

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยเปรียบเทียบส่วนบุคคลของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่แตกต่างกัน
2. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน
3. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
5. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยวิธีเชิงปริมาณใช้การเชิงสำรวจ (Survey Study) ทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายสถานภาพลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่และการสื่อสารทางการเมืองจากสื่อต่างๆ การมีส่วนร่วมทางการเมือง และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ กับการมีส่วนร่วมทางสังคม

ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (T-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลประชาชนในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 – 3

และใช้วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการ

มีส่วนร่วมทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ตามสมมติฐาน การวิจัยข้อที่ 4-5

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สถานภาพลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีอายุ 24 - 29 ปี มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีรายได้ 10,000-15,000 บาท มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และมีอาชีพพนักงาน พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่และการสื่อสารทางการเมืองจากสื่อต่างๆ

2.1 ความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสาร

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.137 โดยพิจารณา ระดับความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารในแต่ละสื่อจะพบว่า

- วิทยู พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.07 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.060 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารจากวิทยูคลื่น 103.5 มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45

- วิทยูชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.01 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.052 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารจากวิทยูชุมชนคลื่น 97.50 เท่ากับ คลื่น 88.25 มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.04

- โทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.09 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.984 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารจากโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84

- เคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.03 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.046 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารจากเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียมช่อง 38 มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

- หนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.168 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51

- นิตยสาร / วารสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบน

มาตรฐานเท่ากับ 0.041 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารจากนิตยสาร / วารสารคู่สร้างคู่สมมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.18

- อินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.09 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.109 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารจากอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ google.com มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.56

- สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.073 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ยูทูปดูหนึ่งมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.15

2.2 ประเภทของสารที่เปิดรับ

พบว่า ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ บันเทิง มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 2 คือ กีฬา มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 3 คือ การเมือง มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 4 คือ ศิลปวัฒนธรรม มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 5 คือ เศรษฐกิจ มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 6 คือ พยากรณ์อากาศ มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 7 คือ อุตสาหกรรม มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 8 คือ อาชญากรรม มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ประเภทของสารที่เปิดรับมากที่สุดอันดับที่ 9 คือ ข่าวทั่วไป มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

2.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมือง

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.71 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.394 โดยพิจารณาระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองในแต่ละสื่อจะพบว่า

- สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.161 โดยพิจารณาระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองในแต่ละสื่อจะพบว่า

- วิทยู พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.03 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.054 โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองจากวิทยูคลื่น 103.5 มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.12

- วิทยูชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.01 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.063 โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองจากวิทยูชุมชนคลื่น 95.25 เท่ากับ คลื่น 95.75 และคลื่น 88.25 มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อเฉพาะกิจได้แก่ป้ายประชาสัมพันธ์ (โปสเตอร์) มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.72

2.4 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุด

พบว่า สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ โทรทัศน์ มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 2 คือ หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 3 คือ วิทยุ มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 4 คือ อินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 5 คือ อาจารย์ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 6 คือ อาจารย์ มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 7 คือ หัวหน้างาน มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 8 คือ อินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 สื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 9 คือ เพื่อนร่วมงาน มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และสื่อที่ได้รับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดมากที่สุดอันดับที่ 10 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์) มีจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

2.5 ระยะเวลาในการใช้แต่ละวัน

พบว่า สื่อมวลชนกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.15 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.741 โดยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันจากสื่อมวลชนได้แก่ โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.92

2.6 ความสนใจในการใช้สื่อ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการใช้สื่อโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.508 โดยพิจารณาระดับความสนใจในการใช้สื่อในแต่ละสื่อจะพบว่า

- สื่อมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.05 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.759 โดยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันจากสื่อมวลชนได้แก่ โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.68

- สื่อบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.843 โดยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันจากสื่อบุคคลได้แก่ เพื่อนสนิท มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.12

- สื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.088 โดยพิจารณาระดับระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันในแต่ละสื่อจะพบว่า

- เว็บไซต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.06 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบน

มาตรฐานเท่ากับ 0.162 โดยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันจากสื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ kapook.com มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17

- เฟสบุ๊ค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.199 โดยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันจากสื่ออินเทอร์เน็ตเฟสบุ๊คไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02

- ยูทูป พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.01 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.055 โดยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันจากสื่ออินเทอร์เน็ตยูทูปการเมืองไทย เท่ากับยูทูปบ้านเมืองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.01

- สื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.134 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.836 โดยพิจารณาระดับระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันในแต่ละด้านจะพบว่า โดยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้สื่อเกี่ยวกับการเมืองแต่ละวันจากสื่อเฉพาะกิจได้แก่ป้ายประชาสัมพันธ์ (โปสเตอร์) มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.46

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมทางการเมือง

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.15 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.672 โดยพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละด้านจะพบว่า

- การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.254 โดยพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละด้านจะพบว่า

- เลือกตั้งระดับชาติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.355 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งระดับชาติในด้านการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

- เลือกตั้งระดับท้องถิ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.747 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นในด้านการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98

- ทำการตรวจบัญชีรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งก่อนเลือกตั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.651

- ชักชวนผู้อื่นให้ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.493

- การติดตามสถานการณ์ทางการเมือง กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.33 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.918 โดยพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละสื่อจะพบว่า

- จากสื่อมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.76 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.997 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมืองจากสื่อมวลชนได้แก่ โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29

- สื่อใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.136 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมืองจากจากสื่อใหม่ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.31

- สื่อบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.136

- การรณรงค์ให้ความรู้ทางการเมือง กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.633 โดยพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละด้านจะพบว่า

- ร่วมพูดคุยเรื่องการเมืองกับครอบครัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.15 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.994 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยมีการรณรงค์ให้ความรู้ทางการเมืองร่วมโดยพูดคุยเรื่องการเมืองกับครอบครัวได้แก่ เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.17

- เป็นผู้ทำงานให้ผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่น แจกใบปลิว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.713

- เข้าไปแสดงความคิดเห็นส่วนตัวทางสื่อ อินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.778

- เชิญชวนผู้อื่นไปเลือกผู้ที่ตนสนับสนุน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.52 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.884

- เป็นผู้สมัครรับเลือกตั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.653

- พูดถึงประเด็นทางการเมืองอย่างไม่เป็นทางการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.860

- เป็นผู้สนับสนุนผู้สมัครรับเลือกตั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.868

- การชุมนุมเคลื่อนไหวกองการเมือง กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43 จากคะแนนเต็ม 4 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.690 โดยพิจารณาในระดับมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละด้านจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการการชุมนุมเคลื่อนไหวกองการเมืองในด้านชักชวนผู้อื่นไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.05

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ กับการมีส่วนร่วมทางสังคม

4.1 ปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชน เพราะไม่ชอบหรือไม่สนใจมากที่สุด มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8

4.2 ข้อเสนอแนะต่อปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ตอบ มีจำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 และตอบมีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเรื่องผลประโยชน์ เห็นแก่ตัว แบ่งพรรคแบ่งพวกไม่เห็นแก่ส่วนรวม ช่วงชิงอำนาจมากที่สุด มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7

4.3 ปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมทางการเมือง

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมทางการเมืองเพราะไม่ชอบหรือไม่สนใจมากที่สุด มีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

4.4 ข้อเสนอแนะต่อปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมทางการเมือง

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ตอบ มีจำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 และตอบมีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเรื่องผลประโยชน์ เห็นแก่ตัว แบ่งพรรคแบ่งพวกไม่เห็นแก่ส่วนรวม ช่วงชิงอำนาจมากที่สุด มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้ง 5 ข้อ ผู้วิจัยได้นำเสนอด้วยตารางสรุปผลการทดสอบ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. มีระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโท มีระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยที่	ผลการทดสอบ
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน</p>	
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน</p>	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน</p>	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน</p>	<p>เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. และปริญญาตรีมีระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และปริญญาโท</p> <p>ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. มีระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน</p>	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน</p>	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยที่	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน	
<u>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1</u> ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
<u>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2</u> ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 24 - 29 ปี 30 - 35 ปี 36 - 41 ปี และ 42 - 47 ปี มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 - 23 ปี
<u>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3</u> ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาโท มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
<u>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4</u> ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท
<u>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5</u> ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานการวิจัยที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยที่	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ก็จะทำให้มีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยลง ก็จะทำให้มีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยลง

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายสรุปผลการวิจัยวิจัยในครั้งนี้ ได้ดังนี้

1. **ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่** ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโท มีระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่ามีการเปิดรับมากกว่า ดังแชรมม์ (Schramm) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่างๆ ของผู้รับสารในเรื่องของการศึกษาและสิ่งแวดล้อมว่ามีความสำคัญ ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ และผลการศึกษาของพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว กล่าวว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะมีระดับข่าวสารทางการเมืองสูงกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า แมคเนลลี และคณะ (McNelly and Others, 1968 อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542 : 50) พบว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะเช่นนี้ ก็สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษาคือ ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มาก

2. **ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง**

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 24 - 47 ปี มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 - 23 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของนิลบล ใจอ่อนน้อม พบว่ากลุ่มอายุแตกต่างกันจะมีการพูดคุยประเด็นทางการเมืองกับเพื่อนต่างกันโดยกลุ่มอายุ 36-47ปีมีการพูดคุยประเด็นทางการเมืองมากกว่ากลุ่มอื่น

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาโท มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ดัง Klapper กล่าวว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสารเพราะเป็นผู้รับสารที่ดีและมีความรู้กว้างขวาง จึงมีความเข้าใจสารได้ดีและลึกซึ้งกว่า

และประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ดังที่ Klapper กล่าวไว้ว่าบุคคลที่มีรายได้สูง จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้บุคคลเปิดรับสื่อได้หลากหลายประเภทกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่ำ และ Milbreath พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคลมีมากขึ้นตามอายุที่เพิ่มขึ้นและอัตราการมีส่วนร่วมทางการเมืองจะค่อยๆ ลดลงเมื่อมีอายุสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา มีแสง เรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พบว่า นักศึกษาที่มีช่วงอายุแตกต่างกันจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน

3. **พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง** กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการับสารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก ทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลรวมทั้งสื่อใหม่ โดยสื่อที่เปิดรับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และ วิทยุ ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะสื่อโทรทัศน์มีทั้งภาพและเสียง ซึ่งสื่อโทรทัศน์สามารถกระจายข่าวสารไปถึงผู้รับสารได้จำนวนมากอย่างรวดเร็วและในปริมาณความถี่สูง เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ สื่อโทรทัศน์นั้นผู้รับสารสามารถรับสารได้โดยการมองเห็นและการได้ยินพร้อมๆ กัน ซึ่งจะได้เปรียบในแง่ความเข้าใจในสารง่ายกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น จึงทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่น สอดคล้องกับแนวคิดของเสถียร เขยประทับ (2533) ในเรื่องการสื่อสารมวลชนเป็นกิจกรรมที่มีความสลับซับซ้อนและสามารถเข้าถึงมวลชนจำนวนมาก โดยไม่ถูกจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับ Klapper (196) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสารของบุคคลจากแหล่งสารตามความสนใจต่อสื่อที่ได้รับ โดยสามารถตีความสื่อตามทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ เพื่อเลือกจดจำสารในส่วนที่ต้องการไว้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุขุม เกสรสิทธิ์ เรื่องพฤติกรรมการับรู้ข่าวสารการเมืองของพนักงานภาคเอกชนศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานบริษัทเนชั่นพัลลิกซ์ กรุ๊ป จำกัด พบว่าพนักงานส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการเมืองจากโทรทัศน์เป็นประจำ รองลงมาคืออ่านหนังสือพิมพ์เป็นครั้งคราว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของแคลปเปอร์ (Klapper) ว่าถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุดและเห็นว่าเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือมากที่สุดผลที่เกิดขึ้นยังสอดคล้องกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารที่ De Fleur (1988) ได้สรุปรวบรวมงานวิจัยกว่า 20 ชิ้นเกี่ยวกับการแพร่กระจายของข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนผู้รับสาร ในช่วง 4 ทศวรรษว่า การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารในสหรัฐอเมริกานำไปสู่การเปลี่ยนแปลงช่องทางการรับรู้ข่าวสารของประชาชนเกี่ยวกับข่าวสำคัญๆ สื่อโทรทัศน์มักจะถูกระบุจากผู้รับสารชาวอเมริกันว่าเป็นสื่อที่รับรู้เป็นเรื่องแรกเกี่ยวกับข่าวเหตุการณ์สำคัญมากที่สุด ตามมาด้วยสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์ รวมถึงการประชันวิสัยทัศน์คู่แข่งตำแหน่งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ในแต่ละครั้งยังต้องมีการถ่ายทอดสดทางสื่อโทรทัศน์และเผยแพร่ไปทั่วประเทศและทั่วโลก

