส่วนร่วมทางการเมืองก่อนการเลือกตั้งผู้ว่ากทม.			
1. ท่านตรวจสอบสิทธิก่อนการเลือกตั้ง	355 (88.8)	45 (11.3)	400 (100)
2. ท่านตรวจสอบคุณสมบัติและลักษณะต้องห้าม ผู้สมัครรับเลือกตั้ง	294 (73.5)	106 (26.5)	400 (100)
3. ท่านฟังการปราศรัยของผู้สมัครรับเลือกตั้ง	273 (68.3)	127 (31.8)	400 (100)
4. ท่านมีส่วนร่วมในการรณรงค์หาเสียง พุดชักชวน ชักจูงให้ผู้อื่นไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง	142 (35.5)	258 (64.5)	400 (100)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานคร	ตอบทำ	ตอบไม่ทำ	รวม
การมีส่วนร่วมทางการเมืองก่อนการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.			
5. ท่านได้สอดคล้องพฤติกรรมอันมิชอบของผู้สมัครรับเลือกตั้ง	215 (53.8)	185 (46.3)	400 (100)
6. ท่านศึกษาประวัติผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่า กทม.	296 (74.0)	104 (26.0)	400 (100)
การมีส่วนร่วมทางการเมืองระหว่างการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.			
7. ท่านมีส่วนร่วมในการสังเกตการณ์การซื้อเสียงหรือแจ้งเหตุผิดปกติ	139 (34.8)	261 (65.3)	400 (100)
8. ท่านไปลงคะแนนเสียงการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.	275 (68.8)	125 (31.3)	400 (100)
9. ท่านติดตามผลการนับคะแนนผู้ว่า กทม.	314 (78.5)	86 (21.5)	400 (100)
10. ท่านร่วมเป็นคณะกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง	87 (21.8)	313 (78.3)	400 (100)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานคร	ตอบทำ	ตอบไม่ทำ	รวม
การมีส่วนร่วมทางการเมืองหลังการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.			
11. ท่านติดตามผลการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.	356 (89.0)	44 (11.0)	400 (100)
12. ท่านติดตามผลการไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้ว่า กทม.	269 (67.3)	131 (32.8)	400 (100)
13. ท่านติดตามการทำงานของผู้ว่า กทม.	347 (86.8)	53 (13.3)	400 (100)
14. ท่านจะแสดงพลังกลุ่มเพื่อถอดถอนผู้ว่า กทม. เมื่อพบการกระทำโดยมิชอบ	242 (60.5)	158 (39.5)	400 (100)

จากตารางที่ 4.12 พบว่าการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอเรชันวาย โดยว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ติดตามผลการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร มากที่สุด โดยตอบ “ทำ” มากที่สุดจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89 รองลงมา เป็นข้อคำถาม ท่านตรวจสอบสิทธิก่อนการเลือกตั้ง กลุ่มตัวอย่างตอบ “ทำ” จำนวน 355 คน คิดเป็น ร้อยละ 88.8 ข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบ “ทำ” น้อยที่สุด คือ ข้อคำถามท่านร่วมเป็นคณะกรรมการ ประจำหน่วยเลือกตั้ง กลุ่มตัวอย่างตอบ “ทำ” จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 รองลงมาเป็น คำถามท่านมีส่วนร่วมในการสังเกตการณ์การชื้อเสียงหรือแจ้งเหตุผิดปกติ กลุ่มตัวอย่างตอบ “ทำ” จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมือง จำแนกตามลักษณะประชากร

ลักษณะทางประชากร	ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมือง	S.D.
เพศ		
ชาย	8.78	3.71
หญิง	9.17	3.40
อื่นๆ (ไม่ต้องการระบุ)	8.82	4.73
อายุ		
22-31 ปี	8.98	3.42
32-41 ปี	9.04	3.71
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	7.33	6.28
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	7.85	3.86
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	9.01	3.51
ปริญญาโท	10.00	2.88
ปริญญาเอก	-	-
อื่นๆ	10.40	3.71
สถานภาพสมรส		
โสด	9.26	3.52
สถานภาพสมรส		
สมรส	7.96	3.56
หย่า	8.18	3.25
หม้าย	9.00	5.77
แยกกันอยู่	9.00	1.15

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมือง	S.D.
ลักษณะอาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	9.88	3.47
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / เจ้าหน้าที่รัฐ	8.78	3.17
พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	8.85	3.76
ธุรกิจส่วนตัว	7.34	3.42
อื่นๆ	9.96	2.30
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	9.49	3.71
15,001 - 25,000 บาท	9.11	3.44
25001 - 35000 บาท	8.05	3.60
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
35,001 - 45,000 บาท	10.56	2.23
45,001 บาทขึ้นไป	7.58	3.17

จากตารางที่ 4.13 แสดงการมีส่วนร่วมทางการเมือง จำแนกตามลักษณะประชากรได้
ดังนี้

เพศหญิง มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น รองลงมาเป็น อื่นๆ (ไม่ต้องการ
ระบุ) และเพศชายมีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยกว่ากลุ่มอื่น

กลุ่มที่มีช่วงอายุ 32 - 41 ปี มีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่ากลุ่มที่มีช่วงอายุ 22 - 31 ปี
ด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับอื่นๆ มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น รองลงมา
เป็นระดับปริญญาโท ระดับการศึกษาที่มีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยกว่ากลุ่มอื่น คือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
ตอนปลาย

ด้านสถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มที่มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น คือ กลุ่มที่
มีสถานภาพสมรส โสด รองลงมา คือ หม้าย และแยกกันอยู่ ส่วนกลุ่มที่มีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยกว่า
กลุ่มอื่น คือ กลุ่มที่มีสถานภาพสมรส สมรส

ด้านลักษณะอาชีพ พบว่า กลุ่มที่มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น คือ ลักษณะอาชีพอื่นๆ รองลงมา คือ กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา ลักษณะอาชีพที่มีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยกว่ากลุ่มอื่น คือ กลุ่มธุรกิจส่วนตัว

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 35,001 - 45,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น รองลงมา คือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนกลุ่มที่มีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยกว่ากลุ่มอื่น คือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป

เมื่อนำคะแนนจากคำถามทั้ง 14 ข้อ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบ “ทำ” ซึ่งแสดงถึงการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แต่ละรายมาจัดลำดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งระดับการมีส่วนร่วมเป็น 3 ระดับ โดยจัดลำดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย ดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วมน้อย	ตอบ “ทำ” จำนวน	0-4 ข้อ
ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง	ตอบ “ทำ” จำนวน	5-9 ข้อ
ระดับการมีส่วนร่วมมาก	ตอบ “ทำ” จำนวน	10-14 ข้อ

โดยสามารถแจกแจงได้ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย ของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการมีส่วนร่วม	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการมีส่วนร่วมน้อย	54	13.5
ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง	144	36.0
ระดับการมีส่วนร่วมมาก	202	50.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับมาก จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับมีส่วนร่วมปานกลาง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับมีส่วนร่วมน้อย มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

4. ผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 คนเจนเนอร์ชั้นวัย ที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั้นวัย ที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั้นวัย ที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง

ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั้นวัยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ชาย	155	3.78	.629	.060	.941
หญิง	234	3.79	.733		
อื่นๆ ไม่ระบุ	11	3.71	.492		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิจัย พบว่า ยอมรับ H_0 กล่าวคือ คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีเพศแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.>.05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 คนเจนเนอร์ชั้นวัย ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ไม่ต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง
ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชันวาย
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	6	2.69	.534	6.487	.000
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	47	3.60	.547		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	283	3.79	.672		
ปริญญาโท	59	3.99	.718		
ปริญญาเอก	-	-	-		
อื่นๆ ไม่ระบุ	5	4.08	1.046		
รวม	400				

*Sig < .05

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิจัย พบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ คนเจนเนอร์ชันวาย ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.< .05) ดังนั้นจึงใช้สถิติทดสอบต่อไปว่า ระดับการศึกษาในกลุ่มใดที่แตกต่างด้วยวิธีการ LSD ตามตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง
ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ของคนเจนเนอร์ชันวาย
จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ระดับการศึกษา		ความแตกต่างเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	-.915*	.002
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-1.097*	.000
	ปริญญาโท	-1.299*	.000
	อื่นๆ.....	-1.391*	.001
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	.915*	.002
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-.181	.085
	ปริญญาโท	-.384*	.003
	อื่นๆ.....	-.476	.132
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	1.097*	.000
	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	.182	.085
	ปริญญาโท	-.203*	.035
	อื่นๆ.....	-.294	.331
ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	1.299*	.000
	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	.384*	.003
ปริญญาโท	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.203*	.035
	อื่นๆ.....	-.091	.770
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	1.391*	.001
อื่นๆ.....	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	.476	.132
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.293	.331
	ปริญญาโท	.091	.770

