

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง:

กรณีศึกษา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

The Role of Social Media on Political Movements: Case Study

Pranakhon District Bangkok, Thailand

กীরติวรรณ กัลยาณมิตร

Keratiwan Kalayanamitra

วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

College of Politics and Government, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: keratiwan.ka@ssru.ac.th

Received April 19, 2025; **Revised** August 2, 2025; **Accepted** August 13, 2025

Abstract

This research aims to: 1) examine the level of factors influencing the role of social media in political movements; 2) investigate the relationships among the factors influencing the role of social media in political movements; and 3) compare the relationships among variables related to the role of social media in political movements with empirical data, using Phra Nakhon District, Bangkok, as a case study. A quantitative research approach was employed, utilizing multistage sampling from the population across all 12 subdistricts of Phra Nakhon District, resulting in a total of 745 respondents. Data were analyzed using descriptive statistics and Structural Equation Modeling (SEM) to test the relationships among variables. The research findings revealed that: 1) the factors influencing the role of social media in political movements were at a high level; 2) the relationships among the variables ranged from moderate to high; and 3) the proposed model was consistent with the empirical data. In conclusion, social media plays a crucial role in shaping news agendas and encouraging political participation, particularly among young people. Its use strengthens political movements by enabling the rapid and widespread dissemination of information. Therefore, social media is not merely a communication channel but also a tool for generating public interest in political issues, influencing public opinion, and decision-making.

Keywords: role; social media; political movements; political participation

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจระดับปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง 2) ตรวจสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง และ 3) เปรียบเทียบความสัมพันธ์ของตัวแปรของบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมืองในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จากกลุ่มประชากรในเขตพระนครทั้ง 12 แขวง จำนวน 745 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการเคลื่อนไหวทางการเมืองอยู่ในระดับมาก 2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับ ปานกลางถึงมาก และ 3) โมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงได้ข้อสรุปว่า สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดวาระข่าวสารและกระตุ้นการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การเคลื่อนไหวทางการเมืองมีความเข้มแข็งและสามารถกระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางสื่อสาร แต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างกระแสความสนใจในประเด็นทางการเมือง ความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

คำสำคัญ: บทบาท; สื่อสังคมออนไลน์; การเคลื่อนไหวทางการเมือง; การมีส่วนร่วมทางการเมือง

บทนำ

ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นสื่อกลางที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดและส่งเสริมการเคลื่อนไหวทางสังคมและการเมืองทั่วโลก การเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสารที่รวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มเช่น Facebook, Twitter (X), TikTok และ Instagram ไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงวิธีที่ผู้คนติดต่อสื่อสารกับกันและกัน แต่ยังส่งผลกระทบอย่างมากต่อการเคลื่อนไหวทางการเมืองทั่วโลก (Rice et al., 2022; Chaffey, 2024) ความสามารถในการสื่อสารอย่างรวดเร็วและเข้าถึงผู้คนจำนวนมากในเวลาอันสั้น ทำให้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการกระจายข้อมูล ประสานนโยบาย รวมถึงการสร้างแรงกดดันต่อรัฐบาลและองค์กรต่าง ๆ (Poochanachit, 2023) จากกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นในหลากหลายประเทศ เช่น การเคลื่อนไหวทางการเมืองในอาหรับสปริง (Arab Spring) (Massoud et al., 2019) และการประท้วงในฮ่องกง สหภาพเมียนมา หรือแม้ในประเทศไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงพลังของสื่อสังคมออนไลน์ในการเป็นตัวกระตุ้นและเชื่อมโยงผู้คนที่มีความคิดเดียวกันให้เกิดเป็นพลังที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับประเทศไทย สื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่เป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข่าวสารทั่วไป แต่ยังเป็นเวทีที่ผู้คนใช้เพื่อเรียกร้องความยุติธรรม วิพากษ์นโยบายของรัฐ และเสนอแนวทางในการพัฒนาประเทศ (Meeprachsom, 2021) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเคลื่อนไหวทางการเมืองเริ่มมีบทบาทชัดเจนขึ้นตั้งแต่การประท้วง เมื่อปี 2553 และยิ่งทวีความสำคัญขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การเคลื่อนไหวต่าง ๆ เช่น การเรียกร้องการปฏิรูปการศึกษา การต่อต้านนโยบายรัฐที่ขัดต่อสิทธิมนุษยชน และการรณรงค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ล้วนแล้วแต่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างความตระหนักและระดมพลังประชาชน

แม้ว่าการวิจัยในระดับสากลหรือในประเทศจะมีการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างกว้างขวาง แต่ในบริบทของประเทศไทยยังคงมีช่องว่างที่ต้องการการศึกษาเพิ่มเติม

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของผลกระทบที่สื่อสังคมออนไลน์มีต่อการเคลื่อนไหวทางการเมืองในกลุ่มประชากรที่มีความหลากหลาย การศึกษาในอดีตมักมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวม แต่ยังขาดการวิจัยที่ลึกซึ้งในระดับพื้นที่ หรือการศึกษาเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มอายุ เพศ และภูมิภาคที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมิประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายของข้อมูลเท็จและผลกระทบต่อการตัดสินใจทางการเมือง ซึ่งยังไม่ได้ได้รับการศึกษาอย่างครอบคลุม การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยมุ่งเน้นที่การวิเคราะห์บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการเคลื่อนไหวทางการเมืองในประเทศไทย การวิจัยนี้จะเน้นการสำรวจมุมมองและประสบการณ์ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับพื้นที่ เช่น เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางการเมือง ซึ่งมักเป็นเขตพื้นที่ที่มีการเริ่มต้นการชุมนุมอยู่บ่อยครั้ง อาทิ อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ที่ตั้งอยู่ในแขวงบรมนิเวศ (Phramaha Sathit Sutemano (Ratchawong) et al., 2023) ที่มักถูกใช้เป็นจุดนัดหมายการชุมนุมเนื่องจากเป็นเสมือนสัญลักษณ์ของความเป็นประชาธิปไตย แต่เมื่อประชาชนรู้สึกว่าได้ได้รับความไม่เป็นธรรมจากระบบการเมือง อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยจึงเป็นจุดหมายที่สำคัญในการนัดหมายการชุมนุมทางการเมือง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะช่วยให้สามารถเข้าใจถึงกลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทของประเทศไทยมากขึ้น และสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการทางการเมือง อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคต ทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาประเทศไทยในด้านการเมืองและสังคมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจระดับปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง: กรณีศึกษา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง: กรณีศึกษา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของตัวแปรของบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง: กรณีศึกษา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อแนวความคิดของประชาชนที่ส่งผลให้เกิดความคิดแนวร่วมในการเคลื่อนไหวทางการเมือง

