



## Political Information Acquiring of the Citizens in Khon Kean Province

Waraporn Chomsri<sup>1</sup> and Kanyarat Kwiecien<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Information Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand

<sup>1</sup>E-mail: gigwara10@gmail.com, <sup>2</sup>E-mail: kandad@kku.ac.th

### Abstract

This research aimed to 1) study the political information acquiring of the citizens in Khon Kaen Province, 2) investigate the political media literacy of the citizens in Khon Kaen Province, and 3) examine the relationship between personal information, Acquiring of political information, and political media literacy of the citizens in Khon Kaen Province. The samples consisted of 387 citizens aged 18 years and above by using the multistage sampling. The accidental sampling was employed to collect data from the citizens in Khon Kaen Province. The research instrument was questionnaire. Data analyze by using frequency, percentage, mean, standard deviation and One-Way ANOVA. The findings were following:

1) Acquiring political information of the citizens in Khon Kaen Province revealed that most of the questionnaire respondents acquired the information from the Internet (74.9%) by spending over 6 hours a day (20.6%) In terms of political information content, the citizens acquired the information about political activity issues such as political party organization, election, and political campaigns during an election at the high level ( $\bar{x} = 3.63$ ) The purposes of political information acquiring were to update the information in various situations at high level ( $\bar{x} = 4.14$ ) and to compare the accuracy of information to other sources at moderate level ( $\bar{x} = 3.49$ ).

2) The political media literacy showed that most of the citizens had knowledge and understanding of media organization at moderate level ( $\bar{x} = 6.96$ ), knowledge and understanding of media content at moderate level ( $\bar{x} = 5.97$ ), and knowledge and understanding of impact of media at high level ( $\bar{x} = 3.64$ ).

3) The relationship between personal information, political information acquiring, and political media literacy demonstrated that age had positive relationship with knowledge and understanding of media content as well as impact of media at the statistical significance level of 0.05. It was also found that educational level had positive relationship with knowledge and understanding of media organization as well as media content at the statistical significance level of 0.05. In terms of relationship between political information acquiring and political media literacy, joining in acquiring political information with family had positive relationship with knowledge and understanding of media content as well as impact of media at the statistical significance level of 0.05.

**Keywords:** Information Acquiring, Political Information, Political Media Literacy

## การรับสารสนเทศทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น

### บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับสารสนเทศทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น 2) การรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล การรับสารสนเทศทางการเมืองและการรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 387 คน ซึ่งใช้การสุ่มตัวแบบหลายขั้นตอนและเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากประชาชนในจังหวัดขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) การรับสารสนเทศทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับสารสนเทศทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ร้อยละ 74.9) โดยใช้เวลามากกว่าวันละ 6 ชั่วโมงต่อวันในการรับสารสนเทศทางการเมือง (ร้อยละ 20.6) รับสารสนเทศทางการเมืองเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง เช่น การจัดตั้งพรรคการเมือง การเลือกตั้ง การเสนอนโยบายในช่วงการเลือกตั้งหาเสียงอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) โดยวัตถุประสงค์ที่รับสารสนเทศทางการเมืองเพราะต้องการเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) และเพื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของข่าวสารกับแหล่งข่าวสารอื่นในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.49$ )

2) ด้านการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองด้านความรู้ความเข้าใจองค์กรสื่อในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 6.96$ ) ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสารสนเทศทางการเมืองในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 5.97$ ) และความรู้ความเข้าใจผลกระทบของสื่อในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ )

3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล การรับสารสนเทศทางการเมืองและการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง พบว่า อายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสารสนเทศทางการเมืองและความรู้ความเข้าใจผลกระทบของสื่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพบว่าระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจองค์กรสื่อและความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสารสนเทศทางการเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการรับสารสนเทศทางการเมืองกับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชน พบว่า การรับสารสนเทศทางการเมืองร่วมกับครอบครัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสารสนเทศทางการเมืองและความรู้ความเข้าใจผลกระทบของสื่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**คำสำคัญ:** การรับสารสนเทศ, สารสนเทศทางการเมือง, การรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง

## 1. บทนำ

ในยุคสังคมสารสนเทศ สื่อนับเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีบทบาทและความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ทุกยุค ทุกสมัย ยิ่งเทคโนโลยีการสื่อสารมีความเจริญรุดหน้ามากขึ้นเท่าใด สื่อยิ่งทวีความสำคัญและมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเพิ่มมากขึ้น เพราะสื่อไม่ได้ทำหน้าที่เป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แต่ยังบ่มเพาะและชี้นำทางความคิดของคนในสังคม จนอาจกล่าวได้ว่าสื่อเป็นบ้ำหลอมและกระจกเงาสะท้อนให้เห็นการขับเคลื่อนในมิติต่างๆ ทั้งทางการเมือง การปกครอง สังคมและวัฒนธรรมตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2549)

