

ปริมาณการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้
ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาโทสถาปัตยกรรมศาสตร์ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE AMOUNT OF FACEBOOK USE, POLITICAL COMMENTING BEHAVIOR ON FACEBOOK
AND POLITICAL EFFICACY OF THAI PEOPLE.



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

Common Course

FACULTY OF COMMUNICATION ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปริมาณการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น ทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้ประสิทธิภาพทาง การเมืองของคนไทย
โดย	นายอรรถพร ปานกลัด
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา อัครจันทโชติ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรยุทธ์ สินธุพันธุ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.มารีสา จันทมาศ)

อรรถพร ปานกลัด : ปริมาณการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทย. (THE AMOUNT OF FACEBOOK USE, POLITICAL COMMENTING BEHAVIOR ON FACEBOOK AND POLITICAL EFFICACY OF THAI PEOPLE.) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เฟซบุ๊กในการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของผู้ใช้เฟซบุ๊ก โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางออนไลน์ รวมจำนวนทั้งสิ้น 499 คน แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของประชากร ค่าเฉลี่ยของประชากร และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว นอกจากนี้ยังได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างอีก 8 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง กล่าวคือ บุคคลที่ใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณมาก จะมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กในปริมาณน้อย นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กจะมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารการเมืองแต่ไม่แสดงความคิดเห็น ซึ่งแรงจูงใจทางการเมือง ผลกระทบต่อการแสดงจุดยืนทางการเมือง การโต้แย้งทางการเมือง เสียงส่วนใหญ่ทางการเมือง และความเชื่อมโยงของการรับรู้ความสามารถภายในตนเองมีผลต่อการตัดสินใจแสดงความคิดเห็นหรือไม่แสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารการเมืองในเฟซบุ๊ก

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6280039028 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORD: Facebook use Political comment Political efficacy

Atthaporn Panklad : THE AMOUNT OF FACEBOOK USE, POLITICAL COMMENTING BEHAVIOR ON FACEBOOK AND POLITICAL EFFICACY OF THAI PEOPLE.. Advisor: Asst. Prof. Duang-kamol Chartprasert

The purpose of this research is to study the relationship between the use of Facebook for political news and political efficacy of Facebook users. Data was gathered using online questionnaires given to a sample of 499 Facebook users. Statistical analysis methods including percentage, average, standard deviation, Chi-square, t-test and one way ANOVA were applied in this research. In addition, in-depth interviews of 8 users were conducted.

It was found that the use of Facebook for political news is related to political efficacy. In other words, Facebook users who highly expose to political news tend to have higher political efficacy than those who have lower level of exposure. Besides, it was found that individuals who give opinions on political issues on Facebook have higher political efficacy than individuals who expose to political news without giving comments. Political motivation, impact on political standpoint, political dispute, political majority vote and linkage of Self-efficacy are related to decision to give or not to give opinions on political news on Facebook.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2020

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้คือสัญลักษณ์ของความสำเร็จในชีวิตอีกหนึ่งประการ ที่สะท้อนได้ว่าความเหนียว ความท้อแท้ คือเส้นทางของความสำเร็จที่คุ้มค่า ทั้งนี้ต้องขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ขาติประเสริฐ ที่คอยให้คำปรึกษาตั้งแต่การเลือกหัวข้อวิจัยจนกระทั่งสำเร็จลุล่วง ความเชื่อมั่นที่อาจารย์มีต่อกระผมเป็นแรงขับเคลื่อนที่ดีในการทำงานตลอดมา พร้อมกันนี้กำลังใจของท่านอาจารย์ ดร.มาริสา จันทมาศ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ภายนอก ก็เป็นอีกแรงส่งเสริมหนึ่งที่ทำให้กระผมมีความมั่นใจในตัวเองมากขึ้น นอกจากนี้คำแนะนำของท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จिरยุทธ์ สินธุพันธ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ก็มีส่วนที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้นต้องขอขอบคุณเพื่อนๆที่เรียนปริญญาโทด้วยกันที่คอยช่วยบอกข้อมูลข่าวสาร ทำให้กระผมได้รู้ว่าจะต้องทำอะไร เมื่อไหร่บ้าง โดยเฉพาะพี่กึ่งนางที่เป็นอีกแรงผลักดันหนึ่งให้กระผมมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น นอกจากนี้เพื่อนที่เรียนด้วยกันแล้ว กระผมก็ขอขอบคุณเพื่อนๆภายนอกที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือสนับสนุนกันตลอดทั้งการช่วยทำแบบสอบถาม การให้สัมภาษณ์ การช่วยแปลภาษา และอื่นๆอีกมากมาย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษาทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือในกระบวนการต่างๆของการทำวิทยานิพนธ์ โดยเฉพาะพี่ส้มที่เป็นเจ้าหน้าที่หลักในการดูแลนิสิตระดับปริญญาโทในปีการศึกษาของกระผม และต้องขอบคุณคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยด้วยที่เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่มอบมวลความรู้และประสบการณ์ที่ดี

สุดท้ายนี้ต้องขอขอบคุณครอบครัวผู้อยู่เบื้องหลัง ที่คอยสนับสนุนและคอยสังเกตทุกข์ชั้นของชีวิต จนกระผมได้มีวันนี้

อรรถพร ปานกลัด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฌ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
นิยามตัวแปร	9
บทที่ 2	11
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
1. แนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)	11
2. แนวคิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง (Political Efficacy).....	19
3. แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)	33
4. การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในสื่อโซเชียลมีเดีย	46
บทที่ 3	66
ระเบียบวิธีวิจัย	66
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	66

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	67
การเก็บรวบรวมข้อมูล	70
การวิเคราะห์ข้อมูล	71
บทที่ 4	72
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	72
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น	72
ส่วนที่ 2 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างผู้ที่มีการใช้ เฟซบุ๊กเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่างกัน	75
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นหรือไม่แสดงความคิดเห็น ทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง	82
ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างกลุ่ม ตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน	89
ส่วนที่ 5 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก	96
บทที่ 5	115
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	115
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	115
ข้อเสนอแนะงานวิจัย	125
บรรณานุกรม	128
ภาคผนวก	142
ประวัติผู้เขียน	154

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการเข้าใช้เฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง/วัน กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง	75
ตารางที่ 2	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระยะเวลาในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง/วัน ด้วยวิธีการ LSD.....	76
ตารางที่ 3	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจข่าวทางเฟซบุ๊กที่ต่างกัน	77
ตารางที่ 4	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นต่อเพจข่าวที่เป็นทางการบนเฟซบุ๊กกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง	77
ตารางที่ 5	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความเชื่อมั่นต่อเพจข่าวการเมืองที่เป็นทางการบนเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD.....	78
ตารางที่ 6	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดประสงค์ของการเปิดรับข่าว	78
ตารางที่ 7	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD.....	79
ตารางที่ 8	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการอ่านข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง.....	80
ตารางที่ 9	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของลักษณะการอ่านข่าว	80
ตารางที่ 10	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง.....	81
ตารางที่ 11	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความรู้สึกต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD	81
ตารางที่ 12	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ในปัจจัยด้านแรงจูงใจทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	82

ตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ในปัจจัยด้านผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็น
 ทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง
 ผ่านเฟซบุ๊ก..... 83

ตารางที่ 14 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ในปัจจัยด้านการโต้เถียงทางการเมืองของกลุ่ม
 ตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก..... 84

ตารางที่ 15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ในปัจจัยด้านอิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่ของกลุ่ม
 ตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก..... 85

ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-Square ของความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็น
 ด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้
 ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น กับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง..... 86

ตารางที่ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-Square ของความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็น
 ด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผล
 ต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น กับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง
 87

ตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-Square ของความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็น
 ด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการ
 รับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ กับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง 88

ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-Square ของความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็น
 ด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะ
 สามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้ กับการแสดงความคิดเห็น
 ทางการเมือง 89

ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของกลุ่ม
 ตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่าน เฟ
 ซบุ๊ก 90

ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของกลุ่ม
 ตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน กับ กลุ่มตัวอย่างที่แสดงควม
 คิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน 91

ตารางที่ 22 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็น
 ทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง..... 91

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของพฤติกรรมในการแสดง
 ความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD 92

ตารางที่ 24 สรุปสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด 93



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบซึ่งเป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลเชิงเหตุผลซึ่งกัน และกัน	12
ภาพที่ 2 ความแตกต่างระหว่างการเรียนรู้ความสามารถตนเองและความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น	13
ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ความสามารถตนเองและความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น	14
ภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง	30
ภาพที่ 5 แสดงการเกิดห้องเสียงสะท้อน (echo chamber)	53

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขของประเทศไทยนั้นมาอย่างยาวนานต่อเนื่องและเวียนวนอยู่ในวังวนของการทำรัฐประหารซึ่งนับรวมกันทั้งหมดได้ 13 ครั้ง ตั้งแต่ พ.ศ. 2475 ที่มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากรบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นระบอบประชาธิปไตย เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2563

สำหรับปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่ผ่านมาเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นตั้งแต่การเลือกตั้งในปี พ.ศ.2562 นับเป็นการเลือกตั้งทั่วไปครั้งแรกหลังรัฐประหารในประเทศไทย พ.ศ.2557 ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ซึ่งการเลือกตั้งในครั้งนี้นั้นมีการรับรู้ถึงการเอื้อประโยชน์แก่พรรคการเมืองบางพรรคตั้งแต่การออกแบบระบบการเลือกตั้ง การรณรงค์หาเสียงและการตัดสินของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) รวมไปถึงการเลือกนายกรัฐมนตรีในรูปแบบที่ต่างออกไปจากการเลือกตั้งปี พ.ศ.2554 ที่ใช้อำนาจตามรัฐธรรมนูญฉบับปี พ.ศ.2550 มีเพียง ส.ส. ในสภา 500 คนเท่านั้นที่มีสิทธิ์โหวตรับรองตำแหน่งนายกรัฐมนตรี โดยผู้ที่จ่ารองตำแหน่งนายกรัฐมนตรีได้ต้องได้เสียงสนับสนุน “เกินกึ่งหนึ่ง” ของสภาผู้แทนราษฎร หรือก็คืออย่างน้อย 251 เสียง แต่สำหรับรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2560 ได้เขียนบทเฉพาะกาลไว้ในมาตรา 272 ให้ ส.ว. ทั้ง 250 คน มีสิทธิ์ในการร่วมโหวตเลือกนายกรัฐมนตรีด้วย นั่นหมายความว่าผู้มีสิทธิ์โหวตเลือกนายกฯ จะประกอบไปด้วย ส.ส. จากการเลือกตั้ง 500 คน และ ส.ว. จากการแต่งตั้งอีก 250 คน รวมแล้ว 750 คน ซึ่งแปลว่าผู้ที่จะเป็นนายกรัฐมนตรีในการเลือกตั้งจะต้องได้เสียงสนับสนุนเกินกึ่งหนึ่งของ “สภา ร่วมของ ส.ส. และ ส.ว.” หรือก็คืออย่างน้อย 376 เสียงนั่นเอง

ด้วยเหตุที่เกณฑ์ในการเลือกนายกรัฐมนตรีต่างไปจากเดิม ทำให้เสียงของประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีอิทธิพลน้อยลง จึงอาจเกิดการตั้งคำถามในหมู่ประชาชนได้ว่า นายกรัฐมนตรีอาจไม่ได้มาจากเสียงส่วนใหญ่ของประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งก็อาจส่งผลทำให้ประชาชนบางกลุ่มเริ่มขาดความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง (Internal Political Efficacy) เนื่องจากคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนไม่สามารถเปลี่ยนแปลงระบบการเมืองการปกครองอย่างได้ โดยเฉพาะในกลุ่ม

คนรุ่นใหม่ที่จะมีสิทธิ์ในการเลือกตั้งเป็นครั้งแรก ทั้งนี้ประชาชนเริ่มตั้งคำถามต่อกระบวนการประชาธิปไตยตั้งแต่การเลือกตั้งที่ไม่โปร่งใส ถึงแม้ว่ากระบวนการนับคะแนนในสถานีเลือกตั้งส่วนใหญ่เป็นไปอย่างสุจริต แต่ก็ขาดความโปร่งใสในขั้นตอนการทำตารางคะแนนและการรวมคะแนน นอกจากนี้ การนับคะแนนเลือกตั้งล่วงหน้าไม่ได้มีการเปิดเผยต่อสาธารณะเพียงพอ ซึ่งทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องส่วนใหญ่รู้สึกว่าคุณธรรมการเลือกตั้งลำเอียงเข้าข้างพรรคพลังประชารัฐ เมื่อดูจากการปฏิบัติต่อพรรคพลังประชารัฐเมื่อเทียบกับพรรคอื่น มีการตั้งคำถามต่อรัฐธรรมนูญพุทธศักราช 2560 เนื่องจากบางกลุ่มเห็นว่าเป็นรัฐธรรมนูญที่ประชาชนไม่มีส่วนร่วมและเอื้อต่อการสืบทอดอำนาจของคสช. มีการตั้งคำถามต่อระบบอำนาจนิยม (authoritarianism) ที่เป็นระบอบการเมืองที่มีฐานอยู่บนอุดมการณ์ทางการเมืองแบบเผด็จการชนิดที่ผู้ปกครองสามารถใช้อำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาดเหนือรัฐหรือกลุ่มคนใดๆ ในการดำรงไว้ซึ่งเป้าหมายสูงสุด คือ การรักษาอำนาจของตนโดยมักจะไม่คำนึงถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชน ปิดกั้นการแสดงความคิดเห็นที่เป็นปฏิปักษ์กับผู้นำ ควบคุมสื่อมวลชนผูกขาดการใช้อำนาจและจำกัดการตรวจสอบ (Kurian, 2011) ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นความรู้สึกของคนกลุ่มหนึ่งที่มีต่อรัฐบาลที่ผ่านมา

จากหลักฐานการสำรวจของสวนดุสิตโพล (2563) เรื่องความรู้สึกหลังเลือกตั้งพบว่าผู้คนรู้สึกเบื่อหน่ายเนื่องจากการเมืองมีแต่เรื่องของผลประโยชน์ พวกพ้อง ขาดคุณธรรมและจริยธรรม ส่วนในประเด็นเรื่องการแก้ไขรัฐธรรมนูญซึ่งสำรวจโดยนิด้าโพล (2563) ก็พบว่าผู้คนส่วนใหญ่ไม่เชื่อว่าถ้าแก้รัฐธรรมนูญแล้วจะทำให้การเมืองไทยดีขึ้น ซึ่งจากข้อมูลเหล่านี้ก็สามารถอนุมานได้ว่าคนส่วนใหญ่น่าจะมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองลดลง

ถึงแม้ว่าผู้คนบางส่วนจะมีความรู้สึกต่อการเมืองในระบอบประชาธิปไตยที่ไม่เป็นประชาธิปไตยอย่างแท้จริง แต่ก็ยังมีกลุ่มคนที่มีความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพทางการเมืองและยังยึดมั่นในอุดมการณ์ทางการเมืองแบบเสรีนิยมประชาธิปไตย (Liberal democracy) นำโดยกลุ่มของนักเรียนนักศึกษาและประชาชนทั่วไปออกมาชุมนุมเรียกร้องต่อรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี โดยมี 3 ข้อเรียกร้องหลักได้แก่ 1. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายฯ และองคาพยพ ลาออก 2. รัฐสภาต้องเปิดประชุมวิสามัญทันทีเพื่อรับร่างแก้ไขรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน และ 3. ปฏิรูปสถาบันกษัตริย์ให้อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญตามระบอบประชาธิปไตย ซึ่งการที่มีส่วนพาดพิงถึงสถาบันพระมหากษัตริย์นี้ทำให้ฝ่ายที่ไม่เห็นด้วยกับผู้ชุมนุมออกมาต่อต้านข้อเรียกร้องดังกล่าว จึงทำให้ความขัดแย้งดำรงไปอย่างต่อเนื่องและรุนแรงมากขึ้น อย่างไรก็ตามเหตุการณ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นนี้ล้วนสะท้อนให้เห็นว่าคนไทยจำนวนหนึ่งยังมีความเชื่อมั่นในพลังแห่งการ

เปลี่ยนแปลง และมีความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มักใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารหลัก ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งของการบ่มเพาะความรู้สึกมี ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Milbrath & Goel, 1977) ในครั้งนี้

ความมีประสิทธิภาพทางการเมือง (political efficacy) หมายถึง การมีความรู้สึกว่าการ ดำเนินการทางการเมืองของปัจเจกบุคคลส่งผลกระทบต่อระบบการเมืองหรือไม่ ซึ่งหมายถึงความเชื่อ ว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเป็นสิ่งที่เป็นไปได้และการเปลี่ยนแปลงนั้นสามารถกระทำให้สำเร็จได้ โดยประชาชน หรือก็คือการที่บุคคลมีสำนึกในประสิทธิภาพทางการเมืองของตน (sense of political efficacy) (Rosenbaum อ้างถึงใน สมบัติ อารังธัญวงศ์ (2542)) Prewitt (1968) กล่าวว่า การรับรู้ ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองเป็นความรู้สึกของพลเมืองว่าการกระทำของตนจะส่งผลต่อ ปรากฏการณ์ทางการเมืองหรือเป็นความเชื่อของบุคคลว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคม สามารถเกิดขึ้นโดยการกระทำของตน และสามารถทำให้ผู้มีอำนาจทางการเมืองทำตามที่ต้องการได้

ในระยะแรกนักวิชาการได้โต้เถียงกันถึงการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองเพียงมิติเดียว แต่ ต่อมาจึงมีงานวิจัยที่ได้แบ่งมิติในการศึกษารับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองออกเป็นสองด้านอย่าง ชัดเจนคือ การรับรู้ประสิทธิภาพภายใน (Internal) และการรับรู้ประสิทธิภาพภายนอก (External) โดยการรับรู้ประสิทธิภาพภายในนั้น หมายถึง ความรู้สึกของปัจเจกบุคคลต่อการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสาร และสมรรถนะของตนเองอย่างเพียงพอที่จะเข้าไปทำกิจกรรมหรือมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ ส่วนการ รับรู้ประสิทธิภาพภายนอก หมายถึง ความรู้สึกว่าการเมืองเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการ ของประชาชน (External) (Raffael Heiss and Jorg Matthes อ้างถึงใน Niemi et al. (1991)) นอกจากนี้การรับรู้ประสิทธิภาพภายในและการรับรู้ประสิทธิภาพภายนอกแล้ว การรับรู้ประสิทธิภาพ ของกลุ่ม (Collective Efficacy) ได้ถูกพูดถึงว่าเป็นมิติที่สาม (Lee, 2006) โดยหมายถึง ความรู้สึก ของปัจเจกบุคคลที่มีต่อกลุ่มว่ากลุ่มที่บุคคลมีความเกี่ยวข้องด้วยนั้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทาง การเมืองได้หรือไม่

ความสำคัญของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง คือการส่งผลต่อเนื้อหาให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง ยิ่งบุคคลมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากเท่าไรก็ควรส่งผลให้เกิดการมี ส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้การมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นมีรูปแบบหลากหลาย ทั้งการ ประทับ การชุมนุมและการเดินขบวนของมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญในการต่อสู้ทางการเมืองตาม

กระบวนการประชาธิปไตยที่ช่วยให้ประชาชนสามารถระบายความคับข้องใจและสร้างแรงกดดันต่อนักการเมืองและรัฐบาลให้ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ (Woolman et al., 1999) ผลที่เกิดขึ้นตามมานั้นอาจมีทั้งที่ดีและไม่ดีต่อตนเองและสังคม อย่างเช่นว่า การเกิดขึ้นของการรวมตัวประท้วงและเดินขบวน ซึ่งปลายทางอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้แต่ก็อาจก่อให้เกิดความรุนแรงและความแตกแยกของคนในชาติได้ด้วยเช่นกัน ดังเช่นหลาย ๆ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับการเมืองในประเทศไทยที่ผ่านมา ดังนั้นความสำคัญของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองจึงเปรียบเสมือนกับสารตั้งต้นของการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

ในการที่จะเข้าใจว่าปัจจัยใดให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองในบุคคล จำเป็นต้องทำความเข้าใจในเรื่องของการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ก่อน ซึ่งจากรากฐานแนวคิดเดิมของ Bandura (1997) ได้สรุปว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองหมายถึง ความเชื่อในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานหนึ่งๆ ให้สำเร็จได้หรือไม่ นอกจากนี้จะขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถและทักษะที่บุคคลมีอยู่แล้ว ยังขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความสามารถของบุคคลว่าตนเองมีความสามารถหรือไม่มีความสามารถในการที่จะกระทำ และการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้นสามารถเกิดได้จากประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery experience) การได้เห็นประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious experience) การใช้คำพูดชักจูง (Verbal persuasion) และการกระตุ้นอารมณ์ (Emotional arousal) นอกจากนี้ปัจจัยเหล่านี้แล้วการศึกษาในทางการเมืองพบว่า การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตัวบุคคลอาจเพิ่มขึ้นได้จากความรู้ (Knowledge) และทักษะทางการเมือง (Skill) (Valentino et al., 2009) เพราะการมีความรอบรู้ในเรื่องการเมืองการปกครองและนโยบายจะยิ่งทำให้บุคคลรับรู้ถึงศักยภาพทางการเมืองของตนเองจึงเกิดความกล้าที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น (Carpini & Keeter, 1996) ดังนั้นการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองจึงมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคลด้วย (Political participation) (Rosenberge, , มปป. อ้างถึงในศศิธร ยุวโกศล (2550)) ซึ่งที่ผ่านมา ยังไม่สามารถสรุปได้ว่า ระหว่างการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองตัวแปรใดเป็นเหตุและตัวแปรใดเป็นผล Milbrath and Goel (1977) เห็นว่า การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคลจะมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ถ้าตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงอีกตัวแปรหนึ่งจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะเดียวกันด้วย

ทั้งนี้สื่ออาจเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองโดย อูซานากู สัตยาภินันท์ (2553) พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อโทรทัศน์ที่มีอุดมการณ์

ทางการเมือง ทำให้บุคคลมีข้อมูลความรู้และทำให้บุคคลเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าการกระทำของเขาสามารถส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองหรือบุคคลมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองนั่นเอง นอกจากนี้สื่อโทรทัศน์แล้ว ในปัจจุบันโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ ในการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน การแสดงความคิดเห็น การหาข้อมูลความรู้ การติดตามข่าวสารที่ตนเองสนใจตลอดจนการนัดทำกิจกรรมชุมนุมอย่างเช่น การประท้วงของบรรดาเหล่านักเรียนนักศึกษาที่เป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีมักจะใช้ช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ทั้งในการประชาสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมามีหลักฐานที่บ่งชี้ว่าการใช้สื่อออนไลน์ส่งผลต่อการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้เช่นกัน งานวิจัยเรื่อง Antecedents of internal political efficacy incidental news exposure online and the mediating role of political discussion (Ardèvol-Abreu et al., 2019) จากสหรัฐอเมริกาพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจย่อมส่งผลให้เกิดการโต้เถียงทางการเมืองเกิดขึ้น (Discuss) ซึ่งการโต้เถียงทางการเมืองนี้เองเป็นตัวที่จะทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตัวบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโต้เถียงกันภายในกลุ่มของบุคคลที่ไม่สนิทหรือมีความเห็นไม่ตรงกัน เพราะจะยิ่งทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลจากหลากหลายด้านและจะส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้มากกว่าการโต้เถียงกันภายในกลุ่มคนที่สนิทหรือมีความเห็นตรงกัน ส่วนอีกงานวิจัยหนึ่งคือเรื่อง Social Media Use and Political Participation in China: The Mediating Role of Political Efficacy (Liu, 2017) จากประเทศจีน พบว่า การใช้สื่อโซเชียลมีเดียส่งผลให้เกิดทั้งการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองและภายนอก โดยมีการถกเถียงกัน (Discuss) เป็นตัวกลาง ซึ่งการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองที่เกิดขึ้นนี้จะส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง

กรณีเหตุการณ์อาหรับสปริงเป็นตัวอย่งที่ชี้ให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการเมืองการปกครองระดับประเทศ เมื่อประชาชนได้ใช้ช่องทางของโซเชียลเพื่อนัดรวมกลุ่มกันจึงทำให้เกิดการรวมพลังโค่นล้มผู้นำเผด็จการในอียิปต์ได้ในที่สุด “จากการต่อสู้กับระบอบเผด็จการในโลกอาหรับ หรือ “อาหรับสปริง” การต่อสู้ที่เกิดขึ้นในครั้งนั้นไม่ว่าจะเป็นในตูนีเซียหรือในอียิปต์ ล้วนเป็นภาพสะท้อนที่ดีถึงการต่อสู้ระหว่างฝ่ายเรียกร้องประชาธิปไตยที่มี “สื่อใหม่” เป็นเครื่องมือกับ “รัฐเผด็จการ” ในโลกอาหรับ จนมีคำกล่าวเปรียบเทียบกับ การปฏิวัติอียิปต์ในปี 2554 (ค.ศ.2011) เริ่มต้นบนหน้า Facebook” (สุรชาติ บำรุงสุข, 2562)

กรณีการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทยก็มีให้เห็นกันในหลายกรณี อย่างการเคลื่อนไหวทางการเมืองของกลุ่ม กปปส. ในปี 2556 เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงพลังของโซเชียลมีเดียที่เป็นช่องทางเพื่อนัดชุมนุมออกมาประท้วงของประชาชนจำนวนมาก การลุกฮือของประชาชนเพื่อต่อต้าน พ.ร.บ.นิรโทษกรรม ที่ได้มีการ “ลักไก่” ผ่านสภาผู้แทนราษฎร โดยมีนัยทางการเมืองที่กำลังสั่นคลอนรัฐบาล “นางสาวยิ่งลักษณ์ชินวัตร” โดยการเคลื่อนไหวของชนชั้นกลางและปัญญาชนในครั้งนั้นนอกจากจะมีผู้นำฝ่ายค้านและกลุ่มต่างๆ เป็นผู้จุดประเด็นแล้ว โซเชียลมีเดียอย่าง Facebook ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่ทำให้กระแสการคัดค้านแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง กลายมาเป็นการรวมตัวกันของ “มวลมหาประชาชน” ตามที่คณะกรรมการประชาชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (กปปส.) เรียกขานนั้น มี “โซเชียลมีเดีย” ถือว่าเป็น “พระเอก” หรือ “ตัวชูโรง” ที่ก่อร่างสร้างกระแสปลุกผู้คนในสังคมให้แสดงออกทางการเมืองอย่างเปิดเผยมากขึ้นและมี “ตัวตน” ที่โดดเด่นจนกลายเป็นประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของการเมืองไทย (ชัยนัท สุขไชยะ และชาญชัย จิวจินดา, 2557) เหตุการณ์ทั้งหมดนี้ล้วนแสดงให้เห็นว่าโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เฟซบุ๊กนั้นเป็นพื้นที่ในการบ่มเพาะกระแส หรือความสนใจของคนในสังคม ที่นำไปสู่การขับเคลื่อนหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ในระดับสังคมได้เสมอ

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากคนทั่วโลก และในฐานะที่เป็นสื่อออนไลน์จึงอาจมีคุณสมบัติที่ส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง รวมไปถึงการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองด้วยเนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารที่สะดวก รวดเร็ว และมีความหลากหลายประกอบกับการมีช่องทางในการตอบสนองต่อข่าวสารในหลายลักษณะ ทั้งปุ่มกดแสดงความรู้สึก ปุ่มแชร์ รวมทั้งการแสดงความคิดเห็นอันเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และช่วยเสริมสร้างการรับรู้ประสิทธิภาพของตนเองในเรื่องต่างๆ ได้

เฟซบุ๊กถือเป็นแพลตฟอร์มที่คนไทยใช้มากที่สุด ผลการสำรวจล่าสุดเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2563 พบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากถึง 52 ล้านคน ส่วนแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมที่สุดสำหรับคนไทยได้แก่ Facebook ที่ยังคงมาเป็นอันดับ 1 ตามมาด้วย Youtube และ LINE ซึ่งจะเห็นได้ว่า Facebook ยังครองพื้นที่ในโลกโซเชียลของผู้คนได้อย่างต่อเนื่องทั้งทั่วโลกและในประเทศไทย (We Are Social, 2020) โดยที่ผ่านมามีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊กมากมายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ทั้งนี้สาเหตุที่เฟซบุ๊กเข้ามามีบทบาทในชีวิตเรามากขึ้นนั้นอาจเป็นเพราะเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มทางโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มแรก ๆ ที่เปิดให้มีการสนทนาหรือการแสดงออกในหลาย

รูปแบบ ทั้งการโพสต์ข้อความ การแชร์ข้อมูลข่าวสาร การกดปุ่มถูกใจ การแสดงความคิดเห็น การสร้างกลุ่มหรือแฟนเพจ หรือการส่งข้อความหากันส่วนตัว ทั้งนี้ระบบของเฟซบุ๊กมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กนั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้ตลอดเวลาด้วย ซึ่งนับว่าฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊กมีสิ่งที่รองรับความต้องการของผู้ใช้ค่อนข้างครบถ้วนมากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ จึงยังคงทำให้เฟซบุ๊กได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน

การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในเฟซบุ๊กสามารถสะท้อนภาพความคิดเห็นของคนทุกกลุ่มในสังคมได้ Wittawin.A (2019) ระบุข้อมูลจาก Facebook Audience Insights (2018) ว่าผู้ใช้งานในช่วงอายุ 18-64 ปี ประเทศไทยมีผู้ใช้ Facebook ทั้งหมด 45 ล้านบัญชี โดยสามารถแบ่งออกเป็นผู้ใช้งานเพศชายจำนวน 23 ล้านบัญชี และผู้ใช้งานเพศหญิงจำนวน 22 ล้านบัญชี ซึ่งถือว่ามีอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก สำหรับการเป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองนั้นพบว่ากรณีแพลตฟอร์มหลัก เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการแสดงออกทางการเมืองที่สามารถรองรับกระแสความสนใจทางสังคมและการเมืองของผู้คนในสังคมไทยอย่างมาก (วุฒิพล วุฒิวรพงศ์ และกิงกาญจน์ จงสุขไกล, 2562) นอกจากนี้ในเฟซบุ๊ก ชมรมต่างๆ ล้วนมี“เพจ” (page) หรือ “กลุ่ม” (group) เป็นของตนเอง ไม่เพียงแต่กิจกรรมนักศึกษาเท่านั้น แต่ยังมีกิจกรรมการเมืองในระดับท้องถิ่น ไปจนถึงการเคลื่อนไหวทางการเมืองในระดับโลก (อาทิตย์ สุริยวงค์กุล, 2555)

แม้ว่าในช่วงการชุมนุมของกลุ่มคนที่เรียกตัวเองว่า “คณะราษฎร” ที่ผ่านมา (2563) จะเห็นว่ามีข้อความที่เป็นการรณรงค์ของกลุ่มคนดังกล่าวติดเทรนด์ทวิตเตอร์ในอันดับต้นๆอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความเข้าใจว่าการชุมนุมครั้งนี้ มีคนเห็นด้วยเป็นจำนวนมาก แต่ความจริงปรากฏว่า แฮชแท็ก #16ตุลาไปราชฯประสงค์ ในทวิตเตอร์ ถูกป่นในอัตรา 5 หมื่นทวิตต่อ 26 นาที ส่วนใหญ่เป็นการทวิตเขียนเองแค่ 1.4% คนทวิตมากที่สุด 3 อันดับแรก มีผู้ติดตามหลักสิบ ไม่มีโพสต์เอง แต่รีทวีตนาที่ละ 3-4 ครั้ง (วุฒิชัย อัมพรอร่ามเวทย์, 2563) และเมื่อดูพฤติกรรมการใช้ทวิตเตอร์ของคนไทยจากสถิติในปี 2020 พบว่าสัดส่วนของผู้หญิงที่ใช้ Twitter มีมากขึ้นถึง 78% และผู้ชายลดลงเหลือ 21.9% ซึ่งช่วงวัยที่ใช้งานมากที่สุด ได้แก่ อายุ 16-24 ปี (40%), อายุ 25-34 ปี (26%), อายุ 35-44 ปี (19%), อายุ 45-54 ปี (11%) และอายุ 55-64 ปี (4%) (Matana Wiboonysake, 2020) ซึ่งทวิตเตอร์นั้นเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์อันดับที่ 5 ที่คนไทยใช้มากที่สุด มีผู้ใช้ 55% ขณะที่เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่คนไทยใช้มากที่สุดถึง 94% (We Are Social, 2020) และอัตราส่วนของผู้ชายและผู้หญิงที่ใช้เฟซบุ๊กมีอัตราที่เท่ากันคือ 50% ทำให้อนุมานได้ว่าเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มที่ครอบคลุมประชากรไทยได้มากกว่าทวิตเตอร์และแพลตฟอร์มอื่นๆ นอกจากนี้ยังพบเพิ่มเติมอีกว่า วันที่ 16 ต.ค. 2563 ซึ่ง

เป็นวันที่มีการสลายการชุมนุม ‘คณะราษฎร63’ มีผู้โพสต์ข้อความในช่องทางต่างๆ บนโลกออนไลน์ บนทวิตเตอร์ (Twitter) มีผู้โพสต์อยู่ที่ 40.2 ล้านโพสต์ สูงขึ้น 16% เมื่อเทียบกับวันที่ 15 ต.ค. 2563 ส่วนเฟซบุ๊ก (Facebook) มีผู้โพสต์อยู่ที่ 5.48 ล้านโพสต์ สูงขึ้น 28% เมื่อเทียบกับวันที่ 15 ต.ค. 2563 (พลพัต สาเลยยกานนท์, 2020) เฟอร์เซ็นที่เพิ่มสูงขึ้นมากของเฟซบุ๊กสะท้อนภาพของการตื่นตัวของผู้ใช้งานในภาพกว้างกว่าของทวิตเตอร์มาก จึงมีความน่าสนใจว่าเหตุการณ์ทางการเมือง ประกอบกับการสื่อสารบนเฟซบุ๊กจะส่งผลต่อระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองอย่างไร และไม่ว่าพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่หลากหลายอาจส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกันด้วย

การแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก มีหลายลักษณะซึ่งอาจเกิดขึ้นจากแรงจูงใจต่างๆที่ทำให้ปัจเจกบุคคลแสดงความคิดเห็นหรือหลีกเลี่ยงที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมือง อาทิ การที่ไม่ต้องเผชิญหน้ากันโดยตรง เสี่ยงส่วนใหญ่ในคอมเมนต์ ความต้องการการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ความต้องการการโต้เถียงทางการเมือง อาจนำไปสู่การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กได้ ในขณะเดียวกัน ผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมืองต่อหน้าที่การงานและครอบครัว ความต้องการหลีกเลี่ยงจากการโต้เถียงที่หยาบคายและสร้างความเกลียดชัง หรือแม้แต่เสี่ยงส่วนใหญ่ในคอมเมนต์ก็อาจส่งผลให้บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองได้ ดังนั้นความเป็นไปได้ของพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในเฟซบุ๊กจึงอาจมี 4 ลักษณะคือ การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองแต่ไม่แสดงความคิดเห็น, การแสดงความคิดเห็นในโพสต์ที่มีความเห็นส่วนใหญ่ตรงกันกับตน, การแสดงความคิดเห็นในโพสต์ที่มีความเห็นส่วนใหญ่ขัดแย้งกับตน และ การแสดงความคิดเห็นในทุกๆโพสต์ทั้งที่ตรงและขัดแย้งกับตน ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ว่าลักษณะพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นเหล่านี้จะส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองในระดับที่แตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถามดังต่อไปนี้

1. การใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทยหรือไม่
2. มูลเหตุของพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กมีปัจจัยใดบ้าง

3. ความแตกต่างของพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์ต่อระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของผู้ใช้เฟซบุ๊กแตกต่างกันหรือไม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. งานศึกษาชิ้นนี้จะทำให้เห็นถึงคุณประโยชน์และโทษของการใช้โซเชียลมีเดียโดยเฉพาะเฟซบุ๊กที่ส่งผลในการหล่อหลอมให้ผู้คนมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองและมีวิธีการแสดงออกอย่างหลากหลายแตกต่างกันไป ซึ่งอาจเผยให้เห็นชนวนเหตุที่สำคัญของการออกมาประท้วง เดินขบวน หรือการเข้าร่วมขบวนการขับเคลื่อนทางการเมืองได้โดยมีสื่อเป็นตัวกระตุ้น โดยเฉพาะในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล การรวมกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมืองอาจทำได้ง่ายและบ่อยกว่าในยุคที่ผ่านมา เนื่องจากการสื่อสารที่ไร้ขีดจำกัดจากโซเชียลมีเดีย
2. งานศึกษาชิ้นนี้จะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ในเรื่องการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายใต้บริบทของประเทศไทย ในแง่มุมของสื่อใหม่ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
3. งานศึกษาชิ้นนี้อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่กำลังกังวลใจหรือลังเลใจที่จะแสดงจุดยืนทางการเมืองผ่านช่องทางออนไลน์โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก โดยงานวิจัยจะแสดงให้เห็นถึงข้อแตกต่างของผลลัพธ์ระหว่างกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่กำลังตัดสินใจที่จะแสดงจุดยืนหรือความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์สามารถวางบทบาทหรืออัตลักษณ์ทางการเมืองของตนเองได้ง่ายขึ้น
4. งานศึกษาชิ้นนี้สามารถนำไปใช้ในการเป็นแนวทางเพื่อส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง ผ่านการใช้โซเชียลมีเดียอย่างเช่น เฟซบุ๊กได้

นิยามตัวแปร

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง การที่ผู้คนใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหาทางการเมือง โดยวัดจากปริมาณในการเปิดรับ แหล่งข่าวที่เปิดรับ ความเชื่อถือแหล่งข่าวที่เปิดรับ จุดประสงค์ของการเปิดรับ วิธีการเปิดรับ และความรู้สึกจากการเปิดรับ

พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก หมายถึง ความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่ผู้ใช้เปิดรับผ่านเฟซบุ๊ก โดยมี 4 ลักษณะได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองแต่ไม่แสดงความคิดเห็น, พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองและแสดงความคิดเห็นต่อข่าวหรือโพสต์ที่ความคิดเห็นส่วนใหญ่ตรงกันกับตน, พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองและแสดงความคิดเห็นต่อข่าวหรือโพสต์ที่ความคิดเห็นส่วนใหญ่ขัดแย้งกับตน

และ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองและแสดงความคิดเห็นต่อทุกข่าวหรือโพสต์ไม่ว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่จะตรงกันหรือขัดแย้งกันกับตน

การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง (Political Efficacy) หมายถึง ความเชื่อในความสามารถทางการเมืองของบุคคล ว่าการกระทำของตนเองสามารถส่งผลต่อปรากฏการณ์ทางการเมืองได้



บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปริมาณการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทย” ได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)

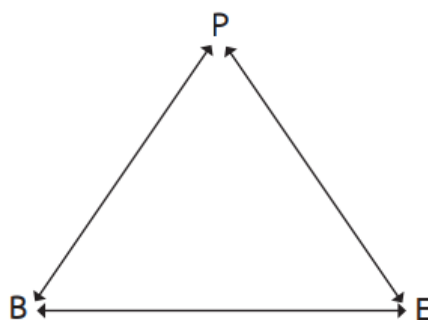
ความเข้าใจในเรื่องการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง (Political Efficacy) นั้น อาจเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ซึ่งจะมีส่วนช่วยอธิบายพื้นฐานของแนวคิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองได้ (อุษานาฏ สัตยาภินันท์, 2553)

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึง ความเชื่อในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานหนึ่งๆ ให้สำเร็จได้หรือไม่ การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวกำหนดถึงระยะเวลา ระดับความอดทน ระดับความพยายาม และการแสดงออกเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ท้าทาย การที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งได้สำเร็จหรือไม่ นอกจากจะขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถ และทักษะที่บุคคลมีอยู่แล้ว ยังขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ว่าตนเองมีความสามารถหรือไม่มีความสามารถในการกระทำได้ กล่าวคือ บุคคลที่มีความสามารถ อาจไม่ประสบความสำเร็จในการทำงาน หากบุคคลนั้นคิดว่าตนเองไม่มีความสามารถ หรือมีการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่ถูกต้อง จึงอาจกล่าวได้ว่าการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถของตนเองนั้นมีความสำคัญเท่ากับความสามารถ หรืออาจจะมีสำคัญมากกว่าความสามารถก็ได้ (Bandura, 1997)

ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถตนเอง พัฒนามาจาก ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Learning Theory: SCT) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาเทคนิค การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ทฤษฎีนี้พัฒนาโดยนักจิตวิทยา ชาวแคนาดา Albert Bandura โดย Bandura ศึกษาความเชื่อของบุคคลเรื่องความสามารถในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความสามารถตนเอง (Self-efficacy) ซึ่งมีอิทธิพลที่จะช่วยให้บุคคลปฏิบัติตนเฉพาะอย่างได้ พื้นฐานแนวคิดที่เกี่ยวกับการรับรู้

ความสามารถของตนเองนั้น Bandura เชื่อว่าในการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์จะต้องวิเคราะห์เงื่อนไขและสิ่งเร้าที่จะมาเสริมแรงให้เงื่อนไขนั้นคงอยู่พฤติกรรมการเรียนรู้ของมนุษย์จึงเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ขององค์ประกอบหลายอย่างโดยมีพันธุกรรม สภาพแวดล้อม สังคม ประสบการณ์ความสามารถเฉพาะตัวของบุคคลผสมผสานกันซึ่งยากแก่การตัดสินว่าพฤติกรรมนั้นๆเกิดจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งถ้าหากบุคคลมีการรับรู้ความสามารถตนเอง (perceived self-efficacy) และคาดหวังในผลลัพธ์ของการปฏิบัติ (outcome expectations) เขาจะแสดงซึ่งพฤติกรรมนั้นให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด (ภาสิต ศิริเทศ และ ณพวิทย์ ธรรมสีหา, 2561)

สาเหตุของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตามแนวคิดพื้นฐาน ของทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม นั้น Bandura มีความเชื่อว่าพฤติกรรมไม่ได้เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยทางสภาพแวดล้อมแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่มีปัจจัยส่วนบุคคลร่วมด้วยและการร่วมของปัจจัยส่วนบุคคลนั้นจะต้องร่วมกันในลักษณะที่กำหนดซึ่งกันและกันกับปัจจัยทางด้านพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเรียกว่า Reciprocal Determinism ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบซึ่งเป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลเชิงเหตุผลซึ่งกันและกัน

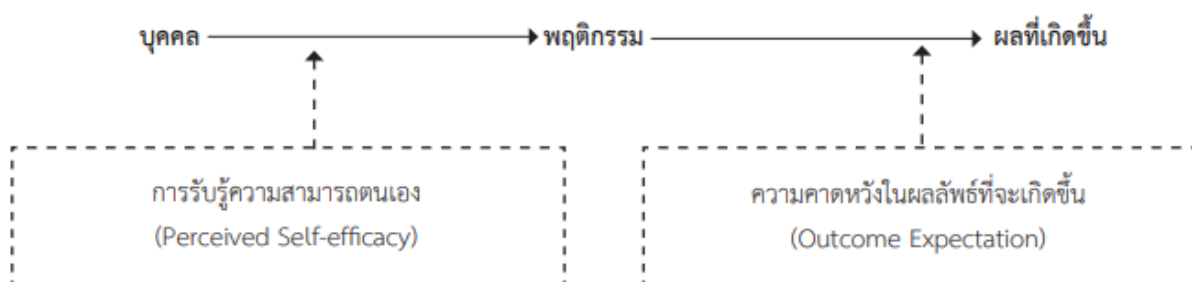
ที่มา Bandura, 1997

ปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ B คือ พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง P คือ องค์ประกอบของบุคคล และ E คือ องค์ประกอบของสิ่งแวดล้อม ที่ทำหน้าที่กำหนดซึ่งกันและกันนั้น ไม่ได้หมายความว่าทั้ง 3 ปัจจัยนั้นจะมีอิทธิพลในการกำหนดซึ่งกันและกันอย่างเท่าเทียม บางปัจจัยอาจมีอิทธิพลมากกว่าอีกปัจจัยและอิทธิพลของปัจจัยทั้ง 3 นั้นไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกันหากแต่ต้องอาศัยเวลาในการที่ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งจะมีผลต่อการกำหนดปัจจัยอื่นๆ จากแนวคิดพื้นฐานดังกล่าวทฤษฎีปัญญาสังคมของ Bandura จึงได้เน้นแนวคิด 3 ประการได้แก่

1. แนวคิดการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning)
2. แนวคิดการกำกับตนเอง (Self - regulation)
3. แนวคิดการรับรู้ความสามารถตนเอง (Self - efficacy)

แนวคิดการรับรู้ความสามารถตนเอง ประกอบด้วย ความคาดหวังในความสามารถของตนเอง และความคาดหวังในผลของการกระทำ ในระยะแรกปีค.ศ.1977 Bandura เสนอแนวคิดของความคาดหวังในความสามารถตนเอง (Efficacy-Expectation) โดยให้ความหมายว่าเป็นความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของตนในลักษณะที่เฉพาะเจาะจง และความคาดหวังนี้เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรม ต่อมาปี ค.ศ. 1986 ได้ใช้คำว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-Efficacy) โดยให้คำจำกัดความว่า เป็นการที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง ที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากแนวคิดดังกล่าว Bandura ได้พัฒนาและทดสอบ ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถตนเอง (Self-efficacy) โดยมี สมมติฐานของทฤษฎีคือ ถ้าบุคคลมีการรับรู้หรือมีความเชื่อในความสามารถตนเองสูงและเมื่อทำแล้วจะได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มจะปฏิบัติดังภาพที่ 2