ภายใต้สมมติฐานในการวิจัย

- H1: การมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ มีผลเชิงบวกโดยตรงต่อ ความตระหนักทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง ประสิทธิภาพของนโยบายของพรรคการเมือง และมีผลโดยอ้อมต่อการเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์
- H2: ความตระหนักทางการเมือง มีผลเชิงบวกโดยตรงต่อ การมีส่วนร่วมทางการเมือง และมีผลโดยอ้อมต่อการเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์
- H3: ประสิทธิภาพของนโยบายของพรรคการเมือง มีผลเชิงบวกโดยตรงต่อ การมีส่วนร่วมทางการเมือง และมีผลโดยอ้อมต่อ การเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์
- H4: การมีส่วนร่วมทางการเมือง และมีผลโดยตรงต่อ การเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์

ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*power

ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษาประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาตั้งแต่ เดือน กุมภาพันธ์ 2567 ถึงเดือน ตุลาคม 2567 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 8 เดือน

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยในครั้งนี้ใช้การศึกษาทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง ทฤษฎีการเคลื่อนไหวทางการเมือง และทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นทฤษฎีหลักโดยที่การสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นทางการเมืองระหว่างรัฐกับประชาชน รวมถึงการสร้างแรงขับเคลื่อนให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาเดียวกัน และจากทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda-Setting Theory) ของ McCombs and Shaw (1972) ระบุว่าสื่อมีอิทธิพลในการกำหนดว่าประเด็นใดควรได้รับความสนใจจากสาธารณชนผ่านการเสนอข่าวซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) (Katz et al., 1973) เน้นที่บทบาทของผู้รับสารในการเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ทฤษฎีดังกล่าวพบว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการก่อเกิดแนวคิดและพฤติกรรมทางการเมือง

ทฤษฎีทรัพยากรเคลื่อนไหว (Resource Mobilization Theory) (McCarthy & Zald, 1977) ซึ่งว่าการเคลื่อนไหวจะเกิดขึ้นได้เมื่อกลุ่มมีทรัพยากรและสามารถจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในยุคดิจิทัล ทรัพยากรหนึ่งที่สำคัญคือ “ข้อมูลข่าวสาร” ที่สามารถแพร่กระจายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว (Patthananan, 2021) โดยเมื่อประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วจะส่งผลให้เกิดความคิดรวบยอดอย่างรวดเร็วเนื่องจากการเข้าถึงเทคโนโลยีในปัจจุบัน

Civic Voluntarism Model (CVM) โดย Verba et al. (1995) เสนอว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ทรัพยากร เช่น เวลา เงิน และความรู้ 2) แรงจูงใจส่วนบุคคล และ 3) การถูกชักชวนหรือแรงผลักดันจากบุคคลอื่นหรือกลุ่ม (Fanea-Ivanovici & Baber, 2023) เมื่อเป็นไปตามปัจจัยส่งผลให้ประชาชนมีแรงจูงใจในการอยากมีส่วนร่วมทางการเมือง เช่น การแสดงความคิดเห็น การเคลื่อนไหว เป็นต้น

ทฤษฎีกลุ่มผลประโยชน์ (Interest Group Theory) ซึ่งให้เห็นว่าการเมืองในระบบประชาธิปไตยมักถูกขับเคลื่อนโดยกลุ่มต่าง ๆ ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน กลุ่มเหล่านี้พยายามแสวงหาอิทธิพลต่อกระบวนการนโยบายของรัฐผ่านการสื่อสาร การเจรจา และการล็อบบี้ สื่อสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบันกลายเป็นเวทีใหม่สำหรับกลุ่มผลประโยชน์ในการรวมพลัง สร้างความตระหนัก และกดดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย โดยไม่ต้องผ่านกลไกแบบดั้งเดิม (Srichan & Pho Sing, 2023)

สุดท้ายคือ ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation Theory) ซึ่งมุ่งเน้นการให้ประชาชนมีโอกาสเข้ามามีบทบาทในกระบวนการตัดสินใจสาธารณะ โดยเน้นความโปร่งใส การมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม และการสร้างการมีอำนาจร่วม (Arnstein, 1969) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ประชาชนมีโอกาสแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการอภิปราย และเรียกร้องความเปลี่ยนแปลงได้มากขึ้น ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคประชาสังคม (Hofer & Kaufmann, 2022) งานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีหลักมาประยุกต์ใช้