ในมิติทางการเมือง การปกครอง สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการเผยแพร่สารสนเทศและการนำเสนอข่าวสารทางการเมืองของไทย เนื่องจากสื่อมวลชนทำหน้าที่ถ่ายทอดเหตุการณ์สำคัญไปสู่ประชาชนจำนวนมาก โดยที่ข่าวสารที่นำเสนอจากสื่อมวลชนนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความรู้ มุมมอง รวมถึงพฤติกรรมของประชาชน จนเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมและเกิดการมีส่วนร่วมจากการสื่อสารนั่นเอง สื่อสารมวลชนจึงเป็นช่องทางที่มี ความสำคัญ เป็นผู้ผลิตและส่งต่อข่าวสารทางการเมืองกระจายมายังผู้รับสารหรือประชาชน ซึ่งเป็นกระบวนการกล่อมเกลางทางการเมือง โดยที่นอกจากข่าวทางการเมืองจะมีอิทธิพลต่อประชาชน ยังส่งผลต่อความเป็นไปทางการเมืองในด้านต่าง ๆ จึงทำให้ทั้งนักการเมืองไทยและประชาชนผู้รับข่าวสารไม่สามารถละเลยความสำคัญของสื่อมวลชนได้เลย (มัทนา เจริญวงศ์, 2552 และพิริยาภรณ์ สรรพศรี, 2553)

สารสนเทศทางการเมืองเป็นการนำเสนอข่าวสารที่เกิดจากความเปลี่ยนแปลงและการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางการเมือง มีขอบเขตครอบคลุมถึงองค์ประกอบอันเป็นโครงสร้างสำคัญของกระบวนการทางการเมืองและระบบทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล นักการเมือง อำนาจอธิปไตยซึ่งเป็นอำนาจสูงสุด ตลอดจนวิถีชีวิตของประชาชนไม่ว่าจะเป็นทางตรง รวมทั้งกฎ กติกาที่มีผลบังคับใช้ในทางปฏิบัติจริง โดยขอบเขตการเมืองนั้นกว้างขวางมาก แม้จะเป็นประเด็นในเรื่องส่วนตัวแต่ก็ส่งผลกระทบต่อส่วนรวม หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสถาบันทางการเมืองก็ถือว่าเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องการเมือง (ชัยชนะ อิงควัต, 2530)

แต่ในอีกมุมหนึ่ง ขบวนการเมืองส่วนใหญ่มักนำเสนอเรื่องของความขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชนหรือเป็นเรื่องราวความขัดแย้งของพรรคการเมือง ซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชนทุกชนชั้น ดังนั้นหากเกิดปัญหาความไม่เข้าใจกัน การสื่อสารไม่ได้มีประสิทธิผลก็อาจก่อให้เกิดความวุ่นวายในสังคมหรืออาจนำไปสู่เหตุการณ์จลาจล สื่อมวลชนต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน เสนอความต้องการของประชาชนให้รัฐบาลทราบ รวมทั้งเผยแพร่นโยบายของรัฐและสร้างความเข้าใจอันดีให้แก่ทั้งรัฐและประชาชน (แคทรียา จำรูญศิริ, 2544) เหตุการณ์สถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นเรื่อง ความขัดแย้งแก่งแย่งทางการเมือง ทำให้การเมืองกลายเป็นเรื่องไม่ดีในสายตาของคนทั่วไป (ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม, 2549) ได้มีกลุ่มประชาชนให้ความสนใจและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อออกมาเคลื่อนไหวทางการเมือง ในแง่ของการเมืองถ้าประชาชนคิดว่าสื่อยังเป็นกระจกสะท้อนความจริงพวกเขาอย่อมตกอยู่ภายใต้อำนาจนักการเมือง ที่รู้จักใช้สื่ออย่างแนบเนียน และพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ที่ประชาชนใช้ต่อรองกับฝ่ายรัฐก็คงเกิดขึ้นได้ยาก เนื่องจากประชาชนไม่มีความรู้เรื่องในข่าวสารได้อย่างเต็มที่ จึงไม่สามารถนำเสนอข้อมูล วิพากษ์วิจารณ์ อภิปรายโต้แย้ง และตรวจสอบอำนาจรัฐร่วมกันได้ (พาริดา เตชะวรินทร์เลิศ, 2548)

