

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์
ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Perception Behavior in Political News of Social Media Consumers in Surat
Thani Province

ปฏิพัทธ์ เพชรศรี Patiphat Phetsri

ไชยวัฒน์ เผือกคง Chaiwat Phuakkhong

หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Master of Political Science Program Department of Politics and Governance graduate
school Surat Thani Rajabhat University

63052540009@student.sru.ac.th¹

chaiwat.phu@sru.ac.th

Haripunchai Review 16/11/2565

Haripunchai Review 21/12/2565

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน และ3) นำเสนอแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนธานี วิธีวิจัยเป็นแบบผสมวิธีโดยการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามกับประชาชนจำนวน 400 คนผสมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีเจาะจงจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 6 คน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1) เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง จำนวนชั่วโมงที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันมีผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง 2) มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการรับรู้และใช้ประโยชน์จากข่าวสาร

การเมือง พฤติกรรมการวิเคราะห์และประเมินข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) แนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มี 4 แนวทางพัฒนา ดังนี้ 1) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2) พฤติกรรมการรับรู้ และประโยชน์จากข่าวสารการเมือง 3) พฤติกรรมการวิเคราะห์ และประเมินข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ 4) ทัศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแนวทางพัฒนาทั้ง 4 จะทำงานร่วมกันเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในรูปแบบ SRAA MODEL

คำสำคัญ : พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ผู้บริโภคสื่อ สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the behaviour of perceived political news on social media of people in Surat Thani Province. 2) to compare the behaviour of political news perception on social media of people in Surat Thani Province, and 3) to present guidelines for the development of social media behaviour of people in Surat Thani Province The research methodology is mixed-method, quantitative research using 400 questionnaires, The statistics used in the data analysis consisted of percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA by setting significance at .05. And qualitative research using in-depth interviews from a specific selection of 6 key informants.

The research results found that:

1) Most of the samples were male, 20-30 years of age, with bachelor's degree holders, Employee/government officials, an income of 15,000-25,000 baht per month, and use social media Facebook to receive political news 3-4 hours a day which affects the political news perception behaviour of social media consumers in Surat Thani Province.

2) there were significant differences in social media usage behaviours, perception and utilization behaviour of political news, social media news analysis and assessment behaviour and attitudes towards the perception of political news from social media statistically at the .05

3) There are 4 development guidelines for social media usage behaviour in Surat Thani Province as follows: 1) Develop social media usage behaviour 2) develop perceptive behavior and benefit from political news 3) develop analytical behaviour and evaluate news from social media 4) Develop attitudes towards the perception of political news on social media. The 4 development guidelines will work together to guide the development of social media behaviour in Surat Thani in the form of the SRAA MODEL.

Keywords: Political News Perception Behavior, Media Consumers, Social Media

บทนำ

ปัจจุบันสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จนครอบคลุมเกือบทุกมิติบนพื้นที่ของโลก ไม่ว่าจะเป็นในทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี วัฒนธรรม หรือความเชื่อ ล้วนเป็นผลที่เกิดจากการพัฒนาของเทคโนโลยี (อดิศร ศักดิ์สูง, 2559) ความสะดวกในการเชื่อมต่อกับหลายภาคส่วนทางสังคมจึงทำให้การเข้าถึงข้อมูลในปัจจุบันรวดเร็ว และยังสามารถรับเข้าหาเพื่อพัฒนาได้ในหลากหลายมิติบนเส้นทางของการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ของผู้คนในสังคมร่วมสมัยอย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นการเชื่อมต่ออย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน ทำให้ขบวนการเคลื่อนไหวและรูปแบบของปฏิบัติการบนพื้นที่การสื่อสารร่วมสมัยที่เกิดขึ้นตามมาพร้อมกัน ทำให้การเมืองยุคดิจิทัลได้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงจากการเมืองในยุคก่อนหน้า การเมืองของสังคมประชาธิปไตยในยุคก่อนที่มี สื่อวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์อันเคยมีบทบาทหน้าที่สำคัญในการแพร่กระจายขยายวงกว้างไปสู่การเมืองบนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ที่นับได้ว่าเป็นฐานรากของการสื่อสารแบบใหม่ จากสถานการณ์ทางการเมืองของแต่ละประเทศ และการเจริญเติบโตของโลกดิจิทัล ในยุคปัจจุบัน ทำให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางอินเทอร์เน็ตเพราะความสะดวก รวดเร็วในการรับและส่งข่าวสารต่อ ๆ กันผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เช่น แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับยุคนี้ โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้คนจำนวนมาก จึงทำให้เข้าถึงข้อมูลปลอมได้ง่ายขึ้น ที่อาจจะเกิดจากผู้ไม่ประสงค์ดีในการบิดเบือน หรือกล่อมเกลียดด้วยการสร้างวาทกรรมโจมตีทำลายฝ่ายที่มีแนวความคิดที่ต่างกัน ตั้งแต่ด้านเศรษฐกิจ ไปจนถึงด้านการเมือง ทำให้ผู้เสพข่าวสารขาดการวิเคราะห์เนื้อหาสาระของข่าวจนนำไปสู่ความขัดแย้งทางความคิดในสังคม ปัจจุบันการเกิดการข่าวปลอม (Fake News) มีเป็นจำนวนมากโดยเกิดจากผู้ส่งสารที่มีเจตนาบิดเบือน