ในการสร้างตัวแปรวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง ที่เน้นบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างรัฐและประชาชน ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร ที่สื่อมีอิทธิพลต่อการสร้างประเด็นความสนใจในสังคม และทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ ที่อธิบายการเลือกใช้สื่อของประชาชนเพื่อตอบสนองความต้องการ นอกจากนี้ ยังนำทฤษฎีการเคลื่อนไหวทางการเมือง และทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชน มาอธิบายกระบวนการที่ประชาชนสามารถเข้ามามีบทบาทและแสดงออกทางการเมืองผ่านการเคลื่อนไหวและการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้ได้ตัวแปรสำคัญ 5 ตัวแปร คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การกำหนดวาระข่าวสาร ความพึงพอใจในการใช้สื่อ การเคลื่อนไหวทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตามดัง ตารางที่ 1 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

Table 1 Variables used in the study

ตัวแปรแฝง (Latent Variable)	ตัวแปรสังเกตได้ (Observable Variable)	อ้างอิง (References)
การมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Usage: SME)	- ความถี่การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน (Frequency of social media usage per day) - ประเภทของเนื้อหาที่มีปฏิสัมพันธ์มากที่สุด (Types of content with the highest engagement) - ระดับความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน (Importance level of social media in daily life) - ความถี่ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นบนสื่อสังคมออนไลน์ (Frequency of interaction with others on social media)	(LaRose & Eastin, 2004; Hongsoong et al., 2023)
ความตระหนักทางการเมือง (Political Activism: PA)	- การเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง (Participation in political activities) - การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Expressing political opinions through social media) - การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนหรือคัดค้านนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Engagement in supporting or opposing policies via social media)	(Delli Carpini & Keeter, 1997; Jitsaeng, 2023)
การมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation: PP)	- การเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง (Participation in political activities) - การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Expressing political opinions through social media) - การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนหรือคัดค้านนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Engagement in supporting or opposing policies via social media)	(Verba et al., 1995; Poochanachit, 2023)
ประสิทธิผลของนโยบายของพรรคการเมือง (Effectiveness of Social Media Campaign of Political Parties: ESMC)	- การรับรู้ถึงประสิทธิผลของนโยบายที่พรรคการเมืองประกาศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Perceived effectiveness of party policies communicated via social media) - ความไว้วางใจในพรรคการเมืองที่แสดงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Trust in political parties through social media) - การยอมรับและเห็นชอบในนโยบายของพรรคการเมือง (Acceptance and approval of political party policies)	(Druckman & Lupia, 2016; Poochanachit, 2023)

ตัวแปรแฝง (Latent Variable)	ตัวแปรสังเกตได้ (Observable Variable)	อ้างอิง (References)
การเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Activism: SA)	- การเผยแพร่และแชร์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม (Sharing and disseminating content related to social movements) - การเข้าร่วมกลุ่มหรือชุมชนออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหว (Joining online groups or communities related to activism) - การระดมทุนหรือสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Fundraising or supporting social activities through social media) - การสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม (Creating content related to social movements) - การมีส่วนร่วมในการอภิปรายหรือการโต้เถียงทางสังคมออนไลน์ (Participating in online debates or social discussions)	(Bennett & Segerberg, 2012; Hongsoong et al., 2023)

กรอบแนวคิดการวิจัย

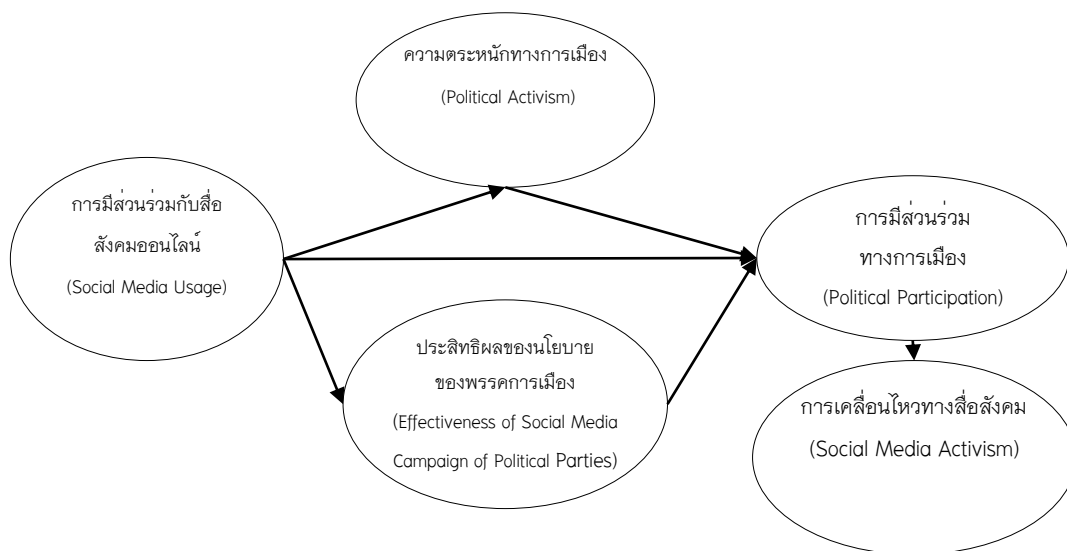


Figure 1 Conceptual framework (Kalayanamitra, 2025)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาครั้งนี้ คือประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพระนคร และมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรับรู้ข่าวสาร หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง ผู้วิจัยทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power ด้วยการกำหนดค่าอิทธิพล (effect size) ระดับปานกลางเท่ากับ 0.3 (Faul et al., 2007), ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (error. Porb) ที่ 0.05 และ ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of the test) $(1-\beta \text{ err prob})$ ที่ 0.8 (Hair et al., 2010) โดยที่งานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) 18 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงกำหนด ค่าองศาอิสระ (Degree of freedom) โดยใช้สูตร $[NI(NI+1)/2-NP]$ (เมื่อกำหนด