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ทำให้ได้รับการกล่าวขานว่าเป็นเมืองศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยความที่เป็นจังหวัดใหญ่และมีประชากรจำนวนมาก มีการแข่งขันทางการเมืองสูง กลุ่มการเมืองจึงให้ความสำคัญกับพื้นที่นี้ ประกอบกับมีความโดดเด่นในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทางการเมืองอย่างหลากหลายและครอบคลุมในหลายพื้นที่ของจังหวัด เห็นได้จากการที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างกว้างขวางทำให้เกิดกลุ่มทางการเมืองขึ้น อาทิ กลุ่มดาวดิน กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตย กลุ่มพันธมิตร รวมถึงการแสดงตนว่าเป็นส่วนหนึ่งของพรรคการเมืองที่ตนเองชื่นชอบอย่างเปิดเผย ทำให้เกิดสารสนเทศทางการเมืองแพร่กระจายสู่ประชาชนในรูปแบบที่หลากหลาย จากการทบทวนวรรณกรรมด้านการรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง พบว่า ข้อมูลการศึกษาเกี่ยวกับการรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่นค่อนข้างน้อย การวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญที่จะศึกษาการรับสารสนเทศทางการเมือง การรู้เท่าทันสื่อการเมืองของประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มประชากรขนาดใหญ่มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้มีสิทธิในการออกเสียงเลือกตั้ง มีส่วนร่วมในทางการเมือง และเป็นที่คาดหวังในสังคมที่มีการปกครองในระบอบประชาธิปไตยว่ามีความต้องการรู้ข่าวสารการเมือง มีความสามารถในการใช้เหตุผลประกอบการวิเคราะห์ก่อนการตัดสินใจ เป็นกลุ่มประชาชนที่มีความหลากหลายทางด้านความคิด และให้ความสนใจติดตามข่าวสารการเมือง ตลอดจนนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ได้มากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการเติมเต็มองค์ความรู้และเป็นแนวทางกำหนดนโยบายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ในการเผยแพร่สารสนเทศทางการเมืองที่ถูกต้องให้แก่ประชาชนได้อย่างเหมาะสมต่อไป

## 2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยประชากรที่ทำการศึกษา คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่อยู่อาศัยอยู่ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 1,801,753 คน (รายงานสถิติจังหวัดขอนแก่น, 2560) กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตร KR-20 (Kuder-Richardson) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.76 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีคุณภาพเพียงพอสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการเก็บข้อมูลมีการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างก่อนว่าเคยรับสารสนเทศทางการเมืองหรือไม่ ถ้าเคยจึงให้ตอบแบบสอบถาม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันระหว่างวันที่ 1 – 20 กุมภาพันธ์ 2561 ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 387 ชุดคิดเป็นร้อยละ 96.75 เมื่อรวบรวมแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อคำนวณค่าสถิติทำการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความแปรปรวนทางเดียว

### 3. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งประเด็นการนำเสนอเป็น 4 ส่วน ดังผลการวิจัยต่อไปนี้

#### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.6) และป็นเพศชาย (ร้อยละ 49.4) มีอายุระหว่าง 18-24 ปี (ร้อยละ 28.2) รองลงมาคือ อายุระหว่าง 25-34 ปี (ร้อยละ 24.8) ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47.3) และสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 25.3) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 21.4) รองลงมาคือ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 77 คน (ร้อยละ 19.9) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 30.7) รองลงมาคือไม่ระบุรายได้ (ร้อยละ 20.9) ส่วนพื้นฐานประสบการณ์ทางด้านสื่อสารมวลชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์หรือได้รับการอบรมด้านสื่อสารมวลชน (ร้อยละ 89.9) และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีประสบการณ์หรือได้รับการอบรมด้านสื่อสารมวลชน (ร้อยละ 10.1) อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ถึงประสบการณ์หรือได้รับการอบรมด้านสื่อสารมวลชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ (ร้อยละ 28.9) และเคยเข้ารับการฝึกอบรมจากหลักสูตร (ร้อยละ 22.9)

#### 2. การรับสารสนเทศทางการเมืองทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับสารสนเทศทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ร้อยละ 74.9) รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ (ร้อยละ 58.9) และสื่อหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 13.7) เมื่อพิจารณาการรับสารสนเทศทางการเมืองตามระยะเวลาและประเภทของสื่อสารสนเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับสารสนเทศทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 20.6) โดยรับผ่านช่องทาง Facebook (ร้อยละ 71.7) Instagram (ร้อยละ 6.2) และ Google (ร้อยละ 5.9) ส่วนสื่อโทรทัศน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการรับชม 1-2 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 112) รับชมสารสนเทศทางการเมืองผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 (ร้อยละ 62.7) รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 (ร้อยละ 46.1) และสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 (ร้อยละ 10.1) การรับสารสนเทศทางการเมืองจากหนังสือพิมพ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน โดยส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (ร้อยละ 74.1) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ (ร้อยละ 31.5) และหนังสือพิมพ์มติชน (ร้อยละ 9.3) ซึ่งในแต่ละวันผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเปิดรับสารสนเทศทางการเมืองโดยเฉลี่ย 1 ประเภทในหนึ่งวัน

เนื้อหาสารสนเทศทางการเมืองที่เปิดรับ ผู้ตอบแบบสอบถามรับเนื้อหาสารสนเทศทางการเมืองเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง เช่น การจัดตั้งพรรคการเมือง การเลือกตั้ง การเสนอนโยบาย ในช่วงการเลือกตั้งหาเสียงของพรรคการเมืองในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) รองลงมาคือ เนื้อหาเกี่ยวกับความคิดเห็นปฏิกิริยาทำที่ของประชาชนที่มีต่อรัฐบาล และเนื้อหาสารสนเทศเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐบาลในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.41$  และ  $\bar{X} = 3.36$  ตามลำดับ)