ข้อมูล และผู้รับสารไม่ได้ตรวจสอบ ข่าวสารนั้นแล้วทำการส่งต่อไปเรื่อย ๆ ส่งผลให้เกิดการกระจายข่าวสู่ผู้อื่นอย่างรวดเร็ว การใช้สื่อออนไลน์ในด้านของการเมือง ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่ใช้สำหรับเป็นช่องทางในการนำเสนอนโยบาย หรือแม้แต่จะเป็นการกำจัดคู่แข่งทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง Facebook, Twitter, Line, Tiktok หรือแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งนับได้ว่าเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในยุคปัจจุบัน อีกทั้งยังส่งสารได้อย่างรวดเร็ว จนในบางครั้งสารที่ส่งออกไปนั้นอาจจะมีข้อความที่บิดเบือนไปจากความเป็นจริง ปัจจุบันการสื่อสารโดยผ่านสื่อออนไลน์ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายเป็นวงกว้าง และสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างทั่วถึงไม่ว่าจะเป็นผู้หญิง ผู้ชาย วัยเด็ก วัยทำงาน หรือแม้กระทั่งวัยชรา การใช้สื่อในสังคมโซเชียลนับว่าเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน โดยเนื้อหาที่ปรากฏขึ้นจะผลิตหรือสร้างสรรค์ขึ้นมาโดยผู้ใช้หรือผู้บริโภคคล้ายกับเป็นบรรณาธิการที่สามารถผลิตเนื้อหาได้ด้วยตนเอง เพื่อแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการสื่อสารในแต่ละครั้ง และหากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นก็สามารถปรับแต่งหรือแก้ไขได้ในทันทีอีกด้วย สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้สร้างข้อมูลข่าวสารเพื่อแบ่งปันบนแพลตฟอร์มซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้ชมข่าวสารรับสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถทำการโดยสามารถโต้ตอบกันได้ระหว่างผู้สร้างข้อมูลและผู้รับข้อมูล ซึ่งสามารถจำแนกแพลตฟอร์มบนสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ เช่น Twitter, Facebook, LINE, Tiktok เป็นต้น การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นองค์ประกอบที่อยู่ในสถานะไม่อยู่นิ่งของระบบการเมือง กระบวนการต่าง ๆ ทางการเมืองเป็นต้นว่าสังคมการเมืองการเมืองก็ดี การเข้าร่วมทางการเมืองก็ดี ตลอดจนการเลือกสรรทางการเมืองก็ดีต้องพึ่งพาอาศัยการสื่อสารทางการเมืองทั้งสิ้น ในอดีตที่ผ่านมาการนำเสนอข่าวการเมืองเป็นเรื่องไม่น่าสนใจ จึงมีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวให้มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยนำเอาความบันเทิงเข้ามาผสมผสานโดยปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) เช่น การเล่าเรื่องข่าว ย่อยข่าวให้เข้าใจง่าย และมีการนำเสนอแบบถ่ายทอดสดทำให้คนทั่วไปสนุกและหันมาสนใจดูข่าวมากขึ้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีวิวัฒนาการไปตามลำดับ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการเชื่อมโยงกันหลายๆ ส่วนโดยมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมหรือกลุ่มคนที่มีความสนใจที่คล้ายกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การเสนอข้อมูล การแสดงความคิดเห็น หลายคนจึงให้ความสำคัญกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เปรียบเป็นโลกเสมือนจริงนี้มากจนกลายเป็นกิจวัตรประจำวันของชีวิตคนในปัจจุบัน และหลายคนที่ไม่สามารถขาดสิ่งเหล่านี้ได้เลย (กายกาญจน์ เสนแก้ว, 2558) จากการศึกษาปรากฏการณ์ทางการเมืองของไทยในยุคที่ผ่านมาจะ