NI หมายถึง จำนวนตัวแปรสังเกตได้ และ NP หมายถึง จำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า) ดังนั้นผลจากการคำนวณค่าองศาอิสระของโมเดล เท่ากับ $18 (18+1) / 2 - 23 = 148$ กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้จึงเท่ากับ 745 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดอย่างเหมาะสมและแม่นยำที่สุด ในขั้นตอนแรก ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างพื้นที่ย่อยจากเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) ที่ประกอบด้วย 12 แขวง (National Statistical Office, 2023) ได้กลุ่มตัวอย่างพื้นที่มาทั้งสิ้น สามแขวง ได้แก่ แขวงเสาชิงช้า แขวงบูรพาภิรมย์ และแขวงบวรนิเวศ หลังจากที่ได้กลุ่มพื้นที่ทั้งสามแขวงแล้ว ผู้วิจัยทำการสุ่มครัวเรือนจากพื้นที่ที่เลือกไว้ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) ในแต่ละพื้นที่ที่ได้รับการสุ่มจากขั้นตอนแรก โดยมีการสุ่มครัวเรือนตามอัตราส่วนที่เหมาะสมกับจำนวนประชากรในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้ได้กลุ่มครัวเรือนที่มีการกระจายตัวอย่างสมดุล ผู้วิจัยได้กลุ่มครัวเรือนทั้งสิ้น 1,465 ครัวเรือน ในขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัยทำการสุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจากครัวเรือนที่ได้รับการสุ่มจากขั้นตอนที่สอง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติก่อนทำการสุ่ม คือ 1) เป็นผู้มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป 2) เป็นผู้ที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ และ 3) เป็นผู้ที่มีความสนใจเรื่องการเมือง โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ จนครบจำนวน 745 กลุ่มตัวอย่างที่ได้คำนวณไว้

การรวบรวมข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลผ่านการใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured Questionnaire) ที่ผู้วิจัยออกแบบมาเพื่อวัดปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ตัวแปรดังแสดงในตารางที่ 1) ผู้วิจัยทำการทดสอบ ความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามทดสอบ ด้วยการแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Items Congruency) ตามวิธีของ Rovinelli and Hambleton (1977) ได้ค่าตรวจสอบที่ 0.76 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การทดสอบ หลังจากนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา จำนวน 30 ราย (Try Out) แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1951) ได้ผลการทดสอบที่ .854 จากการทดสอบถือว่าแบบสอบถาม มีความเที่ยงตรงและแม่นยำ ผู้วิจัยจึงนำแบบทดสอบไปใช้จริงในการวิจัยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยวิธี CB-SEM เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศ เพศหญิง ร้อยละ 58.4 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 39.6 และเพศทางเลือก ร้อยละ 2 ด้านอายุส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี ร้อยละ 59.7 รองลงมา มีอายุระหว่าง 35-44 ปี ร้อยละ 22.4 อายุระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 10.3 อายุระหว่าง 45-64 ปี ร้อยละ 5.5 และมีอายุ 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2 ด้านระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น ร้อยละ 58 รองลงมา ระดับมัธยมปลาย ร้อยละ

24.4 ระดับ ปริญาตรี ร้อยละ 10.1 ระดับปวช.-ปวส. ร้อยละ 4.3 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 2.8 ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ลูกจ้าง ร้อยละ 44.4 รองลงมา อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 34.4 อาชีพอิสระ ร้อยละ 14.9 ทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 4.2 และเกษียณอายุ ร้อยละ 2.1 ด้านสถานะทางสมรส พบว่าส่วนใหญ่มีสถานะสมรส ร้อยละ 63.8 รองลงมาไม่มีสถานะ โสด ร้อยละ 21.6 และมีสถานะหม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 14.6 และด้านระยะเวลาในการใช้งานสื่อออนไลน์ต่อวัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้งานมากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน ร้อยละ 36.5 รองลงมาใช้งาน 1-3 ชั่วโมง/วัน ร้อยละ 22.8 ใช้นานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน ร้อยละ 12.9 และใช้งาน ระหว่าง 3-5 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 12.6

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ระดับตัวแปรการมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ (SME) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, SD. = .37) ความตระหนักทางการเมือง (PA) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.34$, SD. = .12) ประสิทธิภาพของนโยบายของพรรคการเมือง (ESMC) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.40$, SD. = .29) การมีส่วนร่วมทางการเมือง (PP) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$, SD. = .32) และการเคลื่อนไหวทางสื่อสังคม (SA) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, SD. = .41)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ในการตรวจสอบความสอดคล้องในโมเดลสมการโครงสร้าง บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมืองในประเทศไทย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ทั้ง 18 ตัวแปร ปรากฏค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในทางบวกทุกคู่ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง .10-.53 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .90 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้มีค่าไม่สูงมากจนอาจทำให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multi collinearity) (Hair et al., 2010) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางสรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

Table 2 Summary table of Pearson correlation coefficients between observed variables.