วัตถุประสงค์ในการรับสารสนเทศทางการเมือง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับสารสนเทศทางการเมืองเพื่อให้เป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง ( $\bar{X} = 3.99$ ) และเพื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของข่าวสารกับแหล่งข่าวอื่นในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.49$ )

พฤติกรรมการเปิดรับสารสนเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมสารสนเทศทางการเมืองอย่างตั้งใจเพียงอย่างเดียว (ร้อยละ 59.2) และมีการปฏิบัติกิจกรรมอื่นๆ ขณะที่ได้รับสารสนเทศทางการเมือง เช่น

รับประทานอาหาร ออกกำลังกาย (ร้อยละ 5.7) เป็นต้น โดยประชาชนส่วนใหญ่รับสารสนเทศทางการเมืองเพียงลำพัง (ร้อยละ 59.2) รองลงมาคือ รับร่วมกับสมาชิกในครอบครัว (ร้อยละ 35.1) และบุคคลอื่นๆ อาทิเช่น เพื่อนร่วมงาน อาจารย์ แฟน (ร้อยละ 5.7) รวมทั้งร่วมสนทนาสารสนเทศทางการเมืองกับครอบครัว (ร้อยละ 68) และบุคคลอื่นๆ ได้แก่ เพื่อน ลูกค้า อาจารย์ (ร้อยละ 32)

### 3. การรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัยการรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชนนั้น แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความเข้าใจด้านองค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อ และความรู้ความเข้าใจด้านผลกระทบของสื่อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองในด้านความรู้ความเข้าใจด้านองค์กรสื่อโดยรวมในระดับปานกลางมากที่สุด ( $\bar{X} = 6.96$ ) ความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 5.97$ ) และความรู้ความเข้าใจด้านผลกระทบของสื่อในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ )

### 4. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล การรับสารสนเทศทางการเมืองและการรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น

#### 4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง

ข้อมูลส่วนบุคคลและการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า เพศ อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ทางด้านสื่อสารมวลชนของประชาชนนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในด้านอายุ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยประชาชนอายุระหว่าง 45-54 ปี และอายุระหว่าง 55-64 ปี มีความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อมากกว่าประชาชนที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพบว่าประชาชนที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี และประชาชนที่มีอายุระหว่าง 45-54 ปี จะมีความรู้ความเข้าใจด้านผลกระทบของสื่อมากกว่ากลุ่มคนที่มีอายุ 55-64 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองในด้านความรู้ความเข้าใจด้านองค์กรสื่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยประชาชนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจะมีความรู้ความเข้าใจด้านองค์กรสื่อมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา นอกจากนี้ ยังพบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยประชาชนที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก มีความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อมากกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ส่วนด้านความรู้ความเข้าใจด้านผลกระทบของสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

#### 4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับสารสนเทศทางการเมืองกับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง

การรับสารสนเทศทางการเมืองกับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า สื่อสารสนเทศทางการเมือง ระยะเวลาการรับสารสนเทศทางการเมือง ช่องทางการรับสื่อสารสนเทศทางการเมือง เนื้อหาสารสนเทศทางการเมือง วัตถุประสงค์การรับสารสนเทศทางการเมือง พฤติกรรมระหว่างการรับสารสนเทศทางการเมือง และการพูดคุยเรื่องสารสนเทศทางการเมืองร่วมกับบุคคลอื่นของประชาชนนั้น ผลการวิจัยพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในด้านของบุคคลที่ร่วมเปิดรับสารสนเทศทางการเมือง พบว่า บุคคลที่ร่วมเปิดรับสารสนเทศทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ร่วมเปิดรับสารสนเทศทางการเมืองร่วมกับครอบครัวจะความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อและความรู้ความเข้าใจด้านผลกระทบของสื่อมากกว่าบุคคลที่เปิดรับสารสนเทศทางการเมืองเพียงลำพังคนเดียว

#### 4. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการรับสารสนเทศทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่นผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