พบว่า การเข้าแทรกแซงการเมือง ของทหารด้วยรูปแบบการก่อรัฐประหาร จากการนำกำลังอาวุธเข้า ก่อการยึดอำนาจนั้นไม่อาจสามารถทำได้แต่ต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อม เช่น วิกฤติทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และอื่นๆที่เป็นปัญหาที่รัฐบาลกำลังประสบอยู่และไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ซึ่งปัญหา ดังกล่าว จะเป็นสภาพที่เปิดโอกาสในการเข้าก่อการยึดอำนาจ ซึ่งกลุ่มคณะผู้ก่อการก็มักจะหยิบยก ปัญหา ที่กำลังประสบอยู่ในขณะนั้น มาเป็นข้ออ้างในการสนับสนุนความชอบธรรม ด้วยเหตุนี้เอง กลุ่มนายทหารมักจะเข้ามาแทรกแซงทางการเมืองในช่วงเวลาที่อาจจะกล่าวได้ว่าเป็น สถานการณ์ เอื้ออำนวย กล่าวคือ มักจะมีสภาพของบ้าน เมืองขาดความมั่นคงหรือ เกิดความสับสนวุ่นวายและเกิด ความแตกแยก เป็นสภาวะที่เปิดโอกาส ให้กลุ่มทหารสามารถเข้าก่อการยึดอำนาจได้โดยสะดวก และ นอกจากนี้ยังปรากฏว่าภาคการเมืองยังขาดกลุ่มพลังที่มีประสิทธิภาพที่จะสามารถถ่วงดุลทางการเมือง กับทหาร จึงทำให้ทหารสามารถเข้ามายึดอำนาจได้สำเร็จอย่างง่ายดาย จากวันนั้น ถึงวันนี้ ถึงแม้ การเมืองของประเทศไทยยังเดินอยู่ที่เดิม แต่ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ และ เทคโนโลยีการสื่อสารก็ยิ่งก่อให้เกิดกิจกรรมใหม่ๆ ทางสังคม โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ สาธารณะที่สมาชิกทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ทุกระดับการศึกษา ทุกสาขาอาชีพสามารถเป็นผู้สื่อสาร ที่จะเขียนเนื้อหาเรื่องราวต่าง ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับเครือข่ายของตนผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ได้ เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้เกิด วัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีบนโลกสังคมออนไลน์หลากหลายประเภท

จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นเมืองขนาดใหญ่โดยมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 6 ของประเทศ และ อันดับ 1 ของภาคใต้ ทำให้มีความหลากหลายทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม และการเมือง ซึ่งมีการ ปกครอง 19 อำเภอ 128 ตำบล 1,074 หมู่บ้าน นอกจากนี้ยังเห็นได้ว่าสภาพแวดล้อมบริบทของ จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีเขตพื้นที่รับผิดชอบที่ครอบคลุมทั้งในเขตเมืองและชนบท จึงพบเห็นความ หลากหลายทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของประชากรที่น่าสนใจ ซึ่งมีรูปแบบและระดับที่แตกต่าง กันอย่างเห็นได้ชัดเป็นอย่างยิ่งไม่ว่าจะเป็นในส่วนของหน่วยงานราชการบริหารส่วนภูมิภาคถึง 34 หน่วยงาน หน่วยงานราชการบริหารส่วนกลาง 125 หน่วยงาน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวง อื่น ๆ 21 หน่วยงาน และหน่วยงานอิสระของรัฐ 3 หน่วยงาน ทำให้มีความหลากหลายทางสถานะภาพ ทั้งเศรษฐกิจ การสื่อสาร และการเมือง ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีนักการเมืองในทุกระดับของการบริหารทั้ง ระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ สิ่งเหล่านี้จึงทำให้เกิดความก้าวหน้าของวิวัฒนาการของการสื่อสาร บนโลกสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างรวดเร็ว (รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดสุราษฎร์ ธานี, 2557)