*Sig < .05

จากตารางที่ 4.17 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ของคนเจนเอเรชั่นวาย จำแนกตามระดับการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ปริญญาโท และอื่นๆ มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 คนเจนเอเรชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเอเรชั่นวาย ที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเอเรชั่นวาย ที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
โสด	314	3.81	.714	.445	.776
สมรส	67	3.70	.602		
หย่า	11	3.89	.876		
หม้าย	4	3.67	.505		
แยกกันอยู่	4	3.79	.616		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิจัย พบว่า ยอมรับ H_0 กล่าวคือ สถานภาพสมรสที่ต่างกัน จะไม่มีความแตกต่างระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.> .05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง

ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั้นวัยจำแนกตามอาชีพ

ลักษณะอาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
นักเรียน / นักศึกษา	104	3.85	.670	1.987	.096
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ	65	3.89	.646		
พนักงาน / ลูกจ้าง	163	3.68	.688		
ธุรกิจส่วนตัว	44	3.74	.653		
อื่นๆ.....	24	3.96	.856		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิจัย พบว่า ขอมรับ H_0 กล่าวคือคนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีอาชีพที่ต่างกัน จะมีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.> .05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั้นวัย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั้นวัย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง
ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวายจำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 15,000 บาท	140	3.784	.667	1.437	.221
15,000 - 25,000 บาท	145	3.850	.674		
25,000 - 35,000 บาท	64	3.729	.615		
35,000 - 45,000 บาท	18	3.833	.548		
45,001 บาท ขึ้นไป	33	3.547	.960		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิจัย พบว่า ขอมรับ H_0 กล่าวคือคนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน จะมีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.> .05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีเพศต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีเพศต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีเพศต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของ คนเจนเนอเรชั่นวายจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ชาย	155	2.73	1.045	.377	.686
หญิง	234	2.80	1.061		
อื่นๆ (ไม่ต้องการระบุ)	11	2.97	1.206		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิจัย พบว่า ยอมรับ H_0 กล่าวคือคนเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศที่ต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.> .05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 คนเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของคนเจนเอเรชั่นวายจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	6	2.05	.800	1.936	.104
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	47	2.74	1.043		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	283	2.79	1.052		
ปริญญาโท	59	2.73	1.096		
ปริญญาเอก	-	-	-		
อื่น.....	5	3.8	.730		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิจัย พบว่า ยอมรับ H_0 กล่าวคือคนเจนเอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.> .05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 คนเจนเอเรชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเอเรชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเอเรชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
ทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
ผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์เรชั่นวายจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
โสด	314	2.78	1.034	3.083	.016
สมรส	67	2.62	.993		
หย่า	11	2.87	1.759		
หม้าย	4	3.50	.577		
แยกกันอยู่	4	4.33	.384		
รวม	400				

* .05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิจัย พบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือคนเจนเนอร์เรชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.< .05) ดังนั้นจึงใช้สถิติทดสอบต่อไปว่ากลุ่มสถานภาพสมรสในคู่ใดที่มีความแตกต่างด้วยวิธีการ LSD ตามตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ความแตกต่างของการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
ทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามสถานภาพสมรส
ของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

	สถานภาพสมรส	ความแตกต่างค่าเฉลี่ย	Sig.
โสด	สมรส	.159	.258
	หย่า	-.097	.762
โสด	หม้าย	-.718	.173
	แยกกันอยู่	-1.552*	.003
สมรส	โสด	-.159	.258
	หย่า	-.256	.451
	หม้าย	-.878	.104
	แยกกันอยู่	-1.711*	.002
หย่า	โสด	.097	.762
	สมรส	.256	.451
	หม้าย	-.621	.310
	แยกกันอยู่	-1.454*	.018
หม้าย	โสด	.718	.173
	สมรส	.878	.104
	หย่า	.621	.310
	แยกกันอยู่	-.833	.261
แยกกันอยู่	โสด	1.552*	.003
	สมรส	1.711*	.002
แยกกันอยู่	หย่า	1.454*	.018
	หม้าย	.833	.261

* .05 (Sig. < .05)

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามสถานภาพสมรส สรุปได้ดังนี้

ผู้มีสถานภาพสมรส โสด สมรส หย่า และหม้าย มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร น้อยกว่าผู้มีสถานภาพสมรส แยกกันอยู่

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคม ของคนเจนเนอร์ชั่นวายจำแนกตามลักษณะอาชีพ

ลักษณะอาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
นักเรียน / นักศึกษา	104	2.91	1.068	2.355	.053
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ	65	2.52	1.119		
พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	163	2.84	1.033		
ธุรกิจส่วนตัว	44	2.59	.897		
อื่นๆ.....	24	2.61	1.149		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิจัย พบว่า ยอมรับ H_0 กล่าวคือคนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพที่ต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.> .05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการแสดงออกผ่านสื่อสังคม หลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชั้นวัยจำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 15,000 บาท	140	2.94	1.084	2.976	.019
15,001-25,000บาท	145	2.78	1.039		
25,001-35,000บาท	64	2.72	.987		
35,001-45,000บาท	18	2.62	.913		
45,001บาท ขึ้นไป	33	2.26	1.092		
รวม	400				

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิจัย พบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.< .05) ดังนั้นจึงใช้สถิติทดสอบต่อไปว่า กลุ่มรายได้ในคู่ใดที่มีความแตกต่างด้วยวิธีการ LSD ตามตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของคนเจนเนอร์เรชันวาย กับการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ความแตกต่างค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-25,000บาท	.154	.214
	25,001-35,000บาท	.216	.171
ต่ำกว่า 15,000 บาท	35,001-45,000บาท	.310	.237
	45,001บาท ขึ้นไป	.677*	.001
15,001-25,000บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	-.154	.214
	25,001-35,000บาท	.062	.692
	35,001-45,000บาท	.156	.550
	45,001บาท ขึ้นไป	.523*	.010
25,001-35,000บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	-.216	.171
	15,001-25,000บาท	-.062	.692
	35,001-45,000บาท	.094	.736
	45,001บาท ขึ้นไป	.461*	.040
35,001-45,000บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	-.310	.237
	15,001-25,000บาท	-.156	.550
	25,001-35,000บาท	-.094	.736
	45,001บาท ขึ้นไป	.367	.232
45,001บาท ขึ้นไป	ต่ำกว่า 15,000 บาท	-.677*	.001
	15,001-25,000บาท	-.523*	.010
	25,001-35,000บาท	-.461*	.040
	35,001-45,000บาท	-.367	.232

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.27 ความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของคนเจเนอเรชันวายกับการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

กลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่มผู้ที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท และกลุ่มผู้ที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มากกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ 45,001 บาท ขึ้นไป

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 คนเจเนอเรชันวายที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 คนเจเนอเรชันวายที่มีเพศต่างกัน ก็มีการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน

H_0 : คนเจเนอเรชันวายที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจเนอเรชันวายที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจเนอเรชันวายที่มีเพศต่างกัน

กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ชาย	155	8.78	3.709	.577	.562
หญิง	234	9.17	3.396		
อื่นๆ (ไม่ต้องการระบุ)	11	8.82	4.729		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิจัยพบว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือเพศที่ต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.> .05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีระดับการศึกษาต่างกันกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	6	7.33	6.282	2.974	.019
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	47	7.85	3.856		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	283	9.01	3.512		
ปริญญาโท	59	10.00	2.883		
ปริญญาเอก	-	-	-		
อื่นๆ.....	5	10.40	3.715		
รวม	400				

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิจัย พบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.< .05) ดังนั้นจึงใช้สถิติทดสอบต่อไปว่ากลุ่มระดับการศึกษาในคู่ใดที่มีความแตกต่างด้วยวิธีการ LSD ตามตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาต่างกัน
กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ระดับการศึกษา		ความแตกต่างค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	-.518	.735
	ปริญญาตรี	-1.674	.250
	ปริญญาโท	-2.667	.078
	อื่นๆ	-3.067	.151
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	.518	.735
	ปริญญาตรี	-1.156*	.038
	ปริญญาโท	-2.149*	.002
	อื่นๆ	-2.549	.125
ปริญญาตรี	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	1.674	.250
	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	1.156*	.038
	ปริญญาโท	-.993*	.049
	อื่นๆ	-1.393	.381
ปริญญาโท	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2.667	.078
	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	2.149*	.002
	ปริญญาตรี	.993*	.049
	อื่นๆ	-.400	.087
อื่นๆ.....	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	3.067	.151
	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	2.549	.125
	ปริญญาตรี	1.393	.381
	ปริญญาโท	.400	.807