##### 1. การรับสารสนเทศทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า สื่อสารสนเทศที่ประชาชนในจังหวัดขอนแก่นเปิดรับสารสนเทศทางการเมืองมากที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสะดวก รวดเร็ว ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา โอรสารัตน์โรทัย (2553) ที่อธิบายว่า ประชาชนส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรับข่าวสารทางการเมือง เมื่อมีข่าวและเหตุการณ์ทางการเมืองที่น่าสนใจ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีความน่าสนใจและมีบทบาทต่อการสื่อสารในยุคปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับการสื่อสารช่องทางอื่นแล้ว ถือได้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยให้การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองเป็นไปได้อย่างรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ทางการเมือง ไม่ว่าจะอยู่สถานที่ใดหากมีอินเทอร์เน็ตก็สามารถรับรู้ข่าวสารและสถานการณ์ปัจจุบันได้ทันทั่วถึง นอกจากนี้งานวิจัยในครั้งนี้นับว่า สื่ออินเทอร์เน็ตที่ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับสารสนเทศทางการเมืองคือ Facebook ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี เอกศาสตร์ (2555) ที่พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่แสวงหาข่าวสารทางการเมืองจาก Facebook ด้วยเหตุผลด้านคุณสมบัติซึ่งมีความสะดวกมากกว่าสื่ออื่น เพียงแค่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็สามารถแสวงหาข่าวสารได้ตลอดเวลา โดยไม่จำกัดว่าต้องอยู่ในสถานที่ที่มีคอมพิวเตอร์เท่านั้น เพราะอุปกรณ์พกพา เช่น คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการรับสารสนเทศจากสื่ออื่นๆ ซึ่งอาจต้องใช้ความพยายามมากกว่า เช่น โทรศัพท์ต้องรับชมตามช่วงเวลาการออกอากาศ หรือหากจะอ่านหนังสือพิมพ์ต้องอาจต้องออกไปซื้อเป็นต้น โดยใช้เวลามากกว่าวันละ 6 ชั่วโมงต่อวันในการรับสารสนเทศทางการเมือง ซึ่งนับว่าเป็น เข้าข่ายของการพัฒนาไปสู่ โรคติดอินเทอร์เน็ต ดังที่ Young (1996) ระบุว่า การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวันมีแนวโน้มที่จะเป็นโรคติดอินเทอร์เน็ต

และงานวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสารสนเทศทางการเมืองรองลงมาจากสื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างรับชมสารสนเทศทางการเมืองจากโทรทัศน์วันละ 1-2 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังพบว่า สถานีโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างรับสารสนเทศทางการเมืองมากที่สุด คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เนื่องจากเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีการจัดรายการข่าวในลักษณะคุยข่าวหรือเล่าข่าวเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันเองให้กับผู้ชม รวมถึงมีการใช้ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับสารสนเทศทางการเมืองมากที่สุด

รวมทั้งการรับสารสนเทศจากสื่อหนังสือพิมพ์ ที่พบว่า ประชาชนในจังหวัดขอนแก่นเปิดรับสารสนเทศทางการเมืองจากสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด โดยใช้เวลาการอ่านข่าววันละน้อยกว่าวันละ 1 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงจึงถือว่าเป็นสื่อที่ดึงดูดใจน้อยกว่าสื่ออื่น อีกทั้งเป็นสื่อที่ต้องอาศัยความสามารถและความสนใจในการอ่านของผู้อ่าน โดยหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ

สารสนเทศทางการเมืองมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย (ระดับชาติ) ที่มี ยอดจำหน่ายสูงสุดของประเทศ จึงเป็นหนังสือพิมพ์ที่แพร่หลายและกลุ่มตัวอย่างเปิดอ่านมากที่สุด สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ อุษณี โฉมฉายแสง (2548) ที่พบว่าประชาชนเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ใน ระดับน้อย เนื่องด้วยจากลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์ ในการเปิดรับต้องมีเวลาอ่าน ติความและทำความเข้าใจ มากกว่าสื่อประเภทอื่น

เนื้อหาสารสนเทศทางการเมือง ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับเนื้อหาสารสนเทศ ด้านกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง เช่น การจัดตั้งพรรคการเมือง การเลือกตั้ง การเสนอนโยบายในช่วง การเลือกตั้ง การหาเสียงของพรรคการเมือง แสดงให้เห็นว่าประชาชนเห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง อาจ เนื่องมาจากการเลือกตั้งเป็นกิจกรรมสำคัญในกระบวนการทางเมือง และประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องรับเนื้อหาสารสนเทศดังกล่าวมากกว่าเนื้อหาอื่นๆ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กิติมา สุรสนธิ (2555) และอนพสิษฐ์ ไชยเชษฐ์ (2543) พบว่า เนื่องจากกระบวนการเลือกตั้งเป็นกระบวนการทางการเมืองที่มีการแข่งขันในเรื่องนโยบายและการเข้าไปมีอำนาจในทางการเมือง ทำให้ผู้ส่งสารจำเป็นต้องสร้างให้ข้อมูลข่าวสาร ในเรื่องที่น่าสนใจและมีจำนวนมาก รวมทั้งต้องมีความถี่ในการเปิดรับบ่อยครั้ง ซึ่งในการส่งสารเป็นไปตามทฤษฎี การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ที่กล่าวว่าบุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีลักษณะ การนำเสนอโดยมีความถี่แบบซ้ำๆ มากกว่าสื่อหรือข่าวสารที่ไม่น่าสนใจและพบเห็นได้น้อย