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้รวมถึงเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ และวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคข่าวสาร และแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามกับประชาชนจำนวน 400 คน ผสมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยวิธีเจาะจงจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 6 คน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยกำหนดนัยสำคัญที่ .05

ขั้นตอนในการวิจัย 1) วิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) สร้างและพัฒนาเครื่องมือในการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ พร้อมทั้งคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (IOC) และ Try out ด้วยวิธีของแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) 3) เก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์เนื้อหา ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมและรายด้านโดยการใช้สถิติเปรียบเทียบค่าที่ (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance: ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ 4) นำผลที่ได้

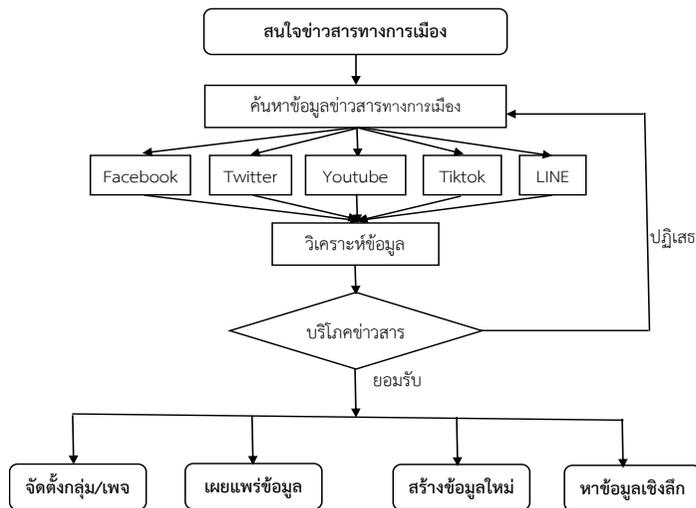
จากการสำรวจไปสัมภาษณ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และวิเคราะห์องค์ประกอบโครงสร้างเพื่อเป็นการยืนยันผล 5) สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีผลการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยข้อที่ 1 กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง/เจ้าหน้าที่ของรัฐ รายได้ 15,000-25,000 บาทต่อเดือน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook ในการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง จำนวน 3-4 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัยข้อที่ 2 มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการรับรู้และใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการวิเคราะห์และประเมินข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มี 4 แนวทางพัฒนา ดังนี้ 1) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (S=Social Media Usage) 2) พฤติกรรมการรับรู้ และประโยชน์จากข่าวสารการเมือง (R= Recognition) 3) พฤติกรรมการวิเคราะห์และประเมินข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ (A=Analysis) 4) ทัศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารการเมืองจาก

สื่อสังคมออนไลน์ (A=Attitude) และแนวทางทั้ง 4 ต้องทำงานร่วมกันเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในรูปแบบ SRAA MODEL

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีผลการวิจัยที่เป็นประเด็นน่าสนใจนำมาอภิปราย ดังนี้

อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$) พิจารณารายประเด็นมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีประเด็นการสร้างเนื้อหาข่าวเพื่อหวังผลทางการเมือง ทำให้คนทั่วไปเกิดอารมณ์ร่วม หรือสร้างความคิดเห็นร่วม ที่อยู่ในระดับน้อย แต่มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปเผยแพร่ต่ออยู่เสมอ อยู่ในระดับที่มาก มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของกายกาญจน์ เสนแก้ว (2558) เรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการคาดหวังในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคน Gen-X ในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการรับรู้เรียนรู้ และยอมรับในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคน Gen-X ในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อสำรวจทัศนคติในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคน Gen-X ในกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคน Gen-X ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับรู้ และใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.25$) พิจารณารายประเด็นอยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาความรู้ข่าวสารทางการเมือง การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา และหากมีข้อผิดพลาดก็สามารถแก้ไขได้ในทันที และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทางการเมืองเพื่อความบันเทิง อยู่ในระดับปานกลาง และประเด็นการเชื่อข่าวที่อ่านในทันที ไม่ว่าจะข่าวนั้นจะมาจากแหล่งหรือวิธีใด โดยคนที่รู้จักหรือคนที่ไม่รู้จัก ที่อยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปวันรัตน์ ตรีพจนา และคณะ (2563) เรื่องอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าตลาดนัดเซฟวัน จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการตลาดนัดเซฟวัน จังหวัดนครราชสีมา พบว่าสื่อสังคม