n=745

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
S1	(.84)	.53**	.35**	.35**	.26**	.22**	.19**	.04**	.15**	.10**	.10**	.29**	.14**	.30**	.19**	.16**	.23**	.10**
S2		(.84)	.45**	.46**	.31**	.24**	.23**	.07**	.20**	.15**	.21**	.30**	.23**	.39**	.23**	.22**	.28**	.12**
S3			(.84)	.48**	.31**	.27**	.22**	.10**	.11**	.19**	.08**	.28**	.15**	.26**	.19**	.19**	.11**	.09**
S4				(.84)	.47**	.25**	.30**	.26**	.25**	.28**	.21**	.37**	.33**	.29**	.22**	.21**	.19**	.21**
P1					(.84)	.47**	.43**	.12**	.23**	.22**	.19**	.31**	.28**	.26**	.19**	.18**	.16**	.10**
P2						(.84)	.43**	.16**	.30**	.25**	.24**	.32**	.17**	.33**	.19**	.17**	.21**	.20**
P3							(.84)	.24**	.29**	.13**	.09**	.19**	.16**	.30**	.26**	.21**	.23**	.13**
E1								(.85)	.47**	.34**	.18**	.23**	.16**	.20**	.30**	.22**	.19**	.25**
E2									(.84)	.39**	.19**	.35**	.22**	.29**	.25**	.28**	.25**	.33**
E3										(.84)	.26**	.30**	.23**	.14**	.13**	.21**	.10**	.27**
PP1											(.85)	.38**	.43**	.19**	.14**	.19**	.18**	.14**
PP2												(.84)	.31**	.31**	.30**	.30**	.21**	.17**
PP3													(.89)	.21**	.10**	.22**	.17**	.12**
SA1														(.84)	.33**	.35**	.34**	.19**
SA2															(.84)	.36**	.30**	.18**
SA3																(.84)	.34**	.26**
SA4																	(.84)	.36**
SA5																		(.85)
$\bar{X}$	3.47	3.46	3.47	3.43	3.41	3.43	3.50	3.35	3.41	3.39	3.30	3.36	3.36	3.46	3.41	3.41	3.43	3.49
S.D.	.49	.50	.46	.51	.48	.49	.51	.50	.44	.46	.49	.50	.52	.48	.47	.47	.49	.48
Min	1.33	1.33	2.33	1.67	1.67	1.33	.167	1.33	1.67	1.33	1.00	1.00	1.00	1.00	1.33	1.33	1.00	1.67
max	5.00	5.00	4.67	5.00	5.00	4.67	5.00	5.00	5.00	4.67	4.67	5.00	5.00	4.67	4.67	5.00	4.67	5.00

หมายเหตุ Frequency of social media usage per day (S1) = ความถี่การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน Types of content with the highest engagement (S2) = ประเภทของเนื้อหาที่มีปฏิสัมพันธ์มากที่สุด Importance level of social media in daily life (S3) = ระดับความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน Frequency of interaction with others on social media (S4) = ความถี่ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นบนสื่อสังคมออนไลน์ Participation in political activities (P1) = การเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง Expressing political opinions through social media (P2) = การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Engagement in supporting or opposing policies via social media (P3) = การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนหรือคัดค้านนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Perceived effectiveness of party policies communicated via social media (E1) = การรับรู้ถึงประสิทธิผลของนโยบายที่พรรคการเมืองประกาศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Trust in political parties through social media (E2) = ความไว้วางใจในพรรคการเมืองที่แสดงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Acceptance and approval of political party policies (E3) = การยอมรับและเห็นชอบในนโยบายของพรรคการเมือง Participation in political activities (PP1) = การเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง Expressing political opinions through social media (PP2) = การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Engagement in supporting or opposing policies via social media (PP3) = การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนหรือคัดค้านนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Sharing and disseminating content related to social movements (SA1) = การเผยแพร่และแชร์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม Joining online groups or communities related to activism (SA2) = การเข้าร่วมกลุ่มหรือชุมชนออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหว Fundraising or supporting social activities through social media (SA3) = การระดมทุนหรือสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Creating content related to social movements (SA4) = การสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม Participating in online debates or social discussions (SA5) = การมีส่วนร่วมในการอภิปรายหรือการโต้เถียงทางสังคมออนไลน์ สัญลักษณ์ ** = ระดับนัยสำคัญที่ .01

ก่อนการตรวจสอบความสอดคล้อง ระหว่างตัวแปรของโมเดลสมการโครงสร้าง บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมืองในประเทศไทย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าความตรงสู่สมบรูณ์ (convergent validity) และความตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) ของตัวแปร ดังตารางที่ 3 แล้วจึงทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลสมการโครงสร้างและดัชนีตรวจสอบความสอดคล้อง ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 3 การทดสอบความตรงสู่สมบรูณ์ และความตรงเชิงจำแนกของตัวแปร

Table 3 Tests of completeness and discriminant validity of variables.

Variable	AVE	C.R.	α	Items	Factor loading
การมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Usage: SME)	0.58	0.73	0.84	S1	0.48
				S2	0.64
				S3	0.64
				S4	0.74
ความตระหนักรู้ทางการเมือง (Political Activism: PA)	0.54	0.70	0.88	P1	0.69
				P2	0.68
				P3	0.62
ประสิทธิผลของนโยบายของพรรคการเมือง (Effectiveness of Social Media Campaign of Political Parties: ESMC)	0.51	0.79	0.84	E1	0.59
				E2	0.76
				E3	0.55
การมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation: PP)	0.75	0.79	0.89	PP1	0.38
				PP2	0.65
				PP3	0.43
การเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Activism: SA)	0.59	0.76	0.85	SA1	0.63
				SA2	0.56
				SA3	0.61
				SA4	0.51
				SA5	0.35

หมายเหตุ AVE: Average Variance Extract, CR.: Composite Reliability, α : Cronbach's alpha

จากตารางที่ 3 การทดสอบความตรงสู่สมบรูณ์ และความตรงเชิงจำแนก ของตัวแปรแต่ละตัวพบว่า ค่า AVE มีค่ามากกว่า .50 และค่า CR. มีค่ามากกว่า .70 ดังนั้นจึงถือว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีความเหมาะสมขององค์ประกอบ (Hair et al., 2010) จึงสรุปได้ว่าตัวแปรทุกตัวมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ของโมเดลสมการโครงสร้าง