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.30 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีระดับการศึกษาต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

ระดับการศึกษามัธยมปลายหรือเทียบเท่า มีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยกว่าระดับปริญญาตรี

ระดับการศึกษาปริญญาโท มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าระดับปริญญาตรี และระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สถานภาพสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
โสด	314	9.26	3.527	2.046	.087
สมรส	67	7.96	3.565		
หย่า	11	8.18	3.250		
หม้าย	4	9.00	5.774		
แยกกันอยู่	4	9.00	1.155		
รวม	400				

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิจัยพบว่ายอมรับ H_0 กล่าวคือสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig> .05)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม แตกต่างกัน

H_0 : คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์ชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกันกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ลักษณะอาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
นักเรียน / นักศึกษา	104	9.88	3.473	4.741	.001
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / เจ้าหน้าที่รัฐ	65	8.78	3.175		
พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	163	8.85	3.768		
ธุรกิจส่วนตัว	44	7.34	3.423		
อื่นๆ.....	24	9.96	2.293		

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิจัย พบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือลักษณะอาชีพที่ต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.< .05) ดังนั้นจึงใช้สถิติทดสอบต่อไปว่ากลุ่มลักษณะอาชีพในคู่ใดที่มีความแตกต่างด้วยวิธีการ LSD ตามตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจนเนอร์เนชั่นวายที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน
กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

	ลักษณะอาชีพ	ความแตกต่างค่าเฉลี่ย	Sig.
นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / เจ้าหน้าที่รัฐ	1.100*	.047
	พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	1.032*	.019
	ธุรกิจส่วนตัว	2.544*	.000
	อื่นๆ.....	-.074	.926
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่รัฐ	นักเรียน / นักศึกษา	- 1.100*	.047
	พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	-.068	.894
	ธุรกิจส่วนตัว	1.444*	.035
	อื่นๆ.....	- 1.174	.160
พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	- 1.032*	.019
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่รัฐ	.068	.894
	ธุรกิจส่วนตัว	1.512*	.011
	อื่นๆ.....	- 1.106	.148
ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา	- 2.544*	.000
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่รัฐ	- 1.444*	.035
	พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	- 1.512*	.011
	อื่นๆ.....	- 2.617*	.003
อื่นๆ.....	นักเรียน / นักศึกษา	.074	.926
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่รัฐ	1.174	.160
	พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	1.106	.148
	ธุรกิจส่วนตัว	2.617*	.003

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.33 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ลักษณะอาชีพของคนเจเนอเรชั่นวัยต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่รัฐ กลุ่มพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และกลุ่มอื่นๆ มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มากกว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 คนเจเนอเรชั่นวัยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน

H_0 : คนเจเนอเรชั่นวัยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : คนเจเนอเรชั่นวัยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจเนอเรชั่นวัยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 15,000 บาท	140	9.49	3.708	4.149	.003
15,001-25,000บาท	145	9.11	3.444		
25,001-35,000บาท	64	8.05	3.596		
35,001-45,000บาท	18	10.56	2.229		
45,001บาทขึ้นไป	33	7.58	3.172		
รวม	400				

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิจัย พบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05 (Sig.< .05) ดังนั้นจึงใช้สถิติทดสอบต่อไปว่ากลุ่มรายได้ในคู่ใดที่มีความแตกต่างด้วยวิธีการ LSD ตามตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คนเจเนอเรชั่นวายที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน
กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

รายได้ต่อเดือน		ความแตกต่างค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-25,000บาท	.375	.366
	25,001-35,000บาท	1.439*	.007
	35,001-45,000บาท	- 1.070	.223
	45,001บาทขึ้นไป	1.910*	.005
15,001-25,000บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	- .375	.366
	25,001-35,000บาท	1.063*	.044
	35,001-45,000บาท	- 1.445	.099
	45,001บาทขึ้นไป	1.535*	.024
25,001-35,000บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	- 1.439*	.007
	15,001-25,000บาท	- 1.063*	.044
	35,001-45,000บาท	- 2.509*	.008
	45,001บาทขึ้นไป	.471	.530
35,001-45,000บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	1.070	.223
	15,001-25,000บาท	1.445	.099
	25,001-35,000บาท	2.509*	.008
	45,001บาทขึ้นไป	2.980*	.004
45,001บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 15,000 บาท	- 1.910*	.005
	15,001-25,000บาท	- 1.535*	.024
	25,001-35,000บาท	- .471	.530
	35,001-45,000บาท	- 2.980*	.004

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.35 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง รายได้ต่อเดือนของคนเจเนอเรชั่นวัยต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

คนเจเนอเรชั่นวัยกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาทและ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป

คนเจเนอเรชั่นวัยที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมของคนเจเนอเรชั่นวัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจเนอเรชั่นวัย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H_0 : ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจเนอเรชั่นวัย ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H_1 : ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจเนอเรชั่นวัย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.36 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจเนอเรชั่นวัย กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	r	Sig.
การมีส่วนร่วมทางการเมือง	.404**	.000

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ด้านระดับการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.< .05) โดยเป็น

ความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่าผู้ที่มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมาก จะมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก ผู้ที่มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครน้อย จะมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับน้อย ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ในงานวิจัยนี้อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชันวายมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H_0 : ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชันวาย ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชันวาย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.37 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชันวายกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ระดับความถี่	ระดับการมีส่วนร่วม			n	χ^2	Sig.
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
นานๆครั้ง	16 (29.6 %)	36 (25.0 %)	26 (12.9%)	78	39.983	.000
1-2 วันต่อสัปดาห์	17 (31.5 %)	45 (31.3%)	35 (17.3%)	97		
3-4 วันต่อสัปดาห์	6 (11.1 %)	31 (21.5 %)	45 (22.3%)	82		
5-6 วันต่อสัปดาห์	2 (3.7 %)	9 (6.3 %)	12 (5.9%)	23		
ทุกวัน	13 (24.1 %)	23 (16.0 %)	84 (41.6%)	120		
รวม	54 (100 %)	144 (100 %)	202 (100%)			

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.37 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชันวายกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 39.983 การทดสอบค่า (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. < 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้ง

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์ชั่นวายมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H_0 : ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H_1 : ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.38 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระยะเวลาในการเปิดรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเนอร์ชั่นวายกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ระยะเวลา	ระดับการมีส่วนร่วม			n	χ^2	Sig.
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
น้อยกว่า 15 นาที	24(44.4 %)	72(50.0%)	42(20.8%)	138	47.953	.000
15 - 30 นาที	22(40.7%)	60 (41.7 %)	115(56.9%)	197		
30 - 45 นาที	3(5.6%)	8 (5.6 %)	18 (8.9%)	29		
45 นาที - 1 ชั่วโมง	0(0.0%)	2 (1.4 %)	18 (8.9%)	20		
มากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป	5(9.3%)	2 (1.4 %)	9(4.5%)	16		
รวม	54(100%)	114(100 %)	202(100%)			

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.38 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างระยะเวลาในการเปิดรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเนอร์ชั่นวายกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่าไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 47.953 การทดสอบค่า (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. < 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.4 การแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H_0 : การแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H_1 : การแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.39 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การแสดงผลการออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ระดับการแสดงผลการเปิดรับสื่อสังคม	ระดับการมีส่วนร่วม			n	χ^2	Sig.
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
ไม่เคย	24 (44.4%)	33 (22.9%)	28 (13.9%)	85	49.937	.000
นานๆครั้ง	14 (25.9%)	35 (24.3%)	30 (14.9)	79		
เป็นครั้งคราว	14 (25.9%)	49 (34.0%)	69 (34.2%)	132		
บ่อย	0 (0.0%)	19 (13.2%)	41(20.3%)	60		
เป็นประจำ	2 (3.7%)	8 (5.6%)	34 (16.8%)	44		
รวม	54 (100%)	144 (100%)	202 (100%)			

*.05 (Sig.< .05)

จากตารางที่ 4.39 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างการแสดงผลการออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนอเรชั่นวายกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่าไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 49.937 การทดสอบค่า (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ (Sig. < 0.05) จึงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า การแสดงผลการออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับ

ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1) เพื่อสำรวจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อเปรียบเทียบ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะทางประชากรของคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างประชากรในกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และค่าการทดสอบไคสแควร์ ซึ่งผลการศึกษตามที่ได้นำเสนอ ในบทที่ 4 สามารถสรุปสาระสำคัญของการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 22-41 ปี 400 คน ที่สมัครใจในการให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 70.7 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.5 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน / ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 40.8 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ได้นี้ อาจเป็นผลจากข้อจำกัด ในการวิจัยในเรื่องของการสุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูล ตามศูนย์ฝึกอาชีพเขตต่างๆ ใน กทม. สถาบันการศึกษา

ของรัฐต่างๆ และสถานที่ทำงานในแต่ละเขตพื้นที่แบบบังเอิญ ตามความสมัครใจของผู้ตอบ ทำให้ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะกระจุกตัวไม่ค่อยกระจายในแต่ละคุณลักษณะเท่าที่ควร นอกจากนี้การสำรวจทำในช่วงโควิดยังระบอบทำให้เป็นข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลอีกด้วย

1.2 ด้านการเปิดรับสื่อ

สื่อสังคมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้ เฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมา เป็นทวิตเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 13.8 ยูทูป คิดเป็นร้อยละ 10.5 อินสตาแกรม คิดเป็นร้อยละ 4.3 และทางไลน์ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.4

ทั้งนี้ในช่วง 1 เดือนก่อนการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคม โดยรับข้อมูลข่าวสารทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาเปิดรับข้อมูลข่าวสาร 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 24.3 ใกล้เคียงกับผู้เปิดรับข้อมูล ข่าวสาร 3-4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.5 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งมีความสนใจในข้อมูล ข่าวสาร ในการเลือกตั้ง มีจำนวนกว่าร้อยละ 80 มากกว่า จำนวนผู้ที่สนใจน้อย เปิดรับนานๆ ครั้ง ซึ่งมีเพียงร้อยละ 19.5 เท่านั้น

ในด้านระยะเวลาที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในแต่ละครั้งไม่เกิน 30 นาที กล่าวคือ ใช้ระยะเวลาเปิดรับข้อมูลข่าวสาร 15-30 นาทีต่อครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 49.3 รองลงมาใช้เวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 34.5 โดยพบว่า มีผู้ใช้เวลาในการเปิดรับข่าวสารต่อครั้งมากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.0 เท่านั้น

1.3 ด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ในด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับมาก โดยจำแนกระดับการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร เป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่หลัก ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ข้อมูลเกี่ยวกับ กฎหมายการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง พบว่า ระดับการรับรู้ด้านข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้ สิทธิเลือกตั้ง มีระดับการรับรู้มากกว่าข้อมูลด้านอื่น โดยข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่หลักของผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร มีระดับการรับรู้ข้อมูลน้อยกว่าด้านอื่น อย่างไรก็ตามในภาพรวมทั้ง 4 ส่วน กลุ่มตัวอย่างมี ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก

หากแยกระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เป็นด้านต่างๆ นั้น พบว่า

- ด้านผลรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีผลรวมค่าเฉลี่ย 3.69 โดยมีการรับรู้เรื่อง ภาพ ชื่อ หมายเลขผู้สมัคร และนโยบายหาเสียงของผู้สมัครในตำแหน่งผู้ว่า ราชการ กทม. มากกว่าข้อมูลประเภทอื่นๆ

- ด้านผลรวมข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่หลักของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีผลรวมค่าเฉลี่ย 3.65 โดยมีการรับรู้เรื่องการกำหนดทิศทาง การแก้ไข พัฒนา และบริหารราชการให้เป็นไปตามแบบแผน มากกว่าข้อมูลประเภทอื่น

- ด้านข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีผลรวมค่าเฉลี่ย 3.91 โดยมีการรับรู้เรื่องการห้ามเรียกรับ หรือยอมรับเงิน ทรัพย์สินหรือผลประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่น เพื่อลงคะแนนเสียงหรือไม่เลือกผู้สมัครใด มากกว่าข้อมูลด้านอื่น

- ด้านข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง มีผลรวมค่าเฉลี่ย 3.92 โดยมีการรับรู้เรื่องการตรวจรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้ง สถานที่ตั้งของหน่วยเลือกตั้ง ลักษณะบัตรเลือกตั้ง ฯลฯ

- ผลรวมด้านระดับการรับรู้ทั้ง 4 ด้าน มีผลรวมค่าเฉลี่ย 3.79 เป็นการรับรู้ในด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับสมัครรับเลือกตั้ง ด้านข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่หลักของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ด้านข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และด้านข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

1.4 ระดับการแสดงผลออกหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม

ในด้านระดับการแสดงผลออกหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม เป็นการแสดงปฏิกิริยาหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ภาพรวมมีระดับการแสดงผลออกในระดับปานกลาง ด้วยการแสดงผลออกผ่านสื่อสังคม เช่น กดไลก์ กดแชร์ กดติดตาม ส่งสติ๊กเกอร์ รีทวีต เป็นต้น ส่วนการแสดงผลออกด้วยการสนทนา พูดคุย แลกเปลี่ยน วิพากษ์ วิจัยผ่านสื่อสังคมจัดอยู่ในระดับน้อย

1.5 ด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง

จากข้อคำถามด้านระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า ก่อนการเลือกตั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตรวจสอบสิทธิ์และศึกษาประวัติผู้สมัครรับเลือกตั้ง ในระหว่างการเลือกตั้ง และหลังการเลือกตั้งกลุ่มตัวอย่างตอบว่ามีการติดตามผลการเลือกตั้ง และจะติดตามการทำงานของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมากที่สุด

ในด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเอเรชั่นวายนั้น จากการวิจัย พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ในการวิจัยครั้งนี้มีเกณฑ์การวัดระดับการมีส่วนร่วมดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วมน้อย	ตอบ “ทำ” จำนวน	0-4 ข้อ
ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง	ตอบ “ทำ” จำนวน	5-9 ข้อ
ระดับการมีส่วนร่วมมาก	ตอบ “ทำ” จำนวน	10-14 ข้อ

โดยสามารถแจกแจงระดับการมีส่วนร่วม และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วมน้อย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ระดับการมีส่วนร่วมปานกลางจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ระดับการมีส่วนร่วมมากจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ในระดับภาพรวมระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก

1.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป spss ในการประมวลผลด้วยสถิติ One way ANOVA , Pearson's Correlation และ chi - squared test โดยผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยปรากฏดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน		
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 คนเจนเนอร์ชั้นวัย ที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน		√
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน	√	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน		√
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน		√

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน		√
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีเพศต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		√
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		√
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	√	
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		√

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีเพศต่างกัน กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน		✓
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน		✓
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน	✓	

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 คนเจนเนอร์ชัณวายที่มีรายได้อ่เดือนต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน	√	
สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชัณวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร		
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชัณวาย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	√	
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 ความถี่ที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชัณวาย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	√	
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชัณวาย มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	√	
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.4 การแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	√	

2. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2565 ของคนเจนเอเรชั่นวาย” สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า คนเจนเอเรชั่นวายมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมประเภทเฟซบุ๊ก ในระดับมาก เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมที่สามารถสร้างความผูกพัน ได้กว้างขวางกว่าสื่อสังคมประเภทอื่น ด้วยมีคุณสมบัติในการสื่อสารที่ตอบสนองความต้องการของคน เจนเอเรชั่นวายที่นิยมความรวดเร็ว ชอบแสดงความคิดเห็น รักการถ่ายรูป ถ่ายทอดสดได้นานกว่า มีลูกเล่นในการแสดงความรู้สึกรูปแบบในการแสดงโพสต์ได้หลากหลาย และมีฟีลข่าวที่ทันสมัย ทั้งหมดอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้คนเจนเอเรชั่นวายนิยมใช้ เฟซบุ๊กมากกว่าสื่อสังคมประเภทอื่น

นอกจากนั้นจากผลการศึกษายังเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีความสนใจและติดตามข่าวสารในระดับมาก และมีระดับการรับรู้ด้านข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากกว่าข้อมูลด้านอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการณรงค์ที่เผยแพร่ความรู้ทางสื่อสังคมที่หลากหลาย