ออนไลน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากมีเนื้อหาและรายละเอียดในการประชาสัมพันธ์ครบถ้วน สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างชัดเจน มีการสื่อสารและพูดคุยโต้ตอบกับผู้บริโภคได้ทันที สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และสามารถให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการวิเคราะห์ และประเมินข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) พิจารณารายประเด็นอยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นการกลั่นกรอง ติดตาม ประเมิน และส่งเสียงถึงการทำงานของนักการเมืองที่ท่านเลือกตั้ง ที่อยู่ในระดับปานกลาง มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประวีณา พลเขตต์ และเจษฎา ศาลาทอง (2561) เรื่องการรับรู้และการรู้เท่าทันสื่อของผู้ชมรายการซัวร์ก่อนแชร์ มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาการรับรู้ของผู้ชมรายการซัวร์ก่อนแชร์ 2) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงเชิงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการซัวร์ก่อนแชร์ 3) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของผู้ชมรายการซัวร์ก่อนแชร์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการรับรู้ด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการซัวร์ก่อนแชร์ แต่ในแง่ของการรับรู้แบบรู้เท่าทันสื่อและการนำไปใช้ประโยชน์จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติการเชื่อและการแชร์ข่าวในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักบางส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชื่อและการแชร์ข่าว เนื่องมาจากปัจจัยด้านภูมิหลังทางสังคม อุปนิสัย ประสบการณ์และทัศนคติต่อข่าวแชร์

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ ของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่าทุกประเด็นมีผลต่อทัศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ในระดับที่มาก มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิไท สอนทอง และคณะ (2560) เรื่องทัศนคติทางการเมืองของประชาชน: ศึกษากรณีจังหวัดเพชรบูรณ์ วัตถุประสงค์ 1) ศึกษาทัศนคติทางการเมืองของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) ศึกษาอิทธิพลที่มีต่อทัศนคติทางการเมืองของประชากรที่ศึกษา มีอิทธิพลใดส่งผล และมีรูปแบบการเมืองแบบใด ผลปรากฏว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ/ความคิดเห็นทางการเมืองแบบอนุรักษ์นิยม และยังคงยึดมั่นในกรอบวิถีชีวิตที่เคยครอบงำมาอย่างมั่นคง อยู่ในระดับมาก 2) ทัศนคติทางการเมืองของประชาชนแบบเสรีนิยม ประชาชนมีความเชื่อแบบเสรีนิยม แต่ยังคงมีความเชื่อทางการเมืองที่ไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดความขัดแย้งในทางการเมือง ซึ่งพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง 3) ทัศนคติทางการเมืองแบบเผด็จการ จากการศึกษาพบว่า

ประชากรที่ศึกษามีความเชื่อทางการเมืองแบบเผด็จการอยู่ในระดับมาก 4) ทศคติทางการเมืองระบบอุปถัมภ์ จากการศึกษาพบว่าระบบอุปถัมภ์มีความเข้มข้นและรุนแรงต่อสังคมไทยเป็นอย่างมาก

อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีผลการวิจัยที่เป็นประเด็นน่าสนใจนำมาอภิปราย ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ถึงการจัดตั้งกลุ่ม หรือเพจต่างๆเกี่ยวกับการเมืองบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อหวังผลทางการเมือง ทำให้คนทั่วไปเกิดอารมณ์ร่วม หรือสร้างความคิดเห็นร่วม มีทั้งข้อดี และข้อเสีย เพราะการเผยแพร่ผลงานทางการเมือง เป็นการสร้างความคิดแนวร่วมในการเชิญชวนให้ผู้ที่มิตศคติทางการเมืองเดียวกัน อุดมการณ์เดียวกันมาทำกิจกรรมร่วมกัน อีกทั้งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองได้รวดเร็วและสะดวกมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามอาจจะส่งผลเสียได้ในกรณีที่มีการสร้างข่าวบิดเบือน หรือโจมตีกลุ่มที่มีทัศนคติต่างจากกลุ่มของตน จนนำไปสู่การสร้างความเกลียดชังได้ในสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุรฉัตร จันทร์แดง และคณะ (2562) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม พบว่าพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในสังคมเพื่อวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่ทำให้มนุษย์ตัดสินใจเลือกที่จะกระทำในสิ่งต่าง ๆ ออกมาทั้งพฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกให้เห็นได้อย่างชัดเจน และพฤติกรรมภายในที่บุคคลภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้ ได้แก่ความคิด ความเชื่อ และเจตคติ