Table 4 Coefficients of the structural equation mode

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	ความตระหนักทาง การเมือง (Political Activism: PA)			ประสิทธิผลของนโยบาย ของพรรคการเมือง (Effectiveness of Social Media Campaign of Political Parties: ESMC)			การมีส่วนร่วม ทางการเมือง (Political Participation: PP)			การเคลื่อนไหวทาง สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Activism: SA)		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE
การมีส่วนร่วมกับสื่อสังคม ออนไลน์ (Social Media Usage: SME)	.69**	.69	-	.47**	.47	-	.74**	.33	.40	.59**	-	.59
ความตระหนักทางการเมือง (Political Activism: PA)	-	-	-	-	-	-	.29**	.29	-	.23**	-	.23
ประสิทธิผลของนโยบายของ พรรคการเมือง (Effectiveness of Social Media Campaign of Political Parties: ESMC)	-	-	-	-	-	-	.42**	.42	-	.34**	-	.34
การมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation: PP)	.29**	.29	-	.42**	.42	-	-	-	-	.80**	.80	-
ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)	.47			.62			.74			.64		
χ ² = 150.95, df = 93, Relative χ ² = 1.62, p = .00, GFI = 97, AGFI = 96, CFI = .98, TLI = .97, NFI = .95, RMSEA = .02, RMR = .00												

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าค่าดัชนีขององค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลแต่ละเส้นมีค่าแตกต่าง จาก 0 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05 โดยพิจารณาพบค่า อัตราส่วนวิกฤติ (Critical ratio: C.R.) มากกว่า 1.96 คือมีค่าตั้งแต่ 3.95 – 12.51 จึงสรุปได้ว่า มีความสมเหตุสมผลของขนาดและทิศทางของค่าพารามิเตอร์ที่คำนวณได้ โดยปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ตัวแปรตาม โดยที่สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของ การเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้ร้อยละ 64 และพบว่าโมเดลสมการโครงสร้างที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนี Chi-Square = 103.21, $df = 93$, Relative Chi-Square = 1.62, $p = .00$, $GFI = 97$, $AGFI = 96$, $CFI = .98$, $TLI = .97$, $NFI = .95$, $RMSEA = .02$, $RMR = .00$ (Schumacker & Lomax, 1996)

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์ คือ ด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยมีขนาดอิทธิพลรวม เท่ากับ .80 รองลงมาคือด้านการมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีขนาดอิทธิพลรวม เท่ากับ .59 ด้านประสิทธิผลของนโยบายของพรรคการเมือง โดยมีขนาดอิทธิพลรวม เท่ากับ .34 และด้านความตระหนักทางการเมือง โดยมีขนาดอิทธิพลรวม เท่ากับ .23 เมื่อพิจารณาเส้นทางอิทธิพลพบว่า ด้านการมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อ การเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์ สูงที่สุด

เท่ากับ .59 รองลงมาด้านประสิทธิผลของนโยบายของพรรคการเมือง เท่ากับ .34 และด้านความตระหนักรู้ทางการเมือง เท่ากับ .23

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 จากการวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อ บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง: กรณีศึกษา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าการวิจัยที่มีระดับสูงสุดคือ ด้านการมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมา ด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง ค่าเฉลี่ย 3.45 การเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 3.42 ด้านประสิทธิผลของนโยบายของพรรคการเมือง ค่าเฉลี่ย 3.40 และอันดับสุดท้ายด้านความตระหนักรู้ทางการเมือง ค่าเฉลี่ย 3.34 (Phramaha Phipatpong Wongchalee, 2022) จึงสรุปได้ว่า ประชาชนที่สนใจต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง มักจะมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันดับแรก และการได้รับสื่ออยู่ตลอดเวลา จะส่งผลให้เกิดการอยากมีส่วนร่วมและรับรู้แนวนโยบายทำให้เกิดความชอบ และเป็นแนวร่วมต่อกิจกรรมต่าง ๆ ทางการเมืองในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jinarat (2023) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางความคิดทางการเมือง ความไว้วางใจทางการเมืองกับความรู้ทางการเมือง โดยเฉพาะความไว้วางใจทางการเมืองมีอิทธิพล ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจออกไปและไม่ออกไปเลือกตั้ง 2 สถิติต่อการเลือกตั้งทั้งนี้ นโยบายของพรรคการเมืองก็เป็นเหตุสนับสนุนทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนได้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 5 ตัวแปรได้แก่ การมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ การมีส่วนร่วมทางการเมือง ประสิทธิผลของนโยบายของพรรคการเมือง ความตระหนักรู้ทางการเมือง และการเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์ แสดงให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดของประชาชนด้วยเหตุจากการรับรู้จากทางสื่อออนไลน์เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกร่วมทางการเมือง (Phramaha Thanawat Pariyatmethi & hrakhru Pisanpatthananut, 2025) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chayomchai (2022) ที่กล่าวถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบพหุภาคี ที่ประกอบด้วย กลุ่มที่มีลักษณะอยากมีส่วนร่วมตามสิทธิเสรีภาพที่กฎหมายกำหนด และเกิดกลุ่มที่มีส่วนร่วมทางการเมืองแบบกึ่งทางการ โดยส่งผลให้เกิดการผลักดันตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมในฐานะผู้ตัดสินใจทางการเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันระหว่าง การเริ่มเข้ามีส่วนร่วมจากการรับรู้ข่าวสาร ซึ่งในปัจจุบันมักจะมี การรับรู้จากช่องทางออนไลน์เป็นอันดับต้น และเมื่อประชาชนมีความสนใจมากขึ้นก็มักจะผลักดันตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมในเชิงเคลื่อนไหวมากขึ้น เช่น การร่วมชุมนุมทางการเมือง หรือการลงรับสมัครเลือกตั้งเป็นผู้แทนประชาชนทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ของตัวแปรของ บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางการเมืองในประเทศไทย พบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยที่อิทธิพลจากการมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ เป็นอิทธิพลหลักที่ส่งผลต่อ การเคลื่อนไหวทางสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อิทธิพลการรับข่าวสาร ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมไปในการถูกกลั่นแกล้งทางการเมือง การหาเสียง การชูนโยบายของแต่ละพรรคการเมือง ทำให้เกิดความหวัง ความตั้งใจที่จะเป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบายของพรรคการเมือง ในรูปแบบต่าง ๆ (Wongsuwan et al., 2023a) และเมื่อไม่เป็นไปตามที่หวัง จึงมักจะเกิดการรวมตัวกันต่อต้าน สังขาร นัคหมาย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongsuwan et al. (2023b) ที่พบว่า ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางที่กลุ่มวัยรุ่นใช้อยู่เป็นประจำ จะทำ การนัดหมายเพื่อทำกิจกรรมเคลื่อนไหวทางการเมือง และการศึกษาของ Hongsoong et al. (2023) ที่ศึกษารูปแบบ

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ทั้งในลักษณะปกติและผ่านระบบออนไลน์ในปัจจุบัน และมุ่งแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนที่เป็นผลมาจากความก้าวหน้าของการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทำให้ประชาชนมีช่องทางในการมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความตื่นตัว และความต้องการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมทางการเมือง และภาครัฐได้มีการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมโดยใช้ช่องทางออนไลน์เช่นเดียวกัน โดยช่องทางที่ได้รับความนิยม เช่น Facebook, Twitter (X), TikTok และ Instagram เป็นต้น แม้ว่าสื่อออนไลน์จะทำให้ประชาชน นักการเมือง รัฐบาล มีการสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น แต่การใช้สื่อต่าง ๆ ประชาชนควรมีการบริโภคสื่ออย่างมีวิจารณญาณ วิเคราะห์พิจารณาข่าวสารและส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดประโยชน์และลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในสังคมอีกด้วย

สรุปผล

ผลการวิจัยพบว่าสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อการกระตุ้นและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเยาวชนและกลุ่มประชากรที่มีความสนใจในประเด็นทางสังคมและการเมือง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารในประเด็นทางการเมืองแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่ส่วนกลางในการรวมกลุ่มและสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างผู้ที่มีความคิดหรืออุดมการณ์เดียวกัน มีการนัดหมายกัน ด้วยภาษาเฉพาะที่เป็นที่รู้จักในหมู่สื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้การเคลื่อนไหวทางการเมืองมีความเข้มแข็งและสามารถกดดันหน่วยงานของรัฐหรือผู้มีอำนาจ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่ง ตามวัตถุประสงค์ของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญสำหรับผู้กำหนดนโยบาย นักการเมือง และกลุ่มผู้เคลื่อนไหวทางสังคม ว่าควรใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีกลยุทธ์ในการสื่อสารและกระตุ้นการมีส่วนร่วมทางการเมือง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ควรคำนึงถึงความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายและความสามารถในการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนากลไกการตรวจสอบข้อมูลที่เข้มงวดเพื่อป้องกันการเผยแพร่ข้อมูลเท็จหรือข้อมูลบิดเบือนที่อาจส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจของประชาชนในวงกว้าง การสร้างความรู้และการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้สึกถึงความรับผิดชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีจริยธรรมและมีวิจารณญาณจึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญควบคู่ไปด้วย เพื่อให้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการสนับสนุนประชาธิปไตยและการพัฒนาสังคมในทิศทางที่ดีขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบใหม่โดยชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างบุคคลเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดวาระข่าวสารและสร้างกระแสความสนใจในประเด็นทางการเมืองที่สำคัญของสังคม การกำหนดวาระข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ประชาชนมีการตื่นตัวและมีส่วนร่วมในประเด็นที่อาจไม่เป็นที่สนใจในสื่อกระแสหลัก โดยที่โมเดล (ภาพที่ 2) แสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้เกิด การกำหนดวาระข่าวสาร และ การเข้าถึงข้อมูลแบบไร้ขอบเขต ซึ่งทั้งสองปัจจัยส่งเสริมให้เกิด การเคลื่อนไหวทางการเมืองของประชาชน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน นำไปสู่ ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ เช่น การใช้สื่ออย่างมีจริยธรรม การพัฒนาระบบตรวจสอบข้อมูล และการสร้างการมีส่วนร่วมที่เข้าถึงได้อย่างทั่วถึงในสังคมประชาธิปไตย

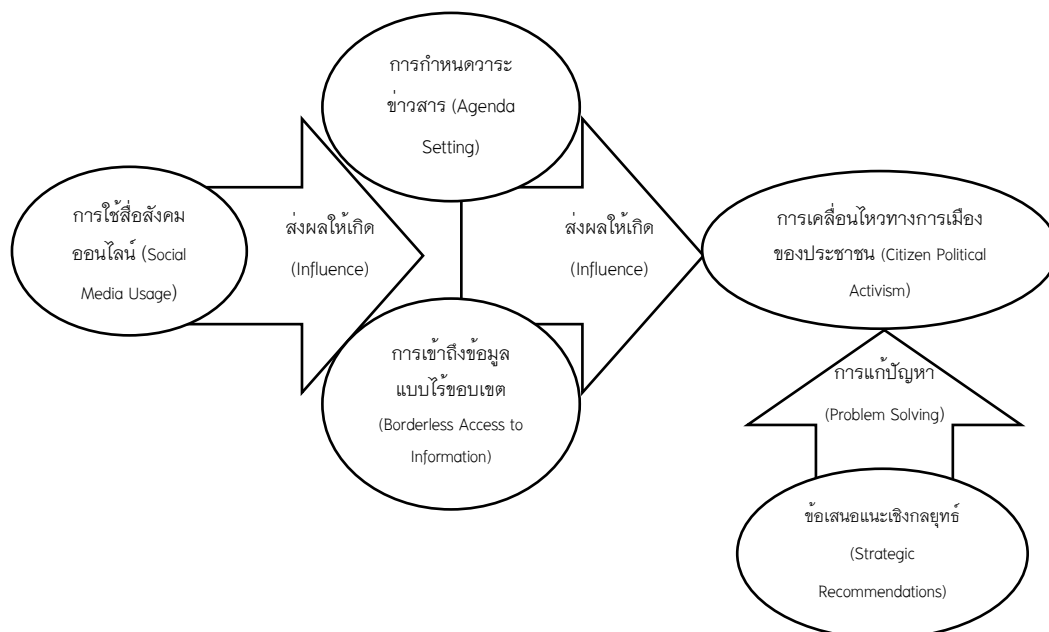


Figure 2 New knowledge from research.