นอกจากนี้ยังพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีการสนทนาสารสนเทศทางกับร่วมครอบครัว โดยครอบครัว เป็นสถาบันแรกตัวผู้รับสารสามารถจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของตนต่อข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ที่พบเจอใน ชีวิตประจำวันได้ ดังที่ Oskamp (1977; อ้างถึงใน ศุภรัตน์ ฐิติกุลเจริญ.2558) กล่าวว่า อิทธิพลของครอบครัวเป็น ปัจจัยที่บุคคลได้รับตั้งแต่เด็ก การอบรมสั่งสอนและการตอบสนองต่อความต้องการทั้งร่างกายและจิตใจจาก ครอบครัว จะมีอิทธิพลทั้งในด้านความคิดความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคล รวมทั้งเจตคติ เนื่องจากบุคคล ต้องมีสังคมและมีการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้นความคิดเห็นต่างๆ จะได้รับการถ่ายทอดและได้รับแรงกดดันจาก กลุ่มซึ่งทำให้เกิดการคล้อยตาม

**2. การรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น** ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยกรู้เท่าทันสื่อทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความเข้าใจด้านองค์กรสื่อ ความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อ และความรู้ความเข้าใจด้านผลกระทบของสื่อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความ เข้าใจด้านองค์กรสื่อและรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อในระดับปานกลาง และความรู้ความเข้าใจด้านผลกระทบของ สื่อในระดับมาก ซึ่งผลการวิจัยนี้แตกต่างจากข้อค้นพบที่ผ่านมาในอดีตที่พบว่า การรู้เท่าทันสื่อของประชาชนและ เยาวชนในประเทศไทยนั้นโดยยังมีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในไม่รู้เท่าทันสื่อหรือถูกสื่อครอบงำ (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540; สุภาณี แก้วมณี, 2548; ฟารีดา เตชะวรินทร์เลิศ, 2548; วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2551) เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็น เพราะกว่าสองทศวรรษที่ผ่านมาในยุคที่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารเติบโตพัฒนาการไปอย่างรวดเร็วเป็นผลให้คนไทยตระหนักถึงความสำคัญของอิทธิพลและผลกระทบของสื่อที่มีต่อปัจเจกบุคคลและ สังคมมากขึ้น การศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อได้รับความสนใจจากสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะหน่วยงานทั้งภาครัฐ และองค์กรพัฒนาเอกชน รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างหันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญ ที่มุ่งพัฒนาให้ ผู้บริโภคสื่อในสังคมไทยรู้ทันสื่อมากขึ้น อาทิ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) สำนักงาน คุมครองผู้บริโภค (สคบ.) องค์กรอาหารและยา (อย.) รวมถึงองค์กรพัฒนาเอกชนต่างจัดทำโครงการอบรมพัฒนา



สร้างแกนนำเยาวชน จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ รณรงค์ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคเพื่อไม่ให้เกิดเป็นเหยื่อของการ โฆษณา นอกจากนี้หลังจากที่ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์สาธารณะไทยพีบีเอส ซึ่งเป็นช่องทางให้การสนับสนุนส่งเสริมผู้ผลิตสื่อทางเลือกที่มีคุณภาพให้โดผลิตรายการที่มีคุณภาพออกเผยแพร่ให้ความรู้ข่าวสารที่มุ่งเสริมสร้างให้ประชาชนผู้บริโภคสื่อรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น (จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2557)

### 3. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล การรับสารสนเทศทางการเมือง และการรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองในจังหวัดขอนแก่น

ข้อมูลส่วนบุคคลกับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ในด้านความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อ และความรู้ความเข้าใจด้านผลกระทบของสื่อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-54 ปี และอายุระหว่าง 55-64 ปี มีความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อมากกว่าประชาชนที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ซึ่งอายุจะแสดงถึงวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสาร รวมถึงความรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน ผลการวิจัยส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อจะเพิ่มขึ้นตามอายุของผู้รับสื่อ บุคคลที่มีอายุมากจะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสูง ในขณะที่บุคคลที่มีอายุน้อยจะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อต่ำ (อรรถพร กงวิไล, 2545; วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2551; กิตติมา สุรสุนธิ, 2555; เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ, 2557) สอดคล้องกับ พนม คลีฉายา (2556) พบว่า ผู้สูงอายุรู้เท่าทันข่าวสารทางการเมืองมากกว่าผู้ใหญ่วัยทำงานและนักเรียน นิสิต นักศึกษา กล่าวคือ กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการรู้เท่าทันข่าวสารทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอายุ 23-59 ปี และกลุ่มอายุน้อยกว่า 23 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเข้าใจด้านเนื้อหาข่าวการเมือง สามารถวิเคราะห์ และประเมินเนื้อหาสื่อ ภาษาของสื่อได้ดีกว่าช่วงกลุ่มอื่น รวมทั้ง ทิพวรรณถาวรังกูร (2553) กล่าวเพิ่มเติมว่า นอกจากอายุจะทำให้มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันตามช่วงวัยแล้ว ยังเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจ และเป็นปัจจัยหนึ่งช่วยประกอบในการวิเคราะห์ว่าอะไรควรเชื่อและไม่ควรเชื่อ โอกาสที่จะถูกชักจูงใจก็จะมีน้อยลง นอกจากนี้ ผลการศึกษาในต่างประเทศโดย Livingstone, Couvering & Thumin (2005) กล่าวว่าปัจจัยด้านอายุยังส่งผลต่อการเข้าถึงและการตอบสนองต่อสื่อของบุคคลซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างผู้ที่มีอายุมากกับคนวัยหนุ่มสาว พบว่า ผู้ที่มีอายุมากมีระดับของการเข้าถึงสื่อใหม่น้อยกว่าคนวัยหนุ่มสาว แต่มีความเข้าใจอย่างพิถีพิถันสูงกว่า ซึ่ง Potter (2010) กล่าวเพิ่มเติมอีกว่าเมื่อบุคคลบรรลุระดับวุฒิภาวะ (Maturation) บุคคลจะสามารถรับรู้เนื้อหาของสื่อและมีศักยภาพในการใช้สื่อสูงขึ้น