2. พฤติกรรมการรับรู้ และใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเมือง ถึงประเด็นการแก้ปัญหาการเชื่อข่าวที่อ่านในทันที ไม่ว่าจะข่าวนั้นจะมาจากแหล่งหรือวิธีใดโดยคนที่รู้จักหรือคนที่ไม่รู้จัก และจะใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาความรู้ข่าวสารทางการเมือง การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาความรู้ข่าวสารทางการเมือง ค้นหาข้อมูล หรือค้นหาข่าวสารทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งที่ดีเพราะรวดเร็ว ใกล้เคียงกับประชาชน และสามารถหาความรู้ได้อย่างหลากหลายพร้อมให้พิจารณาได้อยู่เสมอ แต่อย่างไรก็ตามก็เป็นปัญหาอย่างหนึ่งกับวัยผู้สูงอายุที่อาจจะไม่ถนัดในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประมว สตะเวทิน (2546) เรื่องหลักนิเทศศาสตร์ พบว่าความแตกต่างในการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์ของบุคคลมี ผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทศคติ ค่านิยมและความเชื่อที่แตกต่างกัน ทำให้ความสนใจในการเปิดรับสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไป

3. พฤติกรรมการวิเคราะห์ และประเมินข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่นการกลั่นกรองติดตาม ประเมิน และส่งเสียงถึงการทำงานของนักรการเมืองที่ท่านเลือกตั้ง จะพบได้ว่าการกลั่นกรอง

ข่าวสารที่ได้รับของผู้รับสารในแต่ละช่วงวัยจะมีความแตกต่างกัน การแชร์ข้อมูล หรือเชื่อข้อมูลนั้น ในทันที อาจส่งผลเสียต่อผู้รับข่าวสารได้ อย่างน้อยควรมีการค้นหาข้อมูลจากหลายด้าน และควรมีการกลั่นกรองอย่างถูกต้อง ซึ่งในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่มักจะเลือกซื้อส่งคมออนไลน์ในการส่งเสียงถึงการทำงานของนักรการเมืองที่ได้รับเลือกตั้ง เพราะในปัจจุบันทั้งพรรคการเมือง และผู้แทนจะมีเพจส่วนตัวอย่างหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น Facebook Twitter Tiktok เป็นต้น เพื่อให้ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด อีกทั้งยังสะดวกในการพูดคุยรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตามผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังคงขาดการกลั่นกรอง หรือประเมินข่าวสารที่ได้รับอย่างสมบูรณ์ ซึ่งมักจะเชื่อข่าวที่นำเสนอในทันที จึงกลายเป็นปัญหาในการเสพข่าวทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เบญจวรรณ คุณวิโรจน์ลักษณ์ และคณะ (2563) เรื่องปัจจัยที่ช่วยลดการแพร่กระจายข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าผู้เผยแพร่ข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ควรมีการกลั่นกรองและตรวจสอบข่าวที่ตนได้เผยแพร่ออกไปว่ามีข้อผิดพลาดที่สร้างความเข้าใจผิดให้แก่ผู้อ่านหรือเป็นข่าวปลอมหรือไม่ หากพบว่ามีข้อผิดพลาดให้รีบแก้ไขให้ถูกต้องในทันที หรือหากพบว่าข่าวที่ตนเผยแพร่ไปนั้นเป็นข่าวปลอมควรรีบลบข่าวและทำการแจ้งให้ผู้อื่นทราบว่าข่าวนั้นเป็นข่าวปลอมทันที

4. ทศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ ว่าจริงหรือไม่ที่ประชาชนคือเป้าหมายของการสื่อสารทางการเมือง การสื่อสารในโลกออนไลน์ปัจจุบันนั้นนับได้ว่าเป็นสื่อหลักในการใช้ชีวิตประจำวัน เป้าหมายสำคัญในการสื่อสารทางการเมืองก็คือประชาชน ซึ่งประชาชนคือเจ้าของอำนาจอธิปไตย อีกทั้งในปัจจุบันการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์บนโลกโซเชียลก็เป็นช่องทางที่ง่ายดายซึ่ง มีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของเนตรภัทร อ่วมเครือ และวัลลภ รัฐฉัตรานนท์ (2562) เรื่องทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของประชาชนในตำบลบ้านกุ่ม อำเภอมืองจังหวัดเพชรบุรี พบว่าทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของประชาชนในปัจจุบันจะมีความแตกต่างกันในด้านของเพศ อายุ อาชีพ รายได้ เพราะจะมีทัศนคติที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะมีการรับรู้ข่าวสาร และการกล่อมเกล่าที่ต่างกัน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมความรู้แก่ประชาชน และเปิดโอกาสสนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง เช่น การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชน ก็ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วน และถูกต้องปราศจากการบิดเบือน และควรมีการวิเคราะห์ที่เป็นเหตุเป็นผลเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

องค์ความรู้การวิจัย

จากการผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณผสมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์เนื้อหา และได้ตัวแบบ (Model) ในการพัฒนาแนวทางการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคม

ออนไลน์ คือ “SRAA MODEL” ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มี 4 แนวทางพัฒนา ได้แก่ 1) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (S=Social Media Usage) 2) พฤติกรรมการรับรู้ และประโยชน์จากข่าวสารการเมือง (R= Recognition) 3) พฤติกรรมการวิเคราะห์ และประเมินข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ (A=Analysis) 4) ทศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ (A=Attitude) และแนวทางทั้ง 4 ต้องทำงานร่วมกันเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้การวิจัย

จาก “SRAA MODEL” การพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. แนวทางพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Usage)

1.1 การจัดตั้งกลุ่ม หรือเพจเกี่ยวกับการเมืองบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการสร้างกลุ่ม หรือเพจบนสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้คนทั่วไปสามารถที่จะร่วมแสดงความคิดเห็น และเกิดอารมณ์ร่วม อีกทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานของกลุ่มทางการเมือง

1.2 ไม่บิดเบือนข้อมูลไปจากความจริง เพราะการสร้างข้อมูลควรอยู่บนพื้นฐานของความจริง ผู้สร้างข้อมูลควรมีความจริงใจต่อผู้บริหารข่าวสารไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และต้องตระหนักถึงความถูกต้องเป็นหลัก

1.3 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตนเอง หรือกลุ่มทางการเมือง ซึ่งการสร้างฐานข้อมูลให้แก่ตนเอง หรือพรรคการเมืองจะทำให้ผู้คนรับรู้ข่าวสารได้อย่างกว้าง และสามารถพูดคุยสนทนาได้อย่างสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังสร้างความเข้าใจที่ตรงกันได้ง่ายขึ้น

1.4 ไม่สร้างความโน้มเอียงหรือความเกลียดชังในสังคม เพราะในการขับเคลื่อนกระบวนการของความคิดจะมีรูปแบบและลักษณะของความคิดที่แตกต่างกัน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ หรือแนวความคิดที่เป็นทางด้านบวก และด้านลบแก่ผู้บริโภคข่าวสารได้

2. แนวทางพัฒนาพฤติกรรมกรการรับรู้ และประโยชน์จากข่าวสารการเมือง (Recognition)

2.1 ค้นคว้าข้อมูลหลากหลายช่องทาง จะช่วยให้มีการไตร่ตรองที่รอบด้านขึ้นไม่ว่าจะเป็น การสร้างข้อมูลใหม่ หรือส่งต่อข้อมูลเดิม เพื่อเป็นการลดปัญญาในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

2.2 หาแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากข่าวสารทางการเมืองเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน และใกล้ตัว ผู้บริโภคจึงควรที่จะหาแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะลดปัญหาความขัดแย้งทางความคิดของกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.3 สามารถสะท้อนการทำงานของนักรการเมืองได้ ซึ่งผู้บริโภคข่าวสารทางการเมือง หรือ ผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต้องกล้าที่จะสะท้อนการทำงานของนักรการเมือง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ ทำให้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ประชาชนต้องการ

3. แนวทางพัฒนาพฤติกรรมกรการวิเคราะห์ และประเมินข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์