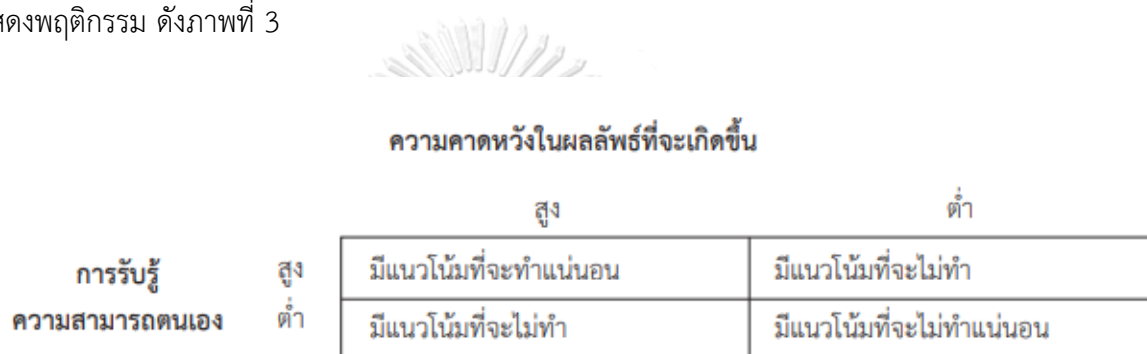
ภาพที่ 2 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ความสามารถตนเองและความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น
ที่มา Bandura, 1997

จากโครงสร้างของทฤษฎีแสดงให้เห็นองค์ประกอบ ที่สำคัญ ดังนี้

1) การรับรู้ความสามารถตนเอง (Perceived Self-Efficacy) หมายถึง การตัดสินใจความสามารถของตนเองว่า จะสามารถทำงานได้ในระดับใด หรือเป็นความเชื่อของบุคคล เกี่ยวกับความสามารถในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต ความเชื่อในความสามารถตนเองพิจารณาจาก ความรู้สึก ความคิด การตั้งใจ และพฤติกรรม

2) ความคาดหวังของผลลัพธ์ (Outcome Expectation) หมายถึง ความเชื่อที่บุคคลประเมินค่าพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่จะปฏิบัติอันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ เป็นการคาดหวังในสิ่งที่จะเกิดขึ้นสืบเนื่องจากพฤติกรรมที่ได้กระทำ

โดยองค์ประกอบทั้ง 2 ข้างต้น ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังผลลัพธ์มีผลต่อการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ กล่าวคือ หากบุคคลมีการรับรู้ความสามารถตนเองและมีความคาดหวังของผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นสูงทั้งสองด้าน จะทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างแน่นอน แต่ถ้ามีเพียงด้านใดสูงหรือต่ำบุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะไม่แสดงพฤติกรรม ดังภาพที่ 3



		ความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น	
		สูง	ต่ำ
การรับรู้ ความสามารถตนเอง	สูง	มีแนวโน้มที่จะทำแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำ
	ต่ำ	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำ	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำแน่นอน

ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถตนเองและความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น
ที่มาจาก Bandura, 1997

Bandura (อ้างถึงใน ภาสิต ศิริเทศ และ ฌพวิทย์ ธรรมสีหา, 2561) ได้เสนอวิธีการสร้างให้เกิดการรับรู้ความสามารถแห่งตนเอง รวม 4 วิธีดังนี้

1. ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery experience) Bandura เชื่อว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถตนเอง เนื่องจากเป็นประสบการณ์โดยตรง ความสำเร็จที่ทำให้เพิ่มการรับรู้ความสามารถตนเองนั้นจำเป็นต้องฝึกให้บุคคลมีทักษะเพียงพอที่จะประสบความสำเร็จพร้อม ๆ กับการทำให้บุคคลได้รับรู้ว่าเขามีความสามารถที่จะทำได้เช่นนั้น ซึ่งจะช่วยให้บุคคลใช้ทักษะที่ได้รับการฝึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบุคคลที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถจะไม่ยอมแพ้อะไรง่าย ๆ แต่จะพยายามทำงาน ต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

2. การได้เห็นประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious experience) โดยการใช้ตัวแบบ (Modeling) การได้สังเกตตัวแบบที่มีความซับซ้อน และได้รับผลกรรมที่พึงพอใจ จะทำให้ผู้สังเกตเรียนรู้ว่าคุณมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ถ้ามีความพยายามไม่ย่อท้อ ทั้งนี้สามารถ

จำแนกตัวแบบออก เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตัวแบบที่มีชีวิตและตัวแบบสัญลักษณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ตัวแบบที่มีชีวิต (Live model) ได้แก่ บุคคลในครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลทั่วไปที่ผู้สังเกตสามารถติดต่อสัมพันธ์ได้ การเสนอตัวแบบวิธีนี้ต้องระมัดระวังผลที่เกิดจากพฤติกรรมของตัวแบบที่อาจจะทำให้มีการเรียนรู้จากตัวแบบที่ไม่ถูกต้อง

2.2 ตัวแบบสัญลักษณ์ (Symbol model) เป็นภาพตัวแบบในสื่อสารมวลชนทั้งหลายเช่น ภาพยนตร์โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ หนังสือ คอมพิวเตอร์ เทปบันทึกเสียง หุ่นกระบอก หรือ การ์ตูน เป็นต้น ซึ่งเป็นการเตรียมเรื่องราวของตัวแบบไว้แล้ว ทำให้มีผลดีในการเน้นจุดสำคัญของการแสดงพฤติกรรม และสิ่งที่สำคัญคือสามารถควบคุมพฤติกรรมและผลกระทบของตัวแบบได้ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ได้ทั้งกิจกรรมรายบุคคลหรือ กลุ่มบุคคล และใช้ได้หลายครั้งเท่าที่ต้องการ

3. การใช้คำพูดชักจูง (Verbal persuasion) เป็นการบอกว่าบุคคลมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ซึ่งเป็นวิธีที่ค่อนข้างใช้ง่ายและใช้กันทั่วไป Bandura กล่าวว่า การใช้คำพูดชักจูงเพียงอย่างเดียวไม่ค่อยได้ผลมากนักในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถตนเองให้ได้ผล ควรใช้ร่วมกับการทำให้บุคคลมีประสบการณ์ของความสำเร็จ

4. การกระตุ้นอารมณ์ (Emotional arousal) การกระตุ้นทางอารมณ์มีผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในสภาพที่ถูกข่มขู่ในการตัดสินใจถึงความวิตกกังวลและความเครียดของบุคคลนั้น บางส่วนจะขึ้นอยู่กับการกระตุ้นทางสรีระ การกระตุ้นที่รุนแรงทำให้เกิดการกระทำที่ไม่ค่อยได้ผลดี บุคคลจะคาดหวังความสำเร็จเมื่อบุคคลไม่ได้อยู่ในสภาพการณ์ที่กระตุ้นด้วยสิ่งที่ไม่พึงพอใจ ความกลัวจะกระตุ้นให้เกิดความ กลัวมากขึ้น บุคคลจะเกิดประสบการณ์ของความล้มเหลว อันจะทำให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ

กระบวนการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy Activated Processes) จะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลซึ่งกระบวนการรับรู้ดังกล่าวมี 4 ประการดังต่อไปนี้ (Bandura, 1994 อ้างถึงใน อุษานาฏ สัตยาภินันท์, 2553)

1. กระบวนการทางปัญญา (Cognitive process) การรับรู้ความสามารถตนเองมีผลต่อกระบวนการทางปัญญาหลายรูปแบบ พฤติกรรมของบุคคลส่วนมากมีจุดมุ่งหมายที่ถูกกำกับไว้ล่วงหน้า การตั้งเป้าหมายของบุคคลมักจะได้รับอิทธิพลจากการประเมินความสามารถของตนเอง คน

ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูงจะตั้งเป้าหมายที่สูงและท้าทายมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายมากกว่าคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับต่ำ โดยรูปแบบพฤติกรรมส่วนใหญ่มีกรีเริ่มจากรูปแบบการคิด ซึ่งเป็นการคิดสร้างสภาพการณ์ล่วงหน้าและย้อนทบทวน บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะสร้างภาพแห่งความสำเร็จ สิ่งนี้จะช่วยแนะแนวทางและสนับสนุนการกระทำ ส่วนบุคคลที่สงสัยในความสามารถของตนเองจะสร้างภาพความล้มเหลวไว้ล่วงหน้า กระบวนการคิดจึงทำให้บุคคลทำนายเหตุการณ์และพัฒนาแนวทางที่จะควบคุมสิ่งที่จะมีผลต่อการดำรงชีวิตของตนเอง ในสภาพการณ์เรียนรู้ บุคคลมุ่งเน้นไปที่ความรู้ของตนเองที่จะแสดงความคิดเห็น เพื่อรวบรวมปัจจัยต่างๆ นำไปสู่การตรวจสอบ โดยบุคคลจะพิจารณาการประเมินตนเองอีกครั้งจากผลการกระทำระยะสั้นและระยะยาว จดจำปัจจัยต่างๆ ที่ถูกตรวจสอบและจำว่าตนเองทำงานให้ได้ดีได้อย่างไร

การเผชิญกับสภาพการณ์ที่มีความกดดัน อุปสรรคหรือล้มเหลว บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำจะมีความคิดวิเคราะห์ที่เอาแน่นอนอะไรไม่ได้ เกิดความพึงพอใจตนเองในระดับต่ำและคุณภาพการทำงานจะด้อยลง ในทางตรงกันข้าม บุคคลที่รับรู้ความสามารถของตนเองในระดับสูง จะตั้งเป้าหมายที่ท้าทายและใช้การคิดวิเคราะห์ที่ดีในการที่จะบรรลุผลสำเร็จ

2. กระบวนการจูงใจ (Motivational process) การจูงใจของบุคคลส่วนใหญ่อยู่ในรูปของกระบวนการคิด บุคคลจะมีการจูงใจตนเองและชี้แนะการกระทำของตนเองด้วยการคิดล่วงหน้า บุคคลจะสร้างความเชื่อจากความคิดว่าตนเองสามารถทำอะไรได้ และมีความคาดหวังถึงผลการกระทำ บุคคลจะตั้งเป้าหมายและวางแผนการกระทำของตนเอง

รูปแบบการจูงใจทางความคิดมี 3 ลักษณะ คือการระบุงสาเหตุ การคาดหวังผลและเห็นคุณค่า และการตั้งเป้าหมาย ซึ่งการรับรู้ความสามารถของตนเองจะมีบทบาทต่อการจูงใจทางความคิดทั้งสามลักษณะ ดังนี้

- ก. การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อการระบุงสาเหตุ คนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง จะอ้างสาเหตุของความล้มเหลวของตนเองว่าเกิดจากการขาดความพยายาม คนที่เชื่อว่าตนเองไม่มีความสามารถก็จะอ้างสาเหตุของความล้มเหลวนี้ว่าเกิดจากตนเองไม่มีความสามารถจึงล้มเหลว การระบุงอ้างสาเหตุนี้เป็นสาเหตุหนึ่งที่มีผลต่อการจูงใจ การกระทำและปฏิกิริยาอารมณ์ โดยผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

- ข. การคาดหวังผลและเห็นคุณค่า แรงจูงใจถูกควบคุมโดยการคาดหวังผลจากการกระทำ แต่แต่ละบุคคลจะกระทำพฤติกรรมภายใต้ความเชื่อที่ว่าตนเองสามารถทำอะไรได้และความเชื่อในผลที่เกิดจากการกระทำ ซึ่งนั่นทำให้อิทธิพลของการคาดหวังผลและเห็นคุณค่าจะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลกระทำพฤติกรรม แต่ส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับการรับรู้ความสามารถของตนเอง
- ค. ด้านการตั้งเป้าหมาย บุคคลจะตั้งเป้าหมายที่ท้าทายและประเมินผลย้อนกลับจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ การตั้งเป้าหมายที่ท้าทายจะทำให้แรงจูงใจเพิ่มขึ้นและยังคงมีอยู่เป้าหมายต่างๆจะมีอิทธิพลต่อบุคคลผ่านกระบวนการภายในตนเองมากกว่าจะเป็นการควบคุมแรงจูงใจและพฤติกรรมโดยตรง แรงจูงใจนั้นจะมีพื้นฐานมาจากการตั้งเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเปรียบเทียบทางปัญญา โดยการทำให้เกิดความพึงพอใจในตนเองจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ พฤติกรรมของบุคคลจะมีทิศทางและสร้างแรงจูงใจเพื่อยังคงใช้ความพยายามต่อไปจนกระทั่งบรรลุเป้าหมาย บุคคลจะพึงพอใจในตนเองในการบรรลุเป้าหมายที่มีคุณค่าและส่งเสริมให้ตนเองใช้ความพยายามมากขึ้น โดยการไม่พอใจกับการกระทำที่ต่ำกว่ามาตรฐาน แรงจูงใจจากเป้าหมายหรือมาตรฐานส่วนบุคคลจะได้รับผลมาจากอิทธิพลในตนเอง 3 ประเภท คือ การพึงพอใจและไม่พึงพอใจตนเองจากการกระทำ การรับรู้ถึงความสามารถของตนเองในการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และ การปรับปรุงการตั้งเป้าหมายด้วยกระบวนการของตนเอง

3. กระบวนการทางความรู้สึกและอารมณ์ (Affective process) การรับรู้ความสามารถของตนเอง จะมีผลต่อความเครียดและความกดดันเมื่อบุคคลเผชิญกับสภาพการณ์ที่ลำบากมีอุปสรรค และผลต่อระดับแรงจูงใจ บุคคลที่เชื่อในความสามารถของตนเองจะสามารถควบคุมความเครียดที่จะทำให้เกิดความวิตกกังวลได้ แต่คนที่เชื่อว่าตนเองไม่มีความสามารถจะมีความวิตกกังวลสูงและมองว่าสภาพแวดล้อมที่เขาอยู่เต็มไปด้วยอันตราย และมีความวิตกกังวลกับสิ่งต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ความวิตกกังวลไม่เพียงแค่อันตรายที่ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรม แต่ยังได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความสามารถด้านการควบคุมความคิดที่รบกวนด้วย การรับรู้ความสามารถด้านการควบคุมความคิดเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะควบคุมความคิดอันก่อให้เกิดความเครียดและความกดดัน ทั้งการรับรู้ความสามารถในการจัดการและการควบคุมความคิดต่างทำงานร่วมกันที่จะช่วยลดความวิตกกังวลและพฤติกรรมหลีกเลี่ยง

4. กระบวนการเลือก (Selection process) การรับรู้ความสามารถของตนเองจะมีผลต่อการเลือกกระทำพฤติกรรม โดยบุคคลจะเลือกกระทำในสถานการณ์ที่เขาเชื่อว่าเขาทำได้ และหลีกเลี่ยงสถานการณ์หรือกิจกรรมที่บุคคลเชื่อว่าเกินความสามารถของตนเอง บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูงจะเลือกงานที่มีลักษณะท้าทาย ส่วนบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำต้อยจะทอดทิ้ง หลีกเลียงงาน เป็นการปิดโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง

จากกระบวนการต่างๆ ในการรับรู้ความสามารถของตนเองข้างต้น จะเห็นว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองจะมีผลต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลได้จำเป็นต้องผ่านกระบวนการทางปัญญาเสียก่อน แล้วเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางปัญญาจึงจะเป็นผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลตามการตัดสินใจของตนเอง โดยความสามารถนี้ (Efficacy) ต้องอาศัยทักษะผสมผสานร่วมกันทั้งทักษะทางปัญญา สังคมและพฤติกรรม ซึ่งจะทำให้เกิดรูปแบบพฤติกรรมตามสถานการณ์เฉพาะนั้นๆ และการรับรู้ความสามารถของตนเองนี้จะไม่ได้อันตรึงอยู่กับทักษะที่บุคคลมีอยู่ในขณะนั้น หากแต่ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของบุคคลว่าเขาสามารถทำอะไรได้ด้วยทักษะที่เขาที่มีอยู่ (Bandura, 1986)

จากที่ Bandura ได้อธิบายถึงกระบวนการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy Activated Process) ที่ผ่านมามีงานศึกษาพบว่า Social media มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ได้ โดย Boahene et al. (2019) และ Ineson et al. (2013) ให้คำอธิบายว่า โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการเข้าถึงความรู้ (Knowledge) และเป็นตัวช่วยแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหา (Solution to Problem) ซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการทางปัญญา (Cognitive process) คือ บุคคลจะสามารถประเมินความสามารถของตนเองกับเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ได้จากข้อมูลที่อยู่ในโซเชียลมีเดีย ทั้งยังจะก่อให้เกิดกระบวนการจูงใจ (Motivational process) เพราะเมื่อประเมินระดับความสามารถของตนเองได้แล้วบุคคลจะสร้างความเชื่อจากความรู้ของตนเองว่าตนเองสามารถที่จะทำอะไรได้ และมีความคาดหวังถึงผลการกระทำซึ่งจะทำให้เกิดการตั้งเป้าหมายและวางแผนการกระทำต่อไป

นอกจากนี้โซเชียลมีเดียยังทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงข้อมูลในระดับที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ จัดระเบียบและรวบรวมองค์ความรู้ของตนเองได้อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้ที่มีประสิทธิผลและช่วยเพิ่มระดับความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของนักเรียนเองได้ (Evans,

2014) จากงานวิจัยของ Huang and Zhang (2020) พบว่า การใช้โซเชียลมีเดียมีผลต่อระดับความตั้งใจในการประกอบธุรกิจของเหล่านักเรียนนักศึกษาเนื่องจากทำให้ระดับของการรับรู้ความสามารถของตนเองเพิ่มสูงขึ้น โดยผลวิจัยชี้ให้เห็นว่า นักเรียนนักศึกษาจะมีความต้องการที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจมากขึ้นเมื่อพวกเขาใช้โซเชียลมีเดียในการหาข้อมูลในการทำธุรกิจและใช้โซเชียลมีเดียในการสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่นซึ่งจะช่วยให้ระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองมีเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ Bandura ที่เสนอวิธีการสร้างให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง เนื่องจากปฏิสัมพันธ์บนโซเชียลมีเดียเอื้อให้เกิดการได้เห็นหรือรับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious experience) จากตัวแบบที่มีชีวิต (Live model) ไม่ว่าจะเป็นบุคคลในครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลทั่วไปที่เคยมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจมาก่อน ซึ่งจะเชื่อมโยงให้เกิดกระบวนการเลือก (Selection process) กล่าวคือเมื่อเกิดการรับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่นจะทำให้บุคคลเลือกกระทำในสถานการณ์ที่เชื่อว่าทำได้และหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่เชื่อว่าเกินความสามารถของตน ซึ่งเมื่อผู้ใช้โซเชียลมีเดียมีการรับรู้ความสามารถในตนเองมากขึ้นความคาดหวังในการได้รับผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจงก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ประสบการณ์ของผู้ใช้งานจะกระตุ้นให้เกิดการใช้งานต่อไป (Eastin & LaRose, 2000) และนี่เป็นผลมาจากความเชื่อชาญเชิงรุก ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะค่อยๆ เชื่อชาญงานที่ซับซ้อนขึ้นเรื่อยๆ (Bandura, 1986)

จากร่องรอยของงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าการใช้โซเชียลมีเดียส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ทำให้ผู้วิจัยคาดหมายได้ว่าในฐานที่แนวคิด Self-Efficacy เป็นรากฐานของแนวคิด Political Efficacy นั้น การใช้สื่อโซเชียลมีเดียจะส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้เช่นเดียวกัน

2. แนวคิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง (Political Efficacy)

2.1 ความหมายของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

Campbell et al. (1954) ได้นิยามความหมายของความรู้สึกมีสมรรถนะทางการเมืองว่าเป็นความเชื่อที่ว่ากระทำทางการเมืองของบุคคลมีผลหรือสามารถมีผลต่อกระบวนการทางการเมือง และความรู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมเป็นสิ่งที่เป็นไปได้โดยที่พลเมืองแต่ละคนสามารถมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงนั้น

Easton and Dennis (1967) ได้สรุปว่าการที่จะวิเคราะห์ว่าบุคคลใดมีความรู้สึกมีสมรรถนะทางการเมืองมากน้อยนั้น สามารถจะพิจารณาได้ว่าความเชื่อของบุคคลมีมากหรือน้อย

เพียงใดในประเด็นต่อไปนี้ได้แก่ 1) ความรู้สึกว่าตนเองมีความสามารถที่จะส่งผลกระทบต่อความต้องการของประชาชน, 2) ความเชื่อว่ารัฐบาลต้องสนองตอบต่อความต้องการของประชาชน, 3) ความรู้สึกที่ตนเองเข้าใจการทำงานของกระบวนการทางการเมือง, 4) ความรู้สึกที่ตนเองมีช่องทางที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อกระบวนการทางการเมืองอย่างเพียงพอ

ประธาน สุวรรณมงคล (2523) นิยามความหมายของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองไว้ว่า เป็นความรู้สึกเชื่อมั่นในความสามารถของตนในการมีบทบาททางการเมืองว่า สามารถจะมีอิทธิพลต่อรัฐบาลและกระบวนการประชาธิปไตยได้ ซึ่งก็หมายความว่า เมื่อประชาชนมีความรู้สึกเกี่ยวข้องทางการเมืองแล้ว ประชาชนจะต้องเชื่อมั่นว่าตนเองมีบทบาทที่มีอิทธิพลมีความสามารถแสดงบทบาทต่อระบบการเมืองได้ โดยอาจจะผ่านตัวแทนคือสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกเทศบาลหรือผู้ที่ประชาชนเลือกตั้งเข้าไปทำหน้าที่ เป็นต้น หรือเชื่อว่า ตนเองมีความสามารถเข้ามีส่วนร่วมในการแก้ไขสิ่งที่ไม่เป็นธรรมและทำสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

คันธรส แสนวงศ์ (2539) ความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมือง หมายถึง การที่บุคคลเชื่อว่าตัวเองมีความสามารถและมีความสำคัญพอที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้

โดยสรุปแล้ว การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง, ความรู้สึกมีสมรรถนะทางการเมือง หรือความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมือง (Political Efficacy) ก็คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความรู้ทางการเมืองของตนเอง เข้าใจระบบการเมืองภายในประเทศ มีความสนใจทางการเมือง โดยมั่นใจว่าตนเองจะสามารถเข้าไปกระทำการทางการเมืองและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองขึ้นได้ ทั้งยังเชื่อมั่นว่ารัฐบาลจะรับฟังและตอบสนองความต้องการของตนเองและส่วนรวมได้ ซึ่งการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสื่อโซเชียลมีเดียอาจสามารถกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกมีสมรรถนะทางการเมืองเพิ่มมากขึ้น

2.2 มิติของแนวคิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

แต่เดิมนั้นการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองถูกมองเป็นแค่เพียงมิติเดียว แต่ต่อมางานวิจัยต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่าง การรับรู้ประสิทธิภาพภายในตนเอง (Internal efficacy) และการรับรู้ประสิทธิภาพภายนอก (External efficacy) (Niemi et al., 1991)

การรับรู้ประสิทธิภาพภายในตนเอง (Internal efficacy) หมายถึง การที่บุคคลรู้สึกมีความสามารถและมีข้อมูลเพียงพอที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางการเมือง ประสิทธิภาพภายในเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลจากการสั่งสมประสบการณ์ ความรู้ทางการเมืองที่เพิ่มพูนขึ้น (Valentino et al., 2009)

การรับรู้ประสิทธิภาพภายนอก (External efficacy) หมายถึง การที่บุคคลรู้สึกว่าระบบการเมืองการปกครองโดยรัฐจะสามารถตอบสนองความต้องการของพลเมืองได้ โดยประสิทธิภาพภายนอกจะเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับการสังเกตการณ์ของบุคคลต่อสภาพสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ซึ่งหากระบบการเมืองตอบสนอง ให้ช่องทางและโอกาสในการมีส่วนร่วม ประสิทธิภาพภายนอกก็คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้น (Valentino et al., 2009)

ประสิทธิภาพภายในและภายนอกไม่ได้จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน เช่น แม้ว่าผู้คนที่มีการรับรู้ถึงสมรรถนะการรับผิดชอบของรัฐบาลได้น้อยแต่ก็อาจจะมีการรับรู้ถึงความสามารถของตัวเองต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้อย่างเข้มแข็ง (Caprara et al., 2009; Morrell, 2005; Niemi et al., 1991; Serek et al., 2017)

นอกเหนือจากการรับรู้ประสิทธิภาพภายในและภายนอกแล้ว การรับรู้ประสิทธิภาพของกลุ่ม (Collective efficacy) ได้รับการโต้เถียงและพิจารณาว่าเป็นมิติที่สามของแนวคิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง โดยได้ถูกนิยามความหมายว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อกลุ่ม โดยเป็นความรู้สึกว่ากลุ่มจะสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการเมืองได้ (Lee, 2006)

อย่างไรก็ตามจะสังเกตได้ว่าจุดร่วมของทุกมิติคือ การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองเป็นความรู้สึกของปัจเจกบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการรู้สึกถึงพลังอำนาจของตนเอง การรู้สึกถึงพลังอำนาจของผู้ปกครอง และการรู้สึกถึงพลังอำนาจของกลุ่มทางสังคม ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นความรู้สึกในเชิงบวกที่ส่งเสริมให้เกิดแรงผลักดันในการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามมา ดังนั้นแนวคิดนี้จึงเป็นแนวคิดเชิงมนุษยนิยม (Humanism) ที่ยึดถือเอาตัวของปัจเจกบุคคลเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลงและการเคลื่อนไหวทางการเมือง

2.3 การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองในบริบทการเมืองไทย

2.3.1 ความรู้สึกของคนไทยต่อระบบการเมืองการปกครอง

การเมืองไทยมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องและมีปัญหาความรุนแรง ความขัดแย้งเกิดขึ้นมาโดยตลอดนับตั้งแต่มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2475 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งด้วยปัญหาที่เกิดขึ้นโดยไม่มีวันสิ้นสุดนี้ อาจส่งผลกระทบต่อมุมมองทางการเมืองภายในประเทศและอาจทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย ไม่อยากยุ่งเกี่ยวทางการเมือง และทำให้รู้สึกว่าคุณภาพของประเทศไทยจะทำอะไรต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมผลสำรวจที่มีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของคนไทยที่มีต่อการเมืองในปัจจุบันไว้ดังนี้

เมื่อย้อนไปดูผลสำรวจความรู้สึกของประชาชนต่อการเมืองหลังเลือกตั้ง (2562) สิ่งที่พบคือ “น่าเบื่อ” เมื่อ “สวนดุสิตโพล” ตั้งคำถามว่า “คิดอย่างไรกับไผ่ ครม.ที่เป็นกระแสข่าวในทุกวันนี้” คำตอบร้อยละ 32.81 เห็นว่าปัญหาเยอะ มีแต่เรื่องผลประโยชน์ การต่อรอง แย่งเก้าอี้กันวุ่นวาย, ร้อยละ 28.13 เห็นว่ารายชื่อที่ออกมาในบางตำแหน่งไม่เหมาะสม ควรตรวจสอบคุณสมบัติให้รัดกุม, ร้อยละ 24.22 มองว่าเป็นการจัดสรรตามโควตา มีแต่หน้าเดิมๆ ระบบพวกพ้อง เครือญาติ, ร้อยละ 15.63 เห็นว่าคลอດซ่า ใช้เวลานานเกินไป, ร้อยละ 13.67 อยากเปิดโอกาสให้คนดีที่มีฝีมือเข้ามาทำงาน และสำหรับผลสำรวจล่าสุดของ “สวนดุสิตโพล” เรื่อง “10 อันดับ ปัญหาการเมืองไทยที่คาใจประชาชน” ร้อยละ 46.87 ชี้ไปที่การจัดตั้งรัฐบาลและเก้าอี้รัฐมนตรี, ร้อยละ 38.28 ยังอยู่กับการทุจริตคอร์รัปชัน, ร้อยละ 33.38 ยังคาใจกับผลการเลือกตั้งที่ผ่านมา, ร้อยละ 26.53 มองไปที่การบริหารประเทศของรัฐบาล และนโยบายประชารัฐ, ร้อยละ 25.62 เป็นเรื่องที่มา 250 ส.ว.และบทบาทอำนาจหน้าที่, ร้อยละ 22.13 ชี้ไปที่การบังคับใช้กฎหมาย และกฎหมายรัฐธรรมนูญ, ร้อยละ 21.85 คาใจเรื่องการตรวจสอบคุณสมบัติ ส.ส. การถือหุ้นสื่อ, ร้อยละ 19.17 มองเรื่องการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่, ร้อยละ 17.33 มองไปที่การใช้งบประมาณในโครงการต่างๆ และร้อยละ 14.77 คาใจเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมทางการเมือง (นายคาค้า, 2562)

เมื่อมาดูผลการสำรวจของ “สวนดุสิตโพล” มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศที่มีต่อ “การเมือง เศรษฐกิจ สังคม” ณ วันที่จำนวนทั้งสิ้น 1,727 คน (สำรวจทางออนไลน์) ระหว่างวันที่ 25-28 สิงหาคม 2563 สรุปผลได้ ดังนี้ “5 อันดับ” ความวิตกกังวลของประชาชนที่มีต่อ “การเมือง” ณ วันนี้ ได้แก่ อันดับ1 การสร้างความขัดแย้งแตกแยกทางการเมือง 75.80% อันดับ2 การซื้อเรื่อค่าน้ำ 66.24% อันดับ3 การคุกคามต่อประชาชน 59.81% อันดับ4 การชุมนุมประท้วง 58.89% และ อันดับ5 การแก้ไขรัฐธรรมนูญ 54.37% “5 อันดับ” ความวิตกกังวลของประชาชนที่มีต่อ “เศรษฐกิจ” ณ วันนี้ อันดับ1 หนี้สินของประชาชน 80.78% อันดับ2 สินค้าแพง 76.78% อันดับ3 การว่างงาน 74.64% อันดับ4 การส่งออกติดลบ

67.52% อันดับ5 การกินอยู่ยุคโควิด-19 67.34% “5 อันดับ” ความวิตกกังวลของประชาชนที่มีต่อ “สังคม” ณ วันนี้ อันดับ1 การทุจริตคอร์รัปชัน 83.56%อันดับ2 สุขภาพอนามัย (โควิด-19) 64.16% อันดับ3 การบูลลี่ (เหยียด/กลั่นแกล้ง/ข่มเหงรังแก) 62.02% อันดับ4 กระบวนการยุติธรรม (คดีบอส) 61.96% อันดับ5 น้ำท่วม 55.88%

ทางฝั่งของนิต้าโพล ได้มีการสำรวจ ในประเด็น “แก้ไขรัฐธรรมนูญ แล้วการเมืองไทยจะดีขึ้น?” ซึ่งทำการสำรวจระหว่างวันที่ 3-4 สิงหาคม 2563 จากประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป กระจายทุกภูมิภาคระดับการศึกษาและอาชีพทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น จำนวน 1,255 หน่วยตัวอย่าง พบว่าจากการสำรวจเมื่อถามถึงการรับทราบของประชาชนเกี่ยวกับข้อเสนอให้แก้ไขรัฐธรรมนูญมาตรา 256 เพื่อเปิดทางให้มีสภาร่างรัฐธรรมนูญ จะต้องมีการทำประชามติด้วย พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 75.22 ระบุว่า ไม่ทราบ ขณะที่ร้อยละ 24.78 ระบุว่า ทราบ ด้านความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับข้อเสนอให้แก้ไขรัฐธรรมนูญพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 35.14 ระบุว่า ควรมีการแก้ไขรัฐธรรมนูญมาตรา 256 เพื่อเปิดทางให้มีสภาร่างรัฐธรรมนูญ รองลงมา ร้อยละ 33.94 ระบุว่า ควรมีการแก้ไขรัฐธรรมนูญ ายมาตรา ร้อยละ 13.87 ระบุว่า ไม่ควรมีการแก้ไขรัฐธรรมนูญ และร้อยละ 17.05 ระบุว่า ไม่ตอบ/ไม่สนใจ ท้ายที่สุดเมื่อถามถึงความมั่นใจของประชาชนว่า หากแก้ไขรัฐธรรมนูญแล้วการเมืองไทยจะดีขึ้นพบว่า ร้อยละ 21.35 ระบุว่า มีความมั่นใจมาก เพราะ คิดว่า น่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น เพราะจะเป็นรัฐธรรมนูญฉบับที่มาจากประชาชนและได้รับการยอมรับจากประชาชนอย่างแท้จริง ร้อยละ 23.03 ระบุว่า ค่อนข้างมีความมั่นใจ เพราะเป็นรัฐธรรมนูญที่มาจาก การรับฟังความคิดเห็น เน้นการมีส่วนร่วมซึ่งจะสามารถช่วยลดความขัดแย้งได้ ร้อยละ 25.98 ระบุว่า ไม่ค่อยมีความมั่นใจ เพราะ เท่าที่เห็นทุกวันนี้ ไม่ว่าจะแก้ไขมาแล้วกี่ครั้งก็ยังคงมีแต่ปัญหา เนื่องจากปัญหาการเมืองมีการสะสมมานานแล้ว แก้ไขได้ยาก ขณะที่บางส่วนระบุว่า ขึ้นอยู่กับ ผู้นำประเทศด้วย ร้อยละ 27.33 ระบุว่า ไม่มีความมั่นใจเลย เพราะ มองว่าไม่มีทางที่การเมืองไทยจะดีขึ้น และเชื่อว่าเมื่อแก้ส่วนนี้แล้ว ก็จะทำให้แก้ส่วนอื่นอีกต่อไปเรื่อยๆ ขณะที่บางส่วนระบุว่า การเมืองไทยจะดีขึ้นนั้นไม่ได้เกี่ยวกับการแก้ไขรัฐธรรมนูญ แต่มีปัจจัยอื่นเกี่ยวข้อง และร้อยละ 2.31 ระบุว่าเฉย ๆ/ ไม่ตอบ/ไม่สนใจ

จากผลการสำรวจข้างต้น จะเห็นว่าทัศนคติของคนไทยโดยรวมต่อสภาพการเมืองของไทยนั้น ค่อนข้างเป็นไปในเชิงลบ เอื้อมระอา กับสถานการณ์การเมือง และไม่มี ความไว้วางใจต่อการทำงานของรัฐบาลและนักการเมืองในปัจจุบัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเมืองไทยมักวน อยู่ในวัฏจักรแบบเดิมๆ ตลอดมา คือ ความคิดเห็นที่แตกต่างกัน นำสู่การชุมนุมประท้วง ต่อมาเกิด

การสลายการชุมนุมและก่อรัฐประหาร จนเกิดการร่างรัฐธรรมนูญใหม่ และการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ เป็นแบบนี้วนไปเรื่อยๆ จนทำให้ความรู้สึกของคนไทยจึงไม่พยายามยุ่งเกี่ยวกับการเมืองและไม่รับรู้เหตุการณ์ทางการเมืองเพราะคิดว่าตนไม่สามารถแก้ไขอะไรได้ โดยจากผลสำรวจเรื่อง “แก้ไขรัฐธรรมนูญ แล้วการเมืองไทยจะดีขึ้น ?” ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่า ผู้คนส่วนใหญ่ในประเทศมักไม่ใส่ใจในการเมืองเพราะมีเพียง 24.78 เท่านั้นที่ระบุว่า ทราบ เกี่ยวกับข้อเสนอให้แก้ไขรัฐธรรมนูญมาตรา 256 และพบว่ามากถึง ร้อยละ 27.33 ระบุว่าไม่มีความมั่นใจเลยว่าหากแก้ไขรัฐธรรมนูญแล้วการเมืองไทยจะดีขึ้น อย่างไรก็ตามจากผลการสำรวจก็สามารถสะท้อนให้เห็นอีกด้านหนึ่งได้ว่า ผู้คนยังคงตระหนักว่า การเมือง เป็นเรื่องที่สำคัญต่อประเทศชาติและยังส่งผลมาสู่ชีวิตของตนเอง ต่อให้จะไม่สนใจการเมืองแต่ผลที่เกิดจากการเมืองย่อมส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของตนเอง ดังนั้น เลี่ยงไม่ได้ที่การเมืองเป็นเรื่องที่ทุกคนยังคงต้องใส่ใจ

จากวิวัฒนาการของการเมืองไทยที่ผ่านมาดำรงอยู่บนความขัดแย้งมาโดยตลอดนี้ จึงอาจทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และทัศนคติ รวมถึงการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทยอยู่ในบริบทที่แตกต่างจากประเทศอื่น ประกอบกับในปัจจุบันผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ง่ายผ่านเครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และแอปพลิเคชันทางโซเชียลมีเดียต่างๆ จึงมีความน่าสนใจว่าการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองโดยผ่านแอปพลิเคชันอย่างเฟซบุ๊กจะส่งผลอย่างไรต่อคนไทย ภายใต้บริบทการเมืองแบบไทยๆ

2.4 ปัจจัยของการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเอง

ระดับของการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองเกิดขึ้นได้ทั้งจากอิทธิพลทางสังคมและประชากรศาสตร์ (socio-demographic) และปัจจัยทางจิตวิทยา (psychological factors) (Sarieva, 2018)

2.4.1 อิทธิพลทางสังคมและประชากรศาสตร์ (socio-demographic)

มีงานศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคมและประชากรศาสตร์กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองซึ่งผลปรากฏว่ามีทั้งงานวิจัยที่สนับสนุนว่าปัจจัยทางสังคมและประชากรศาสตร์มีอิทธิพลกับการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง แต่งานวิจัยอีกด้านหนึ่งไม่พบว่าปัจจัยทางสังคมและประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

การศึกษาในอดีตเกี่ยวกับประชาธิปไตยในประเทศกำลังพัฒนา มักยืนยัน ข้อมูลตรงกันว่าประชาชนในประเทศเหล่านี้มีความสนใจทางการเมือง (political interest) ในระดับ ต่ำ และไม่รู้สึกรู้ว่าตัวเองมีความสามารถทางการเมือง (political efficacy) งานวิจัยที่เก่าแก่และถูก อ้างอิงถึงมากที่สุดเล่มหนึ่ง คือ หนังสือชื่อ No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries ของ แซมมวล ฮันติงตัน (Samuel Huntington) และ โจอัน เนลสัน (Joan Nelson) ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี 1976 ที่ค้นพบว่าประชาชนที่ยากจนในประเทศกำลังพัฒนาทั้งที่อาศัย อยู่ในเขตเมืองและชนบทมักจะไม่ได้กระตือรือร้นที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง เนื่องจากประชาชนกลุ่มนี้ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนามักมองว่าการเมืองเป็นเรื่องไกลตัว และไม่เกี่ยวข้องกับความห่วงกังวลขั้นพื้นฐานของพวกเขา ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการมีงานทำ การมีอาหารเลี้ยงปากเลี้ยงท้อง และการมียารักษาโรคเมื่อเจ็บไข้ได้ป่วย (อ้างอิงใน สติธร ธนานิธิโชติ (2557)) นอกจากนี้ Karaman (2004 อ้างอิงใน คมสัน รัตนะสิมากุล (2549)) กล่าวว่า ความมีประสิทธิภาพทางการเมือง (Internal efficacy) ของบุคคลถูกกำหนดมาจาก ปัจจัยที่แตกต่างกัน จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความมีประสิทธิภาพภายในถูกกำหนดจาก ลักษณะทางสังคมและประชากรศาสตร์ โดยทั่วไปแล้วบุคคลที่มีการศึกษาดี สถานภาพทางสังคมสูง มี ข้อมูลทางการเมืองในระดับสูง และเป็นเพศชาย มีแนวโน้มจะมีความมีประสิทธิภาพภายในในระดับที่ สูงกว่าบุคคลที่มีการศึกษาน้อยกว่า สถานภาพทางสังคมต่ำกว่า มีข้อมูลทางการเมืองต่ำกว่าและเป็น เพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Caprara & Vecchione, 2017) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเอง ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเพศชาย, ช่วงอายุวัยกลางคน และผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเอง มากกว่ากลุ่มของผู้หญิง, ช่วงอายุวัยหนุ่มสาวหรือวัยชรา รวมทั้งผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำ

อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยอีกด้านหนึ่งที่ได้แย้งว่าการรับรู้ประสิทธิภาพทาง การเมืองไม่ได้เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสังคมและลักษณะประชากรศาสตร์ ในบทความวิชาการของ สติธร ธนานิธิโชติ (2557) ได้มีการอ้างอิง หนังสือ Poverty, Participation, and Democracy: A Global Perspective (2009) ของ อนิรุธ กฤษณะ (Anirudh Krishna) และคณะ ที่ให้ผลการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีความหลากหลายครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างจาก 3 ทวีป ได้แก่ เอเชีย แอฟริกา และอเมริกาใต้ ข้อค้นพบของหนังสือเล่มนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า คนจนในประเทศ กำลังพัฒนาไม่ได้ให้คุณค่าแก่ประชาธิปไตยด้อยไปกว่าคนที่มิฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่าในประเทศ เดียวกันแต่อย่างใด ความศรัทธาต่อระบอบประชาธิปไตยของคนจนๆ มีเท่าๆ กับพลเมืองอื่นๆ และ

การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองของคนจนก็ไม่ได้แตกต่างจากคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคมเดียวกันมากนัก ในกรณีของประเทศในทวีปแอฟริกา 15 ประเทศ ซึ่งวิเคราะห์ผลโดย ไมเคิล แบริตัน (Michael Bratton) ยืนยันว่าในแง่ทัศนคติต่อประชาธิปไตย ประชาชนในทุกระดับฐานะทางเศรษฐกิจแทบจะไม่มี ความแตกต่างกันในทัศนคติที่มีต่อค่านิยมพื้นฐานของประชาธิปไตย ในเรื่อง การอดทนรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างกันของผู้อื่น (political tolerance) สำนึกรับผิดชอบทางการเมือง (political accountability) และความเท่าเทียมกันทางการเมือง (political equality) ผลการศึกษา นี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุซานากู สัตยาภินันท์ (2553) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของผู้รับสาร ที่พบว่า คุณลักษณะทางประชากรไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ไม่ได้มีผล ต่อการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของบุคคล แต่การเกิดขึ้นของการรับรู้ประสิทธิภาพทาง การเมืองนั้นเป็นผลจากลักษณะการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกัน กล่าวคือ บุคคลที่เปิดรับสื่อที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองมากจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทาง การเมืองภายในตนเองมากกว่าบุคคลที่เปิดรับสื่อที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองน้อย

สรุปคือมีทั้งงานวิจัยทั้งที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนว่าอิทธิพลทางสังคมและ ประชากรศาสตร์มีผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง ทั้งนี้ ตัวแปรเพศ การศึกษา อายุ อาชีพ หรือรายได้นั้นอาจเชื่อมโยงกัน เช่น ไม่ว่าจะเพศชายหรือหญิงอาจมีการรับรู้ประสิทธิภาพทาง การเมืองไม่ต่างกันหากมีอาชีพที่เหมือนหรือคล้ายกัน เป็นต้น นอกจากนี้อาจขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละ ประเทศที่มีระบอบการเมืองการปกครองแตกต่างกันด้วย ซึ่งในการที่จะศึกษาว่าตัวแปรใดมีผลต่อ การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองอย่างชัดเจนนั้นอาจต้องควบคุมตัวแปรอื่นที่อาจส่งผลร่วมด้วย อย่างไรก็ดีตามจากแนวคิดเรื่องการรับรู้ประสิทธิภาพของตนเอง (Self-Efficacy) ของ Bandura อาจ นำมาอธิบายสาเหตุทางสังคมและลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพ ทางการเมืองว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล กล่าวคือ ปัจเจกบุคคลอาจมีประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery experience) ทางการเมืองแตกต่างกัน, มีการรับรู้ประสบการณ์ทางการเมือง ของผู้อื่นหรือประเทศอื่น (Vicarious experience) ได้ไม่เท่ากัน, ได้รับคำพูดชักจูงใจทางการเมือง (Verbal persuasion) ที่ต่างกัน และ ได้รับการกระตุ้นอารมณ์ทางการเมือง (Emotional arousal) ที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่นในงานวิจัยของ Sarieva (2018) ที่ได้ทำการศึกษาในสามประเทศได้แก่ รัสเซีย ยูเครนและคาซัคสถานพบว่า ตัวแปรอายุส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกันเนื่อง เพราะ กลุ่มผู้สูงวัยได้รับประสบการณ์จากการเปลี่ยนแปลงของประเทศหลังยุคโซเวียต ซึ่ง

ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่สำคัญทั้งส่วนบุคคลและของบุคคลอื่น เป็นปัจจัยที่นำไปสู่การเพิ่มขึ้นประสิทธิภาพทางการเมือง

2.4.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา (psychological factors)

ความรู้ทางการเมือง (Political Knowledge) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเอง (Internal Political Efficacy) เนื่องจากการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตัวบุคคลอาจเพิ่มขึ้นได้จากความรู้ (Knowledge) และทักษะทางการเมือง (Skill) (Valentino et al., 2009) ปัจเจกบุคคลที่มีความมั่นใจในองค์ความรู้ ทักษะและความสามารถทางการเมืองของตนเองจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองสูง (Riedel & Sullivan, 2001) การศึกษามีความสำคัญมากต่อการเพิ่มพูนความรู้ทางการเมือง (Galston, 2001; Nie & JUNN, 1996) ยิ่งไปกว่านั้นการสนทนาระหว่างบุคคล (Interpersonal discussion) การบริโภคสื่อ (Media consumption) และรายได้ (Income) ก็เป็นปัจจัยสำคัญต่อความรู้ทางการเมือง (Carpini & Keeter, 1996; Scheufele & Nisbet, 2002) Reichert (2016) พบว่าความรู้ทางการเมือง สามารถทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Carpini and Keeter (1996) ที่พบว่าความรู้ (knowledge) หรือ ข้อมูล (information) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในระบอบประชาธิปไตยและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในการวัดระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเอง

ความสนใจทางการเมือง (Political Interest) ถือเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเอง ความสนใจทางการเมือง คือ ระดับที่การเมืองสามารถกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้คนได้ หรือกล่าวง่าย ๆ ว่าเป็นระดับที่ผู้คนให้ความสนใจต่อการเมือง (Martin & Van Deth, 2007) ความสนใจทางการเมืองเป็นตัวแปรผลลัพธ์ที่สำคัญที่สุดตัวแปรหนึ่งที่เป็นผลมาจากความรู้ทางการเมือง (Luskin, 1990) Schmid (2003) พบความเชื่อมโยงเชิงบวกระหว่างบทเรียนเกี่ยวกับหน้าที่พลเมืองและความสนใจทางการเมืองในประเทศเยอรมนี สอดคล้องกับ David et al. (2019) ที่พบว่า การติดตามเจ้าหน้าที่รัฐหรือสถาบันทางการเมืองในโซเชียลมีเดียจะทำให้ระดับความสนใจทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าความสนใจทางการเมืองจะประกอบด้วยความรู้ความเข้าใจ แต่อารมณ์ก็มีส่วนสำคัญต่อความสนใจทางการเมืองด้วย (Hidi et al., 2004) James et al. (1890) ย้ำว่า ความสนใจในสิ่งต่างๆของคนเรา คือการเอาใจใส่และเกิดอารมณ์ต่อสิ่งๆนั้นด้วยความตื่นตัว จนนำไปสู่พฤติกรรมที่