References

- Arnstein, S. (1969) A Ladder of community participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35, 216–224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Bamrungsuk, S. (2021). *Social media and the political movement of the young generation people: The use of Twitter in the political movement of the young generation*[Independent Study, Master of Political Science, Thammasat University].
- Bennett, L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. DOI:10.1017/CBO9781139198752

- Chaffey, D. (2024, January 4). *Global social media statistics research summary 2024*. Smart Insights. <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>
- Chan, D. S. W. (2023). Political resistance in the marketplace: Consumer activism in the Milk Tea Alliance. *Journal of Contemporary Asia*, 54(4), 643–666.
<https://doi.org/10.1080/00472336.2023.2236414>
- Chayomchai, S. (2022). Pyramid culture of political participation. *Thai Research and Management Journal*, 2(1), 112–121. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/TRDMJOPOISU/article/view/252042>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297–334.
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1997). *What Americans know about politics and why it matters*. Yale University.
- Druckman, J. N., & Lupia, A. (2016). Preference change in competitive political environments. *Annual Review of Political Science*, 19(1), 273–295.
- Fanea–Ivanovici, M., & Baber, H. (2023). Using the civic voluntarism model to compare the donation intentions in US and India political crowdfunding. *International Journal of Electronic Governance*, 15(2), 188–201. <https://doi.org/10.1504/IJEG.2023.132366>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191. <https://doi.org/10.3758/bf03193146>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hofer, K., & Kaufmann, D. (2022). Actors, arenas and aims: A conceptual framework for public participation. *Planning Theory*, 22(4), 357–379.
<https://doi.org/10.1177/14730952221139587>
- Hongsoong, W., Suktam, W., & Supsin, J. (2023). Social media with political participation of Thai citizen. *Journal of Computer and Creative Technology*, 1(1), 28–33.
<https://doi.org/10.14456/jcct.2023.5>

- Jinarat, W. (2023). The relationship and influence of political ideology, political knowledge, political trust, and political participation on youth voting behavior in Thailand. *Pikul Journal*, 21(2), 1–27. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/261602>
- Jitsaeng, K. (2023). The use of social media among Thai youths for political communication. *Journal of Contemporary Social Sciences and Humanities*, 10(1), 1–10. <https://jcsh.rsu.ac.th/volume/10/number/1/article/215>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37, 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- LaRose, R., & Eastin, M. (2004). A social cognitive explanation of internet uses and gratifications: toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 48, 358–377. http://dx.doi.org/10.1207/s15506878jobem4803_2
- Massoud, T. G., Doce, J. A., & Magee, C. (2019). Protests and the Arab spring: An empirical investigation. *Polity*, 51(3), 429–465. <http://dx.doi.org/10.1086/704001>
- McCarthy, J.D., & Zald, M. N. (1977). Resource mobilization and social movements: A partial theory. *American Journal of Sociology*, 82(6), 1212–1241.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Meeprachsom, S. (2021). *Communication for social movements in student “flash mob” social* [Master’s Thesis, Sukhothai Thammathirat Open University].
- National Statistical Office. (2023). *Annual report 2023*. National Statistical Office.
- Patthananan, S. (2021). The political strategy of social movements: Centralized or leaderless?. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(12), 401–414. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/250898>
- Phramaha Phipatpong Wongchalee. (2022). Political movements based on new social movements: media, society and change. *Journal of Social Science Panyapat*, 4(3), 275–282. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/>
- PhramahaSathit Sutemano (Ratchawong)., Ounkhaw, S., & Saengchawek, A. (2023). A comparative study of political rallies in Thailand and Sri Lanka. *Journal of Modern Learning Development*, 8(2), 407–421. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/258878>

- Phramaha Thanawat Pariyatmethi., & Phrakhru Pisanpatthananut (Sujin Nantamas). (2025). Political participation in the digital age. *Journal of Buddhist Innovation and Management*, 8(1), 222–233. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/bim/article/view/279420>
- Poochanachit, B. (2023). Social media and political campaigns. *Journal of Buddhist Sociology and Perspective*, 8(2), 204–219. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BSJ/article/view/265175>
- Rice, N. M., Horne, B. D., Luther, C. A., Borycz, J. D., Allard, S. L., Ruck, D. J., Fitzgerald, M., Manev, O., Prins, B. C., Taylor, M., & Bentley, R. A. (2022). Monitoring event-driven dynamics on Twitter: a case study in Belarus. *SN social sciences*, 2(4), 36. <https://doi.org/10.1007/s43545-022-00330-x>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49–60.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Psychology Press.
- Srichan, T., & Pho Singh, P. (2023). Powers of interest groups and policy processes. *Journal of Modern Learning Development*, 8(9), 432–451. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/262288>
- Verba, S., Scholzman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- Wongsuwan, K., Phromlee, S., Maiyarat, K., & Yoorukchat, P. (2023a). The influence of political digital communication era toward the social movement. *Panya*, 30(3), 158–171. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/panya-thjo/article/view/265769>
- Wongsuwan, K., Rajbhandaraks, S., & Suphunchitwana, P. (2023b). Political resistance movement of secondary school students in 2020–2021. *Rajapark Journal*, 17(51), 250–266. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/263330>