ในด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองในด้านความรู้ความเข้าใจด้านองค์กรสื่อและรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อ โดยผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีความรู้ความเข้าใจด้านองค์กรสื่อมากกว่าประชาชน ที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา และประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอกมีความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่อมากกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมาของ อรรถพร กงวิไล, 2545; สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ, 2549; วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2551; กิตติมา สุรสุนธิ, 2555; พนม คลีฉายา, 2556; เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ, 2557 และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2557) ที่พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีจะมีการรู้เท่าทันสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับมัธยมศึกษา นอกจากนี้ ทิพวรรณ ถาวรังกูร (2553) กล่าว

เพิ่มเติมว่า บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงจะเป็นผู้เปิดรับสื่อที่ดีเพราะมีความรู้ที่หลากหลายกว้างขวาง เนื่องจากยิ่งเรียนสูงขึ้นจะมีการเปิดโลกทัศน์ให้มากขึ้น จึงมักเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ นอกจากนี้จะมีหลักฐานหรือเหตุผลมาสนับสนุนอย่างเพียงพอ จึงทำให้ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงสามารถเข้าใจเนื้อหาสื่อได้ดีกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า การรับสารสนเทศทางการเมืองร่วมกับครอบครัวมีความสัมพันธ์ต่อการรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง สอดคล้องกับ พนม คลีฉายา (2556) พบว่า ครอบครัวถือเป็นตัวแปรที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งข้อค้นพบนี้บ่งชี้ได้ว่า ครอบครัวเป็นสถาบันแรกตัวผู้รับสารสามารถจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของตนต่อข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ที่พบเจอในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้ Oskamp (1977; อ้างถึงใน ศุภรัศมิ์ ฐิติกุลเจริญ, 2558) กล่าวเพิ่มเติมว่า อิทธิพลของครอบครัวเป็นปัจจัยที่บุคคลได้รับตั้งแต่เด็ก การอบรมสั่งสอนและการตอบสนองต่อความต้องการทั้งร่างกายและจิตใจจากครอบครัว จะมีอิทธิพลทั้งในด้านความคิดความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคล รวมทั้งเจตคติ เนื่องจากบุคคลต้องมีสังคมและมีการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้นความคิดเห็นต่างๆ จะได้รับการถ่ายทอดและได้รับแรงกดดันจากกลุ่มซึ่งทำให้เกิดการคล้อยตาม ดังที่เกศราพร บำรุงชาติ (2550) พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย 3 กลุ่ม โดยกลุ่มที่มีความสำคัญอันดับแรก คือ ครอบครัว รองลงมาคือ ครู และเพื่อน ตามลำดับ

## 5. ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่เปิดรับสารสนเทศทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเว็บไซต์ที่เปิดรับมากที่สุด คือ Facebook ซึ่งเป็นสื่อที่อยากต่อการควบคุม จึงทำให้ผู้รับสารสามารถที่จะสื่อสารเนื้อหาความต่างๆ ได้อย่างตามใจ ทั้งที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองควรมีนโยบายเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในสังคม ตลอดจนปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจทางการเมืองที่ถูกคองให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาทางการเมืองมากขึ้น

ให้สูงขึ้นด้วย 1.2 ผลการวิจัย พบว่า การรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชนในด้านความรู้ความเข้าใจองค์กรสื่อ และความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาสื่ออยู่ในระดับปานกลาง บ่งบอกถึงความสามารถในการปกป้องตนเองจากอิทธิพลของสื่อได้ในระดับหนึ่ง ทำให้มองเห็นถึงความสำคัญการเร่งรีบส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยมีความรู้เท่าทันสื่อให้มากขึ้น เพราะเป็นไปได้ที่ปรากฏการณ์ทางการเมืองที่แบ่งแยกประชาชนออกเป็นฝักฝ่ายเป็นผลมาจากการรับสารสนเทศทางการเมืองที่กลุ่มการเมืองจัดทำขึ้น โดยมีกำหนดกรอบแนวคิด อุดมการณ์ทางการเมืองและแผนจุดประสงค์ทางการเมืองไว้โดยที่ผู้รับสารไม่ทันตั้งตัว การส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อที่สูงขึ้นถึงระดับมีความสามารถในการแสวงหาข้อเท็จจริง สามารถคิดวิเคราะห์สารสนเทศอย่างมีเหตุผลและรู้เท่าทันจะช่วยลดอคติและบรรเทาปัญหาความขัดแย้งที่กลายเป็นวิกฤติของชาติได้ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่สถาบันสื่อสารมวลชนควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อให้กับประชาชน เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสถาบันหลักที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการกล่อมเกลางานการเมืองการปลูกฝังและถ่ายทอดความรู้ทางการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความรู้กับกลุ่มเยาวชน ผู้เป็นรากฐานในการพัฒนาการเมืองในระบอบประชาธิปไตยในอนาคต การที่ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความรู้เท่าทันสื่อเหล่านั้นจะส่งผลต่อ ความรู้และทัศนคติของประชาชน