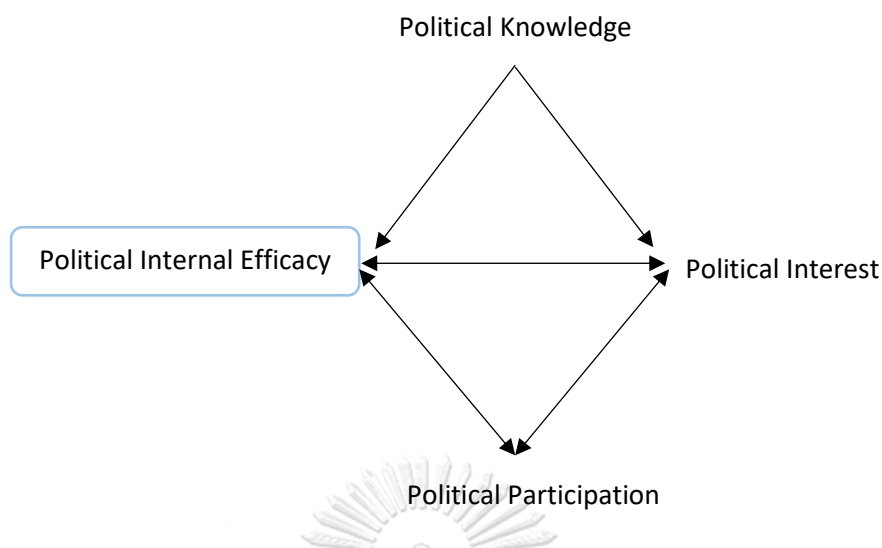
แสดงออกอย่างสนใจ สอดคล้องกับ Dewey (1913) ที่พบว่า ความสนใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองจากตัวบุคคลและอาจแปรผันได้ตลอดเวลา ดังนั้นความสนใจทางการเมืองอาจเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดแรงเสริมซึ่งกันและกันกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้ ในงานวิจัยของ คันธรส แสนวงศ์ (2539) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองและความสนใจทางการเมืองของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือพบว่า ความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมืองของนักศึกษา นั่นคือหากนักศึกษามีความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองสูง ก็จะมีแนวโน้มว่านักศึกษามีความสนใจทางการเมืองสูงตามไปด้วย และหากนักศึกษามีความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองต่ำก็จะมีความสนใจทางการเมืองต่ำด้วย ซึ่งจะเห็นว่าระดับความสนใจทางการเมืองนี้ เมื่อนำไปโยงกับความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองแล้ว จะมีความสัมพันธ์กันในเชิงสอดคล้องมากกว่าเชิงขัดแย้งและเป็นไปได้ว่าระดับความสนใจทางการเมืองและระดับความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองนี้น่าจะเป็นความสัมพันธ์แบบหล່เอียงซึ่งกันและกันและมีผลกระทบซึ่งกันและกัน

การมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political participation) ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง เนื่องจากการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองเป็นเหมือนการทดสอบผลการประเมินความรู้และประสบการณ์ทางการเมืองของบุคคล ที่หล่อหลอมให้เกิดเป็นพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่างไร พฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นถูกกำหนดด้วยความรู้สึกส่วนตัวของตนเอง แรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นกับตนเอง รวมถึงเป้าหมายในทางเฉพาะเจาะจงที่เกิดขึ้นกับตนเอง ในทางกลับกัน การเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองก็จะเป็นการทดสอบว่าปัจเจกบุคคลจะหล่อหลอมความรู้ความเข้าใจและสามารถปลูกฝังความรู้สึกมั่นใจในความสามารถภายในตนเองต่อการแก้ปัญหาาระบบประชาธิปไตยได้หรือไม่ (Stuart Mill, 1991) นักวิชาการหลายท่านที่ศึกษาในเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น ยังไม่อาจมีข้อสรุปลงไปได้ว่า ระหว่างตัวแปรทั้งสองนี้ อะไรเป็นเหตุและอะไรเป็นผล ดังนั้น Milbrath and Goel (1977) จึงสรุปว่าการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง จะมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ถ้าตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้อีกตัวแปรหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ส่วน Dahl (2005) เสนอว่า การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง จะหล່เอียงกันและกันและจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน ซึ่งเขาเชื่อว่าการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองจะทำให้คนเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคลก็จะทำให้คนเกิดความเชื่อมั่นใน

ประสิทธิภาพทางการเมืองเพิ่มขึ้นด้วย (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว และสายทิพย์ สุคติพันธ์, 2523) นอกจากนี้ Reichert (2016) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการทำหน้าที่เป็นตัวกลางของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง ระหว่างการใช้สื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองและได้ค้นพบว่า ความรู้ทางการเมือง (Political knowledge) ไม่ได้มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political participation) แต่การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองนั้นมีบทบาทเป็นเสมือนตัวกลางที่เชื่อมโยงระหว่างความรู้ทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง

นอกจากนี้การมีส่วนร่วมทางการเมืองยังมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง (Political Interest) การมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งของสังคมในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาการวิจัยเกี่ยวกับการขัดเกลาทางสังคมเกี่ยวกับการเมืองได้ระบุถึงปัจจัยทางจิตวิทยามากมาย เช่น ความสนใจทางการเมืองหรือประสิทธิภาพทางการเมือง ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกิจกรรมทางการเมือง (Barrett & Zani, 2014; Cicognani & Zani, 2015) ในความเป็นจริงแล้วความสนใจทางการเมืองเป็นตัวทำนายที่สำคัญต่อการเกิดขึ้นของการมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่ความสัมพันธ์อาจไม่ชัดเจนเมื่อเทียบกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง (Gabriel, 2004) มีการชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางจิตวิทยาอย่างความสนใจทางการเมืองและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมไม่จำเป็นต้องมีทิศทางเดียว กล่าวคือไม่เพียงแต่ความสนใจทางการเมืองและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่การมีส่วนร่วมทางการเมืองเองก็เป็นเหตุให้เกิดความสนใจทางการเมืองและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้ด้วยเช่นกัน (Finkel, 1985; Gastil & Xenos, 2010; Quintelier & Van Deth, 2014) สอดคล้องกับ (Serek et al., 2017) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพทางการเมืองภายในและภายนอก รวมถึงความสนใจทางการเมืองด้วย แต่ไม่พบผลในทางตรงกันข้าม นั่นคือ ประสิทธิภาพทางการเมืองกับความสนใจทางการเมืองไม่ได้ส่งผลต่อให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง เนื่องจากผู้วิจัยได้ควบคุมระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างเอาไว้ก่อนทำการศึกษา จากงานวิจัยข้างต้นสามารถอธิบายโดยใช้แนวคิดของ Bandura ได้ว่า ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้สร้างให้เกิดการรับรู้ความสามารถในประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง และอาจนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมืองในครั้งถัดไปได้

จากการรวบรวมข้อมูลของปัจจัยทางจิตวิทยาที่ทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง ผู้วิจัยขอสรุปความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดไว้ดังนี้



ภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

2.5 การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองกับสื่อโซเชียลมีเดีย

ในอดีตที่ผ่านมาการศึกษาที่พบว่าสื่อดั้งเดิม (Mass media) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของผู้รับสาร สื่อมวลชนโดยเฉพาะในหนังสือพิมพ์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพทางการเมืองของเยาวชน (Chaffee & Kanihan, 1997) โดยการดูข่าวทางทีวีและอ่านเกี่ยวกับการเมืองในหนังสือพิมพ์รายวันจะทำให้วัยรุ่นคุ้นเคยกับตัวแสดงและกระบวนการทางการเมืองและจะสร้างองค์ความรู้ทางการเมืองได้ในที่สุด (Delli Carpini, 2000; Shah et al., 2009) ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองกับการใช้สื่อ ถูกค้นกลางด้วยตัวแปรความรู้ นั่นคือการใช้สื่อเพื่อประเด็นสาธารณะจะนำไปสู่ความรู้ที่มากขึ้น แล้วในท้ายที่สุดก็จะนำไปสู่การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองที่เพิ่มขึ้น (Carpini, 2004) สอดคล้องกับงานของ อุษานาฏ สัตยาภินันท์ (2553) ที่พบว่า ระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองในบุคคลที่ไม่เคยเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมือง จะมีน้อยกว่าบุคคลที่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองในปริมาณน้อยและปริมาณมาก พร้อมกันนี้บุคคลที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองในปริมาณน้อย การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองจะน้อยกว่าบุคคลที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองในปริมาณมาก

สืบเนื่องจากแนวคิดการรับรู้ประสิทธิภาพของตัวเอง (Self-efficacy) ที่ Boahene et al. (2019) และ Ineson et al. (2013) ได้ให้คำอธิบายว่า การใช้โซเชียลมีเดียสามารถช่วยให้

นักเรียนพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองได้ เนื่องจากโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการเข้าถึงความรู้ (Knowledge) และเป็นตัวช่วยแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหา (Solution to Problem) ยิ่งไปกว่านั้นโซเชียลมีเดียยังทำให้นักเรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลในระดับที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบจัดระเบียบและรวบรวมองค์ความรู้ของตนเองได้อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้ที่มีประสิทธิผลและช่วยเพิ่มระดับความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของนักเรียนเองได้ (Evans, 2014)

แนวความคิดการรับรู้ประสิทธิภาพของตนเองเป็นร่มใหญ่ของแนวความคิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง การใช้สื่อโซเชียลมีเดียจึงอาจมีผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองด้วย เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตและบริโภคข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการแสดงออกทางการเมืองอย่างมีนัยยะสำคัญ (Kenski & Stroud, 2006; Mossberger et al., 2007) การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่ง่ายในการสื่อสารกับรัฐบาลและการแสดงออกทางการเมืองซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Tedesco, 2011) เฟซบุ๊กเป็นตัวอย่างหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญทางการเมืองในช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาปี 2008 พลเมืองอเมริกาสื่อสารแลกเปลี่ยนกันถึงทัศนคติทางการเมือง ข้อมูลทางการเมือง ผู้สมัครที่ได้เปรียบ รวมทั้งการโต้ตอบ (Discussion) กันในโลกออนไลน์ (Vitak et al., 2011)

Liu (2017) พบว่าการใช้สื่อโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการเกิดประสิทธิภาพทางการเมืองภายในบุคคล ผลการค้นพบนี้สนับสนุนว่าประชากรจีนผู้ที่ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในปริมาณมากจะมีระดับประสิทธิภาพทางการเมืองสูงกว่าผู้ที่ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในปริมาณน้อย นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการมีปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองผ่านอินเทอร์เน็ตไม่เพียงแต่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น แต่ยังทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในบุคคลมากขึ้นด้วย เช่น การโหวตหรือการแสดงความคิดเห็นทางออนไลน์ (Shen et al., 2009) การวัดความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างการใช้อีสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองถูกทดสอบโดย Reichert (2016) พบว่าการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองเป็นตัวกลางระหว่างความรู้ทางการเมืองที่ได้จากการใช้อีสื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยความรู้ทางการเมืองไม่ได้มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยตรงแต่ความรู้ทางการเมืองจะทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองก่อนและนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมืองในที่สุด

กิจกรรมหรือลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียต่างๆจะทำให้ผู้ใช้มีความรู้ทางการเมืองมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากขึ้นด้วย Zhang and Lin (2014) กล่าวว่า การใช้โซเชียลมีเดียในทางการเมือง มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของประชากรจีนในวัยผู้ใหญ่ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ความถี่ในการอ่านข่าวการเมืองอย่างละเอียด การโพสต์วิดีโอและรูปถ่ายทางการเมือง การทวิตออนไลน์ การเขียนบล็อกเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง และเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง การเข้าร่วมอภิปรายในประเด็นทางการเมือง การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองหรือต่อรัฐบาล การติดตามบัญชีออนไลน์ของรัฐบาลบนโซเชียลมีเดีย และการโต้ตอบกับรัฐบาลผ่านโซเชียลมีเดีย อย่างไรก็ตามจากลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียข้างต้นพบว่า การพูดคุยกัน (Talking) เกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองที่กำลังเป็นที่พูดถึงกันในข่าวนั้นเป็นสิ่งที่สามารถทำนายผลตัวแปรตามของความเกี่ยวข้องทางการเมืองได้มากกว่าการเปิดรับข่าวสาร (Exposure) เพียงอย่างเดียว (Shah et al., 2009) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสื่อสารผ่านข้อความในโลกออนไลน์นั้นจะทำให้ผู้คนมีความกล้าที่จะพูดคุยกับบุคคลอื่นด้วยความเต็มใจมากกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้าโดยตรง (Roberts et al., 2000; Wang et al., 2011) และอาจอธิบายตามแนวคิดของ Bandura ได้ว่า การสนทนาระหว่างกันนั้นเป็นเหตุให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองได้เนื่องจากจะทำให้ได้รับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่น มีโอกาสในการรับคำพูดชักจูงใจจากคู่สนทนา เกิดการกระตุ้นอารมณ์จากบางสถานการณ์ อีกทั้งการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของตัวเองที่เคยประสบความสำเร็จมานั้น อาจทำให้ผู้ใช้รู้สึกมีพลังอำนาจในตัวเองมากขึ้นได้ สอดคล้องกับ Moeller et al. (2014) ที่พบว่า หากกลุ่มวัยรุ่นได้สร้างการสนทนาผ่านข้อความ ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในบทสนทนาออนไลน์หรือเพียงแค่ส่งต่อข้อความทางการเมืองไปยังเพื่อนของพวกเขา ระดับประสิทธิภาพทางการเมืองภายในของพวกเขาจะเพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากการสื่อสารเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการขัดเกลาทางการเมืองและนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการเมืองนี้มีระดับที่มากกว่าผลของการเปิดรับข่าวสารโดยไม่มี การโต้ตอบใดๆจากสื่อทุกรูปแบบรวมถึงหนังสือพิมพ์ด้วย นอกจากนี้ในงานวิจัยเรื่อง Antecedents of internal political efficacy incidental news exposure online and the mediating role of political discussion ของ Ardèvol-Abreu et al. (2019) ยังพบว่า การเปิดรับสื่อทางออนไลน์เกี่ยวกับการเมืองไม่ว่าจะโดยตั้งใจ (News media Use) หรือบังเอิญ (Incidental Exposure) ไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายใน แต่ส่งผลทางอ้อมผ่านการโต้เถียงกันทางการเมือง (Discussion) กล่าวคือ เมื่อคนเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อออนไลน์จะทำให้เกิดการ

โต้เถียงกันเกิดขึ้นและจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายใน เพราะการโต้เถียงกัน นำมาซึ่งข้อมูลเชิงความรู้ทางการเมืองที่เพิ่มพูนขึ้น นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่าหากมีการโต้เถียงกันในกลุ่มคนที่ไม่สนิทหรือเห็นต่าง (Weak ties) จะยิ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในมากกว่ากลุ่มคนที่สนิทหรือมีความคิดคล้ายๆกัน (Strong ties) เพราะจะเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่รอบด้านมากกว่า

โดยสรุปคือโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในการทำให้เกิดความรู้ทางการเมือง ซึ่งความรู้ทางการเมืองเกิดขึ้นจากพฤติกรรมของผู้ใช้ที่เข้าไปแสดงออกทางการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโต้ตอบและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองนั้นเป็นตัวการสำคัญที่จะทำให้เกิดความรู้ทางการเมืองอันจะนำไปสู่การเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ ซึ่งจากการศึกษาข้างต้นสังเกตได้ว่างานวิจัยส่วนใหญ่ที่มีการค้นพบแน่ชัดว่าสื่อออนไลน์มีส่วนในการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้จริงจะเป็นงานศึกษาในต่างประเทศ สำหรับงานวิจัยของประเทศไทยยังไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน อีกทั้งยังไม่มียานศึกษาที่ระบุว่า เฟซบุ๊ก มีส่วนในการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้จริงหรือไม่ ในฐานะแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยมมากที่สุดของคนไทยผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาว่าเฟซบุ๊กส่งผลต่อการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้จริงหรือไม่ โดยเฉพาะในแง่ของการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองที่คนไทยมีลักษณะของการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลาย ทั้งนี้เนื่องจากบริบททางการเมืองของประเทศไทยนั้นแตกต่างไปจากประเทศอื่น คือมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นบ่อยครั้งและดำรงอยู่บนความขัดแย้งเสมอมา

3. แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

3.1 นิยามความหมายของเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊ก หมายถึง เว็บไซต์ของบริษัทอเมริกันที่ชื่อว่า Facebook เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการสื่อสังคมเว็บไซต์หนึ่ง โดยเริ่มขึ้นใน พ.ศ. 2547 เมื่อนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) 3 คน เปิดบริการผ่านคอมพิวเตอร์ให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยของตนได้ติดต่อกัน ต่อมาสมาชิกก็ขยายวงออกไปเป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยอื่น นักเรียนชั้นมัธยม และในที่สุดก็เป็นประชาชนทั่วไป การเข้าเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ผู้สมัครใหม่เพียงแค่สมัครเป็นสมาชิกตามเงื่อนไขที่กำหนด เว็บไซต์นี้มีบริการต่าง ๆ เช่น มีบริการเผยแพร่และรับข้อมูลส่วนบุคคลและข่าวสารต่าง ๆ และสามารถโต้ตอบกับสมาชิกรายอื่นได้ (อารี พลดี, 2556)

เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง เป็นเว็บไซต์พื้นฐานในการบริการที่จะให้แต่ละบุคคลสามารถสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างเป็นระบบทั้งระดับเล็ก หรือใหญ่ในสังคม มีการสร้างบัญชีรายชื่อผู้ติดต่อที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือสิ่งที่สนใจเหมือนกันได้โดยผ่านการติดต่อกัน เป็นเครือข่าย (กมลวรรณ บุญสาย, 2560)

เฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีคุณอนันต์ และโทษมหันต์ กล่าวคือ เฟซบุ๊กทำให้เจอเพื่อนเก่าที่ห่างหายกันมานานกลับมาพูดคุยกันอีกครั้ง สร้างสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนใหม่ ทราบความคืบหน้าหรือความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์หรือบุคคลที่ตนเองสนใจ เกิดเครือข่ายสังคมที่มีเป้าหมายบางอย่างร่วมกัน รวมทั้งทำให้บุคคลที่มีความภาคภูมิใจในตนเองต่ำ มีปัญหาในการปรับตัวทางสังคม อยู่อย่างโดดเดี่ยว สามารถเติมเต็มชีวิตทางสังคมให้ดีขึ้นได้ ในทางกลับกันเฟซบุ๊กทำให้ผู้ใช้งานเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ พูดคุยกับคนอื่นในชีวิตจริงน้อยลง มีความขัดแย้งกับคนที่รู้จักในเฟซบุ๊ก ไม่มีสมาธิในการเรียน หรือการทำงาน พักผ่อนไม่เพียงพอ คิดว่าตนเองด้อยกว่าคนอื่น มีการเขียนข้อความข่มขู่ ใส่ร้ายกัน กังวลกับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก กลัวหรือรู้สึกถูกคุกคามจากเฟซบุ๊ก รวมทั้งสามารถเข้าถึงข้อมูลของอีกฝ่ายได้ง่าย (อาฟีพี ลาเต๊ะ, 2561)

โดยสรุปแล้ว เฟซบุ๊ก คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) แพลตฟอร์มหนึ่งที่คนทั่วโลกนิยมใช้งานมากที่สุด โดยเริ่มขึ้นใน พ.ศ.2547 โดย มาร์ก ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ซึ่งเฟซบุ๊กนั้นมีฟังก์ชันสำหรับการสนทนาออนไลน์หลากหลายรูปแบบ เช่น การกดปุ่มแสดงอารมณ์หรือการใช้สติ๊กเกอร์สื่ออารมณ์ การแสดงความคิดเห็น การสนทนาผ่านข้อความส่วนตัว การไลฟ์สด การแชร์ข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ทำให้รูปแบบการสนทนาในโลกออนไลน์มีความแตกต่างไปจากชีวิตจริงมากขึ้นและเอื้ออำนวยความสะดวกให้บุคคลสามารถสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างเป็นระบบทั้งระดับเล็ก หรือใหญ่ในสังคมได้ ทั้งนี้ เฟซบุ๊กยังได้สร้างประโยชน์และโทษต่อบุคคลและสังคมด้วยเช่นกัน กล่าวคือ เฟซบุ๊กทำให้คนเราสามารถพูดคุยสนทนากับเพื่อนฝูงหรือผู้คนที่อยู่ห่างกันไกลกันได้อย่างไร้พรมแดน สามารถเป็นพื้นที่ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ใช้เป็นช่องทางในการติดตามข่าวสาร และสามารถใช้ในการเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมได้ (Social Movement) ขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดปัญหาการเสพติดอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไปจนทำให้เกิดภาวะเครียด การเปรียบเทียบทางสังคมที่ก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้า เป็นช่องทางหนึ่งของการแพร่กระจายข่าวลวง (Fake news) และเสริมสร้างวัฒนธรรมการใช้วาจาที่แสดงความเกลียดชัง (Hate speech) ได้

3.2 ประวัติความเป็นมาของเฟซบุ๊ก (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2563a; อัมพร แซ่โซว, 2556)

เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ได้เปิดตัวเว็บไซต์ facebook ซึ่งเป็นเว็บประเภท social network ที่ตอนนั้น เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็ดังขึ้นมาในช่วงพริบตา เพราะแค่เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ ครั้งหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ก็สมัครเป็นสมาชิก facebook เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างมากมาย และเมื่อทราบข่าวนี้ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มอยากขอเข้าใช้งาน facebook บ้างเหมือนกัน มาร์คจึงร่วมมือกับเพื่อนของเขา คือ ดัสติน มอสโควิตซ์ (Dustin Moskowicz) และ คริส ฮิวจ์ส (Christ Hughes) เพื่อช่วยกันสร้าง facebook และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น facebook จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง

ไอเดียเริ่มแรกในการตั้งชื่อ facebook นั้นมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของมาร์ค ที่ชื่อฟิลิปส์ เอ็กเซเตอร์ อะคาเดมี่ โดยที่โรงเรียนนี้ จะมีหนังสืออยู่หนึ่งเล่มที่ชื่อว่า The Exeter Face Book ซึ่งจะส่งต่อ ๆ กันไปให้นักเรียนคนอื่น ๆ ได้รู้จักเพื่อน ๆ ในชั้นเรียน ซึ่ง facebook นี้จริง ๆ แล้วก็หนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่ง มาร์คได้เปลี่ยนแปลงและนำมันเข้าสู่โลกของอินเทอร์เน็ต

มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก ได้เริ่มเขียนเว็บไซต์ เฟซแมช ขึ้นมาก่อนที่จะเป็นเฟซบุ๊ก เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ขณะที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 ของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เขาบอกว่ารูปที่ถ่ายรูบบางรูป น่าเกลียดมากจนเอาไปเปรียบเทียบกับพวกสัตว์ต่างๆ มาร์คเริ่มเขียนโปรแกรม ให้สุมรูปขึ้นมาคู่กันสองรูปแล้วให้คนโหวตว่า ด้านซ้ายหรือขวาที่หน้าตาถูกใจกว่ากัน ต่อมามาร์คได้ทำการแฮ็ครูปนักศึกษาโดยเข้าคอมพิวเตอร์ Harvard แล้วก็อุปมา Facemash และเป็นที่ยอมรับอย่างรวดเร็ว ในเวลาไม่ถึงวัน มีคนเข้ามา 450 คน และมีคนดูรูปไปทั้งหมด 22,000 รูป แต่ทว่าไม่กี่วันต่อมาคณะบริหาร Harvard ได้ทำการปิดเว็บ Facemash โดยซักเคอร์เบิร์ก ถูกกล่าวโทษว่าทำผิดต่อระบบรักษาความปลอดภัย การละเมิดลิขสิทธิ์ และการละเมิดความเป็นส่วนตัว และยังถูกไล่ออก แต่ท้ายที่สุดแล้วข้อกล่าวหา ก็ยกเลิกไป

ต่อมา ปี พ.ศ.2547 มาร์ค เริ่มสร้างเว็บใหม่ขึ้นมา มีชื่อว่า Thefacebook เค้าได้รับแรงบันดาลใจจากบทความใน หนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวกับ กรณีของ Facemash บทความนั้นกล่าวว่า จริงๆแล้วเว็บส่วนกลางลักษณะนี้จะมีประโยชน์มากมาย Thefacebook เริ่มใช้งานได้ในเดือน

กุมภาพันธ์ ปี พ.ศ.2547 มาร์คบอกว่า หลายคนพูดถึงการมี facebook คือจุดรวมรูปของนักศึกษา และอาจารย์ ของ Harvard มันเป็นเรื่องที่ตลกมาก เพราะมหาวิทยาลัยต้องใช้เวลาเป็นปีๆกว่าจะทำ เจ้าตัวนี้ขึ้นมา และตัวเขาทำได้ดีกว่า แล้วก็ทำได้ในอาทิตย์เดียวภายในเวลาแค่ 24 ชั่วโมง Thefacebook มีคนลงทะเบียน 1,500 คน และ ภายในหนึ่งเดือน ครึ่งหนึ่งของนักศึกษาปริญญาตรี ทั้งหมดลงทะเบียนกับเขาเดือนมีนาคมปีเดียวกัน มาร์คและกลุ่มเพื่อนๆ ก็ได้ขยาย Thefacebook ออกไปยัง มหาวิทยาลัยชั้นนำอื่นๆ จากนั้น ก็ขยายไปทั่วอเมริกา และทั่วโลก

ในเดือนแรกของการเปิดตัว TheFacebook เกือบ 3 ใน 4 เป็นนักศึกษา Harvard หลังจากนั้นไม่นาน Facebook ก็ได้แผ่ขยายไปอย่างรวดเร็วโดยคำเชิญออนไลน์และการบอกต่อ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 เพียงแค่ 4 เดือนหลังจากการเปิดตัว Facebook ให้บริการประมาณ 30 มหาวิทยาลัยและมีผู้ใช้ 150,000 คน ณ จุด นั้น มาร์ค ได้ลาออกจากมหาวิทยาลัย Harvard และย้ายไปแคลิฟอร์เนียเพื่อพัฒนา Facebook ได้อย่างเต็มที่ เว็บไซต์ขยายตัวไปมากกว่า 800 มหาวิทยาลัย ในสหรัฐอเมริกา 85% ของนักศึกษาสมัครเป็นสมาชิกและ 60% เข้าใช้เว็บไซต์ ทุกวัน Facebook สามารถรองรับ จำนวนสมาชิกและ Traffic จำนวนมากของผู้ใช้ได้เพราะทุกมหาวิทยาลัยมีเซิร์ฟเวอร์ เฉพาะ และจำกัดการใช้งาน เช่น การดูข้อมูลเฉพาะในมหาวิทยาลัยเท่านั้น

ในปี พ.ศ.2548 คำว่า The ก็ถูกถอนออกจาก ชื่อ Thefacebook มาร์คและเพื่อนได้ จดทะเบียนชื่อโดเมน facebook.com ในราคา \$200,000 และ เฟซบุ๊กได้เปิดตัวในรูปแบบของ โรงเรียนไฮสคูล ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2548 ซึ่งมาร์คเรียกว่า ก้าวต่อไปที่มีเหตุผล ในเวลานั้น เครือข่ายโรงเรียนไฮสคูล อยากที่จะเข้าร่วมเว็บไซต์ด้วย ทำให้บริษัทมีผู้ใช้ถึง 5.5 ล้านคนในสิ้นปี พ.ศ.2548 ต่อมาเฟซบุ๊กได้ขยายให้กับลูกจ้างในบริษัทของ แอปเปิล และ ไมโครซอฟท์ และ เฟซบุ๊กก็ได้เปิดตัวเมื่อวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2549 เพื่อให้ทุกคนได้ใช้กันอย่างทั่วถึง โดยผู้ต้องมี อายุมากกว่า 13 ปี และมีอีเมลที่แท้จริง และได้เริ่มการใช้งานรูปแบบอื่นๆ ด้วย เช่น การส่งข้อความ การสร้างกลุ่ม การสร้างกิจกรรม การแชร์วิดีโอ และสร้างบล็อก รวมถึงการเข้าถึง Facebook ผ่านมือถือและได้เตรียมตัวในการแปลเว็บไซต์ Facebook เป็นภาษาต่างชาติหลายภาษา

ในวันที่ 24 ตุลาคม พ.ศ. 2550 ไมโครซอฟท์ประกาศว่าได้ซื้อหุ้นของเฟซบุ๊กเป็น จำนวน 1.6% ด้วยเงิน 240 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้เฟซบุ๊กมีมูลค่าราว 15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และทำให้ไมโครซอฟท์มีสิทธิ์ ที่จะแขวนป้ายโฆษณาบนเฟซบุ๊กได้ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2551 เฟซบุ๊ก ประกาศว่าจะตั้งสำนักงานใหญ่ระดับนานาชาติในดับลิน ประเทศไอร์แลนด์

ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2552 เฟซบุ๊กได้กล่าวไว้ว่า สถานะการเงินเริ่มเป็นตัวเลขบวก เป็นครั้งแรก ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 จากข้อมูลของ เซคันด์มาร์เก็ต ระบุว่าเฟซบุ๊กมีมูลค่า 41 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (แหงหน้าอึเบยไปเล็กน้อย) และถือเป็นบริษัทเว็บไซต์ที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับ 3 รองจาก กูเกิลและแอมะซอน

3.3 สถานการณ์การใช้เฟซบุ๊กในปัจจุบัน

เฟซบุ๊ก เป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมของคนทั่วโลก สำหรับในประเทศไทย เฟซบุ๊กถือเป็นแพลตฟอร์มที่คนไทยใช้มากที่สุด จากการสำรวจของ We Are Social (2020) ดิจิทัลเอเยนซี และ “Hootsuite” ผู้ให้บริการระบบจัดการ Social Media และ Marketing Solutions ได้รวบรวมสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก เมื่อเดือนเมษายน 2563 เพื่อฉายภาพการเปลี่ยนแปลงทั้งภาคธุรกิจออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ ได้เผยว่าจากประชากร 7,770 ล้านคนทั่วโลก มียอดการใช้มือถือราว 5,160 ล้านคน ส่วนยอดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 4,570 ล้านคน และผู้ใช้โซเชียลมีเดียอยู่ที่ 3,810 ล้านคน โดยเมื่อเทียบสถิติระหว่างเดือนเมษายน 2019 กับ เมษายน 2020 จะพบว่าทุกหมวดที่กล่าวมานั้นตัวเลขเพิ่มขึ้นทั้งหมด อาทิ ประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น 82 ล้านคน หรือ 1.1%, ยอดการใช้มือถือเพิ่มขึ้น 128 ล้านคน หรือ 2.5%, ยอดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 301 ล้านคน หรือ 7.1% และผู้ใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น 304 ล้านคน หรือ 8.7% และ Facebook เป็นแพลตฟอร์มอันดับ 1 ที่ผู้คนทั่วโลกนิยมใช้มากที่สุดด้วยจำนวนผู้ใช้ 2,498 ล้านคน ซึ่ง Facebook มีสัดส่วนผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย และช่วงอายุ 25 – 34 ปีเยอะที่สุดในขณะที่กลุ่ม 18-24 ก็มากเป็นอันดับสอง แม้หลาย ๆ งานวิจัยและผลสำรวจระบุว่ากลุ่มนี้เริ่มทิ้ง Facebook ไปใช้เวลาใน platform อื่นมากขึ้น สำหรับ YouTube และ Whatsapp นั้นตามมาเป็นอันดับ 2 ร่วมกันด้วยจำนวนผู้ใช้ 2,000 ล้านคน

ในประเทศไทยผลการสำรวจล่าสุดเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2563 พบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากถึง 52 ล้านคน โดยเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วมา 1.0 ล้านคน คิดเป็น 2.0% จำนวนผู้ใช้ Social Media ก็เพิ่มขึ้นมา 2.3 ล้านคน คิดเป็น 4.7% แต่จำนวนผู้ใช้งานและจำนวนการเชื่อมต่อมือถือนั้นมีเพิ่มขึ้นไม่มาก คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากถึง 9 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมที่สุดสำหรับคนไทยได้แก่ Facebook ที่ยังคงมาเป็นอันดับ 1 คิดเป็น 94% เท่ากันกับ Youtube และรองลงมาได้แก่ LINE คิดเป็น 85% แต่แพลตฟอร์มที่มาแรงและมีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นทุกปี คงหนีไม่พ้น TikTok คิดเป็น 36%

จะเห็นได้ว่า Facebook ยังครองพื้นที่ในโลกโซเชียลของผู้คนได้อย่างต่อเนื่องทั้งทั่วโลกและในประเทศไทย และถึงแม้ว่าจะมีเปอร์เซ็นต์ในการใช้งานเท่ากับ Youtube แต่เมื่อรวมกับแพลตฟอร์มอื่นๆที่อยู่ในเครือของ Facebook ไม่ว่าจะเป็น Messenger หรือ Instagram ก็ทำให้ facebook ยังเป็นที่นิยมเหนือ Youtube อยู่ดี โดยที่ประเทศไทยนั้นผู้ใช้งาน Facebook มากที่สุดเป็นอันดับ 8 ของโลก อยู่ที่ 47 ล้านบัญชี ซึ่งที่ผ่านมามีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊กมากมายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ทั้งนี้สาเหตุที่ เฟซบุ๊กเข้ามามีบทบาทในชีวิตเรามากขึ้นนั้นอาจเป็นเพราะเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มทางโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มแรก ๆ ที่เปิดให้มีการสนทนาหรือการแสดงออกในหลายรูปแบบ ทั้งการโพสต์ข้อความ การแชร์ข้อมูลข่าวสาร การกดปุ่มถูกใจ การแสดงความคิดเห็น การสร้างกลุ่มหรือแฟนเพจ หรือการส่งข้อความหากันส่วนตัว ทั้งนี้ระบบของเฟซบุ๊กมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กนั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้อยู่ตลอดเวลาด้วย ซึ่งนับว่าฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊กมีสิ่งที่ยังรองรับความต้องการของผู้ใช้ค่อนข้างครบถ้วนมากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ จึงยังคงทำให้เฟซบุ๊กได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน

3.4 แรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊ก

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Used and gratification) อาจเป็นทฤษฎีที่ช่วยอธิบายถึงแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊กได้ เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นศึกษาวิธีเลือกบริโภคสื่อจากแรงจูงใจของปัจเจกบุคคล ซึ่งทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นส่วนที่ต่อขยายจากทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจ (Needs and Motivation Theory) (Maslow, 1970) ในทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจนั้น อิบราฮิม มาสโลว์ (Ibrahim Maslow) ได้กล่าวว่าบุคคลทั่วไปจะเสาะแสวงหาสิ่งที่จะตอบสนองต่อลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs) เมื่อบุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายที่เขาแสวงหาในระดับหนึ่ง เขาก็จะก้าวต่อไปยังขั้นที่สูงกว่า ดังนั้น ภาพของมนุษย์ในฐานะที่เป็นผู้เสาะแสวงหาเชิงรุกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตน สอดคล้องกันพอดีกับแนวคิดของแคทซ์ บลูมเลอร์ และกูเรวิช (Katz, Blumler, and Gurevitch) ที่นำไปสู่การศึกษาว่าคนเรานั้นบริโภคสื่ออย่างไร (ศิริวรรณ อนันต์โท, 2553)

McQuail (1972) และ Katz et al. (1973) ได้เริ่มชี้ให้เห็นถึงการใช้สื่อมวลชนของบุคคลอย่างเฉพาะเจาะจงขึ้น กลุ่มนักวิจัยกลุ่มนี้พบว่าเหตุผลของการใช้สื่อของคนนั้นเกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะเกี่ยวข้องและความต้องการที่จะไม่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ซึ่งเหตุผลเหล่านี้สามารถจำแนกกลุ่มได้ออกเป็นหลายกลุ่ม รวมถึงการที่คนต้องการแสวงหาข้อมูลหรือความรู้ ความเพลิดเพลิน สถานภาพ เสริมสร้างความสัมพันธ์และหลีกเลี่ยงจากสิ่งอื่นๆ ซึ่งไรอัน แกรนท์ (Ryan

Grant) ก็เคยพยายามศึกษาถึงความต้องการของคนในสองลักษณะพร้อมๆกัน คือความต้องการเสริมสร้างมิตรภาพ และความต้องการหลีกเลี่ยงจากบางสิ่งบางอย่าง (ศิริวรรณ อนันต์โท, 2553)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ นั้นจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสาร ในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ อันก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าว แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือการรับสื่อของผู้รับสารในแง่ต่าง ๆ 5 รูปแบบ ดังนี้

- 1.) ความต้องการที่จะรู้ (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจ
- 2.) ความต้องการด้านอารมณ์ (Affective Needs) คือ ความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิง และความสุนทรีย์
- 3.) ความต้องการการไม่แปลกแยก (Personal Integrative Needs) คือ ความต้องการในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ด้านความน่าเชื่อถือ ความสนใจ ความมั่นคง และสถานภาพของตนเอง
- 4.) ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social Integrative Needs) คือ ความเชื่อมั่นในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคมกับคนในครอบครัว เพื่อน และคนอื่น ๆ ในสังคม
- 5.) ความต้องการที่ปลดปล่อยตัวจากความตึงเครียด (Tension Release Needs, Escapism) คือ ความต้องการหนีเห และหลีกเลี่ยงความกดดันและปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน โดยหันไปหาสิ่งบันเทิงใจในสื่อมวลชน เพื่อลดความเครียด (Katz, et al., 1973 อ้างใน ศิริวรรณ อนันต์โท, 2553)

จากการศึกษางานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจกับเฟซบุ๊กพบว่า ผู้คนมีแรงจูงใจในการใช้งานเฟซบุ๊กที่หลากหลายขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของแต่ละบุคคล

จากงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก ของ วีรพงษ์ สุทาว์น (2562) พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวผ่านทางเฟซบุ๊กมากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 3 วัน/สัปดาห์ ส่วนในด้านความความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากโดยภาพรวมด้านการใช้งานมีค่าเฉลี่ย

สูงสุด เพราะกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเนื่องจาก ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันเอง ส่วนด้านผลลัพธ์มีค่าเฉลี่ยรองลงมาเพราะกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเนื่องจากสามารถทำให้ตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการ สุดท้ายคือด้านรายละเอียดมีระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเนื่องจากได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตรงตามความต้องการ ทั้งนี้ผลรวมของทั้งสามด้านถือว่าอยู่ในระดับมากทั้งหมด สะท้อนให้เห็นได้ว่าสื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยตอบสนองความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคมได้

จากงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ประเภทเนื้อหาของข่าวสารบนแฟนเพจหนังสือพิมพ์ แรงจูงใจ และพฤติกรรมในการใช้ของผู้อ่าน ของ นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย (2560) ในแง่ของแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามแฟนเพจหนังสือพิมพ์เพราะมีแรงจูงใจด้านข่าวสาร ด้านบันเทิงและด้านสังคมอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจในสามลำดับแรกได้แก่ การทันต่อเหตุการณ์บ้านเมืองไม่ตกข่าว เป็นช่องทางหลักในการติดตามข่าวสารที่สะดวกสบาย และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่จะได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ส่วนปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมที่มีต่อโพสต์ที่พบมากที่สุดได้แก่ การกดปุ่มแสดงอารมณ์ การแชร์ และการแสดงความคิดเห็นตามลำดับ

3.5 ลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้เฟซบุ๊ก

เว็บไซต์ Opify.net (2556) ได้เผยแพร่ผลการวิจัยเรื่อง “เอ็กซ์เรย์พฤติกรรม 9 ประเภทของกลุ่มผู้ใช้งาน Facebook (Infographic)” (อ้างถึงใน :อัมพร แซ่โง้ว (2556)) พบพฤติกรรม 9 กลุ่ม ดังนี้

1.) กลุ่มนักสะกดรอย (The Stalker)

ผู้ใช้งานกลุ่มนี้มีพฤติกรรมที่ชื่นชอบการติดตามและสังเกตความเคลื่อนไหวของเพื่อนหรือผู้ใช้งานคนอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยในการใช้งาน Facebook มากกว่าผู้ใช้งานทั่วไปถึง 14 เท่า

2.) กลุ่มผู้สูงอายุ (The Baby Boomer)

กลุ่มผู้สูงอายุนับว่าเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่เริ่มให้ความสนใจและหันมาใช้งาน Facebook เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเป็นกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 55-65 ปีขึ้นไป ซึ่งการใช้งานส่วนใหญ่เป็นการติดต่อสื่อสารกับลูกหลาน

3.) กลุ่มผู้เล่นหน้าใหม่ (The Newbie)

ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่เพิ่งหัดใช้งาน ซึ่งส่วนใหญ่นิยมถ่ายตัวเอง รวมถึงชอบกด Like และ Comment เป็นชีวิตจิตใจ เรียกได้ว่ากดทุกอย่างที่เห็นเลยก็ว่าได้ โดยผลการสำรวจพบว่าผู้เล่นหน้าใหม่กลุ่มนี้มีการกด Like สูงถึง 5 แสนครั้งภายในระยะเวลาเพียงแค่ 2 นาที

4.) กลุ่มที่รักการโพสต์และแชร์เป็นชีวิตจิตใจ (The Over-Sharer)

ลักษณะของผู้ใช้งานในกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่รักและชื่นชอบการแชร์คอนเป็นชีวิตจิตใจ ถึงแม้ว่า บางครั้งจะอยู่ในห้องน้ำก็ตามก็ยังไม่วายที่จะแชร์คอน โดยผลการสำรวจพบว่าผู้ใช้งานประเภทนี้มีจำนวนมากถึง 4.8 ล้านคนเลยทีเดียว

5.) กลุ่มนักประชาสัมพันธ์ (The Brand Promoter)

ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานของแบรนด์หรือบริษัทซึ่งมีหน้าที่ในการใช้งาน Facebook เพื่อโปรโมท ประชาสัมพันธ์และแชร์เฉพาะสินค้าขององค์กรเท่านั้น

6.) กลุ่มที่กลัวเสียความเป็นส่วนตัว (The Fearful User)

พฤติกรรมของผู้ใช้งานกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความลึกลับและไม่ค่อยมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวสู่สาธารณะ มากนัก เพราะกลัวว่าอาจจะมียกเลิกมีฉาชีพแอบนำภาพถ่ายหรือข้อมูลส่วนตัวไปใช้โดยไม่ได้รับ อนุญาต โดยส่วนใหญ่มักใช้ชื่อสมมุติในการใช้งานรวมถึงยังไม่ค่อยรับ Add จากคนแปลกหน้าอีกด้วย ซึ่งผลการสำรวจพบว่าผู้ใช้งานที่มีพฤติกรรมลึกลับเหล่านี้มีจำนวนมากถึง 13 ล้านคน

7.) กลุ่มที่ชอบโพสต์และแชร์เพื่อสร้างกระแส (The Curator)

ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ชอบโพสรูปภาพหรือวิดีโอไม่ว่าจะเป็นแมว, สุนัข, เด็ก รวมถึงมุขตลกและคำคมที่ได้รับความนิยมเพื่อสร้างกระแสและได้ยอดกด Like โดยการโพสต์ในรูปแบบนี้พบว่าเป็นรูปแบบที่คนส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด

8.) กลุ่มนักเล่นเกม (The Gamer)

กลุ่มนี้ดูจากชื่อกลุ่มแล้วก็ค่อนข้างชัดเจนว่าส่วนใหญ่เน้นการใช้งานเพื่อการเล่นเกมบน Facebook เท่านั้น ซึ่งบนหน้าโปรไฟล์ของผู้ใช้งานกลุ่มนี้มักมีเพียงแค่การอัปเดตคะแนนและสถิติในการเล่นเกมที่ต่างๆ

9.) กลุ่มที่มี Facebook ไร้เฉยๆ (The Non-User)

ผู้ใช้งานกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีบัญชีแต่ไม่เคยใช้งานหรือมีส่วนร่วมกับกิจกรรมอะไรเลยและบางส่วนยังใช้เป็นบัญชีสำหรับสัปดาห์เดียว นื่องมานื่องแม่อีกด้วย โดยผู้ใช้งานกลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนมากถึง 18% ของจำนวนผู้ใช้งาน Facebook ทั้งหมด

พฤติกรรมชาว Facebook ทั้ง 9 ประเภทนี้หากมองผ่านๆแล้วอาจเป็นเพียงการแสดงให้เห็น ถึงลักษณะของผู้ใช้งาน Facebook ที่แตกต่างกันไปเท่านั้น แต่หากลองสังเกตดูจะพบว่าสามารถสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งาน Facebook ในแต่ละกลุ่มว่ามีกลุ่มไหนบ้างที่มีพฤติกรรมในการใช้งานที่เอื้อต่อการทำการตลาด เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับนำไปต่อยอดและปรับใช้ในการทำการตลาดต่อไป

นอกจากนี้จากงานวิจัยถึงพฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊คของคนไทยนั้น มีการศึกษาพฤติกรรมของแต่ละช่วงวัยซึ่งในภาพการใช้งานเฟสบุ๊คที่เหมือนและต่างกันดังนี้

จากงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ, 2557) พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในกรุงเทพมหานครนั้นมีการใช้เฟสบุ๊คในการในการสนทนา (Chat) กับเพื่อน และเขียนแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนในโอกาสต่าง ๆ ในระดับบ่อยมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 และ 3.36 ตามลำดับ (จากคะแนนเต็ม 5) ทั้งนี้ เนื่องจากเฟสบุ๊คเป็นสื่อออนไลน์ที่ผู้สนทนาสามารถสื่อสารกับเพื่อนและโต้ตอบกันได้แบบฉับพลัน (Interactive) ซึ่งการสร้างสายสัมพันธ์กับเพื่อนนั้นเป็นสิ่งที่อยู่ในความต้องการของกลุ่มนักศึกษาซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยรุ่น และเพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่างๆทั้งความต้องการที่จะลดความรู้สึกเหงา เปล่าเปลี่ยว และต้องการได้รับการกระตุ้นทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ในประเด็นเกี่ยวกับผลกระทบที่เคยเกิดขึ้นจากการเล่นเฟสบุ๊ค แม้ผลกระทบในภาพรวม จะเกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างในระดับไม่มากนักแต่มีประเด็นน่าสนใจว่า นักศึกษาจำนวนมากถึงร้อยละ 52 เคยมีการทะเลาะหรือโต้เถียงหรือขัดแย้งกับคนรัก และจำนวนร้อยละ 52 เช่นเดียวกันที่เคยมีการทะเลาะหรือโต้เถียงหรือขัดแย้งกับเพื่อนอันเนื่องมาจากการเล่นเฟสบุ๊คนอกจากนี้ร้อยละ 42 ยอมรับว่าเคยได้รับผลกระทบทำให้ผลการเรียนลดลงในระดับเป็นบางครั้งจนถึงระดับบ่อยครั้ง ร้อยละ 36.2 เคยส่งการบ้านไม่ทัน ร้อยละ 28.0 เคยโดนครู/อาจารย์ว่ากล่าวเพราะเล่นเฟสบุ๊คในห้องเรียน ร้อยละ 32.0 เคยตื่นสายไปเรียนไม่ทันเพราะเล่นเฟสบุ๊คจนดึก นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 23.7 เคยได้รับอุบัติเหตุทางร่างกายเพราะมัวแต่เล่นเฟสบุ๊ค เช่นการเดินชนกับคนอื่น ๆ หรือหกล้ม เป็นต้น

จากงานวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร (ตฤณธวัช วงษ์ประเสริฐ, 2559) พบว่า พฤติกรรมในการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยมีการใช้ปุ่มกด (Like) เพื่อแสดงความชื่นชอบหัวข้อ, รูปภาพ, วิดีโอ, หรือโพสต์ต่างๆ ของเพื่อนๆ บ่อยครั้งมากที่สุด ใช้คอมเมนต์หรือแสดงความคิดเห็น (Comment) ในหัวข้อต่างๆ ของเพื่อน ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าคนวัยทำงานส่วนใหญ่จะใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อการสนทนาติดต่อ และการส่งรูปภาพ หรือให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์เท่านั้น จากการศึกษาผลกระทบที่ได้จากการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้ใช้เฟซบุ๊กวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และเมื่อพิจารณาเป็นรายผลกระทบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ผลกระทบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ทำให้เกิดการล่วงละเมิดสิทธิของผู้อื่นได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น การบันทึกข้อมูลหรือนำรูป, ข้อมูล ของผู้อื่นมาเผยแพร่, โพสต์ หรือแชร์โดยไม่ได้ รับอนุญาตจากเจ้าของรูปภาพหรือข้อมูล นั้นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาได้แก่ ทำให้การสนทนา ติดต่อดูสื่อสารระดมสบายมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และผลกระทบที่มีค่าน้อยที่สุดได้แก่ทำให้ช่วยลดค่าใช้จ่าย, ค่าโทรศัพท์หรือ ค่าอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ตามลำดับ

จากงานวิจัยเรื่อง การแสดงตัวตนของผู้สูงอายุชาวไทยในเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook (เพ็رين สุทธิพุ่ม, 2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 60-65 ปี โดยเฉลี่ยใช้ Facebook มากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 147 คน ใช้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแสดงออกบน Facebook จัดอยู่ในรูปแบบมาก และเมื่อเปรียบเทียบรายย่อยพบว่า ผู้สูงอายุมีการแสดงออกบน Facebook ในรูปแบบที่มีความเป็นกันเอง ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ แสดงออกในรูปแบบเป็นคนที่รักครอบครัว อันดับที่สาม คือ แสดงออกในรูปแบบเป็นคนที่มีความซื่อสัตย์ และจริงใจ ซึ่งทั้งสองอันดับนี้อยู่ในระดับมาก และผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังมีแรงจูงใจในการใช้ Facebook คือความต้องการพบปะเพื่อนใหม่ อยู่ในระดับมาก และมีการแสดงความคิดเห็น แชร์ และส่งรูป ข้อมูล ข่าวสาร พยากรณ์อากาศ เหตุการณ์บ้านเมือง อยู่ในระดับมาก สำหรับปัญหาหรือผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊กหรือโซเชียลมีเดียอื่นๆ ของผู้สูงอายุนั้น เว็บไซต์ Tonkit. (2561) ได้พูดถึงเรื่องนี้ว่า การใช้งานโซเชียลมีเดีย ฯลฯ ส่งผลเสียต่อ “สายตา” เนื่องจากใช้เวลาอยู่ที่หน้าจอโทรศัพท์มือถือ หรือหน้าจอกอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน และยังอาจก่อให้เกิดอาการปวดหลัง เพราะต้องก้มเล่น หากปล่อยไว้ ก็อาจทำให้เกิดอาการเรื้อรังได้นอกจากนี้ที่ผ่านมา “วัยผู้สูงอายุ” เต็มโตมากับการรับสารทางเดียว อย่างหนังสือพิมพ์ หรือสำนักข่าว ผิดไปจากปัจจุบันที่ใครก็สามารถเขียนข่าวบนโลกออนไลน์ได้ เป็นผลให้ผู้สูงอายุที่เพิ่งเล่นใหม่ ๆ อาจ

ไม่รู้ว่า ข่าวสารที่เห็นใน Facebook หรือ Line นั้น เป็นเรื่องหลอกลวง อีกทั้ง เครือข่ายในโลกโซเชียลของผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นกลุ่มเพื่อนเก่าสมัยเรียนหรือในที่ทำงาน ซึ่งต่างพร้อมส่งข้อความ ข้อมูล หรือข่าวผิด ๆ มาให้โดยไม่รู้ตัว อาทิ การส่งต่อข่าวน้ำมะนาวและโซดา รักษาโรคมะเร็งใน Line แม้เรื่องดังกล่าวเป็นการทำด้วยความหวังดี แต่เมื่อถูกเผยแพร่ออกไปเป็นวงกว้างก็สามารถก่อความวุ่นวายในหมู่คนที่ได้รับข่าวสารผิด ๆ ได้เช่นกัน นอกจากนี้ ด้วยโปรแกรมโฟโต้ชอปหรือโปรแกรมแต่งภาพสมัยใหม่ที่ดีและเนียนกว่าในอดีต อาจทำให้ผู้สูงอายุหลงเชื่อไปว่า ภาพที่ตนได้รับนั้น เป็นภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง จนหลงเชื่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ต่อมา ด้วยเพราะมีความสุขกับการพูดคุย เห็นหน้า รวมถึงรับรู้ความเคลื่อนไหวผ่าน Facebook หรือ Line จนทำให้บางครั้งอาจหลงลืมการใช้เวลาร่วมกัน การได้พูดคุย การมีปฏิสัมพันธ์ หรือทำกิจกรรมร่วมกันแบบต่อหน้า ทำให้กระทบต่อความสัมพันธ์ในโลกจริง สุดท้ายแล้ว อาจมีผู้สูงอายุหลายคน เกิดอาการนอน หรือเหนื่อยที่เพื่อน ญาติพี่น้อง หรือลูกหลาน ไม่สนใจตอบไลน์ ตอบช้า หรืออ่านแล้วไม่ตอบอยู่บ่อย ๆ จนทำให้เข้าใจผิดกัน ด้วยคิดว่า คุณอาจไม่สนใจหรือไม่เห็นคุณค่าข้อความที่ส่งมา ฉะนั้น เพื่อไม่ให้ผู้สูงอายุเกิดอาการเช่นที่ว่ามาในข้างต้น จึงควรจัดระเบียบให้กรู๊ปคนใกล้ตัว เพื่อนสนิท ญาติพี่น้อง และครอบครัว อยู่ในหมวดที่ “ควรอ่าน” และ “ควรตอบ”

โดยสรุปคือ ช่วงวัยรุ่น มักจะใช้เฟสบุ๊กเพื่อคุยกับเพื่อนที่สนิทเป็นส่วนตัวโดยจะใช้วิธีการส่งข้อความหรือ Chat เป็นหลัก เพื่อรักษาความสัมพันธ์เอาไว้เพราะเพื่อนสำคัญมากสำหรับวัยนี้ ส่วนผลกระทบมักเป็นเรื่องของความบกพร่องในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การไม่ตรงต่อเวลา การขาดสติ และความขัดแย้งส่วนตัวระหว่างเพื่อนและคนรัก ส่วนในวัยกลางคนหรือวัยทำงานมักใช้เฟสบุ๊กเพื่อเปิดรับข่าวสารข้อมูลความรู้และพูดคุยกับเพื่อนในโพสต์สาธารณะ โดยมักเป็นการกดปุ่มแสดงอารมณ์ (Like) และแสดงความคิดเห็น (Comment) เป็นหลัก ส่วนผลกระทบที่เกิดขึ้นมักเป็นเรื่องของการการลวงละเมิดสิทธิของผู้อื่นได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น การบันทึกรูปข้อมูลหรือนำรูป, ข้อมูล ของผู้อื่นมาเผยแพร่ สุดท้ายผู้สูงอายุมักใช้เฟสบุ๊กเพื่อความบันเทิง ดูคลิปต่างๆและมักมีพฤติกรรมในการส่งต่อข้อมูล (Share) เป็นส่วนมาก ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือการส่งต่อข้อมูลโดยที่ไม่รู้ว่าเป็นเรื่องจริงหรือไม่นอกจากนี้ยังมีปัญหาที่เกิดขึ้นทางกายภาพและจิตใจได้ง่ายกว่าวัยอื่นๆ

3.6 การแสดงความคิดเห็นบนเฟสบุ๊ก

การแสดงความคิดเห็นเป็นพฤติกรรมหนึ่งที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ นอกเหนือจากการกดปุ่มแสดงความรู้สึก การใช้สติ๊กเกอร์ การแชร์ข้อมูลข่าวสาร การสนทนาส่วนตัว การไลฟ์สด เป็นต้น ซึ่งการแสดงความคิดเห็นนั้นเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ของผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียได้

เนื่องจากการสะท้อนระบบวิคิด ทักษะคิด พฤติกรรม และความเป็นตัวตนของผู้ใช้งานที่ค่อนข้างจะชัดเจนที่สุด เหนือไปกว่านั้นคือยังเป็นเครื่องมือประกอบสร้างตัวตนให้สมบูรณ์แบบได้มากที่สุด เนื่องจากมีเวลาในการเตรียมตัว เตรียมเนื้อหาที่สละสลวยก่อนที่จะทำการเผยแพร่ออกไป (Harley et al., 2018) ในงานวิจัยเรื่อง เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม พบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดจากการเข้ามาแสดงตัวตนหรือการเข้ามาแสดงความคิดเห็นของมิติทางสังคมในประเด็นต่างๆ ผ่านการใช้ภาษา ตัวหนังสือ ตลอดจนสัญลักษณ์ต่างๆ (จุฑามาศ ทองแก้ว, 2560) และด้วยเหตุนี้เองที่ทำให้การแสดงความคิดเห็นเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นค่อนข้างน้อยกว่าการกดปุ่มแสดงอารมณ์ หรือการแชร์ข้อมูลข่าวสาร เพราะผู้คนส่วนใหญ่มีความระมัดระวังตนเองและไม่ต้องการเปิดเผยตัวตนให้คนอื่น ๆ รั้อย่างชัดเจน

จากงานศึกษาทั้งหมดข้างต้นจะพบว่า ความรู้ทางการเมือง ความสนใจทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความสัมพันธ์ต่อการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองในเชิงจิตวิทยา และสื่อออนไลน์อาจเป็นตัวกระตุ้นที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางการเมืองของผู้คนมากขึ้น ทั้งนี้จะพบว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในกลุ่มที่มีความเห็นต่างกันจะส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลที่รอบด้านมากขึ้นและส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง แต่ประเด็นที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งก็คือว่าที่ผ่านมามีการศึกษาเรื่องการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในประเทศไทยจะเน้นไปที่ผลกระทบในเชิงลบ เช่น การสร้างความขัดแย้ง ความรุนแรง ทั้งที่การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนโลกออนไลน์มีส่วนก่อประโยชน์ในการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง ที่สามารถนำไปสู่ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ ซึ่งจากการศึกษาข้างต้นสังเกตได้ว่างานวิจัยส่วนใหญ่ที่มีการค้นพบแน่ชัดว่าสื่อออนไลน์มีส่วนในการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้จริง จะเป็นงานศึกษาในต่างประเทศ สำหรับงานวิจัยของประเทศไทยยังไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน อีกทั้งยังไม่มีงานศึกษาที่ระบุว่าเฟซบุ๊ก มีส่วนในการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้จริงหรือไม่ ในฐานะแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยมมากที่สุดของคนไทย ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาว่าการใช้เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองหรือไม่ นำมาสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ผู้ที่ใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณมากจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณน้อย

และเนื่องจาก ยังมีประเด็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้อื่นๆที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ ประสิทธิภาพทางการเมือง ประกอบกับการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าการสนทนา หรือการ กระตุ้นอารมณ์ให้เกิดความสนใจทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้ ผู้วิจัย จึงได้ตั้งสมมุติฐานเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ดังนี้

สมมุติฐานที่ 2 : ผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือ โฟสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง มากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลัก

สมมุติฐานที่ 3: ผู้ที่ไม่เชื่อถือแหล่งข่าวที่เป็นทางการหรือสำนักข่าวกระแสหลักจะมีระดับ การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เชื่อถือแหล่งข่าวที่เป็นทางการหรือสำนักข่าวกระแส หลัก

สมมุติฐานที่ 4: ผู้ที่ต้องการทราบความคิดเห็นต่อข่าวการเมืองของผู้อื่นจะมีระดับการรับรู้ ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้วยจุดประสงค์อื่น

สมมุติฐานที่ 5 : ผู้ที่อ่านเฉพาะคอมเมนต์ของผู้อื่นจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทาง การเมืองที่มากกว่าผู้ที่อ่านข่าวในลักษณะอื่นๆ

สมมุติฐานที่ 6 : ผู้ที่รู้สึกว่าการเมืองเป็นเรื่องสำคัญจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทาง การเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่รู้สึกว่าการเมืองเป็นเรื่องสำคัญ

ทั้งนี้การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เป็นตัวช่วยที่ดีในการสร้างให้เกิดการรับรู้ ประสิทธิภาพทางการเมือง แต่เหตุของการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโซเชียลมีเดียประกอบ ขึ้นจากหลายปัจจัย อีกทั้งพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองก็มีหลายลักษณะ แต่ละ ลักษณะก็อาจทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่แตกต่างกัน จึงต้องทำการทบทวน วรรณกรรมเพิ่มเติมในเรื่องของการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในสื่อโซเชียลมีเดีย

4. การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในสื่อโซเชียลมีเดีย

การแสดงความคิดเห็นในโซเชียลมีเดียหรือในโลกออนไลน์ คือ การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม เป็นพื้นที่ในการสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ใช้งาน หรือ แสดงจุดยืนในเรื่องต่างๆของตนเอง ซึ่งโดยส่วนใหญ่การแสดงความคิดเห็นมักมีตั้งแต่เรื่องเล็กๆไป จนถึงเรื่องใหญ่ๆในสังคม และผู้คนมักใช้วิธีการคอมเมนต์ ในช่อง Comment ของโพสต์ต่างๆที่กำลัง

เป็นที่ถกเถียงกันในสังคม ทั้งนี้การแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์มีความแตกต่างจากการแสดงความคิดเห็นในโลกแห่งความเป็นจริงอยู่มากเนื่องเพราะบริบทออนไลน์เป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่ไม่จำเป็นต้องเผชิญหน้ากันจึงทำให้ผู้คนมีความรู้สึกสบายใจและเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นได้มากกว่าโลกแห่งความเป็นจริง โดยเฉพาะในเรื่องที่ประาะบางทางสังคม เช่น การเมือง เป็นต้น

บริบทของสังคมออนไลน์อาจส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองของผู้ใช้งานที่แตกต่างหลากหลายได้ ซึ่งแต่ละพฤติกรรมอาจมีเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการแสดงความคิดเห็นที่ต่างกันออกไป

4.1 มุมเหตุของการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโซเชียลมีเดีย

4.1.1 แรงจูงใจทางการเมือง

บุคคลที่มีความสนใจทางการเมืองและมีความมั่นใจในความสามารถทางการเมืองของตนเองอาจมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่มีความสนใจทางการเมืองน้อยและมีความมั่นใจในความสามารถทางการเมืองของตนเองต่ำ

การมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งของสังคมในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาการวิจัยเกี่ยวกับการขัดเกลาทางสังคมเกี่ยวกับการเมืองได้ระบุถึงปัจจัยทางจิตวิทยามากมาย เช่น ความสนใจทางการเมืองหรือประสิทธิภาพทางการเมือง ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกิจกรรมทางการเมือง (Barrett & Zani, 2014; Cicognani & Zani, 2015) เนื่องจากความรู้ทางการเมืองจะทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในขณะที่ความสนใจทางการเมืองก็เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้เช่นกัน แต่ความสัมพันธ์อาจไม่ชัดเจนเมื่อเทียบกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง (Gabriel, 2004) อย่างไรก็ตามอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางที่ง่ายในการแสวงหาความรู้ทางการเมืองอันจะทำให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง และตอบสนองความสนใจทางการเมืองซึ่งอาจนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ง่ายที่สุดก็คือการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง (Lee, 2006)

สมมติฐานที่ 7 : ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองมีแรงจูงใจทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง

4.1.2 ผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมือง

การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนสื่อโซเชียลมีเดียอาจสร้างผลกระทบต่อผู้ที่แสดงความคิดเห็นได้ในหลายด้าน ทั้งด้านความสัมพันธ์กับคนรอบข้างและอาจจะสร้างผลกระทบต่อหน้าที่การงานของตนเอง อย่างไรก็ตามในบางคนอาจได้รับความพึงพอใจจากการเสพข่าวการเมืองเนื่องจากทำให้ได้รับความรู้ใหม่ๆ ได้รับความบันเทิง ตลอดจนทำให้รู้สึกว่าการเมืองไม่ตกต่ำและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

- การอันเฟรนด์ (Unfriend)

Sibona (2014) ได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 1,077 คน พบว่าเหตุผลที่คนอันเฟรนด์กันหลักๆ ในเฟซบุ๊กนั้นมีอยู่สี่ข้อ คือ การโพสต์เรื่องที่ไม่สำคัญเรื่องเรื่อยเปื่อยบ่อยเกินไป, การโพสต์เรื่องการเมืองที่เข้าข้างใดข้างหนึ่งมากเกินไป รวมถึงเรื่องศาสนา (polarizing posts), การโพสต์ที่ไม่เหมาะสม เช่น เหยียดเพศ เหยียดผิว, การโพสต์อื่นๆ เช่น โพสต์อวดลูก อวดแฟน (spouse) โพสต์รูปอาหาร ฯลฯ

นอกจากนี้ในทางการเมือง พบว่าคนที่ระบุว่าตนเองเป็นกลุ่มอนุรักษนิยม (Conservative) เห็นว่าโพสต์บนโซเชียลมีเดียที่ “เข้ากับ” ความคิดของตนเอง ในขณะที่คนที่เห็นว่าเป็นกลุ่มเสรีนิยม (Liberal) มักจะเห็นว่าโพสต์บนโซเชียลมีเดียมีหลายโพสต์ที่ไม่พ้องกับความคิดของตน และยังมีสถิติต่อมาด้วยว่าถ้าเห็นสิ่งที่ตนไม่ชอบ หรือขัดกับความคิดของตน คนกลุ่มเสรีนิยมมักจะกดไฮต์ บล็อก อันเฟรนด์ หรืออันฟอลโลว์ (44%) ในขณะที่กลุ่มอนุรักษนิยมจะทำอย่างนั้นน้อยกว่า คือเพียง 31% ทั้งนี้คนที่บอกว่าตนเป็นเสรีนิยมแบบสุดโต่ง เคยเลิกคบกับเพื่อนเพราะเรื่องการเมือง 24% ในขณะที่คนที่ กลุ่มเสรีนิยมปานกลาง เคยเลิกคบเพื่อนเพราะเรื่องการเมือง 10% ส่วนกลุ่มคนที่มีความคิดทางการเมืองแบบผสมเคยเลิกคบเพื่อนเพราะเรื่องการเมือง 8% สำหรับกลุ่มอนุรักษนิยมแบบปานกลางเคยเลิกคบเพื่อนเพราะเรื่องการเมือง 9% และอนุรักษนิยมสุดโต่งเคยเลิกคบเพื่อนเพราะเรื่องการเมือง 6% นั่นหมายความว่าคนที่มีความคิดทางการเมืองสุดขั้วไปทางด้านใดด้านหนึ่ง จะเลิกคบกับเพื่อนมากกว่าคนที่มีความคิดเห็นกลางๆ และโดยทั่วไปแล้วคนที่พิจารณาว่าตนเองเป็นกลุ่มเสรีนิยม เคยเลิกคบเพื่อน (ทั้งในโลกจริงและโลกเสมือน) มากกว่ากลุ่มอนุรักษนิยม (Rainie & Smith, 2012)

ด้วยเหตุของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนี้จึงอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองหรือไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองในเฟซบุ๊ก เพราะบางคนอาจกลัวการถูกอันเฟรนด์ บล็อก จากเพื่อนหรือคนที่รู้จักในเฟซบุ๊ก หรือแยะไปกว่านั้น

คือทำให้เกิดความโกรธ ขุ่นเคืองใจซึ่งกันและกัน และหากว่าในเฟซบุ๊กมีหัวหน้าหรือเพื่อนที่ทำงานที่มีความเห็นต่างทางการเมืองอยู่ด้วยก็อาจส่งผลกระทบต่อหน้าที่การงานของตัวผู้ใช้ไปด้วย

- การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Used and gratification)

การทบทวนวรรณกรรมก่อนหน้านี้ได้กล่าวถึงแรงจูงใจที่ทำให้ผู้คนเข้าใช้เฟซบุ๊กไปแล้ว และด้วยทฤษฎีเดียวกันนี้สามารถนำมาใช้เพื่ออธิบายแรงจูงใจของการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กได้เช่นกัน เนื่องจากเหตุผลของการใช้สื่อของคนนั้นเกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะเกี่ยวข้องและความต้องการที่จะไม่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ซึ่งเหตุผลเหล่านี้สามารถจำแนกกลุ่มได้ออกเป็นหลายกลุ่ม รวมถึงการที่คนต้องการแสวงหาข้อมูลหรือความรู้ ความเพลิดเพลิน สถานภาพ เสริมสร้างความสัมพันธ์และหลีกเลี่ยงจากสิ่งอื่นๆ (McQuail (1972) และ Katz et al. (1973)) ด้วยเหตุนี้ความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองหรือหลีกเลี่ยงที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองจึงอาจหมายถึงการที่บุคคลต้องการที่จะสร้างสัมพันธ์กับบุคคลอื่นหรือรักษาสัมพันธ์กับบุคคลอื่นไว้ อย่างไรก็ตามการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอาจเป็นไปได้เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านความรู้ ความเพลิดเพลิน หรือความต้องการที่จะไม่รู้สึกรบกวนจากสังคม

สมมติฐานที่ 8 : ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะคำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง

4.1.3 การโต้เถียงกันทางการเมือง

การปะทะสังสรรค์กันในทางการเมืองอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บุคคลเลือกที่จะแสดงความคิดเห็นหรือไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง

- วาจาที่สร้างความเกลียดชัง (Hate speech)

การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโลกออนไลน์แตกต่างไปจากสมัยก่อนที่ยังไม่มีอินเทอร์เน็ตอย่างสิ้นเชิง สังเกตได้ว่าสมัยนี้ผู้คนกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้นซึ่งส่วนหนึ่งที่สำคัญก็มาจากการที่สื่อใหม่นี้ได้มีการเว้นระยะห่างทางสังคมซึ่งทำให้ผู้คนไม่ต้องเผชิญหน้ากัน ไม่ต้องกลัวที่จะทะเลาะหรือก่อให้เกิดความขัดแย้งใด ๆ (Pierce, 2009) ยิ่งไปกว่านั้นการเปิดโลกด้วยโซเชียลมีเดียทำให้ผู้คนรับรู้ และเห็นประเด็นทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้นได้อย่างสะดวกรวดเร็ว จึงนำไปสู่การแสดงความคิดเห็นในทุก ๆ ประเด็นอย่างกว้างขวาง สิ่งสำคัญอยู่ที่ว่า

การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองนี้มีนัยยะแฝงไว้มากมาย สิ่งหนึ่งคือปมเหตุแห่งความขัดแย้งและวาทกรรมการสร้างความเกลียดชังของคนในสังคมไทย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่กับคนรุ่นเก่าที่มีพื้นฐานชีวิต การเติบโต วิธีคิด ที่แตกต่างกัน ประกอบกับข้อขัดแย้งทางการเมืองที่แบ่งออกเป็นสองฝ่ายและมีความขัดแย้งมาอย่างยาวนาน ทำให้การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองเข้มข้นและรุนแรงขึ้นทุกที ที่ผ่านมามีการศึกษาเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ดังนี้

การศึกษาแนวโน้มการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองไทยของแฟนเพจ สื่อมวลชนกับการสร้างความเกลียดชัง (ดลระวี สุดพุ่ม, 2562) พบว่าการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวของพรรคการเมืองช่วงที่มีการประกาศเลือกตั้งของรัฐบาล คสช.ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจคมชัดลึก และ Voice TV21 พบว่า แฟนเพจ “คมชัดลึก” แสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับการโน้มน้าวใจผู้อื่นให้เกิดความเกลียดชังต่อกลุ่มเป้าหมาย 2 ข่าว ระดับไม่มีการชี้้นำให้เกิดความเกลียดชัง 4 ข่าว และระดับการแสดงความคิดเห็นโดยไม่ระบุวัตถุประสงค์ชัดเจน 1 ข่าว สื่อมวลชนแฟนเพจ “Voice TV21” พบว่า แสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับการโน้มน้าวใจผู้อื่นให้เกิดความเกลียดชังต่อกลุ่มเป้าหมาย 6 ข่าว ระดับเกลียดชังโดยไม่ระบุวัตถุประสงค์ชัดเจน 3 ข่าว และ ระดับไม่มีการชี้้นำให้เกิดความเกลียดชัง 1 ข่าว จากการวิเคราะห์พฤติกรรมร่วมแสดงความคิดเห็นหลังจากเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน พบว่าสมาชิกแฟนเพจ “คมชัดลึก” มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับการโน้มน้าวใจผู้อื่นให้เกิดความเกลียดชังต่อกลุ่มเป้าหมาย 7 ข่าว และสมาชิกแฟนเพจ “Voice TV21” พบว่า แสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับการโน้มน้าวใจผู้อื่นให้เกิดความเกลียดชังต่อกลุ่มเป้าหมาย 8 ข่าว และระดับ การโน้มน้าวใจหรือยุยงให้ผู้อื่นกระทำการรุนแรงต่อกลุ่มเป้าหมายจนถึงขั้นการทำร้ายล้าง 2 ข่าว จากการศึกษาการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนจากมุมมองของนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสื่อมวลชนรวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากเฟซบุ๊กแฟนเพจคมชัดลึก และ Voice TV21"เกี่ยวกับการนำเสนอข่าว พบว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน (ภาษาการพูดหัวข่าว,รูปภาพ) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแสดงความคิดเห็นของผู้รับสาร

จากการศึกษาเรื่อง Political communication on social media : A tale of hyperactive user and bias in recommender system (Papakyriakopoulos et al., 2020) พบว่า การแสดงความคิดเห็นที่มีเนื้อหารุนแรงจะส่งผลให้เกิดปฏิกิริยาตอบกลับที่มีเนื้อหาที่รุนแรงด้วยเช่นกัน ทั้งยังจะส่งผลให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้คนในทางอ้อม กล่าวคือ ผู้ที่เห็นข้อความที่แสดงความไม่เห็นด้วยที่มีเนื้อหารุนแรงเช่น การใช้คำหยาบ การเหยียดหยามที่ไร้เหตุผล ก็ จะเกิดการโต้กลับและแสดงจุดยืนทางการเมืองของตนที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

- ผู้ใช้นิรนาม (Anonymous)

การเข้ามาของอินเทอร์เน็ตนำไปสู่การเกิดขึ้นของสภาพแวดล้อมทางการสื่อสารแบบใหม่ ที่เงื่อนไขหรือข้อจำกัดของการมีอยู่ของร่างกาย (physical body) ไม่ใช่อุปสรรคต่อการสร้างและการนำเสนอตัวตนอีกต่อไป (Boyd, 2008)

การศึกษาความสัมพันธ์ของการสื่อสารกับการปิดบังตัวตนหรือ ‘ความเป็นนิรนาม’ นั้นมีมาก่อนหน้าการมาถึงของโซเชียลมีเดียหลายทศวรรษ งานวิจัยจำนวนมากให้ข้อค้นพบที่ใกล้เคียงกันว่า การปิดบังตัวตนนำมาซึ่งผลกระทบทั้งเชิงลบและเชิงบวก เช่น ผู้สื่อสารที่ปกปิดตัวตนมีแนวโน้มจะมีความก้าวร้าว ใช้อ้อยคำที่รุนแรง และแสดงความเหยียดหยามเกลียดชัง (hate speech) และการกลั่นแกล้งกันบนโลกออนไลน์ (cyber bullying) เพราะคิดว่าไม่มีใครสามารถสืบสาวมาถึงตัวได้เหมือนกับการสื่อสารแบบเปิดเผยตัวตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารบนโซเชียลมีเดียซึ่งผู้สื่อสารมักไม่ได้ปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพแบบเดิมกับคู่สื่อสาร การสื่อสารแบบปกปิดตัวตนอาจนำมาซึ่งพฤติกรรมต่อต้านสังคม สูญเสียความยับยั้งชั่งใจ มีความหุนหันพลันแล่น หรือที่แวดวงผู้ใช้โซเชียลมีเดียเรียกกันว่า อาการ ‘หัวร้อน’ ขณะเดียวกัน การปกปิดตัวตนก็นำมาซึ่งผลกระทบเชิงบวกที่น่าสนใจ เช่น การปกปิดตัวตนเปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารกล้าแลกเปลี่ยนถกเถียงในประเด็นที่อ่อนไหวหรือเรื่องที่ในบางสังคมอาจเห็นว่าเป็นเรื่องน่าอับอายที่จะสื่อสารกันมากกว่าเดิมนอกจากนี้ผู้สื่อสารที่เลือกจะเป็นนิรนามสามารถปกป้องตัวเองจากอันตรายจากการสื่อสารได้ อีกทั้งผู้รับสารจะสามารถตัดตัวตนของผู้สื่อสารออกไปและสนใจที่ ‘สาร’ อย่างแท้จริง ไม่ปล่อยให้ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมของผู้สื่อสารมาบดบังคุณค่าที่แท้จริงของตัวสาร (Akkanut Wantanasombut, 2562)

สมมติฐานที่ 9 : ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะรับมือกับการโต้เถียงทางการเมืองได้มากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง

4.1.4 อิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่

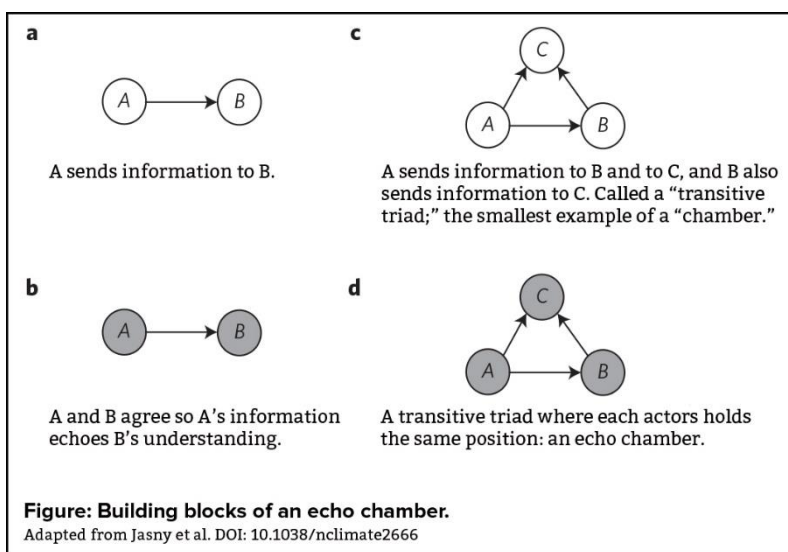
การรับรู้เสียงส่วนใหญ่ของคนในสังคมหรือแม้แต่การรับรู้เสียงส่วนใหญ่ในโพสต์ทางการเมืองนั้นอาจมีผลต่อการตัดสินใจที่จะแสดงความคิดเห็นหรือไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองได้

- ห้องเสียงสะท้อน (echo chamber)

อินเทอร์เน็ตนั้นทำให้หลาย ๆ สิ่งเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรมมนุษย์นั้นเปลี่ยนไป ทำให้โลกและองค์ความรู้ที่เชื่อมกัน และทำให้การสื่อสารข้ามโลกหรือการเจอคนที่แตกต่างกันนั้นง่ายขึ้น แต่เมื่อมีข้อดีอย่างมากมาพร้อมกับหลาย ๆ คน ก็มีข้อเสียมหาศาล ในยุคนี้ที่เห็นอย่างเด่นชัดคือการที่คนนั้นคิดว่าสิ่งที่เห็นในออนไลน์หรือข้อมูลในอินเทอร์เน็ตนั้นคือทั้งโลกแล้ว และนี่คือกับดักที่ทำให้ผู้คนติดอยู่ในกะลาชาตินี้ ที่เรียกว่า Echo Chamber ซึ่งเกิดขึ้นมากจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี Personalisation ที่ทำให้เรานั้นเห็นในสิ่งที่เราเลือกที่จะเห็นเท่านั้น (Molek, 2017)

ห้องเสียงสะท้อน (echo chamber) เป็นคำเปรียบเทียบกับห้องที่ออกแบบให้มีการสะท้อนเสียงกลับไปมา หมายถึงสถานการณ์ที่ข้อมูล ความคิด ความเชื่อหนึ่งๆ ถูกขยายหรือถูกสนับสนุนผ่านการสื่อสารและการทำซ้ำภายในระบบหนึ่งๆ ใน "ห้อง" นี้ แหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ มักไม่ถูกตั้งคำถาม มุมมองที่แตกต่างหรือท้าทายต่อข้อมูลเดิมมักถูกปิดกั้น หรือถูกนำเสนอน้อยกว่าข้อมูลที่สอดคล้องกัน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2563b)

หลาย ๆ คนนั้นอาจเจอกับดักในข้อมูลข่าวสารการเมืองที่ผ่านมา ถ้าเลือกที่จะรับข่าวจากฝั่งใดฝั่งหนึ่งหน้าข้อมูลของผู้ใช้นั้นก็จะเต็มไปด้วยข้อมูลของฝั่งที่ผู้ใช้เลือกที่จะเห็น ซึ่งเกิดขึ้นจาก personalization algorithms ที่มาจาก Google, Facebook, Twitter ที่จะป้อนข่าวและข้อมูลที่คนนั้นเลือกที่จะอยากเห็น และสิ่งที่เป็นปัญหาคือข้อมูลที่เห็นนั้นอาจจะไม่จริง และมีข้อมูลอีกหลาย ๆ อย่างที่ไม่ได้เห็นขึ้นมา นอกจากนี้ยังทำให้ผู้ที่เลือกรับข่าวเหล่านี้ อาจจะติดอยู่ในโลกที่ทัศนคติที่แคบมากขึ้น ไม่ได้เห็นความแตกต่างของความคิด และอาจจะตกไปอยู่ในกลุ่มคนที่กลายเป็นกลุ่มคนที่คิดว่าสิ่งที่เห็นนั้นคือ โลกทั้งโลกแล้ว และเมื่อเอาความจริงไปเล่าต่อ คนเหล่านี้ อาจจะไม่ใช่เลยว่าคุณข้อมูลที่บอกนั้นถูกต้อง (Molek, 2017)



ภาพที่ 5 แสดงการเกิดห้องเสียงสะท้อน (echo chamber)

จากการศึกษาของมหาวิทยาลัย Wharton ในปี 2010 และ 2014 ในการดูรูปแบบพฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้บริโภค iTunes มากกว่า 1,700 คนนั้น พบว่าผู้บริโภคที่มีการใช้งาน personalized content recommendations ที่มีการเลือกฟังเพลงหรือเนื้อหาที่เหมือนกันนั้น จะมีการแนะนำเพลงหรือเนื้อหาจากระบบที่คล้ายกันมาก แต่เมื่อเอากลุ่มคนที่มีความแตกต่างในการเลือกที่จะรับเนื้อหาและเพลงจาก personalized content recommendations เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จะพบว่าความเหมือนในการแนะนำเพลงจากระบบจะเริ่มลดลงเรื่อย ๆ เช่นกัน แต่เมื่อมีการฟังเพลงเพิ่มมากขึ้นจะพบว่าระบบพยายามจะแนะนำสิ่งใหม่ ๆ หรือเพลงใหม่ ๆ เข้าด้วยไป ทำให้เกิดการคล้ายกันระหว่างกลุ่มคนที่ไม่ได้มีความเหมือนกันในการบริโภคเพลงเลย ซึ่งนักวิจัยนั้นสรุปว่า ด้วยการเลือกเนื้อหาบนเท็งนั้นจะไม่เกิด Echo Chamber ขึ้น แต่เมื่อกลายเป็นเนื้อหาการเมืองนั้น กลายเป็นว่าผู้บริโภคจะปิดกั้นหรือเปิดใจน้อยลงในความคิดเห็นที่แตกต่างกันหรือความเชื่อที่ต่างกันทันที ซึ่งในปี 2015 นักวิจัยใน Facebook ได้ทำการวิจัยว่า social network นั้นมีผลต่อความคิดและมุมมองคนอย่างไร ซึ่งนักวิจัยใช้การวิเคราะห์ Newsfeed กว่า 10.1 ล้านคนในอเมริกา ซึ่งระบุถึงเรื่องความเชื่อการเมือง (อนุรักษ์นิยม, เป็นกลาง หรือเสรีนิยม) นักวิจัยพยายามค้นหาว่ากลุ่มคนที่มีความเชื่อต่างกัันนี้มีการรับสื่อและแสดงออกอย่างไร สิ่งที่เกิดขึ้นคือไม่ใช่เพราะระบบนั้นป้อนข่าวที่ผู้บริโภคที่มีความเชื่อนั้นเลือกอยากจะได้รับข่าว แต่เป็นการที่ผู้บริโภคนั้นเลือกที่อยากจะได้รับข่าวนั้นเอง โดยการเชื่อมกับกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นคล้ายกัน เลือกรับข่าวหรือข้อมูลที่ตรงกับความเชื่อของตน (Molek, 2017)

การเกิดปรากฏการณ์ห้องเสียงสะท้อนนี้อาจทำให้ผู้ใช้งานเลือกรับข้อมูลเพียงฝ่ายเดียว และมีการแสดงความคิดเห็นในฝ่ายที่ตนเองเลือกรับพร้อมกับปิดกั้นความคิดเห็นต่างและมองว่าเป็นเพียงความคิดเห็นของคนส่วนน้อย โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมือง

- วงเกลียวแห่งความเงียบ

ทฤษฎี Spiral of Silence หรือ "วงเกลียวแห่งความเงียบ" เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นโดย Noelle-Neumann (1974) อลิซาเบธ โนเอล นอยมานน์ ผู้ที่เชื่อว่าความกดดันจากสังคมที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นจะทำให้คนที่มีความเห็นตรงกันข้ามจะไม่กล้าแสดงออก เนื่องจากเชื่อว่าตนเองเป็นเสียงส่วนน้อย และ กลัวจะแปลกแตกแยกออกจากสังคม เพราะอย่าลืมว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ชอบอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม (herd animal) ซึ่งในการสื่อสารทางการเมืองทฤษฎีนี้ถือว่ามิบทบาทที่สำคัญในการอธิบายพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นของคนในสังคมต่อประเด็นทางการเมืองที่ผู้คนมักมีทัศนคติที่แตกต่างหลากหลาย

ขั้นตอนในการเกิดวงเกลียวแห่งความเงียบมีดังต่อไปนี้

1. เมื่อเสฟสื่อมวลชนเข้ามามากๆ ผู้คนบางกลุ่มจะเริ่มรู้สึกตัวว่าความคิดของตัวเองนั้นไม่ตรงความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ (เนื่องจากไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นที่ถูกนำเสนอจากสื่อมวลชน)

2. ผู้คนกลุ่มนี้จะเริ่มรู้สึกว่าตนเองเป็นเสียงส่วนน้อย (ซึ่งจริงๆ อาจจะไม่ใช่ แต่เนื่องเพราะความคิดเห็นในแบบนั้นไม่ถูกนำเสนอออกมาผ่านสื่อมวลชน) จึงทำให้ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นใดๆ

3. ผู้คนอีกฝ่ายหนึ่งที่มีความเห็นสอดคล้องกับสื่อมวลชนก็จะยิ่งฮึกเหิมยิ่งแสดงความคิดเห็นดังขึ้นๆ จึงทำให้เกิดช่องว่างความแตกต่างทางความคิด ความรู้สึกนั้นจะขยายตัวมากขึ้น คนกลุ่มที่คิดว่าตนเองเป็นเสียงส่วนน้อยก็จะคิดว่าตนเป็นส่วนน้อยมากๆ คนส่วนใหญ่ก็จะยิ่งคิดว่าความคิดฝั่งตนเองเป็นสิ่งที่ถูกต้อง จนสุดท้ายกลุ่มที่เห็นต่างจากความคิดเห็นที่ถูกแสดงออกผ่านสื่อมวลชนก็จะเงียบในที่สุด

4. ท้ายสุดคือเมื่อไม่มีเสียง (ความคิดเห็นคัดค้านใดๆ) ความคิดที่ถูกมองว่าเป็นเสียงส่วนใหญ่ก็จะครอบงำสังคม และ จะถูกอ้างว่าเป็นเสียงของประชาชนส่วนใหญ่โดยปริยาย (ทั้งที่จริงแล้วคนที่เห็นด้วย หรือ ไม่เห็นด้วยนั้นอาจจะไม่ได้น้อยไปกว่ากันเลย)

ในช่วงหลังได้มีการศึกษาที่ทำหายทฤษฎีนี้ค่อนข้างมากและพบว่า ไม่เสมอไปที่เสียงของคนส่วนใหญ่จะทำให้คนส่วนน้อยเงียบและไม่แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นทางสังคม และความกลัวความโดดเดี่ยวก็อาจไม่ใช่สาเหตุที่ทำให้เสียงส่วนน้อยไม่ออกมาแสดงความคิดเห็น ดังเช่นงานวิจัยของ คมสัน รัตนะสิมากุล (2549) เรื่องการทดสอบทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบในการก่อตัวของสาธารณมติในบริบทการเมืองและวัฒนธรรมไทย ที่ผลการวิจัยพบว่า มีปัจจัยมากมายที่จะส่งผลต่อความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นในประเด็นสาธารณะของสังคม ทั้งอิทธิพลของความคิดเห็นส่วนใหญ่ของสังคม อิทธิพลของความสนใจในประเด็นสาธารณะในกลุ่มที่มีการรับรู้ระดับความไม่สอดคล้องน้อยและมาก ประเด็นเกี่ยวกับสภาพความเป็นอยู่และประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบและโภชนาการ รวมถึงความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมประชาธิปไตย และจริงๆ แล้วยังพบว่าความกลัวความโดดเดี่ยวไม่ได้ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นแต่เป็น ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งต่างหาก ซึ่งเป็นลักษณะเด่นทางวัฒนธรรมไทยและเป็นกลไกหนึ่งที่สามารถอธิบายความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นในสังคมไทยได้ และสำหรับประเด็นเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนก็ยังไม่สามารถสรุปได้ว่ามีผลต่อการรับรู้ความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ของสังคมและความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นในประเด็นสาธารณะในสังคมไทยหรือไม่

งานวิจัยของต่างประเทศยังพบว่าในสังคมออนไลน์นั้นเสียงส่วนใหญ่ไม่ได้มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นของปัจเจกบุคคล จากงานวิจัยเรื่อง Spiral of silence online: How online communication affects opinion climate perception and opinion expression regarding the climate change debate ของ Porten-Cheé and Eilders (2015) พบว่า ระหว่างการเปิดรับสื่อจากสื่อกระแสหลัก (Mass media) กับสื่อที่มีผู้ใช้คนอื่นสร้างขึ้น (UGC) ไม่ได้ทำให้เกิดการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เสียงส่วนใหญ่ไม่ได้มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นของปัจเจกบุคคล เพราะในโลกออนไลน์ผู้คนจะพูดในสิ่งที่ตนเองเชื่ออย่างเต็มที่ และจะกล้าพูดมากขึ้นถ้าใช้บัญชีนิรนามที่ไม่เปิดเผยตัวตนที่แท้จริง ยิ่งไปกว่านั้นในกลุ่มทางสังคมกลุ่มเล็กที่สนิทสนมกันเป็นอย่างดีคืออย่างคนในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนสนิทผู้คนจะเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นตามธรรมชาติของตัวเองมากกว่าในกลุ่มที่ไม่สนิทอย่างเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนร่วมชั้นเรียน นอกจากนี้งานศึกษาเรื่อง Staying silent and speaking out in online comment sections: The influence of spiral of silence and corrective action in reaction to news. ของ Duncan et al. (2020) ที่พบว่า คอมเมนต์หรือการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวในโลกออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรมแสดงความคิดเห็นของผู้รับสารคนอื่น กล่าวคือ ในข่าวที่มีการแสดงความคิดเห็นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันจะ

ส่งผลต่อความคิดเห็นส่วนบุคคลเปลี่ยนไปและผู้รับสารจะแสดงความคิดเห็นตามเสียงส่วนใหญ่ของชาวนั้นได้มากกว่าชาวที่มีการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายหรือขัดแย้งกัน ส่วนบุคคลที่ยังไม่แน่ใจว่าจะแสดงความคิดเห็นต่อข่าวดีหรือไม่ในตอนแรก หากพบว่าการแสดงความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ต่อชาวนั้นตรงกับความคิดของตนก็จะช่วยตัดสินใจในการแสดงความคิดเห็นได้ง่ายขึ้น แต่สำหรับบุคคลที่ยึดมั่นในความคิดของตนอย่างเหนียวแน่น (Strong opinion) มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นมากขึ้นต่อข่าวที่พบว่าการแสดงความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ขัดแย้งกับตน มากกว่าชาวที่มีความคิดเห็นเป็นไปในทางเดียวกับตนหรือชาวที่มีการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลาย

โดยสรุปแล้วแม้ว่าในปัจจุบันจะมีงานวิจัยมากมายที่พิสูจน์ถึงทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บและได้ค้นพบว่าแท้ที่จริงแล้วมีปัจจัยอื่นๆอีกมากมายที่ส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นของคนในสังคมไม่ใช่ในเรื่องของเสียงส่วนใหญ่เพียงอย่างเดียว แต่จากงานศึกษาเหล่านั้นก็สามารถที่จะอธิบายได้ว่าพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นของคนเรา โดยเฉพาะในบริบทของโลกออนไลน์ที่ทำให้เกิดกลุ่มทางความเห็นขึ้นมากมาย เสียงส่วนใหญ่ในสังคมก็อาจแสดงความคิดเห็นได้ในโลกออนไลน์ ในขณะที่กลุ่มที่ถูกมองว่าเป็นเสียงส่วนน้อยก็อาจแสดงความคิดเห็นได้เช่นเดียวกัน เพราะเมื่อเข้ามาอยู่ในบริบทของโลกออนไลน์แล้ว กลุ่มทางความเห็นสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายมิติแล้วแต่ประเด็นทางสังคมที่เกิดขึ้น กล่าวคือ เสียงที่ถูกมองว่าเป็นเสียงส่วนน้อยในสังคมอาจจะมารวมตัวกันแล้วเกิดเป็นกลุ่มที่มีความคิดเห็นแบบเดียวกันจนกลายเป็นเสียงส่วนใหญ่ภายในกลุ่มของตัวเองในโลกออนไลน์ก็เป็นได้ ดังนั้นพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์จึงมีความหลากหลายมากกว่าในโลกแห่งความเป็นจริง และมีอาจปฏิเสธได้ว่าเสียงของกลุ่มนั้นมีอิทธิพลในการกำหนดทิศทางในการแสดงความคิดเห็นของผู้รับสารได้จริง

สมมติฐานที่ 10 : ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะรับรู้ว่าคุณเองเป็นเสียงส่วนใหญ่มากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง

4.1.5 ความเชื่อมโยงของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

สืบเนื่องจากวิธีการสร้างให้เกิดการรับรู้ความสามารถแห่งตนเอง รวม 4 วิธีของ Bandura (อ้างถึงใน ภาสิต ศิริเทศ และ ณพวิทย์ ธรรมสีหา, 2561) อาจส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้เฟซบุ๊กด้วย โดยสามารถอธิบายและตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery experience) Bandura เชื่อว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถตนเอง เนื่องจากเป็น

ประสบการณ์โดยตรง ความสำเร็จที่ทำให้เพิ่มการรับรู้ความสามารถตนเองนั้นจำเป็นต้องฝึกให้บุคคลมีทักษะเพียงพอที่จะประสบความสำเร็จพร้อม ๆ กับการทำให้บุคคลได้รับรู้ว่าเขามีความสามารถที่จะทำได้เช่นนั้น ซึ่งจะทำให้บุคคลใช้ทักษะที่ได้รับการฝึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบุคคลที่รับรู้ว่าคุณเองมีความสามารถจะไม่ยอมแพ้อะไรง่ายๆ แต่จะพยายามทำงานต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

สมมติฐานที่ 11 : ผู้ที่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น

การได้เห็นประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious experience) โดยการใช้ตัวแบบ (Modeling) การได้สังเกตตัวแบบที่มีความซับซ้อน และได้รับผลกระทบที่พึงพอใจ จะทำให้ผู้สังเกตเรียนรู้ว่าตนเองมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ถ้ามีความพยายามไม่ย่อท้อ ทั้งนี้สามารถจำแนกตัวแบบออก เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตัวแบบที่มีชีวิตและตัวแบบสัญลักษณ์

สมมติฐานที่ 12 : ผู้ที่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น

การใช้คำพูดชักจูง (Verbal persuasion) เป็นการบอกว่าคุณมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ซึ่งเป็นวิธีที่ค่อนข้างใช้ง่ายและใช้กันทั่วไป Bandura กล่าวว่า การใช้คำพูดชักจูงเพียงอย่างเดียวไม่ค่อยได้ผลมากนักในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถตนเองให้ได้ผล ควรใช้ร่วมกับการทำให้บุคคลมีประสบการณ์ของความสำเร็จ

สมมติฐานที่ 13 : ผู้ที่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวสารการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้จะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวสารการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้

การกระตุ้นอารมณ์ (Emotional arousal) การกระตุ้นทางอารมณ์มีผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในสภาพที่ถูกข่มขู่ในการตัดสินใจถึงความวิตกกังวลและความเครียดของบุคคลนั้น บางส่วนจะขึ้นอยู่กับการกระตุ้นทางสรีระ การกระตุ้นที่รุนแรงทำให้เกิดการกระทำที่ไม่ค่อยได้ผลดี บุคคลจะคาดหวังความสำเร็จเมื่อบุคคลไม่ได้อยู่ในสภาพการณ์ที่กระตุ้นด้วยสิ่งที่ไม่พึงพอใจ ความกลัวจะกระตุ้นให้เกิดความ กลัวมากขึ้น บุคคลจะเกิดประสบการณ์ของความล้มเหลว อันจะทำให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ

สมมติฐานที่ 14 : ผู้ที่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้จะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้

4.2 ลักษณะพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถจัดแบ่งลักษณะของการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวการเมืองบนเฟซบุ๊กโดยจะแบ่งประเภทจากการสังเกตแนวทางของพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กที่เป็นไปได้มากที่สุด 4 แบบ ภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

4.2.1 พฤติกรรมที่เปิดรับข่าวการเมืองบนเฟซบุ๊กแต่ไม่แสดงความคิดเห็นใดๆ

เนื่องจากคนในกลุ่มนี้มีลักษณะตามทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บดั้งเดิมที่มองว่าผู้คนจะไม่แสดงความคิดเห็นหากรับรู้ว่าเป็นความเสี่ยงส่วนน้อยของสังคม (Noelle-Neumann, 1974) และสอดคล้องกับคำอธิบายในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า เหตุผลของการใช้สื่อของคนนั้นเกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะเกี่ยวข้องและความต้องการที่จะไม่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ซึ่งเหตุผลเหล่านี้สามารถจำแนกกลุ่มได้ออกเป็นหลายกลุ่ม (Katz, 1974) รวมถึงมีลักษณะที่จัดอยู่ในพฤติกรรมกลุ่มนักสะกดรอย (The Stalker) ตามแนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊กของ Opify.net (2556) เนื่องจากชื่นชอบที่จะติดตามหรือสังเกตการณ์ผู้อื่นมากกว่าการเข้าไปมีส่วนร่วม ซึ่งคาดว่าบุคคลในกลุ่มนี้จะมีระดับของการรับรู้ประสิทธิภาพที่น้อยกว่ากลุ่มอื่นตามผลวิจัยของ Moeller et al. (2014) ที่พบว่า การสนทนาผ่านข้อความ ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในบทสนทนาออนไลน์หรือเพียงแค่ส่งต่อข้อความทางการเมืองไปยังเพื่อน ระดับประสิทธิภาพทางการเมืองภายในจะเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งมากกว่าผลของการเปิดรับข่าวสารโดยไม่มีคำตอบใดๆ

4.2.2 พฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสารการเมืองบนเฟซบุ๊กและแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นในอุดมการณ์ทางการเมืองเหมือนกันกับตน

ตามแนวคิดเรื่องห้องเสียงสะท้อน (echo chamber) สามารถอนุมานได้ว่าคนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้านเดียว คือด้านที่ตรงตามความต้องการกับทัศนคติทางการเมืองของตน ทำให้ได้รับข่าวสารทางการเมืองในด้านที่ตนเชื่อรวมถึงมีการแสดงความคิดเห็นกับกลุ่มคนที่มีความเชื่อทางการเมืองแบบเดียวกันเท่านั้น นอกจากนี้จากงานวิจัยของ Johansson (2018) ยังพบว่าในกลุ่มทางสังคมกลุ่มเล็กที่สนิทสนมกันเป็นอย่างดีอย่างคนในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนสนิทผู้คนจะเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นตามทัศนคติของตนเองมากกว่าในกลุ่มที่ไม่สนิทอย่างเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนร่วมชั้นเรียน อีกทั้งบุคคลที่ยังไม่แน่ใจว่าจะแสดงความคิดเห็นต่อข่าวดีหรือไม่ในตอนแรก หากพบว่าการแสดงความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ต่อข่าวนั้นตรงกับความคิดเห็นของตนก็จะช่วยตัดสินใจในการแสดงความคิดเห็นได้ง่ายขึ้น (Duncan et al., 2020) และสอดคล้องกับคำอธิบายในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า เหตุผลของการใช้สื่อของคนนั้นเกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะเกี่ยวข้องและความต้องการที่จะไม่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ซึ่งเหตุผลเหล่านี้สามารถจำแนกกลุ่มได้ออกเป็นหลายกลุ่ม (Katz, 1974) ทั้งยังตรงกับงานวิจัยเกี่ยวกับเฟซบุ๊กที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มคนสนิท เป็นกลุ่มคนที่ผู้คนมักมีปฏิสัมพันธ์ด้วยบ่อยที่สุด (บุญอยู่ ขจรประเสริฐ, 2557; ตฤณรัชช วงษ์ประเสริฐ, 2559; เฟิร์น สุทธิพุ่ม, 2560) ซึ่งคนในกลุ่มนี้คาดว่าจะมีระดับของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่มากกว่ากลุ่มที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองแต่ไม่แสดงความคิดเห็นเนื่องจากการสนทนาโต้ตอบ (Moeller et al., 2014) แต่คาดว่าจะน้อยกว่ากลุ่มที่โต้ตอบกับข้อความที่ขัดแย้งกันหรือในกลุ่มที่มีความคิดเห็นที่หลากหลาย (Ardévol-Abreu et al., 2019)

4.2.3 พฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสารการเมืองบนเฟซบุ๊กและแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นในอุดมการณ์ทางการเมืองต่างกันกับตน

เนื่องจากเสียงส่วนใหญ่ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นใดๆบนโลกออนไลน์ ผู้คนจะแสดงความคิดเห็นที่ต้องการโดยไม่สนว่าจะเป็นที่กระแสหลักหรือกระแสรอง (Porten-Cheé & Eilders, 2015) และสำหรับบุคคลที่ยึดมั่นในความคิดของตนอย่างเหนียวแน่น (Strong opinion) มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นมากขึ้นต่อข่าวที่พบว่าการแสดงความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ขัดแย้งกับตน มากกว่าข่าวที่มีความคิดเห็นเป็นไปในทางเดียวกับตน (Duncan et al., 2020) ประกอบกับแนวคิดเรื่อง Anonymous ที่ว่าการสื่อสารแบบปกปิดตัวตนอาจนำมาซึ่ง

พฤติกรรมต่อต้านสังคม สูญเสียความยับยั้งชั่งใจ มีความหุนหันพลันแล่น หรือที่แวดวงผู้ใช้โซเชียลมีเดียเรียกกันว่า อาการ ‘หวัร้อน’ แต่ในขณะเดียวกัน การปกปิดตัวตนก็นำมาซึ่งผลกระทบเชิงบวกที่น่าสนใจ เช่น การปกปิดตัวตนเปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารกล้าแลกเปลี่ยนถกเถียงในประเด็นที่อ่อนไหวหรือเรื่องที่ในบางสังคมอาจเห็นว่าเป็นเรื่องน่าอับอายที่จะสื่อสารกันมากกว่าเดิม นอกจากนี้ผู้สื่อสารที่เลือกจะเป็นนิรนามสามารถปกป้องตัวเองจากอันตรายจากการสื่อสารได้ อีกทั้งผู้รับสารจะสามารถตัดตัวตนของผู้สื่อสารออกไปและสนใจที่ ‘สาร’ อย่างแท้จริง ไม่ปล่อยให้ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมของผู้สื่อสารมาบดบังคุณค่าที่แท้จริงของตัวสาร อีกทั้งจากคำอธิบายในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า เหตุผลของการใช้สื่อของคนนั้นเกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะเกี่ยวข้องและความต้องการที่จะไม่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ซึ่งเหตุผลเหล่านี้สามารถจำแนกกลุ่มได้ออกเป็นหลายกลุ่ม โดยคนกลุ่มนี้อาจต้องการใช้สื่อเพื่อตอบสนองด้านอารมณ์ คือต้องการความเห็น ความบันเทิง และสุนทรียะ (Katz, 1974) ซึ่งอาจจัดอยู่ในกลุ่มที่ชอบโพสต์และแชร์เพื่อสร้างกระแส (The Curator) เพื่อให้คนอื่นเห็นและติดตามมากขึ้น Opify.net (2556) อาจทำให้กลุ่มนี้น่าจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่มากกว่าสองกลุ่มแรกเนื่องจากการโต้ตอบในกลุ่มที่มีความคิดเห็นที่หลากหลายมากกว่าซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลและความรู้มากกว่า (Ardévol-Abreu et al., 2019)

4.2.4 พฤติกรรมที่เปิดรับข่าวการเมืองบนเฟซบุ๊กและแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นในอุดมการณ์ทางการเมืองทั้งที่ต่างและเหมือนกันกับตน

เนื่องจากการสื่อสารแบบปกปิดตัวตน (Anonymous) อาจนำมาซึ่งพฤติกรรมต่อต้านสังคม สูญเสียความยับยั้งชั่งใจ มีความหุนหันพลันแล่น หรือที่แวดวงผู้ใช้โซเชียลมีเดียเรียกกันว่า อาการ ‘หวัร้อน’ ขณะเดียวกัน การปกปิดตัวตนก็นำมาซึ่งผลกระทบเชิงบวกที่น่าสนใจ เช่น การปกปิดตัวตนเปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารกล้าแลกเปลี่ยนถกเถียงในประเด็นที่อ่อนไหวหรือเรื่องที่ในบางสังคมอาจเห็นว่าเป็นเรื่องน่าอับอายที่จะสื่อสารกันมากกว่าเดิม นอกจากนี้ผู้สื่อสารที่เลือกจะเป็นนิรนามสามารถปกป้องตัวเองจากอันตรายจากการสื่อสารได้ อีกทั้งผู้รับสารจะสามารถตัดตัวตนของผู้สื่อสารออกไปและสนใจที่ ‘สาร’ อย่างแท้จริง ไม่ปล่อยให้ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมของผู้สื่อสารมาบดบังคุณค่าที่แท้จริงของตัวสาร อีกทั้งเสียงส่วนใหญ่ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นใดๆบนโลกออนไลน์ ผู้คนจะแสดงความคิดเห็นอย่างที่ต้องการโดยไม่สนว่าจะเป็นที่สื่อกระแสหลักหรือกระแสรอง (Porten-Cheé & Eilders, 2015) และสำหรับบุคคลที่ยึดมั่นในความคิดของตนเองอย่างเหนียวแน่น (Strong opinion) มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นมากขึ้นต่อข่าวที่พบว่าการแสดงความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ขัดแย้งกับตน มากกว่าข่าวที่มีความคิดเห็นเป็นไปในทางเดียวกับ

ตน (Duncan et al., 2020) และสอดคล้องกับคำอธิบายในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า เหตุผลของการใช้สื่อของคนนั้นเกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะเกี่ยวข้องและความต้องการที่จะไม่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ซึ่งเหตุผลเหล่านี้สามารถจำแนกกลุ่มได้ออกเป็นหลายกลุ่ม โดยคนกลุ่มนี้อาจต้องการใช้สื่อเพื่อตอบสนองในด้านความรู้อย่างแท้จริง (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจ (Katz, 1974) เพราะไม่ได้เลือกที่จะแสดงความคิดเห็นเพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ปลอดภัยจากอคติ ซึ่งยังไม่มีการศึกษาที่ชัดเจนที่บ่งบอกว่าบุคคลในลักษณะนี้จะมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่นแต่ผู้วิจัยคาดคะเนจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่อธิบายไว้ว่าหากมีการโต้เถียงกันในกลุ่มคนที่ไม่สนิทหรือเห็นต่าง (Weak ties) จะยิ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในมากกว่ากลุ่มคนที่สนิทหรือมีความคิดคล้ายๆกัน (Strong ties) เพราะจะเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่รอบด้านมากกว่า (Ardèvol-Abreu et al., 2019) ดังนั้นผู้วิจัยจึงคาดว่าบุคคลกลุ่มนี้น่าจะมีข้อมูลและชุดความรู้มากที่สุดจึงอาจนำไปสู่การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตัวบุคคลได้มากกว่าบุคคลในกลุ่มอื่นๆ

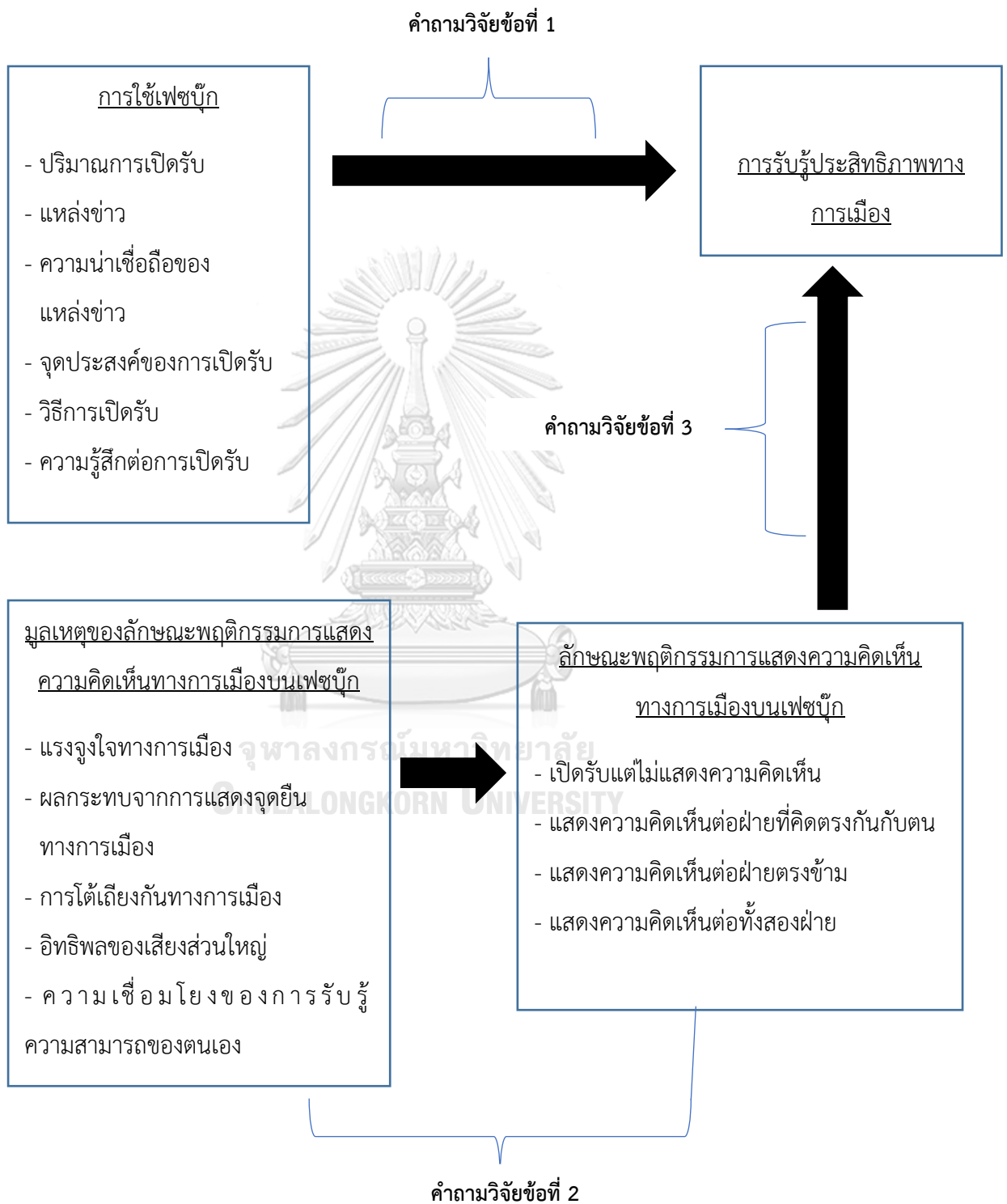
สมมติฐานที่ 15 : ผู้ที่เคยแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่เคยแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊ก

สมมติฐานที่ 16 : ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองแตกต่างกันจะต้องมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองเหมือนกัน

สมมติฐานที่ 17 : ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองทั้งที่ต่างและเหมือนกันจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดนำมาสู่กรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดงานวิจัย



สรุปสมมติฐานงานวิจัยทั้งหมด มีดังนี้

สมมติฐานงานวิจัย

1. ผู้ที่ใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณมากจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณน้อย
2. ผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลัก
3. ผู้ที่ไม่เชื่อถือแหล่งข่าวที่เป็นทางการหรือสำนักข่าวกระแสหลักจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ยึดถือแหล่งข่าวที่เป็นทางการหรือสำนักข่าวกระแสหลัก
4. ผู้ที่ต้องการทราบคอมเมนต์ต่อข่าวการเมืองของผู้อื่นจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้วยจุดประสงค์อื่น
5. ผู้ที่อ่านเฉพาะคอมเมนต์ของผู้อื่นจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่มากกว่าผู้ที่อ่านข่าวในลักษณะอื่นๆ
6. ผู้ที่รู้สึกว่าการเมืองเป็นเรื่องสำคัญจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่รู้สึกว่าการเมืองเป็นเรื่องสำคัญ
7. ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองมีแรงจูงใจทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง
8. ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะคำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง
9. ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะรับมือกับการโต้เถียงทางการเมืองได้มากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง
10. ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะรู้ว่าตนเองเป็นเสียงส่วนใหญ่มากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง
11. ผู้ที่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น

12. ผู้ที่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น
13. ผู้ที่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ จะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้
14. ผู้ที่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้จะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้
15. ผู้ที่เคยแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่เคยแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊ก
16. ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองแตกต่างกันจะต้องมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองเหมือนกัน
17. ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองทั้งที่ต่างและเหมือนกันจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น

นิยามตัวแปร

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง การที่ผู้คนใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหาทางการเมือง โดยวัดจากปริมาณในการเปิดรับ แหล่งข่าวที่เปิดรับ ความเชื่อถือแหล่งข่าวที่เปิดรับ จุดประสงค์ของการเปิดรับ วิธีการเปิดรับ และความรู้สึกจากการเปิดรับ

พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก หมายถึง ความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่ผู้ใช้เปิดรับผ่านเฟซบุ๊ก โดยมี 4 ลักษณะได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล

ข่าวสารทางการเมืองแต่ไม่แสดงความคิดเห็น, พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองและแสดงความคิดเห็นต่อข่าวหรือโพสต์ที่ความคิดเห็นส่วนใหญ่ตรงกันกับตน, พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองและแสดงความคิดเห็นต่อข่าวหรือโพสต์ที่ความคิดเห็นส่วนใหญ่ขัดแย้งกับตน และ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองและแสดงความคิดเห็นต่อทุกข่าวหรือโพสต์ไม่ว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่จะตรงกันหรือขัดแย้งกันกับตน

การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง (Political Efficacy) หมายถึง ความเชื่อในความสามารถทางการเมืองของบุคคล ว่าการกระทำของตนเองสามารถส่งผลต่อปรากฏการณ์ทางการเมืองได้



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปริมาณการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทย” ใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงบูรณาการระหว่าง วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและ เชิงคุณภาพ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และมีการสัมภาษณ์ในเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอรายละเอียดวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงสำรวจ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือผู้ที่มีบัญชีเฟซบุ๊กมาไม่ต่ำกว่า 1 ปี และมีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 499 คน โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดขึ้นจากตารางขนาดของตัวอย่างประชากรของ Yamane ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 คัดขนาดของความคลาดเคลื่อน (e) เป็นร้อยละ ซึ่งประชากรมีขนาดมากกว่า 100,000 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างตามตารางที่จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบบังเอิญ และเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาหรือโควิด 19 ทำให้ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งจำเป็นต้องทำการเก็บแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยโปรแกรม Google form โดยผู้วิจัยได้แชร์แบบสอบถามผ่านทาง Facebook ของผู้วิจัยและบุคคลที่มีชื่อเสียงได้แก่ คุณจักรกฤต โยมพยอม ติวเตอร์ภาษาไทย และคุณไอ้ รินทร์ เจ้าของเพจข่าวสี่แฉกที่มีผู้ติดตามกว่า 300,000 คน รวมถึงการนำแบบสอบถามไปประชาสัมพันธ์ตามเพจข่าวอย่าง เพจข่าวไทยรัฐ และบีบีซีไทย ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในที่นี่จะประกอบด้วย

- ผู้ที่มีบัญชีเฟซบุ๊กมาไม่ต่ำกว่า 1 ปี และมีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 499 คน

การสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสัมภาษณ์ในเชิงลึกจะใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive) จำนวนไม่ต่ำกว่า 8 คน ซึ่งจะทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมในส่วนที่แบบสอบถามมิอาจให้ข้อมูลในเชิงลึกที่กระจ่างได้ โดยจะคำนึงถึงความหลากหลายของประชากรเป็นหลัก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจะต้องมี

พฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กในทุกกลุ่มจาก 4 กลุ่มที่ผู้วิจัยกำหนด และผู้วิจัยจะเลือกผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้ที่ถูกวิจัยทราบต่อพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น เพื่อนหรือผู้ที่ผู้วิจัยรู้จักอยู่แล้วหรือผู้ที่เต็มใจในการให้สัมภาษณ์เพื่อการสัมภาษณ์ที่ราบรื่นและผ่อนคลาย โดยจะทำการสัมภาษณ์ผ่านทางช่องทางออนไลน์และจะแจ้งการขออนุญาตบันทึกเสียง พร้อมทั้งแจ้งจุดประสงค์ของการวิจัยให้ผู้ให้สัมภาษณ์ทราบก่อนทำการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคุณลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ประกอบด้วย

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อสำรวจพฤติกรรมและวัดปริมาณการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก โดยใช้คำถามปลายปิดจำนวน 11 ข้อ ได้แก่

- ประเภทข่าวสารที่เปิดรับผ่านเฟซบุ๊ก
- ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก
- แหล่งข้อมูลที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก
- ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวบนเฟซบุ๊ก
- จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองบนเฟซบุ๊ก
- ความละเอียดของการอ่านข่าวสารการเมืองบนเฟซบุ๊ก
- ความรู้สึกจากการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก
- ความเชื่อมโยงกับประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery experience)
- ความเชื่อมโยงกับการได้เห็นประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious experience)
- ความเชื่อมโยงกับการใช้คำพูดชักจูง (Verbal persuasion)
- ความเชื่อมโยงกับการกระตุ้นอารมณ์ (Emotional arousal)

2.2 พฤติกรรมแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊ก เพื่อสำรวจปฏิกิริยาตอบกลับจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กจากข้อคำถามที่ 1 หลังจากนั้นในข้อคำถามที่ 2 จะเป็นการถามถึงลักษณะพฤติกรรมแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊ก ซึ่งมี 4 กลุ่มคือ พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารแต่ไม่แสดงความคิดเห็น พฤติกรรมแสดงความคิดเห็น

ต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน และพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทั้งโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตนและขัดแย้งกันกับตน และตั้งแต่ข้อคำถามที่ 3 ถึงข้อคำถามที่ 14 จะเป็นการถามเพื่อสำรวจสาเหตุของพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กใน 4 ลักษณะดังข้อคำถามที่ 3 โดยใช้ข้อคำถามที่เกี่ยวข้องใน 4 ประเด็นดังต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------------|------------|
| - แรงจูงใจทางการเมือง | 3 ข้อคำถาม |
| - ผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมือง | 3 ข้อคำถาม |
| - การโต้เถียงกันทางการเมือง | 3 ข้อคำถาม |
| - อิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่ | 3 ข้อคำถาม |

คำถามในส่วนนี้สร้างขึ้นตามลักษณะการสร้างแบบวัดทัศนคติที่เรียกว่า (Likert Scale) โดยมีตัวเลือกแบบตอบ 5 ระดับ โดยในแต่ละระดับกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	5 คะแนน
เห็นด้วย	หมายถึง	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วยน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	1 คะแนน

ผลการให้คะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนตามเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

- 4.50 - 5.00 แปลความว่า ข้อคำถามในประเด็นนั้นมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นมากที่สุด
- 3.50 - 4.49 แปลความว่า ข้อคำถามในประเด็นนั้นมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นมาก
- 2.50 - 3.49 แปลความว่า ข้อคำถามในประเด็นนั้นมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นปานกลาง
- 1.50 - 2.49 แปลความว่า ข้อคำถามในประเด็นนั้นมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นน้อย
- 1.00 - 1.49 แปลความว่า ข้อคำถามในประเด็นนั้นมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาจากแบบสอบถามของ อุษานาฏ สัตยาภินันท์ (2553) ซึ่งพัฒนามาจาก ศศิธร ยุวโกศล (2550) และ กมลวรรณ คารมปราชญ์ (2550) โดยเป็นมาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด ซึ่งประกอบด้วยข้อความทางบวก 10 ข้อ และข้อความทางลบ 7 ข้อ รวมทั้งสิ้น 17 ข้อ ดังนี้

ข้อความทางบวก ได้แก่ ข้อ 3, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 14, 15 และ 16

ข้อความทางลบ ได้แก่ ข้อ 1, 2, 6, 8, 11, 13 และ 17

ใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
มากที่สุด	5 คะแนน	1 คะแนน
มาก	4 คะแนน	2 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน	4 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน	5 คะแนน

เกณฑ์การตีความหมายคะแนน มีดังนี้

1.0 - 1.80	หมายถึง	รับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองน้อยที่สุด
1.81 - 2.61	หมายถึง	รับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองน้อย
2.62 - 3.42	หมายถึง	รับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองปานกลาง
3.43 - 4.23	หมายถึง	รับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองมาก
4.24 - 5.0	หมายถึง	รับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองมากที่สุด

สำหรับการทดสอบเครื่องมือแบบสอบถามการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบค่าความเที่ยงตรง

ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของคำและความเหมาะสมในแต่ละข้อกับนิยามตัวแปร รวมถึงการตรวจสอบความสละสลวย ความถูกต้องของประโยคและภาษาที่ใช้ในข้อคำถามให้สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามในแต่ละข้อตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับบุคคลทั่วไปที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนหลังจากนั้นนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆ ในแบบสอบถาม (Corrected Item-total Correlation) โดยกำหนด

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์ ซึ่งมีรายการคำถามที่จะนำมาใช้ในแบบสอบถามการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองจำนวน 17 ข้อ แล้วนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) จากข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเองเท่ากับ 0.800

ส่วนข้อคำถามเกี่ยวกับ แรงจูงใจในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก จำนวน 12 ข้อ เมื่อนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) จากข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแรงจูงใจในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กเท่ากับ 0.811

2. แบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ 5 ประเด็น คือ

ประเด็นที่ 1 การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

ประเด็นที่ 3 ความแตกต่างของการนำเสนอข่าวการเมืองระหว่างดิจิทัลทีวี

(ช่องทีวีกระแสหลัก) กับเพจข่าวออนไลน์บนเฟซบุ๊ก

ประเด็นที่ 4 การใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง

ประเด็นที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองไทยในปัจจุบัน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 499 ชุด โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม 2563 – 1 เมษายน 2564

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเชิงลึกจำนวนไม่น้อยกว่า 8 คน ใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตั้งแต่ 31 มกราคม – 25 มีนาคม 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูล ดังนี้
 - คุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา
 - พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก และพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย
 - การทดสอบความแตกต่างของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันด้วยสถิติ Chi-square การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันด้วยสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองตามลักษณะของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และเปรียบเทียบระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองกับพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กในแต่ละกลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปบันทึกเสียงและจับประเด็นจากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 8 คน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลในเชิงปริมาณ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปริมาณการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทย” ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น

ส่วนที่ 2 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างผู้ที่มี

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่างกัน

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นหรือไม่แสดงความคิดเห็น

ทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 499 คน ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 334 คน (ร้อยละ 66.9) ส่วนเพศชายมีจำนวน 165 คน (ร้อยละ 33.1) โดยอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ 20-30 ปี ซึ่งกลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นกลุ่มประชากรที่มีมากที่สุดคือ 180 คน (ร้อยละ 36.1) รองลงมาคือกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 119 คน (ร้อยละ 23.8) กลุ่มนักเรียนนักศึกษาจำนวน 75 คน (ร้อยละ 15.0) กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีจำนวน 47 คน (ร้อยละ 9.4) กลุ่มอาชีพอื่นๆ จำนวน 36 คน (ร้อยละ 7.2) กลุ่มรับจ้างทั่วไป/ฟรีแลนซ์ จำนวน 25 คน (ร้อยละ 5.0) และสุดท้ายคือกลุ่มว่างงาน จำนวน 17 คน (ร้อยละ 3.4) ส่วนในด้านการศึกษานั้น พบว่าโดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 325 คน (ร้อยละ 65.1) รองลงมาคือผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท 109 คน (ร้อยละ 21.8) จบระดับ

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 28 คน (ร้อยละ5.6) ระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.0) จบระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.4) และน้อยที่สุดคือกลุ่มผู้ที่จบการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 1 คน (ร้อยละ0.2)

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารการเมืองในเฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.0 รองลงมาคือข่าววงการบันเทิง ร้อยละ 13.2 ข่าวสังคมและวัฒนธรรม ร้อยละ 12.5 ข่าวการท่องเที่ยว ร้อยละ 11.7 ข่าวเศรษฐกิจและข่าวสุขภาพซึ่งมีสัดส่วนของผู้ตอบเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ถัดมาคือข่าวสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 8.1 ข่าวต่างประเทศ ร้อยละ 7.4 ข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 5.3 ข่าวกีฬา ร้อยละ 3.3 และอื่นๆ เช่น การติดตามข่าวสารของเพื่อนและญาติพี่น้อง เป็นต้น ร้อยละ 1.1

1.3 ระยะเวลาในการเข้าใช้เฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง / ต่อวัน

จากการสำรวจพบว่าในแต่ละวันกลุ่มตัวอย่างจะใช้เวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กประมาณ 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือกลุ่มที่ใช้เวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25.5 ถัดมาคือ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 22.2 และกลุ่มสุดท้ายคือ 5 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.0

1.4 แหล่งข้อมูลที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองในเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในเฟซบุ๊กจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการหรือเพจข่าวกระแสหลักมากกว่าเพจข่าวที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเองหรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการ คิดเป็นร้อยละ 57.3 ต่อ 42.7

1.5 ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าแหล่งข่าวจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ มีความน่าเชื่อถือมากกว่าแหล่งข่าวที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเองหรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการ โดยคิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 39.7 สุดท้ายคือกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 17.0

1.6 จุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กเพราะต้องการทราบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว/ฉับไว/เข้าใจง่าย คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือต้องการทราบข้อมูลข่าวสารโดยละเอียด ร้อยละ 18.0 ต้องการที่จะตามให้ทันกระแสของสังคม ร้อยละ 14.6 ต้องการทราบคอมเมนต์ต่อข่าวๆ นั้นของผู้อื่น ร้อยละ 11.4 ต้องการนำไปใช้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น ร้อยละ 7.4 และสุดท้ายคือต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ฆ่าเวลา คลายเหงา ร้อยละ 2.8

1.7 ลักษณะการอ่านข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอ่านข้อมูลข่าวสารทางการเมืองโดยจะอ่านทั้งพาดหัวข่าว เนื้อหาสาระของข่าวรวมถึงคอมเมนต์ใต้ข่าว คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคืออ่านข้อมูลข่าวสารจนจบอย่างละเอียด ร้อยละ 18.0 ถัดมาคืออ่านเฉพาะคอมเมนต์ใต้ข่าว ร้อยละ 5.6 และสุดท้ายคืออ่านเฉพาะพาดหัวข่าว ร้อยละ 5.0

1.8 ความรู้สึกจากการอ่านข่าวการเมืองในเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้นจากการอ่านข่าวการเมืองในเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือรู้สึกว่ามีความรู้ทางด้านการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ 23.2 ถัดมาคือรู้สึกเบื่อหน่ายการเมืองภายในประเทศไม่อยากจะรับรู้อีกต่อไป ร้อยละ 20.6 ถัดมาคือเฉยๆไม่รู้สึกอะไร ร้อยละ 6.6 และสุดท้ายคือมีความรู้สึกผ่อนคลายบันเทิงใจ ร้อยละ 0.8

1.9 การรับรู้ความสามารถของตนเองจากการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง, การได้เห็นเพื่อน สมาชิกในครอบครัว คนใกล้ชิด เข้าไปมีส่วนร่วมในการเมืองในเฟซบุ๊ก, คำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมือง หรือโพสต์ทางการเมือง หรือเทรนด์ทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก รวมถึงโพสต์ของตัวเองหรือโพสต์อื่นๆ ที่มีการแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกับอุดมการณ์ทางการเมืองของตัวเอง ทำให้เกิดการรับรู้ถึงความสามารถทางการเมืองภายในตนเองได้ โดยมีผู้ที่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถทางการเมืองภายในตนเอง ร้อยละ 67.1 ผู้ที่เห็นด้วยว่าการได้เห็นเพื่อน สมาชิกในครอบครัว คนใกล้ชิด เข้าไปมีส่วนร่วมในการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถทาง

การเมืองภายในตนเอง ร้อยละ 49.1 ผู้ที่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมือง หรือ โปสต์ทางการเมือง หรือเทรนด์ทางการเมืองบนเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถทางการเมือง ภายในตนเอง ร้อยละ 44.1 และมีผู้ที่เห็นด้วยว่าโปสต์ของตัวเองหรือโปสต์อื่นๆ ที่มีการแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกับอุดมการณ์ทางการเมืองของตัวเองส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถทางการเมืองภายในตนเอง ร้อยละ 58.5

1.10 พฤติกรรมการตอบสนองจากการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตอบสนองต่อข่าวสารทางการเมืองที่เปิดรับผ่านเฟซบุ๊กด้วยการกดปุ่ม แสดงความรู้สึกหน้าฟีดข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือการแชร์ ร้อยละ 18.4 ถัดมา คือการแสดงความคิดเห็นหรือการคอมเมนต์ ร้อยละ 7.4 และสุดท้ายคือการโพลتب่นหน้าฟีดข่าวของ ตัวเอง ร้อยละ 3.8

1.11 กลุ่มพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มเปิดรับข่าวสารแต่ไม่แสดงความคิดเห็น ร้อยละ 76.0 รองลงมาคือกลุ่มแสดงความคิดเห็นทั้งโปสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตนและขัดแย้ง กันกับตน ร้อยละ 14.2 ต่อมาคือกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อโปสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน ร้อย ละ 7.6 และกลุ่มที่น้อยที่สุดคือกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อโปสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน ร้อย ละ 2.2

ส่วนที่ 2 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างผู้ที่มีการใช้ เฟซบุ๊กเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่างกัน

2.1 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวการเมือง จากเฟซบุ๊กในปริมาณที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการเข้าใช้เฟซบุ๊กเพื่อ เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง/วัน กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

ควาแปรปรวน	DF	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	4.309	1.436	3.080	.027
ภายในกลุ่ม	495	230.820	.466		
รวม	498	235.129			

จากตารางที่ 1 พบว่าระยะเวลาในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง/วันที่ต่างกัน ส่งผลต่อระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระยะเวลาในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง/วัน ด้วยวิธีการ LSD

ระยะเวลาในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง/วัน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	5 ชั่วโมงขึ้นไป
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	3.42	-	-.147	-.224*	-.245*
1-2 ชั่วโมง	3.57		-	-.078	-.098
3-4 ชั่วโมง	3.65			-	-.020
5 ชั่วโมงขึ้นไป	3.67				-

*p<.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ที่ใช้ระยะเวลาในการเข้าเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข่าวสารทางการเมืองน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองแตกต่างจากผู้ที่ใช้ระยะเวลาในการเข้าเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข่าวสารทางการเมือง 3-4 ชั่วโมง และ 5 ชั่วโมงขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผู้ที่ใช้ระยะเวลาในการเข้าเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข่าวสารทางการเมืองน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่ใช้ระยะเวลาในการเข้าเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข่าวสารทางการเมือง 3-4 ชั่วโมง และ 5 ชั่วโมงขึ้นไป

2.2 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวสารการเมืองจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลัก กับผู้ที่เปิดรับข่าวสารการเมืองจากเพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารการเมืองจากเพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารการเมืองจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลัก

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจข่าวทางเฟซบุ๊กที่ต่างกัน

	N	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig.
เพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลัก	286	3.47	.657	-3.784	.000
เพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการ	213	3.70	.705		

จากการทดสอบ t-test ระหว่างกลุ่มที่เปิดรับข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลักกับเพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กจากเพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อมั่นต่างกันต่อข่าวจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลัก

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นต่อเพจข่าวที่เป็นทางการบนเฟซบุ๊กกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

ควาแปรปรวน	DF	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	14.593	7.294	16.410	.000
ภายในกลุ่ม	496	220.536	.445		
รวม	498	235.129			

จากตารางที่ 4 พบว่าความเชื่อมั่นต่อเพจข่าวที่เป็นทางการหรือเพจข่าวกระแสหลักบนเฟซบุ๊กที่ต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความเชื่อมั่นต่อเพจข่าวการเมืองที่เป็นทางการบนเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD

ความน่าเชื่อถือต่อเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ	ค่าเฉลี่ย	เชื่อถือ	ไม่แน่ใจ	ไม่เชื่อถือ
เชื่อถือ	3.47	-	-.034	-.469*
ไม่แน่ใจ	3.51		-	-.435*
ไม่เชื่อถือ	3.94			-

*p<.05

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ที่มีความเชื่อถือแหล่งข่าวจากเพจข่าวที่เป็นทางการ และผู้ที่ไม่แน่ใจต่อแหล่งข่าวจากเพจข่าวที่เป็นทางการมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองแตกต่างกับผู้ที่ไม่เชื่อถือแหล่งข่าวจากเพจข่าวที่เป็นทางการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่มีความเชื่อถือแหล่งข่าวจากเพจข่าวที่เป็นทางการ และผู้ที่ไม่แน่ใจต่อแหล่งข่าวจากเพจข่าวที่เป็นทางการมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่ไม่เชื่อถือแหล่งข่าวจากเพจข่าวที่เป็นทางการ

2.4 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองของกลุ่มตัวอย่างที่มีจุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กต่างกัน

ตารางที่ 6 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

ควาแปรปรวน	DF	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5	6.046	1.209	2.602	.025
ภายในกลุ่ม	493	229.083	.465		
รวม	498	235.129			

จากตารางที่ 6 พบว่าจุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กที่ต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD

จุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	ค่าเฉลี่ย	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารโดยละเอียด(1)	3.59	-	.094	-.021	-.260*	.076	.075
ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว/ฉับไว/เข้าใจง่าย(2)	3.50		-	-.114	-.353*	-.018	-.018
ต้องการนำไปใช้สนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น(3)	3.61			-	-.239	.097	.096
ต้องการทราบคอมเมนต์ ต่อข่าวข่าวนั้นของผู้อื่น(4)	3.85				-	.336	.335*
ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ฆ่าเวลา คลายเหงา(5)	3.52					-	-.001
ต้องการที่จะตามให้ทันกระแสของสังคม(6)	3.52						-

* $p < .05$

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กเนื่องจากต้องการทราบข้อมูลข่าวสารโดยละเอียด, ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว/ฉับไว/เข้าใจง่าย และต้องการที่จะตามให้ทันกระแสของสังคมมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองแตกต่างกับผู้ที่ต้องการทราบคอมเมนต์ต่อข่าวข่าวนั้นของผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่เปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กเนื่องจากต้องการทราบข้อมูลข่าวสารโดยละเอียด ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว/ฉับไว/เข้าใจง่าย และต้องการที่จะตามให้ทันกระแสของสังคมมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่ต้องการทราบคอมเมนต์ต่อข่าวข่าวนั้นของผู้อื่น

2.5 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองของกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะการอ่านข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กต่างกัน

ตารางที่ 8 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการอ่านข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

ความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	5.212	1.737	3.740	.011
ภายในกลุ่ม	495	229.918	.464		
รวม	498	235.129			

จากตารางที่ 8 พบว่าลักษณะการอ่านข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่ต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของลักษณะการอ่านข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD

ลักษณะการอ่านข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	ค่าเฉลี่ย	(1)	(2)	(3)	(4)
อ่านข้อมูลข่าวสารจนจบอย่างละเอียด (1)	3.48	-	.142	.163	-.151
อ่านเฉพาะพาดหัวข่าว (2)	3.33		-	.021	-.294*
อ่านเฉพาะคอมเมนต์ได้ข่าว (3)	3.63			-	-.315*
อ่านทั้งพาดหัวข่าว เนื้อหาสาระของข่าว รวมถึงคอมเมนต์ได้ข่าว (4)	3.57				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ที่อ่านข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กในลักษณะที่อ่านเฉพาะพาดหัวข่าวกับอ่านเฉพาะคอมเมนต์ได้ข่าว มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่แตกต่างจากการอ่านทั้งพาดหัวข่าว เนื้อหาสาระของข่าว รวมถึงคอมเมนต์ได้ข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่อ่านทั้งพาดหัวข่าว เนื้อหาสาระของข่าว รวมถึงคอมเมนต์ได้ข่าว มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่อ่านเฉพาะพาดหัวข่าว แต่น้อยกว่าผู้ที่อ่านเฉพาะคอมเมนต์ได้ข่าว

2.6 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กต่างกัน

ตารางที่ 10 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

ความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	23.619	5.905	13.791	.000
ภายในกลุ่ม	494	211.511	.428		
รวม	498	235.129			

จากตารางที่ 10 พบว่าความรู้สึกต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่ต่างกัน ส่งผลต่อระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความรู้สึกต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD

ความรู้สึกต่อการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารทางการเมือง ผ่านเฟซบุ๊ก	ค่าเฉลี่ย	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
มีความกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศเพิ่มขึ้น (1)	3.77	-	.283*	.533*	.259	.425*
มีความรู้ทางด้านการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้น (2)	3.49		-	.250*	-.024	.141
เบื่อหน่ายการเมืองภายในประเทศ ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป (3)	3.24			-	-.274	-.108
มีความรู้สึกผ่อนคลาย บันทึงใจ (4)	3.51				-	.165
เฉยๆ ไม่รู้สึกอะไร (5)	3.35					-