3.1 กลั่นกรองข้อมูลให้ละเอียด ซึ่งจะเป็นการทำให้ทราบขั้นตอนและทราบวิธีการขับเคลื่อนของผู้สร้างข้อมูลนั้น ๆ ก่อนที่จะนำไปสู่การส่งต่อข้อมูลที่อาจจะมีการบิดเบือนไปจากความ เป็นจริงได้

3.2 ติดตามการทำงานของนักรการเมืองอย่างสม่ำเสมอ จะเป็นวิธีที่ทำให้เห็นมุมมองของ การทำงานที่เป็นจริง ซึ่งนำไปประกอบกับข่าวที่ผู้บริโภคได้รับมาทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

4. แนวทางพัฒนาทัศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารการเมืองจากสื่อสังคมออนไลน์ (Attitude)

4.1 คำนึงเสมอว่าหัวใจของการสื่อสารทางการเมือง คือ ประชาชน ผู้เกี่ยวข้องจะต้องเห็น ความสำคัญในการใช้ทรัพยากรมนุษย์รวมถึงการเลือกใช้สื่อในสังคมออนไลน์ให้เหมาะสม และจะต้อง มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้ทันสมัยไม่กระทบต่อกลุ่มการเมือง กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

4.2 สร้างทัศนคติจิตสำนึกที่ดีแก่ผู้บริโภคข่าวสาร ผู้เกี่ยวข้องจะต้องมีการสร้างองค์ ความรู้ให้แก่ประชาชนซึ่งจะก่อให้เกิดโลกทรรศน์แก่คนในสังคมนำไปสู่ความคิดทางสังคม จิตสำนึก และค่านิยมทางการเมือง

สรุป และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมกรการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรการรับรู้ข่าวสารทาง

การเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีดังต่อไปนี้ 1. ผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรได้รับการสร้างจิตสำนึกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างข้อมูล หรือส่งต่อข้อมูล เพื่อไม่ให้เกิดการบิดเบือนหรือสร้างความโน้มเอียงทางการเมืองจนนำไปสู่ความเกลียดชังในสังคม 2. ผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรศึกษาหาข้อมูลจากหลากหลายช่องทาง เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งทางความคิดของกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งต้องกล้าที่จะสะท้อนการทำงานของนักการเมือง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เห็นผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ 3. ผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรคำนึงเสมอว่าทัศนคติจิตสำนึกที่ดี คือ หัวใจของการสื่อสารทางการเมือง และหัวใจของการสื่อสารทางการเมือง คือ ประชาชน ดังนั้นจึงควรมีการสร้างองค์ความรู้ให้แก่ประชาชนซึ่งจะก่อให้เกิดโลกทรรศน์แก่คนในสังคมนำไปสู่ความคิดทางสังคม จิตสำนึก และค่านิยมทางการเมือง

References

- กายกาญจน์ เสนแก้ว. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร. *การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดสุราษฎร์ธานีรองรับประชาคมอาเซียน (AC) ไตรมาส 2.(30 พฤษภาคม 2565). *ข้อมูลทั่วไปและสภาพเศรษฐกิจจังหวัดสุราษฎร์ธานี.* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา www.oncb.go.th/ONCB_OR8/PublishingImages/Pages/StandartData/ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดสุราษฎร์ธานี.pdf
- เนตรภัทร อ่วมเครือ, วิมลภ รัษฎัตรานนท์. (2562). ทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของประชาชนในตำบลบ้านกุ่ม อำเภอมะนัง จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- เบญจวรรณ คุณวิโรจน์ลักษณ์ , ศุภกิจ อิศดิศัย, อานนท์ ทับเที่ยง. (2563). ปัจจัยที่ช่วยลดการแพร่กระจายข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ : มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.*
- บุรฉัตร จันท์แดง และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.*

ปวันรัตน์ ตรีพจนา และคณะ. (2563). อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าตลาดนัดเซฟวัน จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน*.

ประวีณา พลเขตต์ และเจษฎา ศาลาทอง. (2561). การรับรู้และการรู้เท่าทันสื่อของผู้ชมรายการข่าวก่อนแชร์. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์*.

ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์: กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.อภิไทย สอนทอง และคณะ. (2560). ทศนคติทางการเมืองของประชาชน:ศึกษากรณีจังหวัดเพชรบูรณ์. *การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์*

อดิศร ศักดิ์สูง. (2559). *พลวัตสังคมโลกและสังคมไทย*. สงขลา : นำศิลป์โฆษณา จำกัด