

การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติ และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Political Information Exposure, Image about Politicians and Attitude Towards and Participation in Politics: Case Study of People in Bangkok Metropolitan Area

ประทุม ฤกษ์กลาง¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 420 คน การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ใช้สถิติบรรยายและสถิติอ้างอิง ได้แก่ t-test One-Way ANOVA และ Pearson's coefficient correlation ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนเปิดรับข่าวสารและมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับต่ำ และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อนักการเมืองและทศนคติที่ดีต่อการเมืองในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับข่าวสารการเมืองแตกต่างกันตามเพศ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ภาพลักษณ์ต่อนักการเมืองแตกต่างกันตามอายุและรายได้ ทศนคติต่อการเมืองแตกต่างกันตามรายได้ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันตามเพศ รายได้ และอาชีพ นอกจากนี้พบว่า การเปิดรับข่าวสารการเมืองสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทศนคติและการมีส่วนร่วมทางการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมืองสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทศนคติและการมีส่วนร่วมทางการเมือง ตลอดจนพบว่า ทศนคติต่อการเมืองสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติต่อการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง

ABSTRACT

The purposes of this study are to study political information exposures, image about politicians, attitudes of and participations in politics among people in Bangkok metropolitan region. The sample consisted of 420 people which were selected using accidental sampling method. Data were collected using questionnaires and were analyzed using t-test, One-way ANOVA and Pearson's coefficient correlation. Results found that people in Bangkok metropolitan region are exposed to political information and participate in political activities at the low level. Politicians' image and political attitudes are at the medium level.

¹ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ e-mail: pratoom.r@bu.ac.th

The hypothesis testing found as follows; people with difference in gender, education, income and career are significantly exposed differently to political information. Those with difference in age and income significantly contain different image about politicians. The difference in income has significantly explained political attitudes. Those with difference in gender, income and career have significantly different political participation level. There was a significant relationship between political information exposure, political attitude, political participation, and between image about politicians and political attitude and political participation, including between political attitude and political participation.

Keywords: *Information Exposures, Politicians' Image, Political Attitudes, Political Participations*

ความเป็นมาและความสำคัญ

ประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตยมานับตั้งแต่ พ.ศ. 2475 จนถึงปัจจุบันได้มีรัฐธรรมนูญใช้ในการปกครองประเทศถึง 18 ฉบับ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2555) แต่ระบบการเมืองของไทยก็ยังไม่มีความเสถียรภาพ เห็นได้จากมีการปฏิวัติและการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลอยู่บ่อยครั้ง จนทำให้ระบอบการเมืองไทยไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมั่นคง ซึ่งส่งผลกระทบต่อพัฒนาในด้านอื่นๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งการพัฒนาในส่วนของการเมืองอีกด้วย

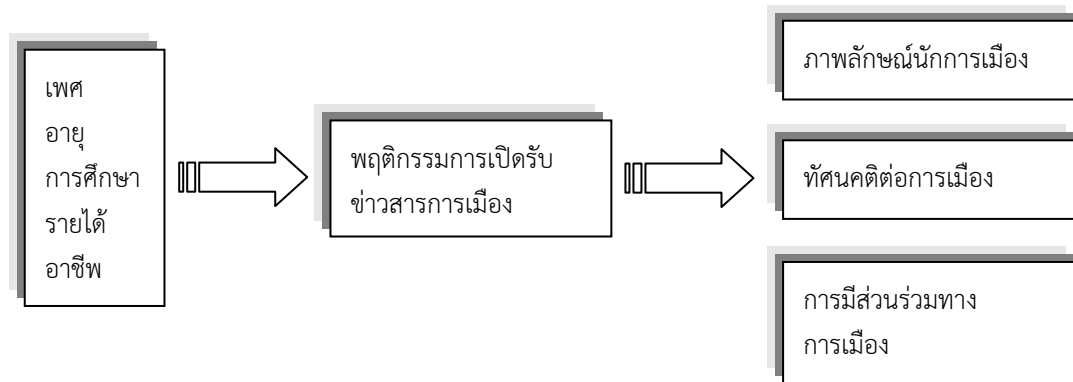
การสื่อสารเปรียบเสมือนเลือดเนื้อชีวิตของระบบการเมือง หากปราศจากการสื่อสาร ระบบการเมืองจะไม่สามารถสร้างหรือดำรงอยู่ได้ (Palmer, Stern & Gaile, 1974, p. 34) การสื่อสารและการเมืองจึงมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน การสื่อสารเป็นปัจจัยสนับสนุนระบบการเมืองและเป็นพื้นฐานของกิจกรรมทางการเมืองทุกชนิด (Fagen, 1966, pp. 3-4) ทั้งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการเมือง อันนำไปสู่การเกิดภาพลักษณ์ต่อนักการเมือง ทศนคติต่อการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งบทบาทของการสื่อสารต่อการพัฒนาการเมืองเป็นสาขาหนึ่งของนิเทศศาสตร์ที่เรียกว่า การสื่อสารการเมือง (Political Communication) งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารการเมืองของประชาชนที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์นักการเมืองไทย ทศนคติต่อการเมืองไทย และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่ง