*p<.05

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ที่มีความรู้สึกว่ามีความกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศเพิ่มขึ้น มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองแตกต่างจากผู้ที่มีความรู้สึกมีความรู้ทางด้านการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้น, เพื่อหน่วยการเมืองภายในประเทศ ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป และผู้ที่เฉยๆ ไม่รู้สึกอะไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่มีความรู้สึกว่ามีความกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศเพิ่มขึ้นเพิ่มขึ้น มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีความรู้สึกมีความรู้ทางด้านการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้น, เพื่อหน่วยการเมืองภายในประเทศ ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป และผู้ที่เฉยๆ ไม่รู้สึกอะไร

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่รู้สึกมีความรู้ทางด้านการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้น มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองแตกต่างจากผู้ที่เป็นหน่วยการเมืองภายในประเทศ ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่รู้สึกมีความรู้ทางด้านการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้นมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าที่เป็นหน่วยการเมืองภายในประเทศ ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นหรือไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

3.1 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านแรงจูงใจทางการเมืองระหว่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองมีปัจจัยด้านแรงจูงใจทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 12 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ในปัจจัยด้านแรงจูงใจทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

	N	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig.
ผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	379	3.49	.774	-8.520	.000
ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	120	4.08	.628		

จากการทดสอบ t-test ระหว่างกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีปัจจัยด้านแรงจูงใจทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อนุมานได้ว่าผู้ที่มีแรงจูงใจทางการเมืองมากจะมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจทางการเมืองน้อย

3.2 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมืองระหว่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองมีปัจจัยด้านผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ในปัจจัยด้านผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

	N	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig.
ผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	379	3.04	.882	-3.923	.000
ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	120	3.39	.822		

จากการทดสอบ t-test ระหว่างกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีปัจจัยด้านผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อนุมานได้ว่า ผู้ที่คำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมาก จะมีความต้องการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่าผู้ที่คำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองน้อย

3.3 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านการโต้เถียงทางการเมืองระหว่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง และผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองมีปัจจัยด้านการโต้เถียงทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 14 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ในปัจจัยด้านการโต้เถียงทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

	N	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig.
ผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	379	3.48	.781	-8.082	.000
ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	120	4.04	.608		

จากการทดสอบ t-test ระหว่างกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีปัจจัยด้านการโต้เถียงทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อนุมานได้ว่าผู้ที่มีความสามารถในการโต้เถียงทางการเมืองมากจะมีความต้องการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีความสามารถในการโต้เถียงทางการเมืองน้อย

3.4 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านอิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่ระหว่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง และผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองมีปัจจัยด้านอิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่มากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ในปัจจัยด้านอิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

	N	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig.
ผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	379	3.58	.707	-2.791	.005
ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	120	3.79	.666		

จากการทดสอบ t-test ระหว่างกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีปัจจัยด้านอิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่มากกว่ากลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อนุมานได้ว่า การรับรู้ตัวตนเป็นเสียงส่วนใหญ่ในโพสต์ทางการเมืองบนเฟซบุ๊กจะทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้น

3.5 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองระหว่างผู้ซึ่งเห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น กับ ผู้ที่ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ซึ่งเห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้นจะมีแนวโน้มแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่า ผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-Square ของความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น กับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

ความคิดเห็นว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น	ไม่แสดงความคิดเห็น	แสดงความคิดเห็น	รวม
เห็นด้วย	198	94	292
ไม่แน่ใจ	115	20	135
ไม่เห็นด้วย	66	6	72
รวม	379	120	499

Chi-Square = 18.840 Sig. = .000

จากการทดสอบ Chi-Square พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.6 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านการสังเกตประสบการณ์ของผู้อื่นผ่านเฟซบุ๊กระหว่างผู้ที่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น กับ ผู้ที่ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ที่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น

ตารางที่ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-Square ของความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น กับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

ความคิดเห็นว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น	ไม่แสดงความคิดเห็น	แสดงความคิดเห็น	รวม
เห็นด้วย	158	87	245
ไม่แน่ใจ	121	23	144
ไม่เห็นด้วย	100	10	110
รวม	379	120	499

Chi-Square = 36.238 Sig.= .000

จากการทดสอบ Chi-Square พบว่า ผู้ที่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.7 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านคำพูดชักจูงใจจากการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กระหว่างผู้ที่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ กับ ผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่า ผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้

ตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-Square ของความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ กับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

คำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้	ไม่แสดงความคิดเห็น	แสดงความคิดเห็น	รวม
เห็นด้วย	148	72	220
ไม่แน่ใจ	124	31	155
ไม่เห็นด้วย	107	17	124
รวม	379	120	499

Chi-Square = 17.720 Sig. = .000

จากการทดสอบ Chi-Square พบว่าผู้ที่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่า ผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าที่คำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.8 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านการกระตุ้นอารมณ์จากการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กระหว่างผู้ที่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลกระทบต่อรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้ กับ ผู้ที่ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลกระทบต่อรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้

ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลกระทบต่อรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้ มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลกระทบต่อรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้

ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล Chi-Square ของความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้ กับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

โพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้	ไม่แสดงความ ความคิดเห็น	แสดงความ ความคิดเห็น	รวม
เห็นด้วย	198	94	292
ไม่แน่ใจ	115	20	135
ไม่เห็นด้วย	66	6	72
รวม	379	120	499

$$\text{Chi-Square} = 26.639 \quad \text{Sig.} = .000$$

จากการทดสอบ Chi-Square พบว่าผู้ที่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้ มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่ต่างกัน

4.1 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองระหว่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นกับผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

	N	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig.
ผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	379	3.47	.653	-5.835	.000
ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก	120	3.88	.704		

จากการทดสอบ t-test ระหว่างกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองระหว่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน กับ ผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน มีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองไม่แตกต่างกับ ผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน

ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล t-test ของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน กับ กลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน

	N	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig.
ผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน	38	3.73	.689	-.253	.802
ผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน	11	3.80	.928		

จากการทดสอบ t-test ระหว่างกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน กับ กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ตารางที่ 22 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

ควาแปรปรวน	DF	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	16.515	5.505	12.465	.000
ภายในกลุ่ม	495	218.614	.442		
รวม	498	235.129			

จากตารางที่ 22 พบว่าพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างส่งผลต่อระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กด้วยวิธีการ LSD

พฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	(1)	(2)	(3)	(4)
เปิดรับข่าวสารแต่ไม่แสดงความคิดเห็น (1)	3.47	-	-.262*	-.327	-.497*
แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน (2)	3.73		-	-.065	-.235
แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน (3)	3.80			-	-.170
แสดงความคิดเห็นทั้งโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตนและขัดแย้ง (4)	3.97				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวสารแต่ไม่แสดงความคิดเห็นมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองแตกต่างจากผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน และผู้ที่แสดงความคิดเห็นทั้งโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตนและขัดแย้งกันกับตน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่เปิดรับข่าวสารแต่ไม่แสดงความคิดเห็นมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน และผู้ที่แสดงความคิดเห็นทั้งโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตนและขัดแย้งกันกับตน

จากการวิเคราะห์ผลข้อมูลทางสถิติทั้งหมดสามารถสรุปผลมมติฐานการวิจัยรายข้อได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 24 สรุปสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด

ข้อที่	สมมติฐานการวิจัย	ยอมรับสมมติฐาน	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.	ผู้ใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณมากจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณน้อย	✓	
2.	ผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลัก	✓	
3.	ผู้ที่ไม่เชื่อถือแหล่งข่าวที่เป็นทางการหรือสำนักข่าวกระแสหลักจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ยึดถือแหล่งข่าวที่เป็นทางการหรือสำนักข่าวกระแสหลัก	✓	
4.	ผู้ที่ต้องการทราบคอมเมนต์ต่อข่าวการเมืองของผู้อื่นจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองด้วยจุดประสงค์อื่น	✓	
5.	ผู้อ่านเฉพาะคอมเมนต์ของผู้อื่นจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่มากกว่าผู้อ่านข่าวในลักษณะอื่นๆ	✓	
6.	ผู้ที่รู้สึว่าการเมืองเป็นเรื่องสำคัญจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่รู้สึว่าการเมืองเป็นเรื่องสำคัญ	✓	

7.	ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองมีแรงจูงใจทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง	✓	
8.	ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะคำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง		✓
9.	ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะรับมือกับการโต้เถียงทางการเมืองได้มากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง	✓	
10.	ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะรับรู้ว่าเป็นเสียงส่วนใหญ่มากกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง	✓	
11.	ผู้ที่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น	✓	
12.	ผู้ที่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น	✓	

13.	ผู้ที่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ จะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้	✓	
14.	ผู้ที่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้จะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้	✓	
15.	ผู้ที่เคยแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ไม่เคยแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊ก	✓	
16.	ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองแตกต่างกันจะต้องมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองเหมือนกัน		✓
17.	ผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโพสต์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองทั้งที่ต่างและเหมือนกันจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น		✓

ส่วนที่ 5 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน สามารถสรุปสาระสำคัญในประเด็นต่างๆได้ดังต่อไปนี้

5.1 การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

5.1.1 การรับรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงวิธีการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ ซึ่งมีหลากหลายวิธีตามแต่ละวิธีคิดของแต่ละบุคคล โดยจากการสัมภาษณ์สิ่งที่จะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ คือ การเลือกตั้งและการโหวต, การใช้กำลังทางการทหารและการทำรัฐประหาร, การเปลี่ยนแปลงการเมืองในระบบรัฐสภา, การเปลี่ยนแปลงจากโครงสร้างส่วนบนของสังคม, การเปลี่ยนแปลงโดยมวลชน/การชุมนุมประท้วง และการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศไทยที่ผ่านมาขึ้นอยู่กับผู้ที่กุมอำนาจทางการเมืองว่าจะเปิดช่องทางให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด ซึ่งที่ผ่านมาประชาชนเป็นเพียงผู้ที่คานอำนาจรัฐเท่านั้นไม่ได้มีส่วนในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของประเทศมากนัก

“ประชาธิปไตยและการโหวต กระแสสังคมและเสียงข้างมาก การเลือกตั้ง การแสดงความคิดเห็น การแสดงจุดยืน การลงรายชื่อ ประชามติ การชุมนุม เปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้”
(หญิง อายุ 29 ปี พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

“วิธีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศไทยมี 3 วิธี 1.ใช้กำลังทางการทหารเข้ามาเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ซึ่งใช้บ่อยมากๆ 2.เปลี่ยนแปลงการเมืองในระบบรัฐสภา สมัยคุณอภิสิทธิ์ 3.ใช้มวลชนเข้ามาเปลี่ยนแปลงทางการเมือง” (ชาย อายุ 25 ปี รับราชการ)

“สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้หลักๆที่เห็นได้ชัดคือ ต้องดูว่าอำนาจอยู่ในมือใคร แทบจะไม่ค่อยเห็นการเมืองที่เปลี่ยนแปลงจากประชาชนอย่างแท้จริง คิดว่าประชาชนมีส่วนในการคานอำนาจมากกว่าแต่ไม่ได้มีส่วนที่จะทำให้ประเทศเกิดการเปลี่ยนแปลงได้จริงๆ คือมองว่าปัจจัยที่ทำให้เปลี่ยนหลักๆก็คือคนที่กุมอำนาจเปิดช่องทางให้ประชาชนมีส่วนร่วม หรือเปิดช่องทางให้ใคร” (หญิง อายุ 35 ปี นักเขียน)

“ถ้าเป็นเมื่อก่อนเราก็จะเห็นการประชุมลงถนนเพื่อประท้วงเปลี่ยนแปลงการเมือง แต่ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีที่พัฒนามากขึ้นเห็นได้ชัดเลยว่าการชุมนุมทางการเมืองหรือเรียกร้องอะไรสักอย่างไม่จำเป็นต้องเอาตัวเองไปเสี่ยงบนถนน บนที่สาธารณะ แต่สามารถทำได้บนโลกออนไลน์เช่น เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ แค่อัดแฮชแท็กเรียกร้องอะไรสักอย่างมันก็กลายเป็นประเด็น ขนาดที่ว่าสื่อหลักเอาไปออกข่าว ไปพูดกันเลยด้วยซ้ำ นั่นมันก็แสดงให้เห็นแล้วว่าการเรียกร้องผ่านโซเชียลมีเดียมีความรวดเร็ว เห็นผลเดี๋ยวนั้น อีกอย่างคือมันเซฟทั้งเงิน ทั้งชีวิต จะสร้างแอดแคมป้อมมากี่แอดก็ได้ ใครจะตรวจสอบอะไรก็ทำได้ยากแต่จังหวะนี้คนมันกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นมากขึ้น การลงถนนที่ให้เห็นเป็นตัวอย่าง เป็นการแสดงเชิงสัญลักษณ์ที่ให้เห็นเป็นภาพเท่านั้นว่าคนที่เรียกร้องในโซเชียลมีเดียมีอยู่จริงๆ” (หญิง อายุ 25 ปี ราชภัฏ)

“การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ในภาพรวมต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองต้องเปลี่ยนแปลงโครงสร้างส่วนบนของสังคมก่อน เช่นพวกภาคปกครอง ภาครัฐ ภาคเศรษฐกิจ สถาบันใหญ่ๆ แล้วค่อยเปลี่ยนแปลงลงมาเรื่อยๆ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองคือการเปลี่ยนแปลงภาคปกครองกับภาคประชาชน แต่สำหรับตัวเองมองว่าจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงจากส่วนที่ปกครองให้ได้ก่อน เช่นส่วนนิติบัญญัติ ส่วนบริหาร ส่วนศาลที่เป็นตุลาการ ในส่วนกฎหมายก็ต้องเป็นกฎหมายที่ปกครองได้จริงๆ ถ้าออกกฎหมายเงี้ยมันก็ไม่ช่วยเปลี่ยนแปลงอะไร ส่วนคนที่พัฒนามันก็ต้องเป็นคนที่สุดจริต ทำตามกฎระเบียบ เป็นผู้ปกครองที่ดี มีความเป็นนิติรัฐ และนิติธรรมควบคู่กัน แต่ตอนนี้กฎหมายไทยมันหละหลวมมันไม่เท่าเทียม บังคับใช้กับบางกลุ่ม ตามผลประโยชน์ ส่วนนี้ถ้าสามารถพัฒนาแก้ไขได้ก็จะส่งผลไปยังภาคประชาชนให้พัฒนาต่อไปได้ด้วย” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท)

5.1.2 การมีส่วนร่วมทางการเมืองในการชุมนุมทางการเมือง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมการประชุมทางการเมือง แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมการประชุมเนื่องจากมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงผลกระทบต่อหน้าที่การงาน และบางส่วนไม่ได้มีความสนใจทางการเมืองและมองว่าการชุมนุมไม่ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

“มีๆ เข้ามาทุกมือบแล้ว ทุกสี” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท)

“ไม่เคยเข้าร่วมการประชุมเพราะคำนึงถึงความปลอดภัย และหน้าที่การงาน เพราะเคยเห็นจากข่าวว่าไม่ปลอดภัยทางร่างกายและทรัพย์สิน หน้าที่การงานไม่ได้อยู่ที่จะแสดงจุดยืนอย่างโจ่งแจ้ง แต่คำนึงถึงหน้าที่การงานมากกว่า” (หญิง อายุ 29 ปี พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

กลุ่มตัวอย่างมองว่าปัจจัยที่จะส่งผลให้การชุมนุมประสบความสำเร็จได้แก่
วิธีการใช้สันติวิธี ตัวผู้นำในการชุมนุม การวางแผนการชุมนุมและกลยุทธ์ จุดยืนที่ชัดเจน และเงินทุน

“เชื่อในวิธีการ คือต้องยึดมั่นในสันติวิธี การชุมนุมอย่างสงบ” (หญิง อายุ 29 ปี
พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

“อยู่ที่แผนกับกลยุทธ์ แขนงาก็มีส่วนเพราะเป็นเหมือนลำโพงเพราะเป็น
กระบอกเสียงใหญ่ แต่ที่สำคัญกว่าคือแผนการหรือกลยุทธ์ว่า ถ้าจะประท้วงจะประท้วงยังไงมีแผน
ยังไงใหม่ ประท้วงกี่วัน ถ้าเกิดการปิดล้อมของเจ้าหน้าที่จะมูฟคนยังไง มีแผนจะเซฟคนชราลัยคือถ้า
ทุกอย่างมันมีแผนการรองรับเราคิด Worse case, Best case เรียบร้อยไว้แล้วเราจะสามารถ
แก้ปัญหาที่มันจะยิ่งเข้ามาได้เพราะเราคิดไว้แล้ว แล้วมันจะเหลือปัญหาแค่ไม่ก็อย่างที่มันเกินคาดคิด
เท่านั้นแหละที่เราค่อยแก้ปัญหาเฉพาะหน้า แต่ถ้าอยู่ๆนัดแล้วไปเลยมันก็ไม่ได้ เพราะมันมีปัญหาหรือ
แปดพันเก้าดังนั้นมันต้องมีแผนสำคัญที่สุด” (หญิง อายุ 25 ปี รัฐบาล)

“หลักๆตัวชูโรงมันอยู่ที่เป้าหมายของการชุมนุมว่าไปชุมนุมเพื่อปลายทางมัน
คืออะไร สิ่งที่ทำให้คนออกไปมีส่วนร่วมคือเป้าหมาย หรือจุดประสงค์ของการชุมนุมว่าเราอยาก
เปลี่ยนแปลงอะไร เพราะมีจุดยืนเดียวกัน ถ้าจุดยืนมันไม่ตรงใจคนมันก็ไม่ออกไป มีอุปสรรคแอกมี
จุดประสงค์ให้เลิกเยอะเราสามารถออกไปได้ด้วยจุดประสงค์ที่เราชอบแต่อาจจะไม่เห็นด้วย
ทั้งหมด” (หญิง อายุ 35 ปี นักเขียน)

“ปัจจัยที่สำคัญของมือบก็คือ เงิน เพราะว่าการชุมนุมเป็นเหมือนมหรสพหนึ่ง
ซึ่งมันต้องมีทีมผู้จัดอยู่แล้วซึ่งผู้จัดก็ต้องมีเงินไว้สำหรับทุกอย่าง เงินค่ารถ ค่าสถานที่ ค่าของ ค่าป้าย
ค่าแรงของแต่ละคน มันก็ต้องมี และทุกมือบมันต้องใช้เงินในการรันหมดแหละ ซึ่งมันก็ต้องใช้เงินใน
การขับเคลื่อน และอีกอย่างก็คือ แขนงา ถ้าไม่มองถึงว่ามีอบนั้นสนับสนุนแนวคิดไหน คิดว่าแกนนำที่
เข้มแข็งและมีอิทธิพล มีประสบการณ์ มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษา
ปริญญาโท)

กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองต่อการชุมนุมที่หลากหลาย ส่วนหนึ่งมองว่าการชุมนุมจะ
ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้จริงหากยึดมั่นในสันติวิธีและชุมนุมอย่างสงบ ส่วนหนึ่งมอง
ว่าการชุมนุมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจริงแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงทางความคิดแต่ไม่ได้ทำให้เกิดการ
เปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้าง ส่วนหนึ่งมองว่าการชุมนุมเป็นกลไกหนึ่งของระบบการเมืองหรือของ
นักการเมือง และบางส่วนมองว่าการชุมนุมเป็นเรื่องที่ไร้สาระไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทาง

การเมืองได้มากเท่าไรนัก แต่โดยสรุปแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าการชุมนุมหรือรวมกลุ่มทางการเมือง ไม่จำเป็นต้องมี เพราะการชุมนุมทางการเมืองเป็นเหมือนการเปิดเวทีความคิด ซึ่งในปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายด้วยสื่อโซเชียลมีเดียซึ่งมีความรวดเร็วและปลอดภัยกว่า แต่การที่ยังต้องออกมาบนถนนเป็นวิธีการแสดงสัญลักษณ์ว่ามีกลุ่มคนที่คิดเห็นต่อเรื่องนั้นๆจริง อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมวิธีหนึ่ง อย่างไรก็ตามหากมีการบริหารปกครองประเทศที่ดีประชาชนอยู่ดีมีสุขการชุมนุมก็ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้น

“ไม่จำเป็นต้องมี และเป็นสิ่งที่ไม่ดี การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่ดีคือการเปลี่ยนแปลงในระบบรัฐสภา แต่อย่าลืมว่าถ้าระบบรัฐสภามันล้มหรือมันขับเคลื่อนต่อไปไม่ได้มันก็บีบให้คนต้องลงถนนอยู่แล้ว ดังนั้นการชุมนุมทางการเมืองมันไม่จำเป็นเลยถ้าระบบรัฐสภามันดีพอ” (ชาย อายุ 25 ปี รับราชการ)

“การชุมนุมไม่ได้จำเป็นขนาดนั้น เพราะว่าสิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้มันมีหลายอย่าง การประท้วงเป็นแค่หนึ่งในการเรียกร้องหนึ่งในการแสดงออก ซึ่งการประท้วงโดยสันติคือสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนสามารถแสดงออกได้อยู่แล้ว” (ชาย อายุ 35 ปี รับจ้างทั่วไป)

5.1.3 การรับรู้ประสิทธิภาพภายในตนเองจากการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มองว่าการกระทำทางการเมืองใดๆก็ตามของตนเองในเฟซบุ๊ก จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ โดยกลุ่มตัวอย่างมองว่าการกระทำในระดับปัจเจกไม่ได้ส่งผลต่อการเมืองระดับประเทศ แต่จะส่งผลต่อวิถีคิดและการรับรู้ข่าวสารของผู้ที่แวดล้อมตนเองในเฟซบุ๊ก ให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองและหันมาสนใจข่าวการเมืองมากขึ้น ทำให้เกิดการพูดคุยและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้นอันจะนำไปสู่การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองมากขึ้น ในขณะที่บางคนมองว่าการกระทำของตนเองทางการเมืองในเฟซบุ๊กไม่ได้ส่งผลใดๆในทางการเมือง

“ในระดับปัจเจกส่งผล คือ มันอาจไม่ได้ทำให้การเมืองในภาพใหญ่เปลี่ยนแปลง แต่การแสดงออกและการเคลื่อนไหวของเราทำให้คนตัวเล็กๆสนใจการเมืองมากขึ้น รู้ข่าวสารมากขึ้นว่ามันเกิดอะไรขึ้น ตำรวจทหารทำร้ายประชาชนอย่างไรบ้างและประชาชนเรียกร้องอย่างไรบ้างอย่างน้อยก็ทำให้คนรับรู้ข่าวสารมากขึ้น การออกมาพูดแต่ละครั้งคือการกระจายข่าวสารสู่อีกหลายๆ

คน หรืออย่างบางคนที่ไม่เคยสนใจอะไรมาก่อนก็จะมาถามเราเราก็ได้คุยกันมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายที่เราวางไว้มากขึ้น” (ชาย อายุ 35 ปี รับจ้างทั่วไป)

“คือมันจะส่งผลอย่างแน่นอนต่อคนที่อยู่รอบข้างเรา คือทุกคนก็จะรู้เลยว่าเราเป็นใครมีความคิดทางการเมืองแบบไหน เป็นฝ่ายไหน แล้วแรกๆทุกคนก็จะถามว่าทำไมเราถึงกล้าโพสต์เยอะขนาดนั้น มันก็มีคำถามว่ารู้สึกยังงัยบ้าง พอไม่ว่าเลยเหรอ สรุปลก็คือเอฟเฟกสำหรับแค่ตัวเราคนเดียวอาจจะไม่ได้ส่งผลในระดับประเทศแต่มันส่งผลแน่ๆต่อคนที่เป็ friend เราอยู่ เพราะตอนหลังเวลาทุกคนอยากรู้ข่าวสารทางการเมืองก็จะมานั่งดูสตอรี่ของเราที่เราด่ารัฐบาล แล้วคือเราคือคนที่ออกมา Call out สม่าเสมอเลยทำให้มีคนติดตามดูข่าวสารจากเราอยู่เยอะเหมือนกัน ทุกครั้งที่เราแชร์เขาก็อาจจะเข้ามาดไลค์แต่ถ้าเป็นสตอรี่ก็จะมีหลังไมค์มาคุยมาแสดงความคิดเห็นกันตลอดว่าเขาก็คิดเห็นอย่างนั้นอย่างนี้นะ ซึ่งตรงนี้นั้นกระตุ้นให้เราอยากที่จะแสดงความคิดเห็นมากขึ้นด้วย” (หญิง อายุ 25 ปี รับราชการ)

“ไม่ส่งเพราะเราไม่ได้ทำอะไรเลยที่เกี่ยวกับการเมือง เราไม่โพสต์ไม่อะไรทั้งสิ้น แคกดไลค์ แคการกดไลค์ก็ไม่ได้ส่งผลอะไร เสียงเล็กๆเสียงเดียวมันไม่มีผลหรอก ถึงหลายๆเสียงจะรวมกันกลายเป็นเสียงใหญ่ก็เหอะ คนด่ากันครึ่งประเทศก็ยังมีอยู่ได้” (ชาย อายุ 30 ปี พนักงานเอกชน)

5.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

เนื่องจากในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองไว้ 3 ด้าน คือ ความรู้ทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง และความสนใจทางการเมือง ดังนั้นจึงขอสรุปการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

5.2.1 ความรู้ทางการเมือง

กลุ่มตัวอย่างมองว่าความรู้เป็นสิ่งที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ความรู้ในที่นี้คือความรู้ในทุกๆด้าน ความรู้รอบตัว เพราะในความเป็นจริงทุกเรื่องเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเมืองทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามความรู้ทางการเมืองก็สำคัญ เพราะเราจะต้องรู้ในสิ่งที่เราต้องการเปลี่ยนแปลง แต่จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เน้นไปที่ความรู้ในเรื่องสิทธิมนุษยชน โดยมองว่าเรื่องความเท่าเทียมเป็นสิ่งที่สำคัญมากๆ ความเท่าเทียมในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะได้สิ่งที่เท่าเทียมกันหมด แต่ทุกคนจะต้องมีอย่างเท่าเทียมกันก็คือ สิทธิขั้นพื้นฐาน เช่น การเข้าถึงการรักษา พยาบาล การได้รับการศึกษา สิทธิที่จะมีชีวิตอยู่ เป็นต้น คือพื้นฐานที่ทุกคนต้องเข้าใจว่าทุกคน

ต้องมีได้โดยเท่าเทียมกัน เพราะถ้าใครสักคนมองคนไม่เท่ากัน ยังมีการเหยียดคนที่มีความแตกต่างกัน มันก็ยากที่จะทำให้เกิดความเข้าใจถึงประชาธิปไตยจริงๆ นอกจากนั้นก็ต้องเข้าใจบริบทการเมืองของปัจจุบันว่ามันเกิดจากอะไร สืบเนื่องจากอะไร ถ้าเราเข้าใจที่มาของประเด็นต่างๆมันจะทำให้เราเข้าใจและแสดงออกอย่างสมเหตุสมผลมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของยุคนี้คือการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร เพราะปัจจุบันช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนั้นทำได้ง่ายและสะดวกขึ้นโดยเฉพาะในทางออนไลน์ ทั้งนี้ผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารต้องมีการตรวจสอบหาแหล่งที่มาก่อนจะตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อเสมอ

“สิ่งสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงการเมืองคือ 1.ความรู้ทางการเมือง เพราะเราต้องรู้ในเรื่องที่จะเปลี่ยนแปลง 2.ความรู้ทางกฎหมาย ทราบของเขตแนวทางและความปลอดภัย 3.ความรู้ทางการสื่อสาร ถ้าขาดทักษะการสื่อสารที่ดีและการแสดงออกที่เหมาะสมมันก็ไม่สามารถสร้างประโยชน์ใดๆได้เลย” (หญิง อายุ 29 ปี พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

“ต้องมีความรู้ทุกเรื่อง เพราะการรู้ทุกเรื่องคือจะรู้ว่าอันไหนเป็น fact หรือ fake คนที่มีความรู้ก็จะรู้วิธีการโต้แย้ง ในขณะที่คนที่ไม่มีความรู้ก็จะได้แต่รับฟังแต่ข้อมูลที่ถูกรอบตัวอย่างเดียว ตัวนั้นต้องรู้รอบด้านเราถึงจะได้เอามาตัดสินได้ว่ามันดีหรือไม่ดี จริงหรือไม่จริง” (ชาย อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“เรื่องเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน เรื่องความเท่าเทียมเป็นสิ่งที่สำคัญมากๆ ความเท่าเทียมในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะได้สิ่งที่เท่าเทียมกันหมด แต่ทุกคนจะต้องมีอย่างเท่าเทียมกันก็คือ สิทธิขั้นพื้นฐาน เช่น การเข้าถึงการรักษาพยาบาล การได้รับการศึกษา สิทธิที่จะมีชีวิตอยู่ไว้ซึ่งคือพื้นฐานที่ทุกคนต้องเข้าใจว่าทุกคนต้องมีได้โดยเท่าเทียมกัน เพราะถ้าใครสักคนมองคนไม่เท่ากัน ยังมีการเหยียดคนที่มีความแตกต่างกันนั้นมันยากที่จะทำให้เขาเข้าใจถึงประชาธิปไตยจริงๆ มันต้องมีความยุติธรรมกันก่อน แล้วถึงจะต่อยอดเพื่อไปศึกษาประเด็นอื่นๆเกี่ยวกับการเมืองได้ดี นอกจากนั้นก็ต้องเข้าใจบริบทการเมืองของปัจจุบันว่ามันเกิดจากอะไรสืบเนื่องจากอะไร ถ้าเราเข้าใจที่มาของประเด็นต่างๆมันจะทำให้เราเข้าใจและแสดงออกอย่างสมเหตุสมผลมากขึ้น” (ชาย อายุ 35 ปี รับจ้างทั่วไป)

“ประเด็นหลักมันน่าจะอยู่ที่การรับข่าวสารอะ คือการจะเปลี่ยนแปลงการเมืองไม่จำเป็นว่าจะต้องมีความรู้ด้านการเมืองการปกครองสูงเลย ขอแค่ให้ทุกคนมีการรับฟังข่าวสารให้เพียงพอ อ่านเยอะๆ อ่านแล้วหาแหล่งอ้างอิง ข่าวสารที่มีการถ่วงถ่วงสำคัญมากคือเราไม่เคยตั้ง

คำถามกับสิ่งที่เชื่อมาก่อนเลยในชีวิตเราถูกปลุกฝังให้เชื่อโดยที่ไม่มีสิทธิ์ตั้งคำถาม แต่ตอนนี้ทุกอย่างมันโอเพ่น คุณสามารถอ่านและเรียนรู้ทุกอย่างที่คุณสงสัยในหัวใจคุณได้ สุดท้ายพอเราได้รับข่าวสารมากขึ้นทำให้เรารู้อะไรหลายๆอย่างมากขึ้น ตรงนี้จึงบอกว่าการเปิดรับข่าวสารเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด” (หญิง อายุ 25 ปี รับราชการ)

5.2.2 การมีส่วนร่วมทางการเมือง

กลุ่มตัวอย่างทุกคนมองว่าการชุมนุมทางการเมืองเป็นช่องทางในการเข้าไปมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองที่ดีที่สุด แต่ในปัจจุบันอาจไม่จำเป็นที่จะต้องออกไปชุมนุมประท้วงบนถนน เพราะการรวมกลุ่มสามารถทำได้บนสื่อโซเชียลมีเดียด้วยรูปแบบต่างๆ เช่น การใช้แฮชแท็ก หรือสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นพวกเดียวกันหรือมีจุดยืนเดียวกัน อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าการรวมกลุ่มกันทางการเมืองมีอาจเปลี่ยนแปลงการเมืองเชิงโครงสร้างได้ แต่สามารถเปลี่ยนแปลงวิถีคิดของคนและเป็นการส่งต่อข้อมูลข่าวสารให้ทุกกลุ่มคนได้มีการรับรู้ที่ตรงกัน

“สมัยนี้การแสดงออกทางการเมืองมันมีมากมาย ไม่จำเป็นว่าจะต้องลงถนนประท้วงอย่างเดียว อย่างในโซเชียลมีเดียเวลาเกิดเหตุการณ์สำคัญๆทางการเมืองก็จะมีสิ่งที่ให้เราแสดงออกเยอะ อย่างการเปลี่ยนกรอบรูปในเฟซบุ๊กโดยมีคำล้อเลียนหรือเสียดสีต่างๆ นี่ก็เป็นการแสดงออกทางการเมืองและหลายๆคนก็ทำตาม” (หญิง อายุ 25 ปี รับราชการ)

“การชุมนุมมันสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การรับรู้ได้ แต่ไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างขนาดใหญ่ เมื่อคนได้ยินได้ฟังก็เห็นข้อมูลของปัญหาที่มันถูกชุกซ่อนอยู่ มันคือการถ่วงดุลของภาคประชาชนรูปแบบหนึ่ง” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท)

โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหนึ่งในการแสดงออกทางการเมือง จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้สึกว่าคุณเองไม่โดดเดี่ยวและไม่ได้คิดไปเองคนเดียวเมื่อเห็นโพสต์ทางการเมืองบนเฟซบุ๊กที่ตรงกับความคิดหรืออุดมการณ์ทางการเมืองของตนเอง ยิ่งไปกว่านั้นบางคนยังรู้สึกภูมิใจที่ได้เห็นเพื่อนแชร์หรือโพสต์ในสิ่งที่ตนเองคิด และส่วนหนึ่งรู้สึกถึงการได้แสดงตัวตนของตนเองให้ผู้อื่นรับรู้ ในขณะที่เมื่อเห็นโพสต์ทางการเมืองที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเองกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะอ่านและทำความเข้าใจวิธีคิดเหล่านั้น ไม่ได้ปล่อยผ่านแต่กลับรู้สึกดีจากการได้เห็น

มุมมองอื่นๆที่แตกต่างไปจากตนเอง แต่ก็มีบางคนที่มีรู้สึกหงุดหงิดและรู้สึกขำขันต่อความคิดชั่ววูบตรงข้าม อย่างไรก็ตามพบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนพร้อมที่จะทำความเข้าใจและเปิดรับหากความคิดเห็นชั่ววูบตรงข้ามอยู่บนหลักของเหตุและผล

“พอเราดูข่าวการเมืองบนเฟซบุ๊กไปเรื่อยๆ มันทำให้เรารู้สึกไม่โดดเดี่ยว ยังรู้ว่ายังมีอีกหลายๆคนที่คิดเหมือนกันกับเรา และเห็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลง” (หญิง อายุ 29 ปี พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

“การคอมเมนต์ในเฟซบุ๊กเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กรู้สึกมีส่วนร่วมทางการเมือง การอ่านคอมเมนต์หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกสนใจและเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องนั้นๆ เนื่องจากคอมเมนต์หรือการแสดงความคิดเห็นไม่ใช่แค่การแลกเปลี่ยนข้อมูลแต่เป็นการระบายอารมณ์ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับเรื่องราวต่างๆได้ง่ายมากขึ้น” (หญิง อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“เวลาเห็นโพสต์ที่คิดแบบเดียวกัน รู้สึกภาคภูมิใจในเพื่อนที่แชร์มากกว่า เขากล้าที่จะเดินออกนอกกรอบที่เราถูกบีบมาตลอดช่วงมัธยม หรือบางคนฟังจะมาก็คิดได้ในช่วงมหาลัยว่าฉันมีคำถามที่มันติดค้างอยู่ในใจแต่ฉันไม่เคยได้คำตอบจากมันเพราะมันเป็นสิ่งที่ห้ามพูดห้ามถาม จนวันหนึ่งที่เขายอมเปิดรับและกล้าที่จะแชร์ ก็รู้สึกถึงความภูมิใจที่ได้เห็นความคิดเหล่านี้ รู้สึกว่าโลกมันไม่เหมือนเดิมอีกแล้วนะ” (หญิง รัฐบาล อายุ 25 ปี)

“ถ้าเห็นข่าวหรือโพสต์ของใครที่ตรงใจเรา เราก็อยากแชร์แต่ไม่ได้อยากให้คนอื่นมาเห็นด้วย เราแค่อยากแชร์โพสต์นี้ออกไปเพื่อเป็นการรีเฟรชเรานิดนึงว่าเรามีความคิดแบบไหน” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท)

“ถ้าเห็นอะไรที่คิดต่างคือถ้าเป็นบางอย่างที่มีเบื้องลึกเบื้องหลังเราก็นั่งอ่าน ในอันที่มีเหตุผลมีแหล่งอ้างอิงชัดเจน แต่บางอย่างก็รู้สึกจะทำไมเขากล้าแชร์ ทำไมไม่ศึกษาให้ดีกว่า เพราะบางอย่างมันมีสองด้านแต่เอาจริงๆเวลาเห็นอะไรแบบนี้จะขำมากกว่า เป็นความตลกปนสงสาร แต่เราก็จะไม่ก้าวท้าวชีวิตของเขา” (หญิง อายุ 25 ปี รัฐบาล)

“ก็ดูว่าเขาเขียนด้วยมูตแอนด์โทนแบบไหน เพราะมันให้หลายความรู้สึกมาก เช่น ถ้ามาแนวเกรี้ยวกราด แซะฝั่งเรา เราก็จะรู้สึกอึ้ง อึ้ง มึงมั่วละ อะไรเงี้ย คือมันไม่ใช่ข้อมูลจริง ไม่ว่าเราจะรับสื่อจากฝั่งไหนเราจะหาข้อมูลก่อนว่าจริงไม่จริงอะไรยังไง ถ้าไม่เกรี้ยวกราดก็อ่านแล้วพยายาม

ทำความเข้าใจว่าอะไรทำให้เขาคิดแบบนี้ เราจะมี empathy มากกว่าแบบโง่ๆ” (ชาย อายุ 35 ปี รับจ้างทั่วไป)

5.2.3 ความสนใจทางการเมือง

จากข้อคำถามที่ว่า “คุณคิดว่าบุคคลที่มีลักษณะเช่นไรที่จะสามารถแสดงพฤติกรรมทางการเมืองได้” คำตอบส่วนใหญ่พบว่า ทุกคนในสังคมสามารถที่จะแสดงพฤติกรรมทางการเมืองได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องสังคม การบ้านการเมือง มีความเชื่อหรือมีทัศนคติทางการเมืองที่ชัดเจนและมีความรู้ด้านสังคมและการเมืองที่มากพอสมควร จะยังสามารถแสดงออกทางการเมืองได้ดีและมีความน่าเชื่อถือ

“ทุกคนมีสิทธิที่จะแสดงพฤติกรรมทางการเมืองได้ แต่คนที่จะได้รับผลกระทบหรือเป็นผู้นำของสิ่งๆนั้นจะเป็นคนที่แสดงออกทางการเมืองได้ชัดเจนที่สุด” (ชาย อายุ 25 ปี ราชการ)

“ทุกคนเลย อย่างเราถ้าเป็นข้าราชการเมือง ก็จะดูทุกวันนะ เปิดเฟซบุ๊กก็เจอถ้าเกิดข่าวไหนที่เรามีความรู้หรือเราอินเราก็จะเข้าไปแสดงความคิดเห็น” (หญิง อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

กลุ่มตัวอย่างบางคนมองว่าการแสดงออกทางการเมืองที่สุดโต่งในปัจจุบันเป็นอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามา ทำให้คนรู้ในสิทธิของตนเองมากขึ้น รู้ว่าตนมีสิทธิแสดงความคิดเห็น และรู้จักการปกป้องความคิดของตัวเอง ในขณะที่บางคนมองว่าประเทศไทยมีกรอบหรือค่านิยมบางอย่างที่ทำให้บางคนไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็น เช่น บางหน่วยงาน ห้ามพนักงานของตัวเองห้ามติลปินในสังกัดออกมาพูด ซึ่งมันคือการละเมิดสิทธิมนุษยชน และทำให้คนสนใจการเมืองน้อยลง

“ที่ชอบวิพากษ์วิจารณ์กันในเฟซส่วนใหญ่ที่เห็นก็เป็นพวกวัยรุ่น ซึ่งโดยปลุกฝังจากวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามาว่าคนเราต้องมีสิทธิแสดงความคิดเห็น ต้องมีการสู้เพื่อตัวเองในสิ่งที่เราคิด เป็นสมัยใหม่ เป็นคนที่รู้จักปกป้องความคิดของตัวเอง” (ชาย อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“ทุกคนสามารถแสดงออกได้ เพราะสิทธิในการแสดงความคิดเห็นมันคือสิทธิพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ทุกคนต้องมีสิทธิเพียงแต่ว่าในประเทศนี้มันมีกรอบหรือค่านิยมบางอย่างที่

ทำให้บางคนไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็น เช่นบางหน่วยงานห้ามพนักงานของตัวเอง ห้ามศิลปินในสังกัดออกมาพูด ซึ่งมันคือการละเมิดสิทธิมนุษยชนและทำให้คนไม่ใส่ใจการเมือง” (ชาย อายุ 35 ปี รับจ้างทั่วไป)

5.3 ความแตกต่างของการนำเสนอข่าวการเมืองระหว่างทีวีดิจิทัล เพจข่าวการเมือง กระแสหลัก และเพจข่าวการเมืองของบุคคลสาธารณะ (User Generated Content)

5.3.1 ความแตกต่างของการนำเสนอข่าวการเมืองระหว่างทีวีดิจิทัลกับเพจข่าวการเมืองกระแสหลัก

มีทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มองว่าต่างและไม่ต่าง กลุ่มที่มองว่าการนำเสนอข่าวการเมืองของทีวีดิจิทัลต่างจากเพจข่าวการเมืองกระแสหลักเนื่องจาก การนำเสนอข่าวการเมืองของเพจข่าวกระแสหลักมีความสะดวกรวดเร็วกว่าการนำเสนอในทีวีดิจิทัลเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีประเด็นในเรื่องของ Self-censorship เนื่องจากทีวีดิจิทัลไม่มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นความจริงทั้งหมดเนื่องจากความไม่เป็นอิสระจากคลื่นความถี่ ที่รัฐบาลเป็นผู้ควบคุม แต่เพจข่าวออนไลน์มีการนำเสนอความจริงอย่างรอบด้านมากกว่า นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถแสดงความคิดเห็นต่อข่าวหรือประเด็นทางการเมืองได้อย่างอิสระ

“แตกต่าง ทีวีกระแสหลักจะมี self-censorship ตัวเองอยู่เขาจะรู้จะอันนี้พูดได้ อันนี้พูดไม่ได้ มันจะมีเส้นที่ขีดใหญ่ๆเลยให้กับทีวีกระแสหลักของไทย ก็จะมีสิ่งที่พูดได้สิ่งที่พูดไม่ได้ แต่ในเพจออนไลน์มันจะมีความคล่องตัวกว่า แต่ถ้าตามระบบงานข่าวที่ออกผ่านทีวีจะถูกกรองหลายชั้น แต่เพจออนไลน์บางที่มันไม่มีระบบเยอะแยะแบบนี้มันก็เลยง่ายกว่าในการพูดเรื่องใดก็ได้ พูดได้เยอะกว่า” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท)

กลุ่มตัวอย่างที่มองว่าไม่แตกต่างกันเนื่องจากมีความคิดเห็นว่า ทั้งทีวีดิจิทัลและเพจข่าวการเมืองกระแสหลักต่างมีอคติทางการเมือง มีความเอนเอียงทางการเมือง ถ้านำเสนอในทีวีอย่างไรก็จะนำเสนอในเพจอย่างนั้น หากนำเสนอแตกต่างกันจะทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตามพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กหรือสื่อออนไลน์อื่นๆ มากกว่าการรับชมจากทีวีดิจิทัล

“เหมือนกันนะ ไม่งั้นมันก็ขัดแย้งกันดิ เพราะถ้าคนให้ข้อมูลคนเดียวกันมาจากแหล่งข่าวเดียวกันแต่ถ้านำเสนอข้อมูลต่างกันในทีวีอีกอย่างหนึ่งในเพจอีกอย่างหนึ่งมันก็ไม่น่าเชื่อถือ” (ชาย อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

5.3.1 ความแตกต่างของการนำเสนอข่าวการเมืองระหว่างเพจข่าวการเมืองกระแสหลักกับเพจข่าวการเมืองของบุคคลสาธารณะ (User Generated Content)

มีทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มองว่าต่างและไม่ต่าง กลุ่มที่มองว่าการนำเสนอข่าวการเมืองของเพจข่าวการเมืองกระแสหลักแตกต่างจากการนำเสนอของเพจข่าวการเมืองของบุคคลสาธารณะ (User Generated Content) เนื่องจากสองประเด็นหลักคือ 1.) รูปแบบการนำเสนอ 2.) ความน่าเชื่อถือ

“การนำเสนอต่างกันนะ 1. เรื่องภาษากับอารมณ์ สื่อหลักจะเซฟหน่อยพูดอะไรที่เป็นทางการเป็นกลางไว้ก่อน แต่ถ้าเป็นเพจของบุคคลอารมณ์ก็จะมาเต็มแล้วเวลาที่เรารับอ่านเราจะมีอารมณ์ร่วมมากกว่า เหมือนอ่านหนังสือนิยายกับอ่านหนังสือเรียนอะ บางทีเนื้อหาเหมือนกันแต่ถ้าเป็นเพจที่ไม่ใช่ official มันก็จะได้ใจมากกว่า 2. เรื่องรายละเอียดในการนำเสนอ ถ้าเป็น official ก็ต้องเซฟตัวเองด้วยเพราะมันจะส่งผลกระทบต่อองค์กรเขา แต่ถ้าเป็นเพจที่ไม่ official ลูกเพจก็จะปกป้องอยู่แล้ว เช่น เพจที่เป็นบุคคลสร้างขึ้นก็จะมีกระแสโต้ให้มันเข้าข้างกับแนวคิดที่เขามี มันไม่ต้องเซฟซึ่งจะทำให้เกิดเอกลักษณ์ในแต่ละเพจ” (หญิง อายุ 25 ปี รับราชการ)