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากผลการวิจัยพบว่า ขอบเขตของการศึกษาเป็นกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดขอนแก่น ซึ่งไม่สามารถอ้างอิงถึงกลุ่มประชาชนทั่วไปได้ จึงควรทำการศึกษาประชาชนที่อาศัยในต่างจังหวัด เพื่อให้ผลการศึกษาคอบคลุมและสามารถอ้างอิงถึงประชากรกลุ่มนี้ได้ หรือทำการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่อาศัยในเขตเมืองและเขตชนบท เพื่อทราบถึงการรับสารสนเทศทางการเมืองที่เหมือนหรือแตกต่างกับคนกลุ่มนี้

2.2 ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลประชากรในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือจับกลุ่มสัมภาษณ์ (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

## 6. เอกสารอ้างอิง

- กิติมา สุรสุนธิ. (2555). การรู้เท่าทันสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศราพร บำรุงชาติ. (2550). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบของการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 ที่มีระดับการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และระดับการตระหนักรู้ตนเองแตกต่างกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โกวิท วงศ์สุรวัฒน์. (2546). พื้นฐานรัฐศาสตร์กับการเมืองในศตวรรษที่ 21. นครปฐม: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรมกำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- แคทรียา จำรูญศิริ. (2544). การเสนอข่าวการเลือกตั้งของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อโฆษณากับพฤติกรรมบริโภคนิยมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชัยชนะ อิงควัด. (2530). ทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรรณพิลาศ วีระสุโข. (2541). ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พนม คลีฉายา. (2556). การรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิริยาภรณ์ สรรพศรี. (2553). อิทธิพลของการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม. (2549). สำนักไทยที่พึงปรารถนา. กรุงเทพฯ: เดือนตุลา.
- เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญภักจ. (2557). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้โทรทัศน์ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิติศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ฟารีดา เตชะวรินทร์. (2548). **ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับการได้รับอิทธิพลด้านการกำหนดความสำคัญแก่ข่าวสารและการเลือกกรอบในการตีความข่าวสาร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพวรรณ ถาวรังกูร. (2553). **รายงานโครงการเฉพาะบุคคล เรื่อง ความรู้เท่าทันสื่อโฆษณาแฝงของผู้ชมรายการขิดหมอในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มัทนา เจริญวงศ์. (2552). **ความหลงของความจริง เรื่องจริงของข่าวการเมือง**. วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์, 26(1), 43-59.
- วิโรจน์ ศรีหิรัญ. (2552). **ความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศุภรัตน์ ฐิติกุลเจริญ. (2558). **คุณค่าข่าวในการนำเสนอของสื่อมวลชนไทย**. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สุรัตน์ ตรีสกุล (2549). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น. (2560). **รายงานสถิติจังหวัดขอนแก่น พ.ศ. 2560**. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2561, จาก [http://khonkaen.nso.go.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=158&Itemid=591](http://khonkaen.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=158&Itemid=591)
- อนพลิชฐ ไชยเชษฐ์. (2543). **การรับสารสนเทศด้านการเมืองของประชาชนชุมชนหนองใหญ่ ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อัจฉรา โอฬารจันทร์ไพฑูย์. (2553). **อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง**. รายงานการศึกษาระดับรัฐศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิต สาขาการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรรถพร กงวิไล. (2545). **ความรู้เท่าทันสื่อในการเปิดรับรายการผลการสำรวจประชามติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- อัญชลี เอกศาสตร์. (2555). **การแสวงหาข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2540). **การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Livingstone, S., T.N. (2003). **Assessing the media literacy of UK adults: A review of the academic literature**. Retrieved December 5, 2015, from [http://eprints.lse.ac.uk/21673/1/Assessing\\_the\\_media\\_literacy\\_of\\_UK\\_adults.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/21673/1/Assessing_the_media_literacy_of_UK_adults.pdf)
- Potter, J. (2010). **Media Literacy**. 6<sup>th</sup>ed. California: Sage Publications.
- Yong, K. Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. **CyberPsychology Behavior**. 1(3), 237-244.