4. **การมีส่วนร่วมทางการเมืองพบว่า** กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยแต่ถ้าพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละด้านพบว่ากาไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง

โดยเฉพาะการเลือกตั้งระดับชาติ อยู่ในระดับมาก โดยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมากที่สุด รองลงมาคือการเลือกตั้งวุฒิสภา ส่วนการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น อยู่ในระดับปานกลางได้แก่การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือการเลือกตั้งสมาชิกสภาเขตกรุงเทพ สข. และการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพ สก.ตามลำดับ ซึ่งธีรพล เกษมสุวรรณ อ้างถึงความคิดของ Arther W Bromage ว่า การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจะมีความหมายหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความสนใจและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน นอกจากนี้อร์แมนและเวอร์บา (Norman and Verba) กล่าวว่า การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Voting) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ทำให้ประชาชนมีอิทธิพลเหนือผู้นำเพราะทำให้ผู้นำจำเป็นต้องปรับปรุงนโยบายเพื่อคะแนนเสียงของตน ซึ่งการไปใช้สิทธิเลือกตั้งเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบเป็นทางการ ไม่ว่าจะเป็นการไปใช้สิทธิเลือกตั้งทั้งในระดับชาติ เช่น การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การเลือกตั้งวุฒิสมาชิกและในระดับท้องถิ่น เช่น การเลือกตั้งสมาชิกเทศบาล การเลือกตั้งสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

- การทำการตรวจบัญชีรายชื่อผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งก่อนเลือกตั้งและการชักชวนผู้อื่นให้ไปใช้สิทธิเลือกตั้งอยู่ในระดับปานกลาง

- การติดตามสถานการณ์ทางการเมืองจากสื่อมวลชน สื่อใหม่และสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมือง ในระดับน้อย และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมือง จากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ วิทยุและวารสารทางการเมือง สำหรับสื่อใหม่ กลุ่มตัวอย่างมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมือง ในระดับน้อยเช่นเดียวกับสื่อมวลชน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมือง จากสื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) มากที่สุด รองลงมาคือเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม ส่วนสื่อบุคคลกลุ่มตัวอย่างมีการติดตามสถานการณ์ทางการเมืองในระดับน้อยเช่นเดียวกันกับสื่อมวลชนและสื่อใหม่

ในส่วนของสื่อโทรทัศน์ได้นำมาใช้ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้มาก โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความดึงดูดใจทั้งภาพและเสียง และมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้รับได้จำนวนมาก ดังงานวิจัยในต่างประเทศพบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถสร้างอิทธิพลทางอารมณ์ให้เกิดขึ้น โรเจอร์และชูแมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) กล่าวว่าไว้ว่าช่องสารสื่อมวลชนมีความสำคัญมากในขั้นก่อให้เกิดความรู้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของเลิร์นเนอร์ (Lerner) ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนมีส่วนช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจของบุคคลในทางการเมือง

เมื่อพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละด้านจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการชุมนุมเคลื่อนไหวทางการเมืองในด้านชักชวนผู้อื่นไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุด รองลงมาคือการติดตามการอภิปรายของผู้สมัครผ่านสื่อมวลชน การร่วมฟังการอภิปรายหาเสียงตามที่ต่างๆ การร่วมลงชื่อสนับสนุนหรือคัดค้าน การชักชวนผู้อื่นไปเข้าร่วมชุมนุม การเข้าร่วมการชุมนุมเดินขบวน ประท้วง และการเข้าร่วมประชุมกลุ่มกิจกรรมการเมืองน้อยที่สุด ตามลำดับ

สำหรับการที่มีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับน้อย นั้นเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ตอบส่วนใหญ่ไม่ชอบการเมืองหรือไม่สนใจมากที่สุด รองลงมาคือไม่มีเวลา ไม่เห็นประโยชน์ของการรับข่าวสารการเมือง สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนเป็นเพราะสื่อมวลชนมักนำเสนอข่าวด้านเดียวตามที่ตนเองสังกัด ข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนเป็นเรื่องน่าเบื่อ เครียด และรำคาญน้อยที่สุด

5. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยไม่ว่าเพศ อายุ รายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยไม่ว่าเพศ อายุ รายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 24 - 29 ปี 30 - 35 ปี 36 - 41 ปี และ 42 - 47 ปี มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 - 23 ปี จากการศึกษาของอัลมอนด์และเวอร์บา(Almond and Verba) พบว่าการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและการได้รับความรู้ ความเข้าใจทางการเมืองจะเพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงตามอายุ จนกระทั่งวัยกลางคนและจะค่อยๆลดลงทีละน้อย เมื่อถึงวัยสูงอายุ นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาโท มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. รวมถึงประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัลมอนด์และเวอร์บา (Almond and Verba) ซึ่งให้เห็นว่ารายได้ของประชาชนมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารทางการเมือง โดยผู้ที่มิฐานะดีจะมีความสนใจรับข่าวสารทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีฐานะไม่ดี ซึ่งชรัมป์ (Schramm) กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคมแตกต่างกัน ส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับ

สื่อมวลชนและสื่อใหม่ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนเพราะไม่ชอบหรือไม่สนใจมากที่สุด รองลงมาคือไม่มีเวลา ไม่เห็นประโยชน์ของการรับข่าวสารการเมือง โดยสื่อมวลชนมักนำเสนอข่าวด้านเดียวตามที่ตนเองสังกัด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่ตอบส่วนใหญ่เห็นว่าการเมืองเป็นเรื่องผลประโยชน์เห็นแก่ตัว แบ่งพรรคแบ่งพวกไม่เห็นแก่ส่วนรวม ช่วงชิงอำนาจมากที่สุด รองลงมาเห็นว่าน่าเบื่อแม้แต่ทะเลาะกันเอง มีวุ่นวาย ไร้สาระ น่าปวดหัว ไม่อยากรับรู้ปัญหา กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย อยู่ในวัยเรียน ไม่สนใจการเมือง

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ก็จะทำให้มีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยลง ก็จะทำให้มีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยลง ดังที่มิลเบรท (Milbrath) พบว่า ข่าวสารทางการเมืองเป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคล เมื่อสื่อมวลชนมีการถ่ายทอดข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ทางการเมืองมากขึ้น บทบาทของข่าวสารการเมืองจึงมีส่วนช่วยให้ประชาชนได้เกิดความรู้ ความเข้าใจเรื่องราวทางการเมืองมากขึ้น ในส่วนของสื่อโทรทัศน์ได้นำมาใช้ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้มาก โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความดึงดูดใจทั้งภาพและเสียง ดังงานวิจัยในต่างประเทศพบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถสร้างอิทธิพลทางอารมณ์ให้เกิดขึ้น ดังที่โรเจอร์และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) กล่าวไว้ว่าช่องสารสื่อมวลชนมีความสำคัญมากในขั้นก่อให้เกิดความรู้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของเลิร์นเนอร์ (Lerner) ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนมีส่วนช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจของบุคคลในทางการเมือง และเบททิงฮอส (Bettinghaus) กล่าวว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะ

1. สื่อมวลชนควรนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริงและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน ดังประมะสตะเวทิน กล่าวไว้ดังนี้ สื่อมวลชนควรเสนอข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งในแง่ตัวบุคคลซึ่งเป็นผู้นำนโยบายความคิดเห็น เป็นประจำ สม่ำเสมอและต่อเนื่องยอมทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารด้านการเมืองการปกครองโดยอัตโนมัติและค่อย ๆ สะสมจนเกิดเป็นความสนใจขึ้น จนกระทั่งทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เนื่องจากเรื่องของการเมืองการปกครองเป็นเรื่องที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและเข้าใจยากสำหรับคนทั่วไป การได้รับข่าวสารอยู่เป็นประจำจากสื่อมวลชนทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตหรือจากสื่อบุคคลต่าง ๆ จะช่วยอธิบายเรื่องการเมืองการปกครองซ้ำแล้วซ้ำเล่า ย่อมเป็นโอกาสที่ดีที่สุดที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจที่ละเอียดจนถึงขั้นใช้งานได้และทำให้เกิดทัศนคติ การนำเสนอข่าวสาร ความคิดเห็นและข้อโต้แย้งทางการเมืองการปกครองของสื่อมวลชนจะสามารถช่วยกำหนดทัศนคติ ค่านิยมและการตัดสินใจแก่ประชาชนได้และทำให้เกิดการปฏิบัติเมื่อประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ ยอมรับทัศนคติใหม่ เกิดความทะเยอทะยานแล้วสื่อมวลชนก็ทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะกระตุ้นให้ประชาชนลงมือปฏิบัติต่อไปไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการวิพากษ์วิจารณ์ การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นทางการเมืองหรือนโยบายการปกครองของรัฐบาลและพรรคฝ่ายค้าน การมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น การแสดงสาธารณสมบัติ เป็นต้น

2. หน่วยงานของรัฐ องค์กรอิสระและพรรคการเมืองสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ได้มากที่สุด สื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางการสื่อสารทางการเมืองที่ดีที่สุด และถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดอีกด้วย การที่ประชาชนจะมีส่วนร่วมทางการเมืองไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้ง การประชุม การปราศรัยของพรรคการเมืองต่างๆ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและให้ความน่าเชื่อถือมากที่สุดอันดับหนึ่ง รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และ วิทยุ ตามลำดับ ดังนั้นหน่วยงานของรัฐ องค์กรอิสระและพรรคการเมืองสามารถใช้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลให้กับประชาชนได้รับทราบ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้ง การประชุม การปราศรัยของพรรคการเมือง เป็นต้น แต่ต้องเป็นข่าวสารข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับประชาชน

3. ผลการศึกษาชี้ แสดงถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อใหม่ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ถึงแม้การมีส่วนร่วมจะเป็นเพียงมิติหนึ่งของการเป็นประชาธิปไตย และผลการศึกษาสามารถสะท้อนระดับประชาธิปไตยของไทยได้ในระดับการไปใช้สิทธิเลือกตั้งทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น ถือเป็น การมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการ ซึ่งระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองมีหลายระดับ การที่จะให้ประชาชนได้รับรู้และมีส่วนร่วมทางการเมือง ควรจะต้องมีการเรียนการสอนเกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตย สิทธิหน้าที่ของพลเมืองในการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเริ่มต้นตั้งแต่ระดับอนุบาลไปจนถึงมหาวิทยาลัย เพื่อที่จะได้ข้อมูลตรงและสร้างให้เกิดความตระหนัก รับรู้และมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่างถูกต้องเหมาะสมต่อไป