“แตกต่างเกี่ยวกับความบิดเบือนของข้อมูล เราว่าข้อมูลในเฟซบุ๊กของบางคนเป็นสิ่งที่จริงกว่าข่าวซึ่งโดนกรองมา โดยผู้ที่มีอคติทางการเมือง การมีระบบของข่าว กรองหลายชั้นมันทำให้ความจริงถูกบิดเบือน ดังนั้นเพจที่ไม่เป็นทางการน่าเชื่อถือกว่า” (ชาย อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“ต่างกัน เพราะถ้าเป็นกระแสหลักพอเข้าทำในฐานะที่เขาเป็นสำนักข่าวนั้นแปลว่ามันจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า มีความค้นคว้าหาข้อมูลและเรียบเรียงประเด็น เขาจะมีทีมนักข่าวที่ออกสถานที่จริงเพื่อไปเก็บข่าวมาเขียนข่าว เรียบเรียงและมี บก. แต่ถ้าเป็นใครไม่รู้หรือเป็นคนใดๆ เขาอ่านข่าวจากที่อื่นมาแล้วสรุปเขียนเอง เขาไม่ได้ไปลงพื้นที่ เพื่อหาข่าว เขาก็ดูจากเน็ตแล้วก็เอามาสรุปมาแล้ว ซึ่งเราก็ไม่รู้ว่าสิ่งที่เขาเอามานั้นน่าเชื่อถือมากน้อยแค่ไหน แต่ฝั่งที่เป็นนักข่าวเขาทำงานจริงจังมากกว่าเพื่อนำเสนอข่าวอย่างเหมาะสม” (ชาย อายุ 35 ปี รับจ้างทั่วไป)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มองว่าไม่แตกต่างกันเนื่องจากมีความคิดเห็นว่า ไม่มีเพจใดเป็นกลางไม่ว่าจะเป็นเพจทางการหรือเพจของบุคคลสาธารณะต่างก็มีอุดมการณ์ทางการเมืองแบบใดแบบหนึ่งอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามพบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่นิยมการเปิดรับข่าวการเมืองจากเพจข่าวของบุคคลสาธารณะมากกว่าเพจข่าวกระแสหลัก

“มองว่ามันไม่ต่างกันคือมันมีคนที่อยู่เบื้องหลังหมด ไม่มีอะไรเป็นกลาง อยู่ที่การนำเสนอของแต่ละสำนักของแต่ละคนมากกว่า” (ชาย อายุ 25 ปี รับราชการ)

5.4 การใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง

5.4.1 ข้อดีและข้อเสียของการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่าข้อดีของการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองคือ ข้อมูลมีความรวดเร็วทันเหตุการณ์ ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการเมืองได้ง่ายมาก เพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส สามารถแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์นั้นๆได้ มีข้อมูลให้เลือกอ่านเยอะ ส่วนข้อเสียคือ เมื่อมีข้อมูลให้อ่านเยอะก็จะทำให้อ้างอิงและสืบค้น การหลงเชื่อข่าวปลอม การขาดวิจาร์ณญาณในการอ่านข่าวและการส่งต่อข้อมูล และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว

“ข้อดีคือมันทำได้รวดเร็วแล้วก็เราเห็นข่าวได้เร็วและสามารถจะเปรียบเทียบได้เร็วด้วยจากหลายๆสำนัก ซึ่งพอมีสื่อเฟซบุ๊กมันสามารถทำได้เร็วเนื่องจากมีเพจและเลือกดูได้ว่าแต่ละที่เขียนอย่างไรบ้าง และเราก็สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ ข้อเสียก็คือ ถ้ามาจากแหล่งข่าวบางแหล่งที่ไม่ได้นำเชื่อถือ คนก็แชร์กันไปแล้ว และบางครั้งเวลาเราแสดงความเห็นมันเป็นตัวหนังสือซึ่งเราไม่ได้ยินเสียงมันอาจส่งผลให้ไม่เข้าใจกันได้” (หญิง อายุ 35 ปี นักเขียน)

“มันดีเพราะว่ามันเร็ว ทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ต่อข่าวๆนั้นเพราะถ้าเป็นในทีวีไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ ปัจจุบันพอมีช่องทางออนไลน์มันทำให้เราสามารถตอบโต้ได้เลย ข้อเสียก็คือ fake news และเรื่องเนื้อหาสาระข่าวที่ทำเหมือนเป็นเรื่องใหญ่มากแต่ข้างในไม่มีอะไรเลย ส่วนใหญ่ประชากรในประเทศชอบเรื่องดราม่าและไม่ค่อยอ่านหนังสือเท่าไรก็จะดูแค่ Topic พาดหัวข่าวแล้วก็ตีความไปในเชิงลบแล้วโดยที่ข้างในไม่มีสาระอะไรเลย ความน่าเชื่อถือบางอย่างก็ค่อนข้างต่ำ” (หญิง อายุ 25 ปี รับราชการ)

“การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมันทำได้ทุกวันทุกชั่วโมง ยิ่งเปิดรับได้ง่ายก็จะยิ่งทำให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองและหันมาสนใจข่าวการเมืองมากขึ้น ทำให้

เกิดการพูดคุยและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้นซึ่งก็อาจทำให้มีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองมากขึ้น แต่ข้อเสียคือยิ่งรู้เยอะยิ่งเครียดแล้วไม่รู้ว่าจะอะไรจริงไม่จริง” (หญิง อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

5.4.2 วิธีรับมือกับคอมเมนต์ทางการเมืองที่หยาบคายและไร้เหตุผล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกการจัดการด้วยการปล่อยผ่าน ไม่ตอบโต้ ไม่สนใจ เพราะถือว่าไม่ได้รับการกลั่นกรองและขาดสติสัมปชัญญะ บางคนกล่าวว่า หากเป็นในอดีตอาจโต้กลับ และอาจบล็อกผู้ใช้นั้นไปเลย และบางคนเลือกที่จะโต้ตอบด้วยการกดปุ่มแสดงความรู้สึก คือ ปุ่ม “หัวเราะ” เพื่อเป็นการเยาะเย้ย และเป็นการปลักดันให้คอมเมนต์นั้นขึ้นไปอยู่ในรายการท้อปคอมเมนต์ เป็นการประจานให้คนอื่นได้เห็นและรับรู้ถึงการกระทำหรือคำพูดที่ไม่เหมาะสมของบุคคลเหล่านั้น

“ถ้าเป็นความเห็นที่แตกต่างก็จะดูว่าเขามาแบบไหน ถ้ามาคุยแบบดีๆ แลกเปลี่ยนกันแบบดีๆ ก็ยินดีคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน แต่ถ้ามาแบบเกรี้ยวกราดและเราสัมผัสได้ว่าเขาไม่ได้มาเพื่อแลกเปลี่ยนถ้าเป็นเมื่อก่อนจะด่ากลับหมดเลย แต่ตอนนี้กลับรู้สึกว่าจะทำไมเราต้องมาด่าคนพวกนี้ ก็แค่ขังมันปล่อยไป แต่บางทีก็อยากแกล้งตอบไปด่าไปแต่เราไม่ได้จริงจังอะไรกับมัน ไม่ได้โกรธเกรี้ยวรุนแรงใดๆ เป็นเรื่องตลกไป” (ชาย อายุ 35 ปี รับจ้างทั่วไป)

“ถ้าแสดงความคิดเห็นทางการเมืองส่วนใหญ่จะคุยกันกับเพื่อนมากกว่ายกเว้นว่าเราเห็นการแสดงความคิดเห็นที่เราว่าข้อมูลมันไม่จริง เราจะอยากเข้าไปตอบกลับแต่ก็ต้องดูก่อนว่าสื่อ นั้นมันเป็นพื้นที่ของฝั่งไหนเพราะเราอาจโดนทัวร์ลงได้ แล้วก็ต้องดูด้วยว่าโปรไฟล์ของคนที่แสดงความคิดเห็นมีตัวตนอยู่จริงรึเปล่า” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท)

“วิธีจัดการกับคอมเมนต์ที่หยาบคายไร้สาระคือการกดหัวเราะ เป็นตัวแทนของความรู้สึกเหยียดการกระทำของคอมเมนต์เหล่านั้น เพราะการมาด่าในพื้นที่เหล่านี้ก็เหมือนอยู่ในที่สาธารณะ กิริยาต่างๆแบบนั้นไม่ควรเกิดขึ้น ยิ่งถ้ายอดหัวเราะเยอะ คอมเมนต์นั้นจะขึ้นไปอยู่ท้อปเมนต์แล้วจะเป็นเหมือนการประจานให้คนอื่นได้รับรู้ถึงการกระทำที่ไม่ดีนั้น ดังนั้นปุ่มแสดงความรู้สึกบนเฟซบุ๊กก็มีผล เช่น เวลาวันเกิดนายกกดปุ่มแองกรีจะเยอะมาก เป็นต้น มันก็แสดงถึงเอฟเฟค” (หญิง อายุ 25 ปี รับราชการ)

5.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองไทยในปัจจุบัน

5.5.1 มุมมองต่อการเมืองไทยในปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างทุกคนเห็นตรงกันว่าการเมืองไทยในปัจจุบัน ย่ำอยู่กับที่ ไม่มีอะไรพัฒนา ไม่มีความยุติธรรม การบริหารงานของรัฐบาลไม่เป็นไปอย่างที่ประชาชนคาดหวัง กลุ่มตัวอย่างไม่มีความคาดหวังใดๆกับรัฐบาลชุดนี้ และมองว่าการเมืองไทยติดหล่มการพัฒนาอย่างยาวนาน ซึ่งนอกจากจะพัฒนาช้าแล้ว ความขัดแย้งภายในประเทศก็ไม่ได้เบาบางลงเลย และมีแนวโน้มที่จะรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยภาพรวมคือการเมืองในปัจจุบันนี้มีแต่ความวุ่นวายและไร้เสถียรภาพ

“ค่อนข้างกังวล เพราะเคยเชื่อว่า No news is a good news แต่ตอนนี้คิดว่าการที่มันไม่มีอะไรคืบหน้าหรือไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงเลยคือข่าวร้ายที่สุด เพราะเมื่อคนอื่นเดินไปข้างหน้าแต่เราหยุดอยู่กับที่ก็เหมือนเรากำลังเดินถอยหลัง เห็นด้วยกับการออกมาแสดงจุดยืนของแต่ละฝ่ายไม่ว่าฝ่ายใดก็ตาม เพราะถ้าไม่ออกมาพูดปัญหามันก็จะไม่ถูกแก้ไขและคนอื่นก็จะไม่รู้ด้วยว่ามันเป็นปัญหา การออกมาประท้วงการชุมนุมมันเป็นสิทธิที่คนที่อยู่ในประเทศที่เป็นประชาธิปไตยย่อมทำได้ concept ประเทศตอนนี้เน้นความสงบมากกว่าความก้าวหน้านั้นก็ยังย้อนแย้งอยู่ดีเพราะนอกจากจะไม่ก้าวหน้าแล้วภายในก็ยังไม่สงบด้วย ในอนาคตคิดว่าถ้าทีมบริหารตอนนี้แล้วก็ประชาชนที่สนับสนุนยังไม่ยอมรับปัญหา มองประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม ประเทศก็ยังคงจะไม่พัฒนาเท่าที่ควรปัญหาต่างๆจะถูกซ่อนไว้ได้พรมไม่ได้รับการแก้ไข แต่ถ้าเรารื้อระบบใหม่ซึ่งไม่ได้แปลว่าจะถอนหรือทั้งหมดสิ่งไหนที่ดีก็ยังเก็บไว้และต่อยอดต่อไป โดยต้องมีการเปิดโอกาสให้คนที่มีความพร้อมมีความรู้ความสามารถในเรื่องนั้นๆจริงๆเข้ามาจัดการ และก็ต้องมีการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลจิลจะแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองและสร้างความเข้มแข็งให้ประเทศได้” (หญิง อายุ 29 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“เนา แทนคำได้ทุกอย่าง ความไม่ดี ความสกปรก ทุกรูปแบบ นักการเมืองทุกคนไม่ได้เข้ามาทำเพื่อประเทศชาติซะส่วนใหญ่ ทำเพื่อตัวเองทั้งนั้น เพราะมีผลประโยชน์เยอะ ไม่ว่าจะเป็นลาภ ยศ ชื่อเสียง ถ้ามันไม่ได้นอกได้ในจริงๆก็ไม่ทำ” (ชาย อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

5.5.2 มุมมองต่อปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศ

กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองต่อปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศว่า สามารถแก้ไขได้ และบางคนมองว่าแก้ไขไม่ได้ สำหรับผู้ที่มองว่าแก้ไขได้ให้เหตุผลว่า ต้องทำให้ทุกคนยอมรับให้ได้ก่อนว่าสิ่งนั้นมันเป็นปัญหา หลังจากนั้นก็ทำให้ทุกคนเข้าใจตรงกันก่อนว่ามันคือปัญหาของทุกคนไม่ใช่แค่ของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แล้วก็ค่อยร่วมมือกันแก้ปัญหา หันหน้าพูดคุยกัน ไม่ใช่ทำให้ทุกฝ่ายคิดเห็น

เหมือนกันหรือตรงกันแต่มันต้องเป็นการหาทางออกร่วมกันที่ประเทศจะสามารถเดินไปข้างหน้าได้ อย่างไรก็ตามมันเป็นไปได้ยากมาก ซึ่งการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งนี้ต้องใช้เวลาอีกยาวนานกว่าจะแก้ไขได้ ส่วนในกลุ่มที่มองว่าแก้ไขไม่ได้ ให้เหตุผลว่า ความขัดแย้งมันต้องมีอยู่ตลอดในการเมืองไทย ไม่สามารถแก้ไขให้หมดไปได้ เนื่องจากการเมืองเป็นเรื่องทางความคิดและมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง อีกทั้งความแตกต่างของผู้คนในสังคมก็มีหลากหลาย ยิ่งในปัจจุบันนี้ยิ่งเห็นได้ชัดว่าการยอมรับความคิดเห็นชั่วคราวเป็นไปได้ยากมาก คนบางคนยังรับข้อมูลฝั่งเดียวและเชื่อมั่นในอุดมการณ์ของตนอย่างแรงกล้า โดยไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นในแง่มุมอื่น ทั้งยังเหมารวมกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยว่าเป็นฝ่ายตรงข้ามทันทีที่มีความคิดเห็นไม่ตรงกันกับฝั่งตน อย่างไรก็ตามข้อดีของความขัดแย้งทางการเมืองคือ การคานอำนาจและคอยตรวจสอบข้อเท็จจริงของกันและกัน ทำให้มีข้อมูลทางการเมืองไม่ว่าจะเป็นฝั่งที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับรัฐบาลเยอะมากในโลกออนไลน์ สิ่งสำคัญคือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณและเปิดใจอ่านข้อมูลของทุกฝ่าย ซึ่งก็เป็นไปได้ยากที่คนจะยอมรับและทำความเข้าใจข้อมูลของฝั่งตรงข้าม

“แก้ไขได้แต่ของแบบนี้ต้องใช้เวลา มันไม่ใช่การวิ่งในระยะสั้นที่มันจะเห็นผล ถ้าคนส่วนมากรวมกลุ่มกัน คนที่ได้รับความเดือดร้อนจากการถูกกดขี่จากอำนาจนิยม ทุนนิยมมันจะเยอะแล้วการที่คนตัวเล็กๆหลายๆคนต้องเดินรณรงค์เพื่อสวัสดิการที่ควรจะได้ ไม่ใช่แค่การประท้วงสามเดือนแล้วมันจะเห็นผล มันคือการวิ่งมาราธอนที่ต้องใช้เวลามันมีผล อย่างน้อยคือได้เพื่อนใหม่ในเฟซบุ๊กใหม่ๆเพราะการที่เราแชร์ข้อมูลมันทำให้คนอื่นที่เป็นเพื่อนเราได้เห็นความจริงและเหตุผล และเราจะมีเพื่อนมากขึ้น การวิ่งมาราธอนระยะยาวมันเหนื่อยแต่มันจะทำให้คนค่อยๆเห็นอะไรบางอย่าง” (หญิง อายุ 25 ปี รัฐบาล)

“ความขัดแย้งทางการเมืองแก้ไม่ได้ มันมีตลอด ยิ่งไงก็ต้องเกิดขึ้น มันเป็นเรื่องทางความคิดยิ่งไงก็ต้องมีการขัดแย้งทางความคิด แล้วมันก็มีเรื่องผลประโยชน์เข้ามาด้วย พอมีผลประโยชน์เข้ามามันก็จะตีกัน ซึ่งมันก็แก้ไขไม่ได้เพราะความแตกต่างของผู้คนในสังคมด้วย” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท)

5.5.3 มุมมองต่อการเมืองไทยในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีความเชื่อมั่นว่าการเมืองไทยในอนาคตจะมีการพัฒนาที่ดีขึ้น เป็นเส้นทางที่มีความหวัง โดยให้เหตุผลว่า คนรุ่นใหม่เท่าที่เห็นในปัจจุบันมีความคิดเป็นของตัวเอง กล้าที่จะตั้งคำถามกับบรรทัดฐานทางสังคม และพร้อมที่จะหาข้อมูล เพื่ออธิบายความเชื่อหรือ

วิธีคิดของตัวเอง ซึ่งเมื่อถึงเวลาของกลุ่มคนเหล่านี้ สิ่งที่เป็นปัญหาในปัจจุบันจะสามารถคลี่คลายและประเทศจะพัฒนาต่อไปได้ อย่างไรก็ตามผู้ที่เข้ามาบริหารบ้านเมืองเองก็ต้องทำงานหนักขึ้น แบกรับความกดดันจากภาคประชาชนมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจการทำงานของฝ่ายบริหารมากขึ้น มีการตรวจสอบการทำงานโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการหาข้อมูล วิพากษ์วิจารณ์และแสดงความคิดเห็นกันแทบทุกวัน ดังนั้นการเมืองในอนาคตจะต้องมีผู้ที่มีความรู้ความสามารถเข้าไปบริหารและเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมอย่างแท้จริง แต่กว่าจะถึงวันนั้นก็คงต้องใช้ระยะเวลาอีกพอสมควร

“คิดว่าตอนนี้คนรุ่นใหม่จะมองภาพไม่ออกเพราะเราเห็นแต่ความสิ้นหวังและเรารู้สึกว่าการที่เราดี้น้ำมันเหนื่อยมาก มือบักก็พยายามดี้นรนเอาชีวิตรอดในระบบอุปถัมภ์ มันเหมือนให้เลือกระหว่างเอดส์กับมะเร็งแต่ถ้าจะไม่ดี้นราก็จะยิ่งถูกเอาเปรียบ ดังนั้นการเมืองในอนาคตมันคือการวิ่งมาราธอน มันเห็นผลแต่มันช้าหน่อยแค่นั้นแหละ ตอนเราอายุ 80 ประเทศเราอาจจะดีขึ้นมาหน่อยนึงก็ได้อาจจะแค่น้อยจริงๆ เด็กรุ่นใหม่ที่เกิดวิเคราะห้ได้เองจากพายุข่าวสารในยุคนี้คือความหวังในอนาคต เราเชื่อในศักยภาพของคน” (หญิง อายุ 25 ปี รัฐบาล)

“คิดว่าจะมีความหวัง เพราะมันจะมีการตรวจสอบโดยสังคมเข้มข้นขึ้น เพราะสื่อออนไลน์ตอนนี้เยอะมากทำให้คนปกติที่มีสื่ออยู่ในมือสามารถตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลได้เข้มข้นขึ้น ขับเคลื่อนด้วยการด่า ยิ่งด่าคอมเมนต์เยอะก็ยิ่งรับรู้ถึงพลัง และการศึกษาที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เยอะขึ้น ดังนั้นคนในยุคใหม่จะมีความรู้ ทักษะทางความรู้เยอะขึ้นจึงจะทำให้การทำงานมันพัฒนา” (หญิง อายุ 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท)

“ถ้าดูจากสิ่งแวดล้อมและการแสดงความคิดเห็นต่อการเมืองปัจจุบันโดยเฉพาะในโซเชียลมีเดียนะ พี่คิดว่าคนที่เป็นผู้กุมอำนาจจะรู้สึกที่ตัวเองทำงานยากขึ้น เพราะประชาชนแอดทิฟเพราะเขาทำอะไรก็จะโดนจ้องมองมากขึ้นกว่าเดิม ผู้นำประเทศจะมีแรงกดดันมากขึ้นเพราะประชาชนสนใจการเมืองมากขึ้น ก็หวังให้การเมืองไปในแนวทางที่ดีแต่มันก็สัมพันธ์กับเศรษฐกิจ ถ้าการเมืองดีหมายถึงรัฐสวัสดิการดี ผู้ปกครองก็ต้องให้บริการประชาชนด้วยสิ่งดีๆ ค่อยๆเห็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นของรัฐสวัสดิการ พี่เห็นคนตัวเล็กๆที่เข้าไปแทรกซึมอยู่ในระบบต่างๆเพื่อเปลี่ยนแปลงมัน ถ้าเราเป็นคนดูอาจเปลี่ยนแปลงอะไรไม่ได้แต่ถ้าเราไปเล่นในสนามก็อาจมีส่วนที่จะเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นในอนาคตการเมืองไทยค่อนข้างมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีแต่อาจต้องใช้เวลา” (หญิง อายุ 35 ปี นักเขียน)

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าข้อมูลทั้งสองส่วนมีความสอดคล้องกันในประเด็นที่เป็นคำถามวิจัย ทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

1. การใช้เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า การเปิดรับข่าวสารการเมืองในปริมาณมาก, การเปิดรับข่าวสารการเมืองจากเพจข่าวที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้น, การไม่เชื่อถือแหล่งข่าวจากเพจข่าวที่เป็นทางการ, ความต้องการรับรู้คอมเมนต์ต่อข่าวของผู้อื่น, ลักษณะการอ่านเฉพาะคอมเมนต์ในข่าว และความรู้สึกว่าการเมืองเป็นเรื่องใกล้ตัวและเป็นเรื่องสำคัญหลังจากการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง สัมพันธ์ต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่เพิ่มขึ้น

การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊กเป็นสิ่งที่ทำได้ง่ายและสะดวก ยิ่งเปิดรับง่ายก็ยิ่งทำให้รับรู้ข่าวสารได้มาก ยิ่งรับรู้ข่าวสารได้มากก็ทำให้สนใจและรู้เรื่องการเมืองมากขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะชอบติดตามข่าวสารจากเพจที่ไม่เป็นทางการหรือเพจที่ผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นมากกว่าเพจข่าวที่เป็นทางการหรือเป็นสำนักข่าว และโดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าเพจข่าวทางการเมืองอาจมีการกรองข่าวหลายชั้นซึ่งอาจทำให้เกิดอคติทางการเมืองจากผู้ที่อยู่เบื้องหลังได้ แต่ก็มีบางส่วนที่มองว่าเพจข่าวจากทั้งสองแหล่งข่าวไม่ได้ต่างกันเรื่องของความน่าเชื่อถือเพราะต่างก็มีอคติทางการเมืองทั้งคู่ นอกจากนี้ยังพบว่าการอ่านคอมเมนต์ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าได้มีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น สุดท้ายในภาพรวมของผู้ให้สัมภาษณ์จะมองการเมืองว่าเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แม้การเมืองในปัจจุบันจะไม่ใช่ว่าการเมืองอย่างที่คาดหวังแต่ในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น

2. มูลเหตุของพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กได้แก่ แรงจูงใจทางการเมือง ผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมือง การโต้เถียงทางการเมือง อิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่ และความเชื่อมโยงกับการรับรู้ประสิทธิภาพภายในตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจทางการเมืองมาก รับรู้ว่าหากแสดงความคิดเห็นทางการเมืองแล้วจะส่งผลทำให้ผู้อื่นได้รับข่าวสารทางการเมืองมากขึ้น สามารถที่จะโต้ตอบทางการเมืองได้ดี รับรู้ว่าตนเองมีอุดมการณ์ทางการเมืองอยู่ในฝั่งของเสียงส่วนใหญ่ในเฟซบุ๊กของตนเอง และรับรู้ว่าประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นประสบการณ์ของผู้อื่น การใช้คำพูดชักจูงใจและการกระตุ้นอารมณ์จากการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊กจะทำให้

เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพภายในตนเองได้นั้น จะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมาก

การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองหากเป็นเรื่องที่ตนเองได้รับผลกระทบโดยตรง เช่น การจัดการชุมนุมที่ต้องมีการปิดถนน หรือจะแสดงความคิดเห็นต่อเมื่อเป็นข่าวที่ตนเองสนใจหรือมีความรู้ในเรื่องนั้นๆ และคิดว่าการแสดงความคิดเห็นสามารถสร้างการสนทนาในหลายๆประเด็นซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ได้เข้ามาอ่าน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกว่าการแสดงความคิดเห็นไม่โดดเดี่ยวหากได้พบเห็นโพสต์ทางการเมืองที่มีแนวคิดที่ตรงกับตน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถที่จะพูดคุยทางการเมืองได้หากใช้หลักของเหตุและผลแต่จะเลือกที่จะปล่อยผ่านและไม่รับรู้หากเป็นการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างตระหนักรู้ว่าเฟซบุ๊กอาจไม่ใช่พื้นที่ของคนส่วนใหญ่ในสังคม การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองจึงต้องมีความรอบคอบ ระวังภัยตาม หากกลุ่มตัวอย่างได้รับการตอบรับที่ดีจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น ได้รับการกดไลค์ หรือแชร์ข้อความ หรือได้เห็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่ออารมณ์และจิตใจจริงๆก็เลยยิ่งทำให้มีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้น

3. ความแตกต่างของพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์ต่อระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของผู้ใช้เฟซบุ๊กแตกต่างกันเฉพาะกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นกับกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารแต่ไม่แสดงความคิดเห็นเท่านั้น

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองสูงกว่ากลุ่มที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองแต่ไม่แสดงความคิดเห็น ทั้งนี้ ไม่มีความแตกต่างกันของการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองระหว่าง กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นเหมือนกันกับตน, กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นต่างกับตน และกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อทุกโพสต์

การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยแสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะรู้สึกว่าได้ทำให้เจอเพื่อนหรือผู้ที่มีความคิดเห็นเหมือนกันมากขึ้น ยิ่งทำให้มีความมั่นใจในอุดมการณ์ของตนและรู้ว่าตนเองไม่ได้คิดไปเองคนเดียว ยิ่งไปกว่านั้นยังรู้สึกว่าการได้แสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กจะทำให้รัฐบาลได้รับทราบว่าตนเองต้องการอะไรมากขึ้นเพราะสำนักข่าวกระแสหลักมักหยิบยกประเด็นในโซเชียลมีเดียไปรายงาน ส่วนผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองให้ข้อมูลว่าการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองไม่ได้ส่งผลอะไรต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง โดย

มองว่าถึงจะมีกระแสวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลบโนไซเซียลมีเดียเยอะก็ไม่ได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงใดๆ



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปริมาณการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทย” ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณ คือ การวิจัยเชิงสำรวจโดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 499 คน จากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 8 คน สามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปและอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

- **พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง**

จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 499 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองอยู่ในระดับมาก โดยสามารถสรุปและอภิปรายผลในแต่ละประเด็นตามกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

- ปริมาณการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณมากจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองมากกว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองในปริมาณน้อย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ของการวิจัย โดยผู้ที่ใช้ระยะเวลาในการเข้า เฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข่าวสารทางการเมืองตั้งแต่ 3 ชั่วโมงต่อวัน ขึ้นไปจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ใช้ระยะเวลาในการเข้าเฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข่าวสารทางการเมืองน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bingyang Liu, (2017) ที่พบว่าการใช้สื่อโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการเกิดประสิทธิภาพทางการเมืองภายในบุคคล โดยประชากรจีนผู้ที่ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในปริมาณมากจะมีระดับประสิทธิภาพทางการเมืองสูงกว่าผู้ที่ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในปริมาณน้อย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งโดยส่วนใหญ่มองว่าการกระทำทางการเมืองใดๆก็ตามของตนเองในเฟซบุ๊ก จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ โดยกลุ่มตัวอย่างมองว่าการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กสามารถเปิดรับได้ทุกวันทุกชั่วโมง ยิ่งเปิดรับได้ง่ายก็จะยิ่งทำให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองและหันมาสนใจข่าวสารการเมืองมากขึ้น

ทำให้เกิดการพูดคุยและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้นอันจะนำไปสู่การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองมากขึ้น

- แหล่งข่าวที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจข่าวมีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้น (User generated content) มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากเพจข่าวที่เป็นทางการ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ 2 และสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างว่าเพจข่าวการเมืองของบุคคลสาธารณะ (User Generated Content) จะใช้ภาษาที่เป็นกันเองมากกว่า มีการสอดแทรกอารมณ์ ความคิดเห็นของเจ้าของเพจ และจะเน้นนำเสนอประเด็นที่สังคมกำลังให้ความสนใจ ทำให้ผู้อ่านมีความสนใจและรู้สึกมีส่วนร่วมมากกว่าแหล่งข่าวจากเพจข่าวที่เป็นทางการ เปรียบเทียบเหมือนกับการอ่านหนังสือนิยายกับการอ่านหนังสือวิชาการ ยิ่งทำให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมมากก็จะยิ่งทำให้ผู้อ่านมีความสนใจในเรื่องการเมืองมากขึ้นตามไปด้วย

- ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว จากการศึกษาพบว่าผู้ที่ไม่มีความเชื่อถือข่าวการเมืองจากเพจข่าวที่เป็นทางการ มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เชื่อถือหรือผู้ที่ไม่แน่ใจต่อข่าวจากแหล่งข่าวที่เป็นทางการ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ 3 ของการวิจัย ซึ่งอภิปรายผลจากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างได้ว่า เพจข่าวการเมืองของบุคคลสาธารณะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า เพราะว่า มีความชัดเจนในเรื่องอุดมการณ์ทางการเมืองมากกว่า แสดงออกชัดเจนว่ามีความคิดทางการเมืองแบบใด กล่าวที่จะนำเสนอความจริงและการที่ไม่มีระบบคัดกรองข่าวหลายชั้นทำให้เนื้อหาข่าวไม่ถูกบิดเบือนจากผู้ที่อยู่เบื้องหลังที่อาจมีอคติทางการเมือง

- จุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก จากการศึกษาพบว่าผู้ที่เปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กเนื่องจากต้องการทราบคอมเมนต์ต่อข่าวข่าวนั้นของผู้อื่นมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กเนื่องจากต้องการทราบข้อมูลข่าวสารโดยละเอียด ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว/ฉับไว/เข้าใจง่าย และต้องการที่จะตามให้ทันกระแสของสังคม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 ของการวิจัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างอาจมีความต้องการที่จะรู้ (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจและความต้องการด้านอารมณ์ (Affective Needs) คือ ความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิง และความสุนทรีย์ (Katz, et al., 1973) ในระดับมาก การรับรู้คอมเมนต์ของผู้อื่นจึงอาจตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ได้มากกว่าการรับรู้เพียงแค่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง

- วิธีการเปิดรับหรือลักษณะการอ่านข้อมูลข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก จากการศึกษาพบว่าผู้ที่อ่านทั้งพาดหัวข่าว เนื้อหาสาระของข่าว รวมถึงคอมเมนต์ใต้ข่าว มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่อ่านเฉพาะพาดหัวข่าว แต่น้อยกว่าผู้ที่อ่านเฉพาะคอมเมนต์ใต้ข่าว ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 ของการวิจัย ทำให้อนุมานได้ว่าผู้ที่อ่านเฉพาะคอมเมนต์ใต้ข่าวมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าการอ่านในลักษณะอื่นๆ ซึ่งก็สามารถอธิบายได้เหมือนกับจุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างอาจมีความต้องการที่จะรู้ (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจและความต้องการด้านอารมณ์ (Affective Needs) คือ ความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิง และความสุนทรีย์ (Katz, et al., 1973) ในระดับมาก ประกอบกับการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างว่าพฤติกรรมกรรมการคอมเมนต์ในเฟซบุ๊กเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กรู้สึกมีส่วนร่วมทางการเมือง การอ่านคอมเมนต์หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกสนใจและเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องนั้นๆ เนื่องจากคอมเมนต์หรือการแสดงความคิดเห็นไม่ใช่แค่การแลกเปลี่ยนข้อมูลแต่เป็นการระบายอารมณ์ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับเรื่องราวต่างๆ ได้ง่ายมากขึ้น

จากผลการวิจัยข้างต้นจะพบความเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งข่าวที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว จุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊กและวิธีการเปิดรับหรือลักษณะการอ่านข้อมูลข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก โดยผลของการวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ เหล่านี้สามารถบ่งบอกถึงคุณลักษณะประการหนึ่งของผู้ที่มีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองสูงจากการใช้เฟซบุ๊กได้ กล่าวคือผู้ที่มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองสูงจากการใช้เฟซบุ๊ก จะเป็นผู้ที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในเชิงของอารมณ์และความรู้สึกในปริมาณมาก ยิ่งเปิดรับข้อมูลเชิงข้อคิดเห็น (Opinion) มากก็จะมีรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้มาก เช่น การอ่านข่าวจากเพจข่าวการเมืองของบุคคลสาธารณะ (User Generated Content) ที่มีการใช้ภาษาและวิธีการนำเสนอที่เข้าถึงอารมณ์ของผู้อ่านได้มากกว่า หรือการอ่านคอมเมนต์ใต้ข่าว เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อมูลเชิงข้อคิดเห็นสามารถที่จะกระตุ้นอารมณ์และความสนใจของผู้รับสารได้มากกว่าข้อมูลในเชิงข้อเท็จจริง และเมื่อข้อมูลเหล่านั้นสามารถกระตุ้นความต้องการรู้ของผู้คนได้ หรือกล่าวง่ายๆว่า เป็นระดับที่ผู้คนให้ความสนใจต่อการเมือง ก็จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่มากขึ้นได้ (Martin & Van Deth, 2007)

- ความรู้สึกต่อการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก จากการศึกษาพบว่าโดยผู้ที่มีความรู้สึกว่ามี ความกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศเพิ่มขึ้นเพิ่มขึ้น มีระดับการรับรู้ ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีความรู้สึกมีความรู้ทางการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้น , เปื่อหน่ายการเมืองภายในประเทศ ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป และผู้ที่เฉยๆ ไม่รู้สึกอะไร นอกจากนี้ยัง พบว่าผู้ที่รู้สึกมีความรู้ทางการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้นมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าที่เบื่อหน่ายการเมืองภายในประเทศ ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ที่ 6 ของงานวิจัย โดยอธิบายได้ว่าผู้ที่มีความสนใจทางการเมือง มองว่าการเมืองเป็นเรื่องสำคัญ อาจจะถูกกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้ง่ายกว่าผู้ที่ไม่มีความสนใจทางการเมือง หรือมองว่าการเมืองเป็นเรื่องไกลตัว (คันธรส แสนวงศ์, 2539) สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของกลุ่ม ตัวอย่างที่แสดงถึงการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองในตนเองได้ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกต่อการเมืองในอนาคตว่า มีความเชื่อมั่นว่าการเมืองไทยในอนาคตจะมีการพัฒนาที่ดีขึ้น เป็นเส้นทางที่มีความหวัง โดยให้เหตุผลว่า คนรุ่นใหม่เท่าที่เห็นในปัจจุบันมีความคิดเป็นของตัวเอง กล้าที่จะตั้งคำถามกับบรรทัดฐานทางสังคม และพร้อมที่จะหาข้อมูล เพื่ออธิบายความเชื่อหรือวิถีคิดของตัวเอง ซึ่งเมื่อถึงเวลาของกลุ่มคนเหล่านี้ สิ่งที่เป็นปัญหาในปัจจุบันจะสามารถคลี่คลายและประเทศจะพัฒนาต่อไปได้ อย่างไรก็ตามผู้ที่เข้ามาบริหารบ้านเมืองเองก็ต้องทำงานหนักขึ้น แบนรับความกดดันจากภาคประชาชนมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจการทำงานของฝ่ายบริหารมากขึ้น มีการตรวจสอบการทำงานโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการหาข้อมูล วิพากวิจารณ์และแสดงความคิดเห็นกันแทบทุกวัน ดังนั้นการเมืองในอนาคตจะต้องมีผู้ที่มีความรู้ความสามารถเข้าไปบริหาร และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมอย่างแท้จริง แต่กว่าจะถึงวันนั้นก็คงต้องใช้ระยะเวลาอีกพอสมควร

● ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

- แรงจูงใจทางการเมือง จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีปัจจัยด้านแรงจูงใจทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 ของการวิจัย โดยอนุมานได้ว่าผู้ที่มีความสนใจทางการเมืองมาก มีความรู้ทางการเมืองมากและคิดว่าการแสดงความคิดเห็นของตนส่งผลทางการเมืองได้ จะมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีความสนใจทางการเมืองน้อย มีความรู้ทางการเมืองน้อยและคิดว่าการแสดงความคิดเห็นของตนจะไม่ส่งผลใดๆทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งที่ให้ข้อมูลว่า ตนเองเป็นคนติดตามข่าวการเมืองทุกวัน ทุกเพจ เมื่อเห็นข่าวไหนที่เรามีความรู้มีความสนใจก็มักจะเข้าไปแสดงความคิดเห็นเสมอ

- ผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมือง จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีปัจจัยด้านผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 8 ของการวิจัย อนุমানได้ว่า ผู้ที่คิดว่าการแสดงจุดยืนทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับบุคคลใกล้ชิดและหน้าที่การงานของตนเอง จะมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่าผู้ที่คิดว่าการแสดงจุดยืนทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กจะไม่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับบุคคลใกล้ชิดและหน้าที่การงานของตนเอง ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้แต่แรก เนื่องจากผู้วิจัยคาดว่าผู้ที่คำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมืองมากคือผู้ที่กลัวการถูกล้อหรือถูกอันเฟรนด์หรือถูกเข้าใจผิดจากเพื่อนร่วมงานจึงอาจมีความต้องการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองน้อย แต่สำหรับผลการวิเคราะห์ที่ออกมาอาจอธิบายได้ว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่คำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมืองมาก อาจเป็นการคำนึงถึงผลกระทบในทางบวก กล่าวคือไม่ได้มีความกลัวว่าจะถูกล้อหรือถูกอันเฟรนด์จากเพื่อนในเฟซบุ๊กและไม่ได้กลัวว่าจะมีผลกระทบต่อหน้าที่การงานของตนเอง แต่เป็นการคำนึงถึงผลประโยชน์จากการแสดงจุดยืนทางการเมืองของตนเอง ว่าอาจเป็นการให้ความรู้ต่อผู้อื่นหรือส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ หรืออาจทำให้เห็นว่ามีผู้คิดเหมือนกับตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสัมพันธ์กับผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่งที่ทำให้ความคิดเห็นว่า “ผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมืองนั้นทำให้ตัวผู้ใช้ เฟซบุ๊กถูกเพ่งเล็งจากบุคคลรอบข้างอยู่แล้วแต่พอได้แสดงจุดยืนของตัวเองไปเรื่อยๆกลับพบว่ามีคนมากมายที่คิดเห็นเหมือนกันกับเราแต่ไม่กล้าที่จะพูดไม่กล้าที่จะแสดงออกแต่เมื่อเห็นเรากล้าที่จะแสดงจุดยืนพวกเขาเหล่านั้นเริ่มกล้าที่จะเข้ามาคุยกับเราในเรื่องการเมืองมากขึ้น” เป็นต้น โดยอาจกล่าวได้ว่าผู้ที่คำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมืองมากในที่นี้คือผู้ที่เห็นความสำคัญของการเมืองมากกว่าผู้ที่คำนึงถึงผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมืองน้อย

- การโต้เถียงกันทางการเมือง จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีความสามารถรับมือหรือเผชิญหน้ากับการโต้เถียงทางการเมืองได้ดีจะมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่าผู้ที่รับมือกับการโต้เถียงทางการเมืองได้น้อย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 9 ของการวิจัย โดยอาจเกิดได้จากหลายปัจจัยทั้ง การที่ไม่ต้องเผชิญหน้ากันโดยตรง เนื่องจากการสนทนาผ่านเฟซบุ๊กทำให้ผู้คนกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นกันมากขึ้นเนื่องจากสิ่งที่พูดหรือพิมพ์ออกไป เป็นสิ่งที่ผู้พิมพ์คิดโดยคำนึงถึงตัวผู้รับสารน้อย เมื่อไม่เห็นหน้าไม่เห็นท่าทีของคู่สนทนาทำให้ผู้พิมพ์มีความกล้าที่จะแสดงออกตามความคิดของตนเองมากขึ้น (Pierce, 2009) ทั้งนี้ผู้ที่ต้องการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

เมืองผ่านเฟซบุ๊กอาจมีความต้องการที่จะโต้แย้งเพื่อทำให้เกิดความรู้และมุมมองทางการเมืองที่หลากหลายมากขึ้น สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ที่มีมุมมองต่อการโต้เถียงทางการเมืองว่าเป็นเรื่องที่ดีหากโต้เถียงด้วยหลักเหตุและผล เพราะจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองที่แตกต่างออกไปและรับรู้ข้อมูลทางการเมืองมากขึ้น แต่หากเป็นการโต้เถียงโดยการใช้วาจาที่แสดงความเกลียดชัง หรือหยาบคายกลุ่มตัวอย่างก็เลือกที่จะปล่อยผ่านและไม่ให้ความสนใจเลยโดยไม่รู้สึกรว่าเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การรับรู้

- อิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ที่รับรู้ว่าเป็นเสียงส่วนใหญ่ในเฟซบุ๊กมีความคิดเห็นทางการเมืองแบบเดียวกับตนจะมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นมากกว่าผู้ที่รับรู้ว่าเป็นเสียงส่วนใหญ่ในเฟซบุ๊กมีความคิดเห็นทางการเมืองตรงข้ามกับตนหรือไม่แน่ใจว่าเป็นเสียงส่วนใหญ่ในเฟซบุ๊กมีความคิดเห็นทางการเมืองแบบใด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 10 ของการวิจัย และมีความสอดคล้องกับทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบ (Spiral of silence) ของ Elisabeth Noelle Neumann (1947) ที่อธิบายว่าความกดดันจากสังคมที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆนั้นจะทำให้คนที่มีความเห็นตรงกันข้ามจะไม่กล้าแสดงออก เนื่องจากเชื่อว่าตนเองเป็นเสียงส่วนน้อย และ กลัวจะแปลกแตกแยกออกจากสังคม ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิด ห้องเสียงสะท้อน (echo chamber) เพราะเนื่องจากเฟซบุ๊ก จะบ่อนข่าและข้อมูลที่คนนั้นเลือกที่จะอยากเห็น ดังนั้นเมื่อผู้ใช้เปิดรับสารเพียงฝั่งเดียวจึงอาจทำให้คิดไปเองได้ว่าผู้คนส่วนใหญ่ที่เห็นในเฟซบุ๊กมีความคิดทางการเมืองเหมือนกันกับตน เลยมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้น แต่สำหรับคนที่ตระหนักรู้ว่าเป็นเสียงส่วนใหญ่ในเฟซบุ๊กอาจไม่ใช่เสียงส่วนใหญ่ของสังคมจึงอาจมีความยับยั้งชั่งใจหรือต้องการแสดงความคิดเห็นน้อยลงได้ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวว่า “เวลาเราแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ไม่ว่าจะในโพสต์หรือในสตอรี่ จะมีคนที่เห็นด้วยกับเราเข้ามาแสดงความคิดเห็นตอบกลับหรือทักข้อความส่วนตัวมาคุย มันทำให้เราเห็นว่ายังมีคนที่คิดแบบเดียวกันกับเรามากแต่เขาแค่ไม่กล้าแสดงความคิดเห็น การที่เขาเข้ามาคุยกับเรานั้นยิ่งทำให้เราอยากที่จะแสดงความคิดเห็นมากขึ้นเพื่อที่จะได้รู้ว่าจะมีใครอีกบ้างที่คิดแบบเดียวกันกับเรา”

- ความเชื่อมโยงของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery experience) การได้เห็นประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious experience) การใช้คำพูดชักจูง (Verbal persuasion) และ การกระตุ้นอารมณ์ (Emotional arousal) ซึ่งผลการศึกษาในแต่ละด้านมีดังนี้

ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery experience) มีผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวการเมืองผ่านเฟซบุ๊กทำให้การรับรู้ความสามารถด้านการเมืองภายในตนเองเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 11 ของการวิจัย และสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวว่า “ด้วยความที่เราเป็นคนที่ค่อนข้างมีคุณรู้จักเยอะ เวลาเราแสดงความคิดเห็นใดๆไปแม้แต่เรื่องการเมืองก็จะมีคนมาตอบคอมเมนต์เราเยอะ มันก็ยิ่งทำให้เราอยากที่จะแชร์ความคิดของเราไปเรื่อยๆ”

การได้เห็นประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious experience) มีผลการศึกษาพบว่าผู้ที่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วยว่าการได้เห็นคนใกล้ชิดในเฟซบุ๊กเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองด้านการเมืองมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 12 ของการวิจัย ทั้งนี้เนื่องจากการสังเกตหรือการได้เห็นการกระทำใดๆของผู้อื่นผ่านเฟซบุ๊ก ยิ่งเป็นคนที่สนิท ก็อย่างยิ่งส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองว่าตนเองก็สามารถที่จะกระทำแบบนั้นได้เช่นกัน เช่น การโพสต์แสดงความคิดเห็นทางการเมือง การโพสต์ภาพถ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง การคอมเมนต์ในข่าวการเมือง หรือจำนวนยอดไลค์ของโพสต์ที่มากขึ้น เป็นต้น

การใช้คำพูดชักจูง (Verbal persuasion) มีผลการศึกษาพบว่าผู้ที่เห็นด้วยว่าคำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมากกว่า ผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าที่คำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมืองในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 13 ของการวิจัย ทั้งยังสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่ว่า “สมัยนี้การแสดงออกทางการเมืองมันมีมากมาย ไม่จำเป็นว่าจะต้องลงถนนประท้วงอย่างเดียว อย่างในโซเชียลมีเดียเวลาเกิดเหตุการณ์สำคัญๆทางการเมืองก็จะมีสิ่งที่ให้เราแสดงออกเยอะ อย่างการเปลี่ยนกรอบรูปในเฟซบุ๊กโดยมีคำล้อเลียนหรือเสียดสีต่างๆ นี่ก็เป็นการแสดงออกทางการเมืองและหลายๆคนก็ทำตาม” นอกจากนี้เทรนด์ทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก เช่น การติดแฮชแท็ก ก็อาจกระตุ้นให้คนเข้ามาแสดงความคิดเห็นทางการเมืองได้เช่นกัน

การกระตุ้นอารมณ์ (Emotional arousal) มีผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้ มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นมากกว่าผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วยว่าโพสต์ในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทางเดียวกับตนจะสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถภายในตนเองในทางการเมืองได้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ 14 เนื่องจากโพสต์ที่มีความคิดเห็นเหมือนกันจะสามารถกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ร่วมและทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กเข้ามาแสดงความคิดเห็นมากขึ้น