ล้วนเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาทางการเมือง ทั้งนี้ งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองกับภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองยังมีการศึกษาค่อนข้างจำกัด ดังนั้น ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานทางการเมือง เช่น รัฐบาล รัฐสภา พรรคการเมือง สถาบันส่งเสริมพัฒนาทางการเมือง ในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาการเมืองไทย นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังจะเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่จะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการด้านการสื่อสารการเมืองอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติต่อการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติต่อการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติต่อการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้เป็นแนวทางการวิจัย

การสื่อสาร หรือ Communication มาจากภาษาละตินว่า Communis แปลว่า common เมื่อสื่อสารกันเป็นความพยายามที่จะสร้างความเข้าใจร่วมกัน (commonness) นั่นคือพยายามใช้ข่าวสารความคิด (idea) และทัศนคติ (attitude) ร่วมกัน (Schramm, 1965, p. 3) การสื่อสารจัดเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างความหมาย (Verderber, 1996, pp. 6-7)

ในปี ค.ศ. 1948 Lasswell ได้เสนอว่า วิธีที่จะเข้าใจการกระทำการสื่อสารสามารถทำได้โดยการตอบคำถาม 5 ประการ

ผู้ส่งสาร

เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform)
เพื่อให้ความรู้ (Educate)
เพื่อความบันเทิง (Entertain)
เพื่อโน้มน้าวใจ (Persuade)

ผู้รับสาร

เพื่อทราบหรือเข้าใจ (Understand)
เพื่อเรียนรู้ (Learn)
เพื่อความสนใจ (Enjoy)
เพื่อการตัดสินใจ (Decide)

McQuail (1994, p.85) ได้สรุปผลของสื่อมวลชนต่อการพัฒนาว่าสื่อมวลชนเป็นหน่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาในหลายประการ คือ การแพร่กระจายเทคนิค การส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในบุคคลและการเคลื่อนย้ายบุคคล การแพร่หลายของระบอบประชาธิปไตย อันได้แก่ การเลือกตั้ง การส่งเสริมความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนการช่วยส่งเสริมการรู้หนังสือ การศึกษา สุขภาพ การควบคุมจำนวนประชากร

คือ ใคร กล่าวอะไร ผ่านช่องทางใด ไปยังใคร และเกิดผลอย่างไร (who-say what-In which channel-to whom-with what effect) (McQuail & Windahl, 1981, p. 10) แบบจำลองการสื่อสารนี้ยังได้เสนอว่า การสื่อสารมีหน้าที่สามประการ คือ การตรวจสอบติดตามสภาพแวดล้อม การสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างส่วนต่างๆ ของสังคม และการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น (Lasswell's Model, 2012) แบบจำลองนี้มีจุดเด่น คือ ง่ายและใช้ได้กับการสื่อสารทุกรูปแบบ ตลอดจนมีการระบุถึงผลของการสื่อสาร

ผลของการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารของฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร แบ่งได้ดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 15)

ในการวิจัยนี้จะศึกษาผลของการเปิดรับข่าวสารการเมืองต่อภาพลักษณ์ทางการเมือง ทัศนคติต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งเป็นการนำแนวคิดของผลการสื่อสารต่อความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งนิยมเรียกว่า ทฤษฎี K A P มาประยุกต์ใช้ในการวิจัย

การสื่อสารกับการเมือง

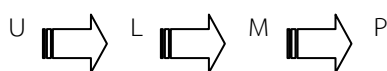
การเมืองโดยทั่วไปเน้นในเรื่องอำนาจหน้าที่ (authority) อำนาจ (power) และการควบคุม รวมถึงการใช้วิธีการต่างๆ

เพื่อสังคมจะสามารถควบคุมพฤติกรรมของสมาชิก การสื่อสารผ่านทางภาษานับเป็นเครื่องมือสำคัญยิ่งในการทางการเมือง (Jaros & Grant, 1974, p. 343) การสื่อสารจึงเปรียบเสมือนเลือดเนื้อชีวิตของระบบการเมือง หากปราศจากการสื่อสาร ระบบการเมืองก็ไม่สามารถสร้างขึ้นหรือดำรงความเป็นเอกภาพ หรือการขึ้นอยู่กับกันและกันไว้ได้ (Palmer, et al., 1974, p. 34)

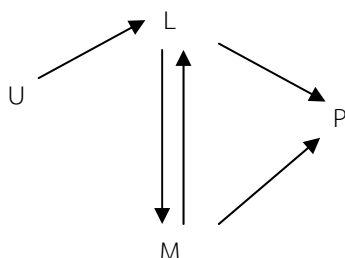
การวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาบทบาทของการสื่อสารต่อการเมือง โดยศึกษาจากความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์ทางการเมือง ทศนคติต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง

การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ทฤษฎีที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและการเมือง ได้แก่ ทฤษฎีของ Daniel Lerner (อ้างถึงใน Frey, 1973, p. 400) ได้เสนอทฤษฎีกระบวนการของความทันสมัย (The Process of Modernization) โดยอธิบายความสัมพันธ์ตัวแปร 4 ตัว คือ ความเป็นเมือง (Urbanization-U) การรู้หนังสือ (Literacy-L) การเปิดรับสื่อมวลชน (Mass Media Exposure-M) และการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Participation-P) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ไม่ว่าที่ใดก็ตาม การเพิ่มความเป็นเมือง มีแนวโน้มที่จะเพิ่มการรู้หนังสือ การเพิ่มการรู้หนังสือมีแนวโน้มก่อให้เกิดการเพิ่มการเปิดรับสื่อมวลชน และการเพิ่มการเปิดรับสื่อมวลชน เป็นไปตามการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจหรือรายได้ต่อหัว และการมีส่วนร่วมทางการเมือง (ด้วยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง) ดังนี้



ต่อมา Lerner ได้ปรับเปลี่ยนเป็นว่า ความเป็นเมืองเป็นเหตุให้เกิดการเพิ่มการรู้หนังสือ ซึ่งเป็นเหตุต่อเนื่องให้เพิ่มการเปิดรับสื่อมวลชน การเปิดรับสื่อมวลชนเป็นปฏิกริยาย้อนกลับในการเพิ่มการรู้หนังสือ ดังนี้



ข้อมูลข่าวสาร

ข้อมูลข่าวสาร (information) หมายถึง กระบวนการและการรวบรวมข้อเท็จจริงเพื่อการสืบสวนตามกฎหมาย ในยุคปัจจุบันความหมายของคำว่า ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับสถานการณ์ต่างๆ ของมนุษย์ สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่สามารถแสวงหาเพิ่มเติมและสะสม นอกจากนี้ ยังเกี่ยวข้องกับความจริง คุณค่า การใช้ประโยชน์ หรืออาจจะไร้ประโยชน์ ตลอดจนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับความรู้ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่ดี ยังมีข้อมูลข่าวสารมากก็ยิ่งดี ข้อมูลข่าวสารจึงมีพลังอำนาจมาก ขณะเดียวกัน ก็อาจก่อให้เกิดการสูญเสียอำนาจได้เช่นกัน ข้อมูลข่าวสารถูกศึกษาในฐานะที่เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ และรูปธรรม โดยสรุป ข้อมูลข่าวสาร คือ รูปแบบการกระจายและเผยแพร่ ตลอดจนเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ วัตถุ และสัญลักษณ์ (Mowlana, 1997)

ทฤษฎีการรับรู้และเลือกเปิดรับ

การรับรู้ (perception) เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารและตีความหมายแก่ข่าวสารผ่านทางประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ การเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การสัมผัส และการลิ้มรส โดยสมองจะเลือกประเด็นข่าวสารที่เก็บรวบรวมมา จัดระบบข่าวสาร แปลความหมายข่าวสารและประเมินข่าวสาร ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการดังกล่าวมา คือ การรับรู้ (Verderber, 1996, p. 30)

กระบวนการรับรู้มีขั้นตอนสามระดับ คือ การเลือกรับรู้ (selection) การจัดระบบ (organization) และการตีความ (interpretation) ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (Verderber, 1996, pp. 30-33)

การเลือกรับรู้

การเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นเนื่องจากข้อจำกัดทางกายภาพของประสาทรับรู้ของมนุษย์ จึงมีการเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารในสภาพแวดล้อมจำนวนมากเพียงบางส่วนเท่านั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านความสนใจ ความต้องการ และความคาดหวัง

การจัดระบบ

สมองจะรับรู้ข่าวสารและจัดระบบการเลือกและตีความหมายที่เกิดจากการรับรู้ การจัดระบบของมนุษย์เป็นไปตามกฎเกณฑ์ต่อไปนี้ คือ ความง่าย (simplicity) มนุษย์จะจัดระบบรับรู้สิ่งยุ่งยากสลับซับซ้อนในรูปแบบง่ายๆ จากกฎสามอย่าง คือ 1. รูปแบบ (pattern) มนุษย์จะจัดระบบรับรู้สิ่งกระตุ้นที่เข้ามาอย่างสุมๆ กระจัดกระจายให้เป็นรูปแบบร่วมกัน 2. ความใกล้ชิด (proximity) มนุษย์จะจัดระบบรับรู้สิ่งต่างๆ โดยการสร้างความใกล้ชิดและความสัมพันธ์กันขึ้น และ 3. ความสมบูรณ์ (good form) มนุษย์จะจัดระบบรับรู้สิ่งต่างๆ ที่ยังขาดไม่สมบูรณ์ โดยการสร้างภาพที่สมบูรณ์ขึ้นต่อเติมส่วนที่ขาดหายไป

การตีความ

การตีความเป็นกระบวนการให้ความหมายแก่ข้อมูลข่าวสารที่เลือกรับรู้และจัดระบบ มนุษย์จะรับข่าวสารเดียวกันแต่ตีความหมายแตกต่างกันไปแต่ละคน การตีความหมายของบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ความชัดเจนของข่าวสาร อารมณ์ วัฒนธรรม ฯลฯ

กระบวนการรับรู้ สามารถแยกพิจารณาได้เป็นกระบวนการเลือกเปิดรับ (selective exposure) การเลือกรับรู้ (selective perception) และการเลือกจดจำ (selective retention) ดังนี้ (พัชนี เขยจรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนุวัศศิริวงศ์, 2541, น. 117-118)

การเลือกเปิดรับ หมายถึง การที่มนุษย์มีแนวโน้มที่จะสื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงที่จะสื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นความสนใจของตน ซึ่งการเลือกเปิดรับนี้จะเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับจิตไร้สำนึกและระดับจิตสำนึก ซึ่งส่วนใหญ่จะเอนเอียงไปตามลักษณะส่วนบุคคล

การเลือกรับรู้ หมายถึง แนวโน้มที่มนุษย์จะเปิดรับข่าวสารและตีความเพื่อให้การสื่อสารเป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทางเป็นทีพอใจของตน

การเลือกจดจำ หมายถึง มนุษย์มีความพร้อมที่จะจดจำสารที่ตนสนใจและพร้อมที่จะเข้าใจ และพร้อมที่จะสื่อสารที่ตนไม่สนใจที่จะรับรู้และไม่พร้อมที่จะทำความเข้าใจ

การรับรู้และการเลือกเปิดรับนี้ เป็นกระบวนการสื่อสารที่สาธารณชนใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง ซึ่งนำไปสู่การเกิดภาพลักษณ์ต่อนักการเมือง ทศคนคติต่อการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ดังจะกล่าวต่อไป

ภาพลักษณ์

ในทางการสื่อสาร ภาพลักษณ์ (images) หมายถึง ทศคนคติในด้านต่างๆ โดยรวมของบุคคลที่มีต่อบริษัทชื่อยี่ห้อ หรือแนวความคิด (Kinnear & Taylor, 1991, p. 251) หรือบุคคล ภาพลักษณ์เป็นความเป็นอยู่จริงขององค์กรหรือบุคคลที่สาธารณชนเข้าใจหรือรับรู้ เป็นความประทับใจของสาธารณชนที่มีต่อองค์กรหรือบุคคล (Lamb & Mckee, 2005)

ลักษณะของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีลักษณะสำคัญๆ คือ (Walters, 1978, pp. 488-499)

1. ภาพลักษณ์เป็นการตอบสนองทางอารมณ์ต่อข้อเท็จจริงหรือความมียุ่จริง ทศคนคติซึ่งเป็นพื้นฐานของภาพลักษณ์นั้นมีพื้นฐานบางส่วนที่เกิดจากความรู้สึกมิใช่ความรู้
2. ภาพลักษณ์จะถูกรับรู้ในรูปแบบที่ง่าย ๆ ในใจของบุคคล ขึ้นอยู่กับการกลั่นกรองข่าวสารและการรับรู้ จิตใจของมนุษย์ไม่สามารถรับรู้ได้ทั้งหมดทุกแง่มุมภายในเวลาเดียวกัน และยังคงรับรู้หลายๆ เรื่องราวในเวลาเดียวกันอีกด้วย จึงยังทำให้เกิดความสลับซับซ้อนมากกว่าที่มนุษย์จะรับรู้ได้ มนุษย์จึงปรับตัวโดยการรับรู้ในรูปแบบง่ายๆ
3. บุคคลจะมีการขยายและปรุงแต่งรายละเอียดของภาพลักษณ์ขึ้นในใจ

การเกิดภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เกิดขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมายจากข้อมูลข่าวสาร ความประทับใจที่ได้รับ จากนั้นจึงเกิดความรู้สึกขึ้นในใจและเกิดเป็นภาพในใจ (Walters, 1978, pp. 487-489) ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจของสาธารณชนเป้าหมายต่อบางสิ่งบางอย่างขององค์กรหรือบุคคล ผ่านทางการสื่อสารและประสบการณ์ตรงในด้านต่างๆ เช่น การบริการ ผลงานผลิตภัณฑ์ การบริหารภาพลักษณ์ อย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นหนทางสำคัญของการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร สถาบัน และบุคคล (Lamb & Mckee, 2005)

ทัศนคติต่อการเมือง

ทัศนคติ คือ แนวโน้มของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า รวมถึงผลรวมของความรู้สึก อคติ ความกลัว ความคิดและความรู้สึกอื่นๆ ที่มีต่อเรื่องต่างๆ ซึ่งแบบจำลองของ (Newsom & Siegfried อ้างถึงในอรรถวธน์ ปิณฑน์โอวาท, 2554) ชี้ว่า การสื่อสาร เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดทัศนคติ การวิจัยนี้จึงได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง กับภาพลักษณ์นักการเมืองและทัศนคติต่อการเมือง โดยทัศนคติต่อการเมืองไทย วัดจากทัศนคติของประชาชนต่อการพัฒนาทางการเมืองของไทยและปัญหาการเมืองของไทย

การมีส่วนร่วมทางการเมือง

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางการเมือง ดังที่ Lucian W. Pye ได้อธิบายความหมายของการพัฒนาทางการเมือง 10 ประการ (การพัฒนาทางการเมือง, 2555) คือ 1. เป็นพื้นฐานรองรับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ 2. เป็นเหมือนการเมืองในประเทศที่เจริญทางอุตสาหกรรม 3. คือ การทำให้ระบบการเมืองมีความทันสมัย 4. เป็นเครื่องช่วยในการสร้างเสริมรัฐชาติ 5. คือ การพัฒนากฎหมายและกระบวนการการบริหาร 6. คือ การระดมมวลชนและการเข้าร่วมในทางการเมือง 7. คือ การพัฒนาระบบประชาธิปไตย 8. คือ การสร้างเสถียรภาพและการเปลี่ยนแปลงอย่างมีระบบ 9. คือ การระดมสรรพกำลังเพื่อสร้างอำนาจให้กับชาติ และ 10. เป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่สลับซับซ้อน

การมีส่วนร่วมทางการเมือง มีหลายรูปแบบ เช่น การแสดงความคิดเห็น การอภิปรายทางการเมือง การเขียนจดหมายแสดงความคิดเห็นทางการเมือง การไปเลือกตั้ง การช่วยผู้สมัครรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การชุมนุมประท้วง การเดินขบวน การวิ่งเต้นเพื่อให้ผู้นำทางการเมืองออกกฎหมายหรือยอมรับนโยบายที่เรียกร้อง และการเป็นสมาชิกพรรคการเมือง

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติ

Schwartz (อ้างถึงในอรรถวธน์ ปิณฑน์โอวาท, 2554) เสนอว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลมีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติใน 4 ประการ คือ 1. ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ 2. ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการ

ปฏิบัติตามมา 3. ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน และ 4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

จากทฤษฎีแนวคิดและดังกล่าวมา งานวิจัยนี้จึงได้ตั้งสมมุติฐานว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง จะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์นักการเมือง ซึ่งเป็นทัศนคติอย่างหนึ่ง ตลอดจนสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประทุม ฤกษ์กลาง (2554) ได้วิจัยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองและความต้องการข้อมูลข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 248 คน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศ และอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนที่มีเพศ อายุ รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนที่มีเพศ อายุ รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง และความต้องการข้อมูลข่าวสารการเมือง

จากการสำรวจเรื่องภาพลักษณ์นักการเมืองไทยในสายตาประชาชน (รามคำแหงโพลล์: ภาพลักษณ์นักการเมืองไทยในสายตาประชาชน, 2555) เพื่อสะท้อนความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อนักการเมือง โดยให้เป็นคะแนนผลการประเมินภาพลักษณ์นักการเมืองไทยในปัจจุบันพบว่า จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน สอบผ่าน คือ ได้คะแนนเกิน 5 คะแนนเพียง 3 ด้าน คือ อันดับ 1 ความรู้ความสามารถในการทำงานสาธารณะ 5.55 คะแนน อันดับ 2 การคิดริเริ่มงานใหม่ๆ เพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม 5.21 คะแนน และอันดับ 3 การช่วยเหลือประชาชนอย่างเต็มที่ 5.16 คะแนน ด้านที่ได้คะแนนต่ำ คือ อันดับ 4 การทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว 4.86 คะแนน อันดับ 5 การทำงานใกล้ชิดประชาชนหลัง

สอบผ่านการเลือกตั้งแล้ว 4.68 คะแนน อันดับ 6 การหาเสียง โดยแสดงความรู้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ ไม่โจมตี คู่แข่ง 4.58 คะแนน อันดับ 7 การคำนึงถึงประโยชน์ของ ประชาชนมากกว่าพรรคการเมืองของตน 4.50 คะแนน อันดับ 8 ความโปร่งใสในการทำงาน 4.47 คะแนน เท่ากับการเป็น ที่พึ่งของประชาชนอย่างแท้จริง และอันดับสุดท้าย การหาเสียง โดยไม่ใช้เงินซื้อเสียง 4.33 คะแนน

สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (ม.ป.ป.) ได้ศึกษาปัจจัยภูมิหลัง วัฒนธรรมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของ ผู้นำเยาวชนไทย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับ ความรู้ความเข้าใจต่อระบอบประชาธิปไตย ระดับทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย และพฤติกรรมทางการเมืองของผู้นำเยาวชนไทย และศึกษาปัจจัยภูมิหลังและ วัฒนธรรมทางการเมืองที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง ผู้นำเยาวชนไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกรรมการสภา เด็กและเยาวชนแห่งชาติจาก 76 จังหวัดทั่วประเทศ จำนวน 1,064 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำเยาวชนไทยส่วนใหญ่มี ความรู้ความเข้าใจต่อระบอบประชาธิปไตยและมีทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยในระดับสูง มีพฤติกรรมทาง การเมืองและวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตยใน ระดับสูง มีพฤติกรรมทางการเมืองและวัฒนธรรมทาง การเมืองแบบประชาธิปไตยในระดับปานกลาง และผู้นำ เยาวชนไทยส่วนใหญ่สนใจที่จะมีบทบาททางการเมืองใน อนาคตในระดับสูง

นันทวิช เหล่าวิชา (2556) ได้วิจัยพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อออนไลน์ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันจะส่งผลให้พฤติกรรม การเปิดรับสื่อออนไลน์ทางด้านการเมืองแตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลให้ทัศนคติ ที่มีต่อการเมืองไทยแตกต่างกัน เพศ อายุแตกต่างกันจะส่งผล ให้พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนแตกต่าง กันและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ ทัศนคติทางด้าน การเมือง และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิง สำรวจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพ- มหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 420 คน ใช้วิธี การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตัวแปรการวิจัย

ตัวแปรการวิจัยนี้จัดแบ่งตามสมมุติฐานการวิจัยได้ดังนี้

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ การ ศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การเมืองแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง

2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ การ ศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์นักการเมือง แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ภาพลักษณ์นักการเมือง

3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการเมืองแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติต่อการเมือง

4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ การมีส่วนร่วมทางการเมือง

5. มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการ เมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทัศนคติและการมีส่วนร่วมทาง การเมือง

5.1 มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การเมืองกับภาพลักษณ์นักการเมือง ทัศนคติต่อการเมืองและ การมีส่วนร่วมทางการเมือง

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การเมือง

ตัวแปรตาม ได้แก่ ภาพลักษณ์นักการเมือง ทัศนคติ ต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง

5.2 มีความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์นักการเมือง กับทัศนคติต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ภาพลักษณ์นักการเมือง
ตัวแปรตาม ได้แก่ ทศนคติต่อการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง

5.3 มีความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทศนคติต่อการเมือง
ตัวแปรตาม ได้แก่ การมีส่วนร่วมทางการเมือง

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ 1) ข้อมูลประชากร 2) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง 3) ภาพลักษณ์นักการเมือง 4) ทศนคติต่อการเมือง 5) การมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยส่วนที่ 2-5 ประกอบด้วยคำถามเชิงประเมินค่าแบบลิเคิร์ทสเกล 5 ระดับ

การตรวจสอบค่าความน่าเชื่อถือ (reliability) แบบความสอดคล้องภายใน (internal consistency) ของแบบสอบถามด้วยสูตรครอนบาค อัลฟา ปรากฏดังนี้

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการเมือง	ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.833
ตอนที่ 3 ภาพลักษณ์นักการเมือง	ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.890
ตอนที่ 4 ทศนคติต่อการเมือง	ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.829

ตอนที่ 5 การมีส่วนร่วมทางการเมือง ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.860

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติอ้างอิง t-test One way ANOVA และ Pearson's coefficient correlation

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ประชาชนมีภาพลักษณ์ต่อนักการเมืองไทยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสูงในด้านมีความรู้ ความสามารถ ศักยภาพด้านความรู้ รับผิดชอบต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อการทำหน้าที่นักการเมือง เช่น การเข้าประชุม แต่มีภาพลักษณ์ดีในระดับปานกลางในด้านความซื่อสัตย์สุจริต ต่อผู้เรียกร้องเพื่อความถูกต้องยุติธรรม มีคุณธรรมจริยธรรม ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่ทุจริตคอร์รัปชัน และการเสียสละเพื่อประชาชนและส่วนรวม ส่วนในด้านการทำเพื่อผลประโยชน์ส่วนตนและพวกพ้องประชาชนมีภาพลักษณ์ว่ามีในระดับสูง นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่าประชาชนมีทัศนคติต่อการเมืองในระดับปานกลาง และมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติต่อการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
การเปิดรับข่าวสารการเมือง	2.4222	0.57175	ต่ำ
ภาพลักษณ์นักการเมือง	3.3941	0.80600	ปานกลาง
ทัศนคติต่อการเมือง	3.3929	0.70069	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมทางการเมือง	2.1385	0.67658	ต่ำ

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ต่ำที่สุด 1.81-2.60 หมายถึง ต่ำ 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง สูง 4.21-5.00 หมายถึง สูงที่สุด

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยปรากฏดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการเมืองแตกต่างกัน โดยชายมีการเปิดรับข่าวสารการเมืองสูงกว่าหญิง ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีการเปิดรับข่าวสารการเมืองสูงสุด รองมา ได้แก่ ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมัธยมศึกษา ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท เปิดรับข่าวสารการเมืองสูงสุด รองมา ได้แก่ ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท และผู้ที่มิอาชีพข้าราชการมีการเปิดรับข่าวสารการเมืองสูงสุด รองมาเป็นผู้มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีอายุ รายได้แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์นักการเมืองแตกต่างกัน โดยผู้มีอายุ 36-45 ปี มีภาพลักษณ์ที่ต่อนักการเมืองสูงสุด รองมาเป็นผู้มีอายุ 18-25 ปี และ 46-55 ปี และพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีภาพลักษณ์ที่ต่อนักการเมืองสูงสุด รองมาเป็นผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 20,001-31,000 บาท

สมมติฐานที่ 3 ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่รายได้ 30,001-40,000 บาทมีทัศนคติต่อการเมืองสูงสุด รองมาเป็นผู้มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีเพศ รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า ชายมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงกว่าหญิง ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีส่วนร่วมทางการเมืองสูงสุด รองมาเป็นผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และ 40,000 บาท และผู้มีอาชีพรัฐวิสาหกิจมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงสุด รองมาเป็นผู้มีอาชีพรับราชการและอาชีพอื่นๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้รับการยืนยันเพียงบางส่วนเท่านั้น มีเพียงตัวแปรรายได้ที่มีผลทำให้ตัวแปรตามแตกต่างกันทั้ง 4 ตัว คือ ทำให้ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารภาพลักษณ์นักการเมือง ทัศนคติต่อการเมืองและมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

ผลการวิจัยดังกล่าวสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัยประชาชนที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ภาพลักษณ์นักการเมือง ทัศนคติต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

ตัวแปร	การเปิดรับข้อมูล ข่าวสารการเมือง	ภาพลักษณ์ นักการเมือง	ทัศนคติต่อ การเมือง	การมีส่วนร่วม ทางการเมือง
เพศ	t = 2.074* p. = 0.039	t = 0.981 p. = 0.327	t = 1.610 p. = 108	t = 3.450* p. = 0.001
อายุ	F = 0.271 p. = 0.897	F = 3.607* p. = 0.007	F = 2.120 p. = 0.078	F = 1.662 p. = 0.158
การศึกษา	F = 5.920* p. = 0.000	F = 2.614 p. = 0.051	F = 1.518 p. = 0.209	F = 1.879 p. = 0.132
รายได้	F = 5.589* p. = 0.000	F = 2.395* p. = 0.050	F = 3.451* p. = 0.009	F = 4.404* p. = 0.002
อาชีพ	F = 3.044* p. = 0.010	F = 1.837 p. = 0.105	F = 1.888 p. = 0.095	F = 4.581* p. = 0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทัศนคติต่อการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการเมืองสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ภาพลักษณ์นักการเมืองสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และทัศนคติต่อการเมืองสัมพันธ์กับการ

มีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เว้นแต่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการเมืองกับภาพลักษณ์นักการเมือง ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทัศนคติต่อการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง

สหสัมพันธ์	การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง	ภาพลักษณ์นักการเมือง	ทัศนคติต่อการเมือง	การมีส่วนร่วมทางการเมือง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง	-	0.098	0.185**	0.629**
ภาพลักษณ์นักการเมือง		-	0.703**	0.119*
ทัศนคติต่อการเมือง			-	0.185**
การมีส่วนร่วมทางการเมือง				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการวิจัยของนนทวิช เหล่าวิชา (2556) ที่พบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และสอดคล้องกับหลักฐานการวิจัยของประทุม ฤกษ์กลาง (2554) ที่ศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองและความต้องการข้อมูลข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง สำหรับการเปิดรับข่าวสารการเมืองผลการวิจัยครั้งนี้พบเช่นเดียวกับผลการวิจัยของประทุม ฤกษ์กลาง (2554) ที่พบว่า ประชาชนที่มีเพศและอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของนนทวิช เหล่าวิชา (2556) ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ด้านการเมืองแตกต่างกันตามเพศ อายุ และการศึกษา ส่วนทัศนคติทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า แตกต่างกันตามรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย

ของนนทวิช เหล่าวิชา (2556) ที่พบว่า ทัศนคติทางการเมืองแตกต่างกันตามอายุ การศึกษา และรายได้

ผลการวิจัยนี้พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของของนนทวิช เหล่าวิชา (2556) ที่พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับต่ำ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น ผลการวิจัยนี้พบว่า ขึ้นอยู่กับเพศ รายได้และอาชีพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของประทุม ฤกษ์กลาง (2554) ที่พบว่า ประชาชนที่มีเพศ รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของของนนทวิช เหล่าวิชา (2556) ที่พบเช่นกันว่าระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันตามเพศ

ผลการวิจัยนี้พบว่า การเปิดรับข่าวสารการเมืองมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นหลักฐานสนับสนุนทฤษฎี K A P ที่ว่าการสื่อสารมีผลก่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม และการที่พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนทฤษฎีกระบวนการของความทันสมัยของ Daniel Lerner (อ้างถึงใน Frey, 1973,

p. 400) ที่กล่าวว่า การเพิ่มการเปิดรับสื่อมวลชนเป็นไปตามการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจหรือรายได้ต่อหัวและการมีส่วนร่วมทางการเมือง หรืออีกนัยหนึ่งการเพิ่มการเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ข้อเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยนี้พบว่า ประชาชนยังมีส่วนร่วมทางการเมืองค่อนข้างต่ำ ซึ่งการจะพัฒนาการเมืองได้ต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันหลักฐานการวิจัยครั้งนี้ได้พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติต่อการเมือง ตลอดจนการมีส่วนร่วมทางการเมือง นอกจากนี้ยังได้พบอีกว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลยังมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง จากผลวิจัยดังกล่าวมาทั้งหมดควรที่หน่วยงานที่รับผิดชอบต่อการพัฒนาการเมืองจะนำผลการวิจัยไปประยุกต์ปฏิบัติด้วยการส่งเสริมให้ประชาชนคนไทยมีการเปิดรับสื่อมวลชนและเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีในการทำให้ประชาชนคนไทยมีส่วนร่วมทางการเมืองมากยิ่งขึ้น การส่งเสริมการเปิดรับสื่อมวลชนสามารถทำได้โดยการเพิ่มประเภทและปริมาณสื่อโดยเฉพาะสื่อที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารการเมือง การทำให้สื่อมีราคาถูกลงด้วยมาตรการต่างๆ เช่น การลดภาษี การลดราคากระดาษ ตลอดจนควรมีการเปิดกว้างหรือให้เสรีภาพต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการเมือง

ผลการวิจัยนี้พบว่า ประชาชนมีภาพลักษณ์ต่อนักการเมืองในระดับดีปานกลางเท่านั้น ควรที่นักการเมืองจะได้พัฒนาสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นในสายตาของประชาชน โดยที่ผลวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์นักการเมืองมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง การที่นักการเมืองทำภาพลักษณ์ให้ดีขึ้นจะเป็นหนทางหนึ่งในการช่วยพัฒนาส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และจะทำให้การเมืองของชาติพัฒนาขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยการสื่อสารการเมืองในอนาคตควรศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองในสื่อต่างๆ และเปรียบเทียบผลของสื่อต่างๆ ที่มีต่อภาพลักษณ์นักการเมืองทัศนคติทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง

2. การวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาภาพลักษณ์นักการเมืองไทยที่คนไทยพึงประสงค์

3. การศึกษาวิจัยการสื่อสารการเมืองในอนาคตควรศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการเมืองขององค์กรทางการเมืองในด้านต่างๆ เช่น ความเป็นกลาง ความถูกต้อง ความเชื่อถือได้ ความทันเหตุการณ์ ตลอดจนศึกษาถึงความเชื่อถือและการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ของประชาชนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่หน่วยงานทางการเมืองเผยแพร่

บรรณานุกรม

- "การพัฒนาทางการเมือง". (2555). สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org>
- นันทวิช เหล่าวิชา. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2554). การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองและความต้องการข้อมูลข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (รายงานการวิจัย). คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พจน์ เขยจรรยา เมตตา วัฒนานุกูล และถิ่นนันท อนุวัชรวิวงศ์. (2541). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- "รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย". (2555). สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org>
- "รวมคำแห่งโพลล์: ภาพลักษณ์นักการเมืองไทยในสายตาประชาชน". สืบค้นจาก <http://www.ryt9.com/>
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (ม.ป.ป.). ปัจจัยภูมิหลัง วัฒนธรรมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้นำเยาวชนไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรรถกร ปิลันธน์โอวาท. (2554). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- Fagen, R.R. (1966). *Politics and communication: An analytical study*. Boston, MA: Little, Brown and Company.
- Frey, F.W. (1973). "Communication and development". In I.S. Pool, W. Schramm, F.W. Frey, N. Maccoby. & E.B. Parker (Eds.). *Handbook of Communication*. Chicago, IL: Rand McNally.
- Jaros, D. & Grant, L.V. (1974). *Political behavior: Choices and perspectives*. Oxford: St. Martin's Press.
- Kinney, T.C. & Taylor, J.R. (1991). *Marketing research: An applied approach*. New York: McGraw-Hill.
- Lamb, L.F. (2005). *Applied public relations: Cases in stakeholder management*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lasswell's Model. (2012). Retrieved from <http://communicationtheory.org/lasswell-model/>
- McQuail, D. & Windahl, S. (1981). *Communication models: For the study of mass communication*. New York, NY: Longman.
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction*. London: Sage Publications.
- Mowlana, H. (1997). *Global information and world communication*. (2nd ed.). London: Sage.
- Palmer, M., Stern, L. & Gaile, C. (1974). *The interdisciplinary study of politics*. New York, NY: Harper & Row.
- Schramm, W. (1965). "How communicate works." in W.L. Schramm (Ed.). *The Process and Effects of Mass Communication*. (6th ed.). University of Illinois Press.
- Verderber, R.F. (1996). *Communication*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Walters, G.C. (1978). *Consumer behavior: Theory and practice*. (3rd ed.). Homewood, IL: Richard D. Irwin.



รองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ฤกษ์กลาง สำเร็จการศึกษานศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศษ.บ. (การบริหารการศึกษา) เกียรตินิยมอันดับสอง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กศ.ด. (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ผลงานตำรา 1) การวิจัยการประชาสัมพันธ์ 2) ยุทธศาสตร์การวางแผนการประชาสัมพันธ์ 3) การวางแผนเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ 4) การประชาสัมพันธ์ 5) ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร 6) การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง ผลงานวิจัย 1) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองและความต้องการข้อมูลข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ความพึงพอใจในงาน ความพึงพอใจในงานวิชาชีพประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในชีวิตของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นฐานธรรมชาติ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารธรรมชาติ ความดี และความสุข: ศึกษาเฉพาะกรณีนักศึกษาภาควิชาการประชาสัมพันธ์คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