อีกประเด็นที่สำคัญ ที่พบในการวิจัยครั้งนี้ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างคนเจนเอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มที่มีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับปานกลางถึงระดับมากกล่าวคือ มีระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ระดับการมีส่วนร่วมมาก จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 แสดงให้เห็นว่าคนเจนเอเรชั่นวายที่มีทักษะ ความคล่องแคล่ว ในการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ได้เป็นอย่างดี เกิดความกระตือรือร้น ต้องการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับสูงตามไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 คนเจนเอเรชั่นวายที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมแตกต่างกัน ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท และผู้ที่มีการศึกษาในระดับอื่นๆ มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เลือกรับรู้และเลือกตีความข้อมูลข่าวสาร ได้ดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับ ชีรารักษ์ โพธิสุวรรณ (2560: น: 35) ซึ่งระบุว่า การศึกษา (education) เป็นลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อผู้รับสาร บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับ

ข่าวสาร ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ ได้กว้างขวาง ลึกซึ้งแตกต่างกันไป ทำให้ผู้ส่งสารสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมา กล่าวได้ นอกจากระดับการศึกษาจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว ยังทำให้เกิดความแตกต่าง ทางทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อและความขบขี้ขังใจอีกด้วย และสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546, น:116) ที่ว่าการศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้ลึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

ส่วนลักษณะประชากร ด้าน เพศ อาชีพ และรายได้ ของคนเจเนอเรชันวายที่ต่างกันนั้น จากการวิจัย พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเปรมมณี สิ้นจงเจริญกิจ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติเกี่ยวกับสถานิติ บัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. 2557 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ก็พบว่า เพศ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสถานิติบัญญัติแห่งชาติจากสื่อภายในและสื่อภายนอกไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 คนเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

จากการวิจัย พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส โสด สมรส หย่า หม้าย มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เช่น กดไลก์ กดแชร์ กดติดตาม ส่งสติ๊กเกอร์ แสดงความคิดเห็น สนทนา วิพากษ์วิจารณ์ รัทวิต ผ่านสื่อสังคม เป็นต้น น้อยกว่า สถานภาพสมรสแยกกันอยู่ และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 45,001 บาท มีการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 45,001 บาท ขึ้นไป อาจเนื่องมาจากโดยทั่วไปผู้ที่แสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มักได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมรอบตัว และความเชื่อของตนเอง ซึ่งโดยทั่วไปมักเลือกข้อมูลที่สนับสนุนความคิดเห็นของตนเองเสมอ จากผลการศึกษาสอดคล้องกับ จิราพร รุจิวัฒนากร (2556, น:5) ที่กล่าวว่า สถานภาพสมรส (marital status) หมายถึง การครองเรือน ซึ่งแบ่งเป็นสถานภาพ โสด สมรส หม้าย หย่าและแยกกันอยู่ ซึ่งความแตกต่างทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อทางศาสนาก็เป็นสิ่งที่มอิทธิพล ต่อสถานภาพสมรส โดยมีผลทางตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรส ของบุคคลย่อมบ่งบอกถึงความอิสระ ในการคิดตัดสินใจและมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งบุคคลที่สมรสแล้วและบุคคลที่ยังโสดย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากสภาพครอบครัวและอิทธิพลของจำนวนบุคคลรอบข้าง

นอกจากนั้น การแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร กับสถานภาพสมรส และรายได้ ที่แตกต่างกัน

ยังสอดคล้องกับ ชีรารักษ์ โภธิสุวรรณ (2560, น:35) ที่กล่าวว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (social and economic status) ซึ่งหมายถึง สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ย่อมส่งผลต่อการรับสารของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะความแตกต่างของฐานะทางเศรษฐกิจสังคมและเศรษฐกิจ จึงทำให้ผู้รับสารมีประสบการณ์ ค่านิยมทัศนคติ พฤติกรรม และเป้าหมายแตกต่างกัน และเชื่อมโยงไปถึงประเภทของสื่อที่เปิดรับ ซึ่งมักจะเปลี่ยนสื่อใหม่ ทำให้คุณลักษณะของผู้รับสารแตกต่างกันไป ส่งผลต่อความคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจยอมรับสารแตกต่างกัน โดยทั่วไปการแสดงความคิดเห็นของบุคคลนั้น มักเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งบุคคลแต่ละคนจะไม่รับสารมาทั้งหมด แต่จะมีวิธีการเลือกสรรข่าวสารตามความเหมาะสมของแต่ละคน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 คนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ระดับการศึกษา ลักษณะอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน จะมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยในด้านลักษณะอาชีพนั้น นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ เจ้าหน้าที่รัฐ และ ลักษณะอาชีพอื่น ๆ มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท, 15,001 - 25,000 บาท, 25,001 - 35,000 บาท และ 35,001 - 45,000 บาท มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนเจนเนอร์ชั้นวัยที่มีสิทธิเลือกตั้งนั้น ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น การพูดคุย วิพากษ์วิจารณ์ การเปิดรับสื่อต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ (Milbrath & Goel, 1977, p.30-32, อ้างถึงใน สุจิต บุญบงการ, 2553, น: 209-210) ให้ความเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ คือ

1. สิ่งเร้าทางการเมือง (Political stimulate) เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับการเมือง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การได้รับข่าวสารข้อมูลได้ง่าย หรืออยู่ในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเมือง บางรูปแบบ เป็นต้น
2. สิ่งแวดล้อมทางการเมือง (Political setting) ประกอบด้วย กฎ กติกาทางการเมือง สถาบันทางการเมือง ลักษณะของการรณรงค์หาเสียง
3. ปัจจัยทางด้านบุคคล (Personal factor) ได้แก่ ทัศนคติ ความเชื่อ ลักษณะทางบุคลิกภาพ การสืบนิสัยจากบิดามารดา และความต้องการเชิงจิตวิทยา เป็นต้น

4. ตำแหน่งทางสังคม (Social position) ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ถิ่นที่อยู่อาศัย เพศ อายุ ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น

นอกจากปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ที่ทำให้คนเจนเนอร์ชั่นวาย แสดงออกถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองแล้ว ยังพบว่า ระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง จากการวิจัย พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และระดับอื่นๆ มีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า และระดับต่ำกว่ามัธยมปลาย สอดคล้องกับแนวคิดของอัลมอนต์ และ เวิร์บา (Almond & Verba, 1965, p.210-211) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางการเมืองโดยเปรียบเทียบ 5 ประเทศด้วยกัน คือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมัน อิตาลี และเม็กซิโก พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ

ผลการวิจัยที่ว่า อาชีพ และรายได้ ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ที่ต่างกัน จะมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี ดันดีสุข (2556) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนไทยในนครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา” ซึ่งพบว่า อาชีพ และรายได้ ที่ต่างกันของคนไทย ในนครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา จะมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ด้านระดับการรับรู้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนั้น มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นความสัมพันธ์ทางบวก โดยผู้ที่มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมาก จะมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมากกว่า ผู้ที่มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครน้อย และจะมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครน้อย ในด้านความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการแสดงออกผ่านสื่อสังคมหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ (Milbrath & Goel, 1977, p.30-32, อ้างถึงใน สุจิต บุญบงการ, 2553, น: 209-210) ให้ความเห็นว่า สิ่งเร้าทางการเมือง (Political stimulate) คือ การที่บุคคลได้รับสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อม สิ่งเร้าทางการเมือง เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับการเมือง การได้รับข่าวสารข้อมูลได้ง่าย หรืออยู่ในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับหามองในแง่การสนองตอบความต้องการในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนั้น แม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์ (1979, pp.50-52 อ้างถึงใน นิจันท์ มั่นจริง, 2551) ได้ให้ความเห็นว่า บุคคลจะใช้สื่อเพื่อสนองตอบความต้องการ 6 ประการ คือ เพื่อรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อการตัดสินใจ (Decision) เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ (Reinforcement) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของแพรวพรรณ ปานนุช (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองทางสื่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออนไลน์ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในพื้นที่ออฟไลน์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิบแสง แสงทอง (2563) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งผลการวิจัย ก็พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง เช่นกัน

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคม มีความสำคัญอย่างมากต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง กล่าวคือหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง ต้องการวางแผนการสื่อสาร ไปยังคนเจนเอเรชั่นวาย ควรออกแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับการเปิดรับของกลุ่มเป้าหมาย เช่น เนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร ความถี่ในการนำเสนอข่าวสาร ความยาวของข้อมูลข่าวสาร และการเปิดพื้นที่บนสื่อสังคม เพื่อใช้ในการถกเถียง แลกเปลี่ยนแนวคิด และอุดมการณ์ทางการเมือง

3. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

3.1 จากผลการวิจัย พบว่า สื่อสังคมที่คนเจนเอเรชั่นวาย ใช้ในการติดตามข้อมูลข่าวสารมากที่สุดคือเฟซบุ๊ก รองลงมาคือ ทวิตเตอร์ ดังนั้นหากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเลือกตั้ง มีจุดมุ่งหมายให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อสังคมกับคนเจนเอเรชั่นวาย จะสามารถเลือกใช้ประเภทสื่อสังคมได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

3.2 ในด้านการใช้สื่อ จากผลการวิจัย พบว่า คนเจนเอเรชั่นวายมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม ในระดับมาก ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเลือกตั้ง โดยตรง อาจนำผลการศึกษาไปใช้การอ้างอิงในการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อ

3.3 ในด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้น จากงานวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ในเรื่องประวัติของผู้สมัครในตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด และการห้ามขาย จำหน่าย จ่ายแจก หรือจัดเลี้ยง ในเขตเลือกตั้ง ระหว่างเวลา 18.00 น. ของวันก่อนการเลือกตั้งหนึ่งวัน ระดับน้อยที่สุดจำนวนมาก ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและคณะกรรมการการเลือกตั้ง จึงควรส่งเสริมและเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชน กลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

3.4 ด้านการแสดงออกหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม จากผลการวิจัย พบว่า คนเจนเอเรชั่นวาย มีการแสดงออกหลังการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ในระดับปานกลาง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการการเลือกตั้ง ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้วยการเปิดโอกาสให้ประชาชน สามารถแสดงความคิดเห็น ส่งคำถามเข้ามาสอบถาม ข้อสงสัยได้ เนื่องจากหลายหน่วยงานมักปิดคอมเมนต์ หรือ ไม่ได้แต่งตั้งแอดมินเข้ามาตอบข้อคำถาม จึงทำให้ขาดประสิทธิภาพในการสื่อสาร

3.5 จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ครั้งละ 15-30 นาที และใช้ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทุกวัน ดังนั้นหากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งต้องการออกแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจไปใช้ในการออกแบบการสื่อสารได้

3.6 ในด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น จากงานวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ได้เข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้ง ในเรื่องการเป็นกรรมการในหน่วยเลือกตั้ง การมีส่วนร่วมในการสังเกตการณ์การซื้อเสียงหรือแจ้งเหตุผิดปกติ และการชักชวน ชักจูงให้ผู้อื่นมาลงคะแนนเสียง

เลือกตั้ง เป็นจำนวนมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือคณะกรรมการการเลือกตั้ง ควรส่งเสริม และเพิ่มระดับการรณรงค์ให้ประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในเรื่องดังกล่าวมากขึ้น

4. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

4.1 จากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งและการมีส่วนร่วมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้รับอาจไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งและการมีส่วนร่วม ของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไป อาจพิจารณาการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งและการมีส่วนร่วม ของประชาชนในภูมิภาคอื่นด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สะท้อนให้เห็นถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในการเลือกตั้งและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนไทยอย่างแท้จริง

4.2 การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย” เป็นการศึกษา การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในสื่อประเภทเดียวคือ สื่อสังคม แต่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อเก่า เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อบุคคล ก็ยังอาจมีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เกี่ยวกับการเลือกตั้ง ผ่านสื่อเก่าและสื่อบุคคล เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับสื่อใด มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในลักษณะใดบ้าง

4.3 การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย” เป็นการศึกษาการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ซึ่งข้อมูลอาจไม่ได้สะท้อนภาพรวมของเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมือง ได้ทั้งหมด ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป อาจทำการวิจัยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วม ของคนกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ส กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ และกลุ่มเจนเอเรชั่นซี เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้ง ของคนในแต่ละกลุ่ม เพื่อเปรียบเทียบว่ากลุ่มใดมีส่วนร่วมทางการเมืองในลักษณะใดบ้าง

4.4 การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเอเรชั่นวาย” เป็นการศึกษาที่ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนในวัยทำงาน ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นอาจไม่ได้

สะท้อนภาพรวมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้ง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของคนเจนเนอเรชันวายทั้งหมดได้ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการวิจัยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้ง ของคนเจนเนอเรชันวาย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เพื่อศึกษาความแตกต่างพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้ง ของคนเจนเนอเรชันวายที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เพื่อเปรียบเทียบว่าคนเจนเนอเรชันวาย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีส่วนร่วมทางการเมืองในลักษณะใดบ้าง



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรกนก นิลดำ. (2558). *การสื่อสารทางการเมืองของนายกรัฐมนตรีที่มาจากทหาร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต 'ไม่ได้ตีพิมพ์'). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). *กิจอภitekhláสุด 'มท.' สรปยอคประชากรไทยทุกจังหวัดประจำปี 63*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/925238>
- กรุงเทพธุรกิจ.(2565).*เปิดสถิติคนไทยเสพติด “ออนไลน์ โซเชียล” สูงติดอันดับโลก*.สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/tech/950958>
- กรุงเทพมหานครกับความท้าทายสำหรับผู้ว่าคนใหม่. (2565). สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2565, จาก <https://www.thaipost.net/articles-news/86369/>
- กรมการปกครอง. (2565). *สถิติประชากรทางทะเบียนราษฎรรายเดือน*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>
- การเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร. (2564). *วิกิพีเดีย*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักชั่น.
- กานต์พิชชา เก่งการช่าง. (2556). *เจนอเรชั่นวายกับความท้าทายใหม่ในการบริหารทรัพยากรบุคคล. วารสารสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์*. (น.15-27).
- กัญญ์ณัฐ อนุรักษ์พันธุ์. (2561). *การวิเคราะห์ผู้บริโภคร. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการสื่อสารการตลาด*. (หน่วยที่ 3,น.35). สาขาวิชานิเทศศาสตร์.นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กฤติยา รุจิโชค.(2564). *การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในยุคดิจิทัล*.วารสาร มจร. *พุทธ ปัญญาปริทัศน์*. (น. 25-34).
- จรรยา มาศ ปลอดแก้ว.(2561). *พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต 'ไม่ได้ตีพิมพ์'). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.

- จิราพร รุจิวัฒนากกร. (2556). *พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆของนักศึกษาปริญญาตรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชัยภูมิ. ชัยภูมิ.
- จุมพล หนิมพานิช. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการทางการเมืองไทย. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาปัญหาพัฒนาการทางการเมืองไทย*. (หน่วยที่ 3, น.115, 128, 133). สาขาวิชา รัฐศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี. (2565). ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.thairath.co.th/news/tech/1704851>
- ชุดิสันท์ เกิดวิบูลย์เวช และอศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2560). ทฤษฎีนวัตกรรมการสื่อสารและสื่อใหม่. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสาร*. (หน่วยที่14, น.6-7). สาขาวิชานิติศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- เดชา เฉชะวัฒนไพศาล. (2552). *การรับรู้คุณลักษณะของเจนเอเรชั่นวายและแรงจูงใจในการทำงาน: มุมมองระหว่างเจนเอเรชั่นต่าง ๆ ในองค์กร*. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*. 31(121), 1-25.
- ดวงรัก จิรวัฒนรังสี. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ชม ที่มีต่อภาพความรุนแรงในสื่อ ศึกษาผ่านภาพยนตร์ เรื่อง *Funny Games U.S.* (2007). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ไทยโพสต์. (2565). *กรุงเทพมหานครกับความท้าทายสำหรับผู้ว่าฯ คนใหม่*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.thaipost.net/articles-news/86369/>
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ SPSS*. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ. (2560). ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสารและผู้ส่งสาร. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสาร*. (หน่วยที่ 6, น.35, 40-42). สาขาวิชานิติศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โบราณ คุณวิบูลย์. (2564). *การเปิดรับข่าวสารกับความคิดเห็นทางการเมืองของนิสิตมหาวิทยาลัยในยุครัฐบาลพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์ โอชา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.

- ประมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ. ภาพพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2544). *สื่อกับการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ของผู้ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง* (รายงานการวิจัย). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- เปรมมณี สินจงเจริญกิจ. (2559). *การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิดเกี่ยวกับสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. 2557 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ชวนวัน. *ใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2565 จาก*
<http://www.ms.ipsr.mahidol.ac.th/ConferenceXI/Download/Book/447-IPSR-Conference-A02-fulltext.pdf>
- ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร. (2565). *วิกิพีเดีย. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก*
<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%A7%E0%B9>
- แพรวพรรณ ปานนุช. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อสังคม(Social Media) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาการจัดการ. (น.158-173).*
- แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ครองใจคนไทยในปี 2021 คือ?. (2565). สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.sanook.com/hitech/1533905/>
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2542). ผู้รับสาร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. (หน่วยที่ 6, น.40-41). สาขานิเทศศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2565). *สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก*
https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw016.pdf
- พิชามญช์ ธีระพันธ์. (2559). *การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้งานของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบริการ โอนเงินและรับ โอนเงิน แบบใหม่ “พร้อมเพย์-PromptPay”.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.

- พิเศษ ตันติมาลา. (2561). การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการสื่อสารการตลาด*. (หน่วยที่11, น.42). สาขาวิชานิติศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พีระ จิระโสภณ. (2559). พฤติกรรมการสื่อสารมวลชน. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและ พฤติกรรมการสื่อสาร*. (หน่วยที่11, น.252). สาขาวิชานิติศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค. (2560). การวิจัยเชิงปริมาณ. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวิจัยการสื่อสาร*. (หน่วยที่4, น.89-90). สาขาวิชานิติศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภาวิณี ตันติสุข. (2556). *การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนไทยใน นครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นประเทศไทย กรณีศึกษา เฟซบุ๊ก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ภัสวดี นิตินทรสุนทร. (2560). แนวคิดหลักด้านการสื่อสาร. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสาร*. (หน่วยที่ 2, น.27). สาขาวิชานิติศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มนัสวี ศรีนนท์. (2561). *ทฤษฎีเจเนอเรชันกับกรอบวิถีคิด*. วารสารศึกษาศาสตร์ มมร. (น.364-373).
- มานพ เข้มเมือง. (2556). *การมีส่วนร่วมการเลือกตั้งทางการเมืองท้องถิ่น ของประชาชนในเขต เทศบาลตำบลหนองแวง อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.บุรีรัมย์.
- เมษิยา ญาณจินดา. (2557). *การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านสังคมออนไลน์กับ ทักษะคิดและ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน*. (วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- มดิชนออนไลน์. (2565). *ย้อนรอย 'ผู้ว่าฯ กทม.' แต่งตั้ง 9 ครั้ง เลือกตั้ง 10 ครั้ง ก่อน 'อัศวิน' ประกาศลงสนาม*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565,
จาก https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news_814512
- มยุรี ถนนอมสุข. (2554). *การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของนิสิต ภาควิชาพลศึกษาและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์*

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. รายงานการวิจัย.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). *เครือข่ายสังคม ออนไลน์ : กรณีเฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน*. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์. ฉบับพิเศษ (2556).(น.195-205).

ราชบัณฑิต. (2554). *สื่อสังคม - เครือข่ายสังคม*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2565 จาก

<http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=4357>

รักเกียรติ พันธุ์ชาติ. (2561). *สื่อสังคมออนไลน์: แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงานของรัฐ*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก

http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-

[2561/PDF/8496st/8496%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%B5%20%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B4%20%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B9%8C%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%B4.pdf](https://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF/8496st/8496%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%B5%20%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B4%20%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B9%8C%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%B4.pdf)

ร่างแผนการบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2556-2560.(2565). สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม

2565, จาก <https://thaipublica.org/wp-content/uploads/2016/07/plan->

[%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%AF-2556-2560.pdf](https://thaipublica.org/wp-content/uploads/2016/07/plan-%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%AF-2556-2560.pdf)

วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). *คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ. ม.ป.พ.

วุฒิพร ลีมวราภัส. (2562). *กระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อออนไลน์: กรณีศึกษา โปสต์ทูเคย์ และแนวหน้า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.

ศูนย์สารสนเทศกรุงเทพมหานคร. (2565). สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2565, จาก

https://apps.bangkok.go.th/info/m.info/bangkokforyou/d_rattanagosin.html)

สถาบันพระปกเกล้า. (2565). *การมีส่วนร่วมของประชาชน*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก

https://web.parliament.go.th/assets/portals/1/files/002_%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%A1%E0%B8%AF.pdf

สถาบันพระปกเกล้า. (2565). *ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565,

จาก <http://www.kpi.ac.th/public/knowledge/book/data/723>

สตีธร ชนานิติโชติ. (2561). *บทบาทคนรุ่นใหม่กับประชาธิปไตยช่วงเปลี่ยนผ่าน - ความหวังหรือความฝัน*.

สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://prachatai.com/journal/2018/10/79100>

สถิติประชากรทางทะเบียนราษฎร. (2565). *สำนักทะเบียนกรมการปกครอง*. สืบค้นเมื่อ 20

พฤษภาคม 2565, จาก

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>

สยามรัฐ. (2565). *ชนชั้นกลาง Gen Y เข้าสู่สมรภูมิการเมือง*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก

<https://siamrath.co.th/n/126554>

สืบแสง ทองแสง. (2563). *การเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคม*

ออนไลน์ของเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร (ค้นคว้าอิสระปริญญา

มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.

สารานุกรมการปกครองท้องถิ่นไทย. (2557). สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2565, จาก

<https://kpi.ac.th/uploads/files/rEXIVe4Xvfxg9Eb34uxtzmfbg33q5G0D3mjBkNu.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2565). *การมีส่วนร่วม*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก

https://www.ect.go.th/ect_en/news_page.php?nid=767&filename=

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2565). *การพัฒนาการเมืองการปกครอง ในระบอบ*

ประชาธิปไตย. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก

https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=26333

เสรี วงมณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด วางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ. ดวงกลมสมัย.

เสถียร เขยประทับ. (2554). *การสื่อสารและการตลาดการเมือง*. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุจิต บุญบงการ. (2553). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองกับพัฒนาการทางการเมืองไทย*. ใน *เอกสาร*

การสอนชุดวิชาปัญหาพัฒนาการทางการเมืองไทย. (หน่วยที่ 5, น.128-129). สาขาวิชา

รัฐศาสตร์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สถิติประชากรทางทะเบียนราษฎร (รายเดือน). (2565). สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>

สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. (2565). สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก

<https://webportal.bangkok.go.th/iaud/page/footer/985/%E0%B8%AB%E0%B8%99>

- %E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99-%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B8%A1
- อรรวรรณ สว่างอารมณ์. (2563). *การศึกษาวัฒนธรรมทางการเมืองของพลเมือง 4 รุ่น*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- อาทิตย์ รัตนโอฬาร. (2550). *พฤติกรรมกำรเปิดรับ และกำรใช้ประโยชน์ของผู้ชายที่มีต่อนิตยสารอิโรติก ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- อารดา อินทรหะ. (2551). *กำรเปิดรับสื่อ ด้ว้ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมใช้สิทธิของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- อีไฟแนนซ์ไทย. (2565). *Baby Boomer VS Gen Y*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.efinancethai.com/MoneyStrategist/MoneyStrategistMain.aspx?id=UWpIYnJMvKfMfY>
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2557). *นวัตกรรมสื่อสังคมกับประชามอคติ.วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ฉบับที่ 1. เล่มที่ 1. (น.19-32).
- Almond, G. A., & Verba, S. (1965). *The civic culture*. Boston: Little Brown
- Baby Boomer VS Gen Y. (2564). กรุงเทพฯธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/126596>
- Kaplan, Andreas M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, Unite! The challenges and opportunity of social media. *Business Horizon*, 53
- Klapper, Joseph T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Theory of Media Literacy: a Coqnitve Approach*. Sage Publication, Inc. 2455 Teller Road, Thousand Oaks, California 91320 USA.
- McLeod, J. K., & Keefe, G. J. O. (1972). *Mass communication research*. London: Sage.
- Milbrath and M. L. Goal. 1977. *Political Participation : How and Why Do People Get Involved in Politics*. Chicago : Rand McNally College Publishing Company
- New Voter หรือ First Voter. (2564). สถาบันพระปกเกล้า. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=New_Voter_%E0%B8%AB%E0%B8%A3%E0%B8%

Voice Online. (2565). เสียงสะท้อนส่วนหนึ่งของ “ New Voter”กว่า 7 ล้านคน กับ “การเลือกตั้ง
ครั้งแรก”. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565, จาก
https://voicetv.co.th/read/PwFDTDQ_K





ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2565 ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย”

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยมีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสำรวจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อเปรียบเทียบ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะทางประชากรของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเนอร์ชั่นวาย ในเขต กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลที่สมบูรณ์จากท่านจะช่วยให้งานวิจัยดำเนินไปด้วยความถูกต้อง ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่าน ไว้เป็นความลับ โดยจะนำไปวิเคราะห์เพื่อสรุปผลการวิจัยเป็นภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาสละเวลาให้ข้อมูลของท่านมา ณ โอกาสนี้

นายธนะรัชต์ เกียรติพันธุ์สดีโส

นักศึกษาปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มี 8 หน้า แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2565 ของคนเจนเนอร์ชั่นวาย

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2565

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริงเพียงช่องเดียวเท่านั้น

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
 3) อื่นๆ (ไม่ต้องการระบุ)
2. อายุปี (จำนวนปีเต็มนับถึงวันเลือกตั้ง 22 พ.ค. 2565)
3. ระดับการศึกษา 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย 2) มัธยมปลายหรือเทียบเท่า
 3) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 4) ปริญญาโท
 5) ปริญญาเอก 6) อื่น ๆ ระบุ.....
4. สถานะภาพ 1) โสด 2) สมรส
 3) หย่า 4) หม้าย 5) แยกกันอยู่
5. ลักษณะอาชีพ 1) นักเรียน นักศึกษา 2) ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ
 3) พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง 4) ธุรกิจส่วนตัว
 5) อื่นๆ.....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) 15,001-25,000 บาท
 3) 25,001- 35,000บาท 4) 35,001-45,000 บาท
 5) 45,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ในการเลือกตั้งผู้ว่า

ราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2565 ของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงตามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของคนเจนเนอร์เรชั่นวาย

7. ท่านใช้สื่อสังคมอะไรในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ พ.ศ.2565 มากที่สุด (เลือกเพียงคำตอบเดียว)
 1) เฟซบุ๊ก 2) ทวิตเตอร์ 3) อินสตาแกรม
 4) ยูทูป 5) ไลน์
8. ในช่วง 1เดือนก่อนการเลือกตั้งท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ปี พ.ศ.2565 กี่วันต่อสัปดาห์
 1) นานๆครั้ง (ไม่ได้เปิดทุกสัปดาห์) 2) 1-2 วันต่อสัปดาห์
 3) 3-4 วันต่อสัปดาห์ 4) 5-6 วันต่อสัปดาห์
 5) ทุกวัน

9. ท่านใช้เวลาในการอ่านข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2565 เฉลี่ยต่อครั้งนานเท่าใด

- 1) น้อยกว่า 15 นาที 2) 15-30 นาที
 3) 30-45 นาที 4) 45 นาที -1 ชั่วโมง
 5) มากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป

10. ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ปี พ.ศ.2565 ผ่านสื่อสังคมในระดับใด (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงตามระดับการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของท่านเพียงช่องเดียวเท่านั้น)

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯผ่านสื่อสังคม	ระดับการรับรู้				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สมัครรับเลือกตั้ง					
10.1 ภาพ ชื่อ หมายเลขผู้สมัคร					
10.2 พรรคการเมืองที่สังกัด ของผู้สมัครเลือกตั้ง					
10.3 ประวัติของผู้สมัครในตำแหน่งผู้ว่าราชการ กทม.					
10.4 นโยบายหาเสียงของผู้สมัครในตำแหน่งผู้ว่าราชการ กทม.					
ข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่หลักของผู้ว่าราชการ กทม.					
10.5 กำหนดนโยบายทิศทางการแก้ไข พัฒนา และบริหารราชการให้เป็นไปตามแบบแผน					
10.6 มีอำนาจในการสั่งการที่เกี่ยวกับราชการของ กทม. และรักษาการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติ กทม.					
10.7 แต่งตั้งหรือถอดถอนรองผู้ว่า และข้าราชการการเมืองอื่นๆ และบริหารจัดการเรื่องข้าราชการประจำของกทม.					
10.8 มีหน้าที่ในการนำนโยบายจากรัฐบาลกลางมาปฏิบัติ					

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองใน การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคม	ระดับการรับรู้				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กทม.					
10.9 วาระการดำรงตำแหน่ง ของผู้ว่าราชการ กทม.					
10.10 คุณสมบัติของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง					
10.11 ห้ามขาย จำหน่าย แจกจ่าย หรือจัดเลี้ยงสุรา ใน เขตเลือกตั้ง ระหว่างเวลา 18.00 น. ของวันก่อนเลือกตั้ง หนึ่งวัน					
10.12 ห้ามจงใจทำให้บัตรเลือกตั้งของตนเองชำรุด เสียหายหรือทำให้บัตรเสีย					
10.13 ห้ามใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ใดถ่ายภาพบัตร เลือกตั้ง เพื่อให้เห็นเครื่องหมายการลงคะแนนในคูหา เลือกตั้ง					
10.14 ห้ามเรียก รับ หรือยอมรับเงิน ทรัพย์สินหรือ ผลประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่น เพื่อลงคะแนน เสียงหรือไม่เลือกผู้สมัครใด					
ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง					
10.15 การตรวจรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้ง สถานที่ตั้งของ หน่วยเลือกตั้ง ลักษณะบัตรเลือกตั้ง ฯลฯ					

10. ท่านแสดงออกหลังการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคม ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ
กรุงเทพฯ ในระดับใด (โปรดใส่เครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงตามระดับการแสดงผลของท่าน
เพียงช่องเดียวเท่านั้น)

ลักษณะการแสดงผลออกผ่านสื่อสังคมหลังการ เปิดรับ ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในการ เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ	ระดับการแสดงผลออก				
	5 เป็น ประจำ	4 บ่อย	3 เป็นครั้ง คราว	2 นานๆ ครั้ง	1 ไม่เคย
11.1 ท่านแสดงผลออกผ่านสื่อสังคม เช่น กด ไลค์ กด แชร์ กดติดตาม ส่งสติ๊กเกอร์ ริทวิต เป็นต้น					
11.2 ท่านแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคม					
11.3 ท่านสนทนา พูดคุย แลกเปลี่ยน วิพากษ์ วิจารณ์ผ่านสื่อสังคม					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงตามพฤติกรรมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง
เมือง ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของท่านเพียงช่องเดียวเท่านั้น

ท่านมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือไม่

การมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร		การแสดงผลออกในการมีส่วน ร่วมทางการเมือง	
		ทำ	ไม่ทำ
การมีส่วนร่วมทางการเมืองก่อนการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.			
1.	ท่านตรวจสอบสิทธิก่อนการเลือกตั้ง		
2.	ท่านตรวจสอบคุณสมบัติและลักษณะต้องห้ามผู้สมัครรับ เลือกตั้ง		
การมีส่วนร่วมทางการเมืองก่อนการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.			
3.	ท่านฟังการปราศรัยของผู้สมัครรับเลือกตั้ง		
4.	ท่านมีส่วนร่วมในการรณรงค์หาเสียง พูดชักชวน ชักจูงให้ผู้อื่น ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง		

การมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร		การแสดงออกในการมีส่วนร่วมทางการเมือง	
		ทำ	ไม่ทำ
5.	ท่านได้สอดส่องพฤติกรรมอันมิชอบของผู้สมัครรับเลือกตั้ง		
6.	ท่านศึกษาประวัติผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่า กทม.		
การมีส่วนร่วมทางการเมืองระหว่างการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.			
7.	ท่านมีส่วนร่วมในการสังเกตการณ์การซื้อเสียงหรือแจ้งเหตุ ผิดปกติ		
8.	ท่านไปลงคะแนนเสียงการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.		
9.	ท่านติดตามผลการนับคะแนนผู้ว่า กทม.		
10.	ท่านร่วมเป็นคณะกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง		
การมีส่วนร่วมทางการเมืองหลังการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.			
11.	ท่านติดตามผลการเลือกตั้งผู้ว่า กทม.		
12.	ท่านติดตามผลการไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้ว่า กทม.		
13.	ท่านจะติดตามการทำงานของผู้ว่า กทม.		
14.	ท่านจะแสดงพลังกลุ่มเพื่อถอดถอนผู้ว่า กทม.เมื่อพบการ กระทำโดยมิชอบ		

ส่วนที่ 4 ท่านมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อการสร้างการรับรู้ข่าวสารและสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมือง สำหรับคนเจนเนอเรชันวายอย่างไร โปรดให้คำแนะนำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายชนะเลิศ เกียรติพันธุ์สไต
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ.2509
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จ.ปทุมธานี
ประวัติการศึกษา	รัฐศาสตรบัณฑิต (ทฤษฎีและเทคนิคทางรัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พ.ศ.2553 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ไทยคดีศึกษา) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พ.ศ.2558 นิเทศศาสตรบัณฑิต (โทรทัศน์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พ.ศ.2560
ประวัติการทำงาน	ประกอบธุรกิจการส่วนตัว