- **การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง**

- การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองระหว่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นกับผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 15 ของการวิจัย และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shen, Wang, Guo, & Guo (2009) ที่พบว่า การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในโลกออนไลน์ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Judith Moeller, Claes de Vreese, Frank Esser and Ruth Kunz (2013) ที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่ได้สร้างการสนทนาผ่านข้อความ ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในบทสนทนาออนไลน์หรือการส่งข้อความหาเพื่อน ระดับประสิทธิภาพทางการเมืองภายในของพวกเขาจะเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งมากกว่าการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์หรือการชมโทรทัศน์ที่ไม่มีการโต้ตอบใดๆ ในส่วนนี้จึงสามารถสรุปได้ว่าการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวการเมืองนั้นมีผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่มากขึ้นเนื่องจาก การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้เฟซบุ๊กจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ทางการเมือง และเห็นมุมมองทางการเมืองใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

- การเปรียบเทียบการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองระหว่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน กับ ผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 16 ของการวิจัย

- การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเองระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน จากผล

การศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นทั้งต่อโพสต์ที่ขัดแย้งและเหมือนกันกับตนมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่เปิดรับข่าวสารแต่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง แต่ไม่พบความแตกต่างของระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองเมื่อเทียบกับกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่ขัดแย้งกับตนและกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่ตรงกันกับตน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 17 ของการวิจัย

โดยสรุปคือ การแสดงความคิดเห็นต่อข่าวหรือโพสต์ทางการเมืองในเฟซบุ๊กพบความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่เปิดรับแต่ไม่แสดงความคิดเห็นกับกลุ่มที่เปิดรับและแสดงความคิดเห็นเท่านั้น โดยผู้ใช้เฟซบุ๊กที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากกว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง อย่างไรก็ตาม ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน และกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นทั้งเหมือนและขัดแย้งกันกับตน โดยทั้ง 3 กลุ่มมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้ใช้เฟซบุ๊กที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองไม่ว่าจะในลักษณะใดจะมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองสูงกว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง แม้ในลักษณะของการแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีอุดมการณ์เดียวกันกับตนซึ่งเป็นการรับสารเพียงทางเดียวตามแนวคิดห้องเสียงสะท้อน (echo chamber) ก็มีผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่เพิ่มขึ้นได้เช่นกัน

ทั้งนี้สามารถอภิปรายผลการวิจัยที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานได้ว่า ในงานวิจัยของ Alberto Ardèvol-Abreu, Trevor Diehl, Homero Gil de Zúñiga (2019) ที่ผู้วิจัยได้นำมาตั้งสมมติฐานข้างต้น ที่พบว่าหากมีการโต้เถียงกันในกลุ่มคนที่ไม่สนิทหรือเห็นต่าง (Weak ties) จะยิ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในมากกว่ากลุ่มคนที่สนิทหรือมีความคิดคล้ายๆกัน (Strong ties) เพราะจะเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่รอบด้านมากกว่า แต่สำหรับในงานวิจัยนี้ก็กลับไม่พบความแตกต่างภายในกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง โดยกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน และกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นทั้งเหมือนและขัดแย้งกันกับตน ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มมีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ไม่แตกต่างกัน สาเหตุอาจเป็นเพราะตามความหมายของงานวิจัยก่อนหน้านี้คำว่า Strong ties คือกลุ่มบุคคลที่มีความสนิทสนมซึ่งกันและกันเช่น ครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือเพื่อนสนิท การสนทนาในกลุ่มนี้จึงอาจเป็นการสนทนา

ในหมู่ของคนที่มีความคิดเห็นแบบเดียวกัน ส่วน Weak ties คือกลุ่มบุคคลที่ไม่สนิทที่อาจมีความคิดเห็นหรือความรู้ในเรื่องที่ต่างออกไป จึงทำให้มีการรับรู้ข้อมูลรอบด้านมากกว่าและส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้มากกว่า แต่สำหรับงานวิจัยนี้ กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทั้งสามกลุ่ม ทั้งกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน และกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นทั้งเหมือนและขัดแย้งกันกับตน ไม่ได้มีความแตกต่างกันเชิงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด เป็นเพียงกลุ่มคนที่อาจมีความคิดเห็นทางการเมืองเหมือนกันหรือต่างกันเท่านั้น กล่าวคืองานวิจัยชิ้นนี้เป็นเพียงการสำรวจความสัมพันธ์ของการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองที่ต่างกันที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกัน ไม่ได้สำรวจความสัมพันธ์ของกลุ่มแต่ละกลุ่มที่มีความสนิทสนมต่างกันที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ลักษณะการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองที่ต่างกันโดยไม่นับปัจจัยด้านความสนิทใกล้ชิด (Intimacy) เข้ามาเกี่ยวข้อง จะไม่ส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่ต่างกัน

- **สรุปสิ่งที่ได้จากการวิจัย**

1. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กส่งผลต่อการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

เนื่องจากปริมาณการใช้เฟซบุ๊กที่มากจะส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมาก และลักษณะสำคัญของผู้ที่มีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่สูงจากการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กคือการเปิดรับข้อมูลเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) จากแหล่งข่าวที่ไม่เป็นทางการ หรือการอ่านคอมเมนต์ของผู้อื่น อันเป็นการสะท้อนการรับข้อมูลหรือความคิดเห็นรอบด้าน ไม่ใช่เพียงการรับข้อมูลเชิงข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว การใช้เฟซบุ๊กในเชิงรุกอย่างการแสดงความคิดเห็น หรือการเปิดรับความคิดเห็นต่าง โดยเปิดรับในปริมาณมาก ซึ่งเมื่อประกอบกับผลการวิจัยในอดีตที่ผ่านมา รวมทั้งคำสัมภาษณ์สามารถสะท้อนให้เห็นได้ว่าเฟซบุ๊กในฐานะแพลตฟอร์มที่คนไทยนิยมเป็นอันดับหนึ่ง เป็นแพลตฟอร์มที่จะเสริมสร้างการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้หรือให้คนที่มิมีประสิทธิภาพทางการเมืองได้เข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรักษาประสิทธิภาพทางการเมืองที่มีอยู่ภายในตัวเองได้

2. ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการแสดงความคิดเห็น

งานวิจัยชิ้นนี้ทำให้เรารู้แน่ชัดว่าการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองช่วยให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง และยังทำให้รู้มากขึ้นไปอีกว่าปัจจัยแวดล้อมที่อยู่ในเฟซบุ๊กของผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กแสดงความคิดเห็นทางการเมืองได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองและปัจจัยภายในของตัวผู้ใช้เองด้วยเพราะหากผู้ใช้มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่หลากหลายประกอบกับเป็นผู้ที่มีความสนใจทางการเมือง รู้สึกว่าการกระทำทางการเมืองของตนเองจะเป็นประโยชน์ต่อตัวเองและผู้อื่น มีความกล้าและความต้องการที่จะปะทะหรือพูดคุยกแลกเปลี่ยนทางการเมืองในเรื่องที่ตัวเองรู้ และยังหากรับรู้ว่าเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองพร้อมที่จะสนับสนุนก็อาจทำให้บุคคลเหล่านี้มีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น

3. การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

งานวิจัยนี้พบว่าผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะมีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองและภายในกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองไม่พบความแตกต่างของระดับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง เพราะฉะนั้นหากว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กมีการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองไม่ว่าในลักษณะใดลักษณะหนึ่งก็จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในบุคคลเกิดขึ้นได้

ทั้งนี้แม้ผู้ที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กอาจมีความสนใจทางการเมืองและมีความรู้ทางการเมืองเป็นอย่างดีอยู่แล้ว ซึ่งอาจหมายความว่าบุคคลเหล่านี้มีการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองสูงอยู่แล้ว แต่การเข้ามาใช้เฟซบุ๊กจะทำให้บุคคลเหล่านั้นได้มีพื้นที่ในการเสพข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลอันเป็นการกระตุ้นให้การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองที่มีอยู่เดิมเข้มข้นมากขึ้น ขณะเดียวกันผู้ที่ไม่ได้มีความสนใจทางการเมืองอยู่ก่อนเลยก็อาจมีสิ่งจูงใจจากสิ่งที่เห็นบนเฟซบุ๊ก เช่น ข่าวการเมืองที่กำลังเป็นกระแส คอมเมนต์ของเพื่อน ซึ่งทำให้บุคคลเหล่านั้นหันมาสนใจการเมือง ติดตามข่าวการเมืองมากขึ้นซึ่งจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองมากขึ้นได้

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

- ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่าการใช้เฟซบุ๊กนั้นส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในบุคคลได้ ยิ่งไปกว่านั้น การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองก็จะยิ่งช่วยเพิ่มการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองขึ้นไปอีก แต่จากการสำรวจพบว่าผู้ใช้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่เปิดรับข้อมูลแต่ไม่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองเป็นจำนวนมาก โดยผู้ใช้ที่แสดงความคิดเห็นเพียง 120 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 499 คน ดังนั้นเพจข่าวออนไลน์ทั้งที่เป็นเพจข่าวกระแสหลัก และเพจข่าวที่ผู้ใช้สร้างขึ้นควรกระตุ้นให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้น เช่น การตั้งคำถามหรือตั้งประเด็นทางการเมืองเชิงสร้างสรรค์ให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กได้เข้ามาแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็น ยิ่งในช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง เช่น การทำรัฐประหาร การชุมนุมทางการเมือง หรือแม้แต่การเลือกตั้ง เป็นต้น เพื่อเป็นการทำให้ทุกๆ คนที่ใช้เฟซบุ๊กหรือโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เห็นว่าการเมืองเป็นเรื่องใกล้ตัวและเป็นสิ่งที่เราทุกคนสามารถเปลี่ยนแปลงได้

2. จากผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์สะท้อนว่า ปัจจุบันคนไทยยุคใหม่หันมาสนใจข่าวการเมืองมากขึ้น สังเกตจากข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดอันดับที่หนึ่งก็คือข่าวการเมือง นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความหวัง และความมุ่งมั่นที่จะเห็นการเมืองไทยพัฒนาไปข้างหน้า และมีความเป็นไปได้ที่จะเป็นเช่นนั้น เนื่องจากปัจจุบันข้อมูลข่าวสารไม่ถูกปิดกั้นเหมือนในอดีต ใครอยากรู้เรื่องอะไรก็จะได้รับรู้ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเป็นเสียงหนึ่งถึงรัฐบาลทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้ว่า อำนาจทางการเมืองมิใช่อำนาจของใครคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งแต่อำนาจทางการเมืองเป็นอำนาจของทุกคนที่อยู่ในประเทศนี้ การบริหารบ้านเมืองของรัฐบาลในอนาคตจะต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต เพราะเมื่อประชาชนให้ความสำคัญกับการเมืองมากขึ้นนั่นหมายความว่า การทำงานของรัฐบาลจะต้องมีความสุจริตโปร่งใสมากขึ้น การทุจริตคอร์รัปชันจะทำได้ยากขึ้น

3. อีกข้อหนึ่งของงานวิจัยในครั้งนี้คือจะเห็นได้ว่าในลักษณะของการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองไม่ว่าจะในลักษณะใดย่อมส่งผลต่อการเกิดการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้ แม้ในลักษณะของการรับสารเพียงด้านเดียวตามแนวคิดห้องเสียงสะท้อน (echo chamber) อย่างผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ทางการเมืองในเฟซบุ๊กที่มีความคิดเห็นเหมือนกันกับตน ก็ส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้เช่นเดียวกัน แต่ก็มีข้อควรระวังสำหรับกลุ่มคนกลุ่มนี้เพราะการเลือกรับข่าวสารเพียงด้านเดียว โดยเฉพาะข่าวสารทางการเมืองจะทำให้ผู้คนปิดกั้นข้อมูลที่ขัดแย้งกับอุดมการณ์ของตนเองได้ง่ายกว่าข่าวสารประเภทอื่น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งที่รุนแรงทางการเมืองได้ทั้งในโลกออนไลน์และในโลกแห่งความเป็นจริง

- ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งถัดไป

1. นอกจากเฟซบุ๊กแล้วปัจจุบันยังมีโซเชียลมีเดียอีกหลายแพลตฟอร์มที่คาดว่าจะอาจส่งผลกระทบต่อรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้ โดยเฉพาะในทวีตเตอร์ที่เป็นแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารทางการเมือง และเป็นแหล่งกระแสสังคมที่สำนักข่าวกระแสหลักมักหยิบเอาเทรนทางทวีตเตอร์มารายงาน หากมีการนำมาเปรียบเทียบระหว่างแพลตฟอร์ม เช่น เฟซบุ๊กกับทวีตเตอร์แพลตฟอร์มใดที่ส่งผลกระทบต่อรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้มากกว่ากัน ก็จะเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น

2. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างบางส่วนพบว่าปฏิกิริยาแสดงความรู้สึกในเฟซบุ๊กซึ่งปัจจุบันมีหลายปฏิกิริยา เป็นสัญลักษณ์หนึ่งในการแสดงออกทางการเมือง เช่น ปุ่มหัวใจเราต่อข่าวการทำงานผิดพลาดของนักการเมืองคนหนึ่งอาจหมายถึงการเย้ยหยันนักการเมืองคนนั้น เป็นต้น ดังนั้นจึงมีความน่าสนใจหากมีการศึกษาต่อไปว่าปฏิกิริยาแสดงความรู้สึกนี้ในบริบทของข่าวหนึ่งๆสามารถแปลความหมายได้อย่างไรบ้าง และปฏิกิริยาแสดงความรู้สึกนี้ส่งผลกระทบต่อรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองได้หรือไม่

3. ในส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นทางการเมืองในงานวิจัยนี้เป็นการตั้งสมมติฐานภายใต้เงื่อนไขทางจิตวิทยาเท่านั้น ในงานวิจัยครั้งถัดไปควรทำการวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมและประชากรศาสตร์ (socio-demographic) เพิ่มเติม เพื่อแสดงให้เห็นว่าความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจแสดงความคิดเห็นทางการเมืองแตกต่างกันหรือไม่

บรรณานุกรม

Akkanut Wantanasombut. (2562). ‘นิรนามบนโลกออนไลน์’ ว่าด้วยการมีตัวตนและไร้ตัวตนบนโซเชียลมีเดีย Retrieved 17 พฤศจิกายน 2563 from <https://thematter.co/thinkers/disguise-on-online-world/81564>

Ardèvol-Abreu, A., Diehl, T., & Gil de Zúñiga, H. (2019). Antecedents of internal political efficacy incidental news exposure online and the mediating role of political discussion [Article]. *Politics*, 39(1), 82-100.
<https://doi.org/10.1177/0263395717693251>

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*.

Barrett, M., & Zani, B. (2014). *Political and civic engagement: Multidisciplinary perspectives*. Routledge.

Boahene, K. O., Fang, J., & Sampong, F. (2019). Social media usage and tertiary students' academic performance: Examining the influences of academic self-efficacy and innovation characteristics. *Sustainability*, 11(8), 2431.

Boyd, D. (2008). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. *YOUTH, IDENTITY, AND DIGITAL MEDIA*, David Buckingham, ed., *The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning*, The MIT Press, Cambridge, MA, 2007-2016.

Campbell, A., Gurin, G., & Miller, W. E. (1954). *The voter decides*.

Caprara, G., & Vecchione, M. (2017). Series in political psychology. Personalizing politics and realizing democracy.

Caprara, G. V., Vecchione, M., Capanna, C., & Mebane, M. (2009). Perceived political self-efficacy: Theory, assessment, and applications. *European Journal of Social Psychology, 39*(6), 1002-1020.

Carpini, M. X. D. (2004). Mediating democratic engagement: The impact of communications on citizens' involvement in political and civic life.

Carpini, M. X. D., & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. Yale University Press.

Chaffee, S. H., & Kanihan, S. F. (1997). Learning about politics from the mass media. *Political communication, 14*(4), 421-430.

Cicognani, E., & Zani, B. (2015). Communication of health risks from exposure to depleted uranium (DU) in Italy: a case study. *Journal of Risk Research, 18*(6), 771-788.

Dahl, R. A. (2005). *Who governs?: Democracy and power in an American city*. Yale University Press.

David, C. C., San Pascual, M. R. S., & Torres, M. E. S. (2019). Reliance on Facebook for news and its influence on political engagement. *PloS one, 14*(3), e0212263.

- Delli Carpini, M. X. (2000). Gen. com: Youth, civic engagement, and the new information environment. *Political communication*, 17(4), 341-349.
- Dewey, J. (1913). *Interest and effort in education*. Houghton Mifflin.
- Duncan, M., Pelled, A., Wise, D., Ghosh, S., Shan, Y., Zheng, M., & McLeod, D. (2020). Staying silent and speaking out in online comment sections: The influence of spiral of silence and corrective action in reaction to news. *Computers in Human Behavior*, 102, 192-205.
- Eastin, M. S., & LaRose, R. (2000). Internet self-efficacy and the psychology of the digital divide. *Journal of computer-mediated communication*, 6(1), JCMC611.
- Easton, D., & Dennis, J. (1967). The child's acquisition of regime norms: Political efficacy. *The American Political Science Review*, 61(1), 25-38.
- Evans, C. (2014). Twitter for teaching: Can social media be used to enhance the process of learning? *British Journal of Educational Technology*, 45(5), 902-915.
- Finkel, S. E. (1985). Reciprocal effects of participation and political efficacy: A panel analysis. *American Journal of Political Science*, 891-913.
- Gabriel, O. W. (2004). *Politische Partizipation In J. W. van Deth (Ed.), Deutschland in Europa. Ergebnisse des European Social Survey 2002-2003*
- Galston, W. A. (2001). Political knowledge, political engagement, and civic education.

Annual review of political science, 4(1), 217-234.

Gastil, J., & Xenos, M. (2010). Of attitudes and engagement: Clarifying the reciprocal relationship between civic attitudes and political participation. *Journal of Communication*, 60(2), 318-343.

Harley, D., Morgan, J., & Frith, H. (2018). *Cyberpsychology as everyday digital experience across the lifespan*. Springer.

Hidi, S., Renninger, K., & Krapp, A. (2004). Interest, a motivational variable that combines affective and cognitive functioning.

Huang, Y., & Zhang, J. (2020). Social media use and entrepreneurial intention: The mediating role of self-efficacy. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 48(11), 1-8.

Ineson, E. M., Jung, T., Hains, C., & Kim, M. (2013). The influence of prior subject knowledge, prior ability and work experience on self-efficacy. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 12(1), 59-69.

James, W., Burkhardt, F., Bowers, F., & Skrupskelis, I. K. (1890). *The principles of psychology* (Vol. 1). Macmillan London.

Johansson, B. (2018). Expressing opinions about the refugee crisis in Europe: The spiral of silence and crisis communication. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*, 1(1), 4.

Katz, E. (1974). Utilization of mass communication by the individual. *The uses of mass*

communications: Current perspectives on gratifications research, 19-32.

Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American sociological review*, 164-181.

Kenski, K., & Stroud, N. J. (2006). Connections between Internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of broadcasting & electronic media*, 50(2), 173-192.

Kurian, G. T. (2011). THE ENCYCLOPEDIA OF. *Third World*.

Lee, F. L. (2006). Collective efficacy, support for democratization, and political participation in Hong Kong. *International Journal of Public Opinion Research*, 18(3), 297-317.

Liu, B. (2017). Social media use and political participation in China: The mediating role of political efficacy.

Luskin, R. C. (1990). Explaining political sophistication. *Political Behavior*, 12(4), 331-361.

Martin, I., & Van Deth, J. W. (2007). 12 Political involvement. *Citizenship and involvement in European democracies: A comparative analysis*, 17, 303.

Matana Wiboonyasake. (2020). เริงรำในทวิตภพกับ *Twitter* แสนสนุก – คนทำงานอย่างเราได้อะไรจาก *Twitter*. Retrieved 14 พฤศจิกายน 2563 from <https://www.aware.co.th/it-jobs/th/what-makes-thailands-twitter-sphere-so-unique/>

McQuail, D. (1972). The television audience: A revised perspective. *Sociology of mass communications*, 135-165.

Milbrath, L. W., & Goel, M. L. (1977). *Political participation: How and why do people get involved in politics?* Rand McNally College Publishing Company.

Moeller, J., De Vreese, C., Esser, F., & Kunz, R. (2014). Pathway to political participation: The influence of online and offline news media on internal efficacy and turnout of first-time voters. *American behavioral scientist*, 58(5), 689-700.

Molek. (2017). *Echo Chamber* เมื่อออนไลน์ทำให้เราอยู่แต่ในกะลา. Retrieved 1 ธันวาคม 2563 from <https://www.marketingoops.com/exclusive/echo-chamber/>

Morrell, M. E. (2005). Deliberation, democratic decision-making and internal political efficacy. *Political Behavior*, 27(1), 49-69.

Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). *Digital citizenship: The Internet, society, and participation*. MIT Press.

Nie, J., & JUNN, J. (1996). Stehlik-Barry. *Education and Democratic Citizenship in America*, 31.

Niemi, R. G., Craig, S. C., & Mattei, F. (1991). Measuring internal political efficacy in the 1988 National Election Study. *The American Political Science Review*, 1407-1413.

Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of*

Communication, 24(2), 43-51.

Opify.net. (2556, 18 พฤศจิกายน 2563). เอ็กซ์เรย์พฤติกรรม 9 ประเภทของกลุ่มผู้ใช้งาน Facebook(Infographic). . <http://thumbsup.in.th/2013/08/types-of-facebook-user/>

Papakyriakopoulos, O., Serrano, J. C. M., & Hegelich, S. (2020). Political communication on social media: A tale of hyperactive users and bias in recommender systems. *Online Social Networks and Media, 15*, 100058.

Pierce, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens. *Computers in Human Behavior, 25(6)*, 1367-1372.

Porten-Che  , P., & Eilders, C. (2015). Spiral of silence online: How online communication affects opinion climate perception and opinion expression regarding the climate change debate. *Studies in communication sciences, 15(1)*, 143-150.

Prewitt, K. (1968). Political efficacy. *International encyclopedia of the social sciences, 12*, 225-228.

Quintelier, E., & Van Deth, J. W. (2014). Supporting democracy: Political participation and political attitudes. Exploring causality using panel data. *Political studies, 62*, 153-171.

Rainie, L., & Smith, A. (2012). Social networking sites and politics. *Washington, DC: Pew Internet & American Life Project. Retrieved June, 12, 2012.*

- Reichert, F. (2016). How internal political efficacy translates political knowledge into political participation: Evidence from Germany. *Europe's journal of psychology, 12*(2), 221.
- Riedel, J., & Sullivan, E. (2001). Efficacy: political. *International encyclopedia of the social and behavioral sciences, 2001*, 4353-4356.
- Roberts, L. D., Smith, L. M., & Pollock, C. M. (2000). U ra lot bolder on the net. *Shyness: Development, consolidation and change, 121-138*.
- Sarieva, I. R. (2018). How to measure perceived political efficacy? A three-component scale. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics, 15*, 477-490.
- Scheufele, D. A., & Nisbet, M. C. (2002). Being a citizen online: New opportunities and dead ends. *Harvard International Journal of Press/Politics, 7*(3), 55-75.
- Schmid, C. (2003). Fördert der Schulunterricht an Gymnasien das politische Interesse von Jugendlichen? *ZSE: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 23*(4), 371-384.
- Šerek, J., Machackova, H., & Macek, P. (2017). The chicken or egg question of adolescents' political involvement. *Zeitschrift für Psychologie*.
- Shah, D. V., McLeod, J. M., & Lee, N.-j. (2009). Communication competence as a foundation for civic competence: Processes of socialization into citizenship. *Political communication, 26*(1), 102-117.
- Shen, F., Wang, N., Guo, Z., & Guo, L. (2009). Online network size, efficacy, and opinion

expression: Assessing the impacts of Internet use in China. *International Journal of Public Opinion Research*, 21(4), 451-476.

Sibona, C. (2014). Unfriending on Facebook: Context collapse and unfriending behaviors. 2014 47th Hawaii international conference on system sciences,

Stuart Mill, J. (1991). Considerations on representative government. *Editorial Guernika*.

Tedesco, J. C. (2011). Political information efficacy and Internet effects in the 2008 US presidential election. *American behavioral scientist*, 55(6), 696-713.

Tonkit. (2561). พฤติกรรมการใช้ Social Media ของผู้สูงอายุ. Retrieved 18 พฤศจิกายน 2563 from <https://tonkit360.com/32265>

Valentino, N. A., Gregorowicz, K., & Groenendyk, E. W. (2009). Efficacy, emotions and the habit of participation. *Political Behavior*, 31(3), 307-330.

Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., & Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14(3), 107-114.

Wang, J.-L., Jackson, L. A., & Zhang, D.-J. (2011). The mediator role of self-disclosure and moderator roles of gender and social anxiety in the relationship between Chinese adolescents' online communication and their real-world social relationships. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2161-2168.

We Are Social. (2020). *SOCIAL MEDIA USERS PASS THE 4 BILLION MARK AS GLOBAL ADOPTION SOARS*. Retrieved 18 November 2563 from

<https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars>

Wittawin.A. (2019). *Infographic : สรุปสถิติผู้ใช้ Facebook ในไทย โดย Customer Insight*. Retrieved 12 พฤศจิกายน 2563 from <https://www.thumbsup.in.th/facebook-thailand-insight>

Woolman, S., Pieterse, M., Pantazis, A., Blake, R. C., Jagwanth, S., Klaaren, J., de Waal, J., & Edwards, R. (1999). Cases and Comments. *South African Journal on Human Rights*, 15(2), 166-240.

Zhang, X., & Lin, W.-Y. (2014). Political participation in an unlikely place: How individuals engage in politics through social networking sites in China. *International Journal of Communication*, 8, 22.

กมลวรรณ บุญสาย. (2560). การศึกษาพฤติกรรม ประโยชน์ และผลกระทบจากการใช้ Facebook ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงปีที่2 สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยี อรรถวิทย์พัฒนศึกษา.

คมสัน รัตนะสิมากุล. (2549). การทดสอบทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บในการก่อตัวของสาธารณมดีใน บริบทการเมืองและวัฒนธรรมไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. กรุงเทพมหานคร.

คันธรส แสนวงศ์. (2539). ความรู้สึกสัมฤทธิ์ผลทางการเมืองและความสนใจทางการเมืองของนักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

จุฑามาศ ทองแก้ว. (2560). เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. สงขลา.

- ชัยนัท สุขไชยยะ และชาญชัย จิวจินดา. (2557). การสื่อสารทางการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา เฟซบุ๊กเพจ SUTHEP THAUGSUBAN (สุเทพ เทือกสุบรรณ) ช่วงเวลา 31 ตุลาคม 2556 ถึง 22 พฤษภาคม 2557. วารสาร มจร วิชาการล้านนา, 8(1), 32-39.
- ดลระวี สุดพุ่ม. (2562). การศึกษาแนวโน้มการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองไทยของแฟนเพจ สื่อมวลชนกับการสร้างความเกลียดชัง วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า, 6(1), 55-80.
- ตฤณธวัช วงษ์ประเสริฐ. (2559). ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า, 3(2), 29-46.
- นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย. (2560). การวิเคราะห์ประเภทเนื้อหาของข่าวสารบนแฟนเพจ หนังสือพิมพ์ แรงจูงใจและพฤติกรรมในการใช้ของผู้อ่าน. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์, 11(2), 55-111.
- นายดาต้า. (2562). ความรู้สึกของประชาชนต่อการเมืองหลังเลือกตั้งคือ “น่าเบื่อ”. Retrieved 15 พฤศจิกายน 2563 from https://www.matichonweekly.com/column/article_209301
- นิด้าโพล. (2563). แก่ไขรัฐธรรมนูญ แล้วการเมืองไทยจะดีขึ้น ? Retrieved 15 พฤศจิกายน 2563 from <https://nidapoll.nida.ac.th/data/survey/uploads/FILE-1598234098614.pdf>
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. (2557). พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร. วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก, 32(2), 1-24.
- ประธาน สุวรรณมงคล. (2523). พฤติกรรมกลุ่มประท้วงในประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์, 17(2), 85-106.
- พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว และสายทิพย์ สุดติพันธ์. (2523). การเมืองเด็ก. เจ้าพระยาการพิมพ์.

พลพัฒน์ สาเลยยกานนท์. (2020). สถิติการโพสต์บน *Social Media* ‘ช่วงการชุมนุม’ พุ่งทะลุ 47 ล้าน โพสต์/วัน. Retrieved 14 พฤศจิกายน 2563 from <https://www.bussinesstoday.co/business/17/10/2020/52352/>

เพ็ญ สุธธิพุ่ม. (2560). การแสดงตัวตนของผู้สูงอายุชาวไทยในเครือข่ายสังคมออนไลน์ *Facebook* มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.

ภาสิต ศิริเทศ และ ณพวิทย์ ธรรมสีหา. (2561). ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเองกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 20(2), 58-65.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2563a). เฟซบุ๊ก. Retrieved 16 พฤศจิกายน 2563 from <https://th.wikipedia.org/wiki/เฟซบุ๊ก>

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2563b). ห้องเสียงสะท้อน (สื่อ). Retrieved 1 ธันวาคม 2563 from [https://th.wikipedia.org/wiki/ห้องเสียงสะท้อน_\(สื่อ\)](https://th.wikipedia.org/wiki/ห้องเสียงสะท้อน_(สื่อ))

วีรพงษ์ สุทวารวัน. (2562). พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 9(3), 63-77.

วุฒิชัย อัมพรอร่ามเวทย์. (2563). ผู้เชี่ยวชาญไอทีเผยตัวเลขอัตราปั้นแฮกแท็กหนุมมือบ. Retrieved 15 พฤศจิกายน 2563 from <https://news1live.com/detail/9630000106150>

วุฒิพล วุฒิวรพงศ์ และกิงกาญจน์ จงสุขไกล. (2562). พัฒนาการของช่องทางในการแสดงออกทางการเมืองในสื่อออนไลน์ช่วง พ.ศ.2560-2557. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง*, 8(3), 147-167.

- ศศิธร ยูวโกศล. (2550). การสร้างโลกแวดล้อมทางสารสนเทศทางการเมืองของบุคคล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ อนันต์โท. (2553). มารู้อีกทฤษฎี U&G ให้ดีกันเถอะ. Retrieved 16 พฤศจิกายน 2563 from <http://drsiriwan1.blogspot.com/2010/03/u.html>
- สตีธร ธนานิธิโชติ. (2557). ปชต.ในประเทศกำลังพัฒนา ทำไมมีแนวโน้มเดิมน้ำ? Retrieved 16 พฤศจิกายน 2563 from <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/589971>
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2542). การเมืองอเมริกา. เสมารธรรม.
- สวนดุสิตโพล. (2563). ความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศที่มีต่อ “การเมือง เศรษฐกิจ สังคม” ณ วันนี้. Retrieved 15 พฤศจิกายน 2563 from <https://www.ryt9.com/s/sdp/3155003>
- สุรชาติ บำรุงสุข. (2562). วันวานที่ไคโร... วันนี้ที่กรุงเทพฯ! คนใหม่-สื่อใหม่-พื้นที่ใหม่-การต่อสู้ใหม่. มติชนสุดสัปดาห์. Retrieved 12 พฤศจิกายน 2563 from https://www.matichonweekly.com/column/article_192380
- อัมพร แซ่โง้ว. (2556). พฤติกรรมการใช้ Facebook และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยสยาม]. กรุงเทพมหานคร.
- อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล. (2555). การเมืองบนเฟซบุ๊ก : วัฒนธรรม-การเมืองบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ไทย พ.ศ. 2553-2555 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. กรุงเทพมหานคร.
- อาพีพี ลาเต้. (2561). การใช้เฟซบุ๊กเพื่อการเรียนการสอน: การสังเคราะห์งานวิจัยในบริบทสังคมไทย Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์

และศิลปะ, 11(1), 2579-2590.

อารี พลดี. (2556). ศัพท์ในสื่อสังคม. Retrieved 17 พฤศจิกายน 2563 from <http://legacy.orst.go.th>

อุษานาฏ สัตยาภินันท์. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองกับการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของผู้รับสาร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. กรุงเทพมหานคร.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง “ปริมาณการใช้เฟซบุ๊ก พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของคนไทย”

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้อมูลของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อ ทั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

คำชี้แจง : แบบสอบถามประกอบไปด้วย 3 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทางประชากร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ซึ่งประกอบด้วย

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

2.2 พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 3 การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองภายในตนเอง

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุดและโปรดเติม

ข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทางประชากร

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ ปี

3. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

รับจ้างทั่วไป / ฟรีแลนซ์

ว่างาน

อื่นๆ ระบุ.....

4. ระดับการศึกษาสูงสุด (สำหรับผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ให้ถือเอาระดับการศึกษาปัจจุบัน)

- ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโท
 ปริญญาเอก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

1. ท่านใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านใดมากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข่าวการเมือง ข่าววงการบันเทิง
 ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวอาชญากรรม
 ข่าวสังคม/วัฒนธรรม ข่าวต่างประเทศ
 ข่าวสุขภาพ ข่าวการท่องเที่ยว
 ข่าวสิ่งแวดล้อม ข่าวกีฬา
 อื่นๆ ระบุ.....

2. ระยะเวลาในการเข้าใช้เฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง / ต่อวัน

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง
 3-4 ชั่วโมง 5-6 ชั่วโมง
 6 ชั่วโมงขึ้นไป

3. ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กจากแหล่งข้อมูลใดมากที่สุด

- เพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ, สำนักข่าวกระแสหลัก
 เพจที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการ

4. ท่านคิดว่าแหล่งข่าวจากเพจสำนักข่าวที่เป็นทางการ มีความน่าเชื่อถือมากกว่าแหล่งข่าวที่มีผู้ใช้รายอื่นสร้างขึ้นเอง หรือโพสต์ของบุคคลอื่นหรือเว็บไซต์ข่าวที่ไม่เป็นทางการ

- เห็นด้วย
- ไม่แน่ใจ
- ไม่เห็นด้วย

5. จุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กคือ เลือกข้อที่ตรงที่สุดเพียงข้อเดียว

- ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารโดยละเอียด
- ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว/ฉับไว/เข้าใจง่าย
- ต้องการนำไปใช้สนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น
- ต้องการทราบคอมเมนต์ ต่อข่าวข่าวนั้นของผู้อื่น
- ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ฆ่าเวลา คลายเหงา
- ต้องการที่จะตามให้ทันกระแสของสังคม

6. เมื่อท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กท่านมักจะ

- อ่านข้อมูลข่าวสารจนจบอย่างละเอียด
- อ่านเฉพาะพาดหัวข่าว
- อ่านเฉพาะคอมเมนต์ได้ข่าว
- อ่านทั้งทั้งพาดหัวข่าว เนื้อหาสาระของข่าว รวมถึงคอมเมนต์ได้ข่าว

7. เมื่อท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กท่านรู้สึกว่

- มีความกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศเพิ่มขึ้น
- มีความรู้สึกผ่อนคลาย บั่นเท็งใจ
- มีความรู้ทางด้านการเมืองภายในประเทศเพิ่มขึ้น
- เฉยๆ ไม่รู้สึกอะไร
- เปื่อหน่วยการเมืองภายในประเทศ ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป

8. ประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่ผ่านมาทำให้ท่านรับรู้ความสามารถทางการเมืองของตนเองมากขึ้น

- เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย

9. การได้เห็นเพื่อน สมาชิกในครอบครัว คนใกล้ชิด เข้าไปมีส่วนร่วมในการเมืองในเฟซบุ๊ก เช่น การโพสต์แสดงความคิดเห็นทางการเมือง การโพสต์ภาพถ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง การคอมเมนต์ในข่าวการเมือง หรือจำนวนยอดไลค์ของโพสต์ที่มาก ส่งผลให้ท่านรับรู้ว่าคุณก็สามารถที่จะทำเช่นนั้นได้

- เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย

10. คำพูดชักจูงหรือโน้มน้าวใจจากข่าวการเมือง หรือโพสต์ทางการเมือง หรือเทรนด์ทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก เช่นการติดแฮชแท็ก หรือเปลี่ยนกรอปรูปโปรไฟล์ในเฟซบุ๊ก ส่งผลให้ท่านรับรู้ถึงความสามารถของตนเองในทางการเมืองได้

- เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย

11. โพสต์ของท่านเองหรือโพสต์อื่นๆ ที่มีการแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกับอุดมการณ์ทางการเมืองของท่าน ทำให้ท่านรับรู้ถึงความสามารถทางการเมืองของตนเองได้

- เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย

2.2 พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก

1. เมื่อท่านเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กโดยทั่วไปท่านมักจะมีพฤติกรรมตอบสนองด้วยการ

- แชร์ คอมเมนต์
 กดปุ่มแสดงความรู้สึกหน้าฟีด โปสต์บนหน้าฟีดข่าวของตัวเอง

2. ในการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก ท่านจัดอยู่ในกลุ่มบุคคลประเภทใดต่อไปนี

- เปิดรับข่าวสารแต่ไม่แสดงความคิดเห็น
- แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตน
- แสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับตน
- แสดงความคิดเห็นทั้งโพสต์ที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตนและขัดแย้ง

แรงจูงใจในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก					
ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
แรงจูงใจทางการเมือง					
3. ท่านมีความสนใจทางการเมืองมาก					
4. ท่านคิดว่าตนเองมีความรู้ มีข้อมูลทางการเมืองมากพอในเรื่องที่จะแสดงความคิดเห็น					
5. ท่านคิดว่าการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในเฟซบุ๊กจะส่งผลต่อสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน เช่น สร้างแนวร่วมการเคลื่อนไหวทางการเมืองมากขึ้น ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น การชุมนุมทางการเมือง เป็นต้น					
ผลกระทบจากการแสดงจุดยืนทางการเมือง					
6. ท่านคิดว่าการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก เป็นการแสดงจุดยืนทางการเมืองที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง					
7. ท่านคิดว่าการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก เป็นการแสดงจุดยืนทางการเมืองที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อหน้าที่การงานของตน					

8. การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กทำให้ท่านได้รับความรู้ใหม่ๆ รู้สึกบันเทิงใจ ไม่เครียด และรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม					
การโต้เถียงทางการเมือง					
9. ท่านคิดว่าท่านสามารถรับมือกับความเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กที่ไม่มีเหตุผล มีการใส่ร้ายหรือใช้วาจาที่สร้างความเกลียดชังได้					
10. ท่านคิดว่าการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กจะช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้ทางการเมืองมากขึ้น					
11. การที่ไม่ได้เผชิญหน้ากันโดยตรงแต่แสดงความคิดเห็นกันทางเฟซบุ๊กทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้น					
อิทธิพลของเสียงส่วนใหญ่					
12. ท่านรับรู้ว่าคุณคิดเห็นทางการเมืองบนเฟซบุ๊กไม่ใช่ความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ทั้งประเทศ					
13. หากท่านรับรู้ว่าคุณคิดเห็นทางการเมืองในโพสต์หรือข่าวนั้นส่วนใหญ่มีอุดมการณ์ทางการเมืองต่างกับกับตน ท่านจะไม่อยากแสดงความคิดเห็นทางการเมือง					
14. หากท่านรับรู้ว่าคุณคิดเห็นทางการเมืองในโพสต์หรือข่าวนั้นส่วนใหญ่มีอุดมการณ์ทางการเมืองแบบเดียวกันกับตน จะช่วยให้ท่านอยากแสดงความคิดเห็นทางการเมืองมากขึ้น					

ส่วนที่ 3 การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง

ข้อความ	ระดับความเห็นด้วยกับข้อความ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องที่สับสนวุ่นวายจนฉันไม่สามารถเข้าใจได้ว่าเกิดอะไรขึ้นบ้าง					
2. ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องที่คนธรรมดาไม่สามารถไปกำหนด หรือเปลี่ยนแปลงอะไรได้					
3. ฉันคิดว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจในประเด็นทางการเมืองที่สำคัญๆของประเทศ					
4. ฉันคิดว่าตนเองรู้เรื่องราวทางการเมืองดีกว่าคนทั่วไป					
5. ฉันคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องใกล้ตัว สามารถรับรู้เรื่องราวทางการเมืองและเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองได้					
6. ฉันคิดว่าปัญหาทุกปัญหาควรคลี่คลายด้วยตัวของมันเอง ฉะนั้นการวางเฉยต่อสถานการณ์จึงเป็นการแก้ปัญหาที่ดี					
7. ฉันคิดว่ากิจกรรมทางการเมืองเป็นเรื่องสำคัญและอยู่ในความรับผิดชอบของฉันด้วย					
8. ฉันคิดว่าสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันรุนแรงเกินกว่าที่ฉันและประชาชนส่วนใหญ่จะสามารถมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาได้					
9. ฉันคิดว่าตนเองสามารถมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของประเทศได้					
10. ฉันคิดว่าการชุมนุมเรียกร้องของประชาชนย่อมมีผลต่อการกระทำ นโยบาย หรือการตัดสินใจของรัฐบาล					
11. ฉันคิดว่าประชาชนธรรมดา ไม่มีสิทธิมีเสียงที่จะไปกำหนดได้ว่ารัฐบาลควรทำอย่างไร					

12. ฉันคิดว่าหนึ่งคะแนนเสี่ยงในการใช้สิทธิ ของฉันมีความหมายต่อการสอบได้หรือสอบตก ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง					
13. ฉันคิดว่าประชาชนไม่ควรวิพากษ์วิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นต่อการทำงานของ รัฐบาล					
14. ฉันคิดว่ามีวิธีการที่สามารถแสดง ความคิดเห็นและความต้องการของฉันให้รัฐบาลรับ ฟังได้					
15. ฉันคิดว่า การเคลื่อนไหวทางการเมืองของ กลุ่มต่างๆ ย่อมมีผลต่อการกระทำ นโยบาย หรือการตัดสินใจของรัฐบาล					
16. ฉันคิดว่าตนเองสามารถดำเนินการอย่างใด อย่างหนึ่งหากนักการเมืองกระทำผิดกฎหมาย					
17. ฉันคิดว่าความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้น ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงอะไรให้ดีขึ้นได้					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

แบบสัมภาษณ์

1. แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเชิงลึก

ประเด็นที่ 1 การรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

- คำถามที่เกี่ยวข้อง
 - คุณคิดว่ามีวิธีการใดบ้างที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง
 - คุณทราบได้อย่างไรว่าวิธีการดังกล่าวมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง
 - คุณเคยมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมชุมนุมทางการเมืองหรือไม่
 - ถ้าคุณเคยมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมชุมนุมทางการเมืองคุณคิดว่าปัจจัยอะไรที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้
 - คุณมีความเชื่อหรือไม่ว่าการกระทำหรือการแสดงออกทางการเมืองของคุณที่เป็นผลมาจากความคิด ทศนคติ การตัดสินใจ ของตัวคุณเองจะสามารถเปลี่ยนแปลงการเมืองได้

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประสิทธิภาพทางการเมือง

- คำถามที่เกี่ยวข้อง
 - คุณคิดว่าบุคคลที่มีลักษณะเช่นไรที่จะสามารถแสดงพฤติกรรมทางการเมืองได้
 - คุณคิดว่าการที่จะเปลี่ยนแปลงการเมืองได้ต้องมีความรู้ในเรื่องใดบ้าง
 - คุณคิดว่าการที่จะเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ต้องมีการรวมกลุ่ม การประท้วง หรือชุมนุมทางการเมืองหรือไม่ เพราะเหตุใด
 - คุณรู้สึกอย่างไรเมื่อพบเห็นข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่ตรงกับอุดมการณ์ทางการเมืองของคุณบนเฟซบุ๊ก
 - คุณรู้สึกอย่างไรเมื่อพบเห็นข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่ขัดแย้งกับอุดมการณ์ทางการเมืองของคุณบนเฟซบุ๊ก
 - คุณคิดว่าสื่อออนไลน์อย่างเช่นเฟซบุ๊กมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองหรือไม่ เพราะเหตุใด
 - คุณคิดว่าการเสพสื่อออนไลน์เกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองในปริมาณมากจะมีผลอย่างไร

ประเด็นที่ 3 ความแตกต่างของการนำเสนอข่าวการเมืองระหว่างดิจิทัลทีวี(ช่องทีวีกระแสหลัก) กับเพจข่าวออนไลน์บนเฟซบุ๊ก

- คำถามที่เกี่ยวข้อง
 - คุณคิดว่าการนำเสนอข่าวบนทีวีกระแสหลักกับเพจข่าวของสำนักข่าวกระแสหลักบนเฟซบุ๊กมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
 - คุณคิดว่าการนำเสนอข่าวของเพจสำนักข่าวกระแสหลักกับเพจข่าวกระแสรองหรือประเภท UGC หรือเพจของบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊กมีการนำเสนอประเด็นทางการเมืองแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

ประเด็นที่ 4 การใช้เฟซบุ๊กเปิดรับข่าวสารทางการเมือง

- คำถามที่เกี่ยวข้อง
 - คุณคิดว่าการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองบนเฟซบุ๊กมีข้อดีหรือข้อเสียอย่างไรบ้าง
 - คุณมีวิธีการจัดการกับคอมเมนต์ทางการเมืองที่ไร้เหตุผล หยาดคาย ไม่ตรงกับความคิดหรืออุดมการณ์ทางการเมืองของคุณอย่างไร

ประเด็นที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองไทยในปัจจุบัน

- คำถามที่เกี่ยวข้อง
 - คุณคิดอย่างไรกับการเมืองไทยในปัจจุบัน
 - คุณคิดว่าปัญหาความขัดแย้งของการเมืองไทยจะสามารถแก้ไขได้หรือไม่ อย่างไร
 - คุณคิดว่าอนาคตการเมืองไทยจะเป็นอย่างไร

ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

- ลำดับที่ 1 เพศหญิง 29 ปี พนักงานรัฐวิสาหกิจ
ลำดับที่ 2 เพศชาย 25 ปี รับราชการ
ลำดับที่ 3 เพศหญิง 25 ปี รับราชการ
ลำดับที่ 4 เพศชาย 35 ปี รับจ้างทั่วไป
ลำดับที่ 5 เพศหญิง 35 ปี นักเขียน
ลำดับที่ 6 เพศชาย 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน
ลำดับที่ 7 เพศหญิง 23 ปี นักศึกษาปริญญาโท
ลำดับที่ 8 เพศหญิง 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	Atthaporn Panklad
วัน เดือน ปี เกิด	9 June 1995
สถานที่เกิด	Suratthani
วุฒิการศึกษา	B.S.W. Thammasat University
ที่อยู่ปัจจุบัน	12/147 Nonthaburi 11000



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY