

Key 122184

M 120655



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชน

ในจังหวัดมหาสารคาม

Political communication media and democracy identity building  
among youth in Mahasarakham Province

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สุรีพร คลังพระศรี

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
วันรับ.....
วันลงทะเบียน..... 11 พ.ค. 2560
เลขทะเบียน..... 29. 249746
เลขหนังสือ..... 302.2 ก4737

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

พ.ศ. 2558

2558

๕.2

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2556)

ชื่อเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนใน  
จังหวัดมหาสารคาม  
ผู้ดำเนินการวิจัย สุรีพร คลังพระศรี  
หน่วยงาน สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
มหาสารคาม  
ปี พ.ศ. 2558

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์  
ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นเยาวชนอายุ  
ระหว่าง 18 – 25 ปี ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 396 คน ซึ่งได้จากการสุ่มโดยใช้สูตรของทาโร  
ยามานะ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้  
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของเยาวชน พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี  
อายุ 20 – 21 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา  
และมีรายได้/เดือนมากกว่า 6,001 บาท
2. โดยภาพรวมแล้วสื่อสารทางการเมืองทั้งหมด ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ  
อิเล็กทรอนิกส์ สื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัด  
มหาสารคาม อยู่ในระดับ ทุกครั้ง

แต่เมื่อพิจารณาสื่อแต่ละประเภท พบว่า สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ มีผล  
ต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับทุกครั้ง ส่วนสื่อ  
สิ่งพิมพ์มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัด อยู่ในระดับเป็นบางครั้งเท่านั้น

2.1 การสื่อสารทางการเมืองประเภทสื่อบุคคล พบว่า ครอบครัวและเพื่อน มีผลต่อการ  
สร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับทุกครั้ง ส่วนครู/อาจารย์  
และผู้สมัครเป็นตัวแทนนักการเมืองมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัด  
มหาสารคามอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง

2.2 การสื่อสารทางการเมืองประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า หนังสือพิมพ์ มีผลต่อการสร้าง  
อัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับ ทุกครั้ง ส่วนนิตยสาร ใบปลิว



และแผ่นพับมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับเป็นบางครั้ง

2.3 การสื่อสารทางการเมืองประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และวิทยุ มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับทุกครั้ง

2.4. การสื่อสารทางการเมืองประเภทสื่อเฉพาะกิจ พบว่า การตระเวนหาเสียง ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง การเดินรณรงค์หาเสียง และเสื่อยืด มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับทุกครั้ง ส่วนสติ๊กเกอร์และนิทรรศการมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

Title	Political communication media and democracy identity building
among youth	in Mahasarakham Province
Researcher	Sureepron Klungprasri
Faculty	Major of Communication Arts, Faculty of Management and Science,
	Rajabhat Maha Sarakham University
Year	2015

## ABSTRACT

The purpose of this research is to study political communication media and democracy identity building among youth in Mahasarakham province. The samples for this study were 396 youth who are 18 – 25 years old in Mahasarakham by using Taro Yamane random sampling. Questionnaires were used as research tool to collect data. All Statistic data were analyzed by using computer programe. The methodologies for data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The result found that;

1. In general, most of youth in Mahasarakham are female who are 20 -21 years old and single. They are students in undergraduate degree. Moreover, they earn more than 6,001 baht per month.
2. Political communication media such as personal media, print media, electronic media and specialized media always have a significant impact on the democracy identity building among youth in Mahasarakham.

In the aspect of media types, the results demonstrate that personal media, electronic media and specialized media always have an impact on the democracy identity building among youth in Mahasarakham. However, for print media occasionally affects on democracy identity building among youth in Mahasarakham.

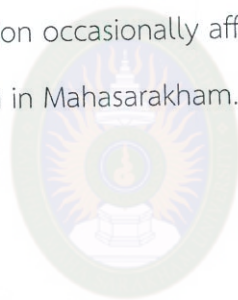
- 2.1 According to personal media it was found that family and friends always affect the democracy identity building among youth in Mahasarakham.

However, teachers and political candidates occasionally affect on democracy identity building among youth in Mahasarakham.

2.2 For print media, it shows that newspapers always have a crucial impact on democracy identity building among youth in Mahasarakham. However, magazines, handbills and brochures occasionally affect on democracy identity building among youth in Mahasarakham.

2.3 Regards with electronic media, it demonstrates that computers/internet, televisions and radios always have an impact on democracy identity building among youth in Mahasarakham.

2.4 Refer to specialized media, it was found that electioneering, public billboards and T-shirts campaign always have an impact on democracy identity building among youth in Mahasarakham. However, sticker campaign and exhibition occasionally affect on democracy identity building among youth in Mahasarakham.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะคณะผู้วิจัยได้รับความกรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลทั้งหลาย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่างๆเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่สนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามจำนวน 396 คน ที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงพระคุณของบิดามารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน



สุรีพร คลังพระศรี

พ.ศ.2558

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
สมมุติฐานของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	6
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง	15
แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	38
การวิเคราะห์ข้อมูล	39
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	41
บทที่ 4 ผลการวิจัย	49

บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	64
	สรุปผลการวิจัย	64
	อภิปรายผล	66
	ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม		71
	บรรณานุกรมภาษาไทย	71
	บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	77
ภาคผนวก		80
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	80
ประวัติผู้วิจัย		88



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามเพศ	50
2	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามอายุ	50
3	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามสถานภาพ	51
4	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามระดับการศึกษา	51
5	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามอาชีพ	52
6	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	52
7	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อทางด้านสื่อบุคคลที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย	53
8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย	54
9	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อทางด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย	54
10	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อทางด้านสื่อเฉพาะกิจที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย	55
11	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อต่างๆที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย	56
12	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองประเภทต่างๆที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม	57
13	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อบุคคล ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม	58
14	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม	59

- 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสาร  
ทางการเมืองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์  
ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม 60
- 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสาร  
ทางการเมืองผ่านสื่อเฉพาะกิจ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์  
ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม 61
- 17 ผลวิเคราะห์ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้าง  
อัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม 62



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

การสื่อสารเป็นขบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน ข้อเท็จจริง ทักษะ และความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ต่างๆจากบุคคลหนึ่งไปบุคคลหนึ่ง นอกจากนั้นการสื่อสารยังเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ทั้งในด้านการดำเนินชีวิต สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมืองและการศึกษา การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการพิเศษหรือฟันเฟืองของเครื่องจักรทางสังคม (เกคินี จุฑาวิจิตร, 2548:30) ซึ่งปัจจุบันชีวิตของมนุษย์ย่อมเกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนไม่อย่างใดก็อย่างหนึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลเหนือจิตใจของประชาชนซึ่งกำหนดและชักจูงใจให้เกิดความรู้สึกหรือเปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดปฏิกิริยาสัมพันธ์กันในระหว่งมวลมนุษยชาติ และทำให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ อีกทั้งทำให้สังคมดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง หากไม่มีการสื่อสารเมื่อนั้นก็ไม่มีสังคมและในทางตรงกันข้ามหากไม่มีสังคมก็ไม่มีการสื่อสาร นอกจากการสื่อสารและสังคมจะเป็นเสมือนเงาของกันและกันแล้ว การสื่อสารยังได้รับอย่างกว้างขวางว่าเป็นพลังหลักสำคัญในการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือและวิธีการที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงและความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆทั้งต่อปัจเจกบุคคล ต่อองค์กรและต่อสังคมทำให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลสื่อสารแก่การดำเนินชีวิตมีความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่างๆรวมทั้งสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นหรือทัศนคติของบุคคล ตลอดจนอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตและแบบแผนแห่งความเป็นอยู่ทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและการเมืองได้

โดยเฉพาะในด้านการเมืองแล้วการมีความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการมีความรู้ความเข้าใจและเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนจะเป็นตัวบ่งชี้ว่าการเมืองนั้นมีการพัฒนาหรือไม่อย่างไร กล่าวคือ หากประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองสูงย่อมก่อให้เกิดการพัฒนาทางการเมืองสูงไปด้วยในทางกลับกันหากประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและการเข้ามามีส่วนร่วมในระดับต่ำการพัฒนาทางการเมืองย่อมต่ำไปด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งการที่จะทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองได้นั้น การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นพลังหลักในการพัฒนาบ้านเมือง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือและวิธีการที่สำคัญ ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นพลังหลักในการพัฒนาทางการเมืองของระบบการเมืองเช่นเดียวกัน กล่าวคือ การ



สื่อสารทางการเมืองจะช่วยให้ประชาชนได้รับรู้ประสบการณ์ต่างๆทางการเมือง เมื่อประชาชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ก็อาจจะก่อให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนมากยิ่งขึ้น ซึ่งนับได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองเป็นปัจจัยที่จำเป็นของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ทั้งนี้เพราะการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระบบการเมืองจะทำให้ผู้ปกครองสามารถรับรู้ถึงความต้องการของประชาชนและสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้เป็นอย่างดี (พฤทธิสาณ ชุมพล,ม.ร.ว., 2530 : 151-152) ในการดำเนินการ การออกกฎข้อบังคับหรือนโยบาย และการนำข้อบังคับ นโยบายไปปฏิบัติซึ่งจะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนนั้น ฝ่ายประชาชนเองก็สามารถส่งข่าวสารข้อมูลป้อนกลับต่อการกระทำของผู้มีอำนาจทางการเมืองได้อย่างรวดเร็ว ผู้มีอำนาจทางการเมืองก็จะสามารถปรับท่าทีหรือปรับนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น

การที่ประชาชนจะมีความรู้ ความเข้าใจทางการเมือง การพิจารณาในส่วนสำคัญและจะต้องมีวิธีการใช้การสื่อสารเข้ามาเป็นตัวกลางถ่ายทอดประสบการณ์ ความคิดเห็นตลอดจนข้อเท็จจริงต่างๆของประชาชนในสังคม โดยทางการสื่อสาร มนุษย์สามารถเรียนรู้ความคิดใหม่ๆมาสามารถกระตุ้นให้มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เข้าใจการเปลี่ยนแปลงนั้น ตระหนักถึงความสามารถสำคัญของตนเองในทางการเมือง และในที่สุดประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในทางการเมือง และการพัฒนาทางด้านอื่นๆได้มีส่วนร่วมทางการเมืองถือเป็นกระบวนการทันสมัยใหม่ในระบบการเมืองการปกครองแบบประชาธิปไตยซึ่งการที่เยาวชนประชาชน หรือประชาสังคม มีการรับรู้สารทางการเมืองผ่านช่องทางต่างๆเข้าใจในบทบาทของตนเองต่อการพัฒนาแนวความคิดอุดมการณ์ประชาธิปไตย สิ่งนี้จะนำไปสู่การพัฒนาทางการเมืองได้เป็นอย่างดี สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือและช่องทางที่สำคัญในการสร้างความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมือง และจะนำไปสู่การพัฒนากระบวนการเมืองในภาพรวมการที่จะทำให้การเมืองการปกครองมีความเป็นประชาธิปไตยที่ดี จะให้ระบบการเมืองมีเสถียรภาพและมีประสิทธิภาพที่ดี จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการแก้ไขต่างๆ ที่เพียงพอเพื่อทำหน้าที่ในการสื่อสารข่าวสารและเชื่อมโยงสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้น กล่าวคือจะต้องมีระบบการสื่อสารและการเชื่อมโยงสังคมกับรัฐบาลให้เข้ากัน และเพื่อให้เส้นทางการสื่อสารภายในสังคม ภายในรัฐบาลและระหว่างรัฐบาลและสังคมดีขึ้น (สภิต นิยมญาติ, 2524 : 137-138) กระบวนการสื่อสารทางการเมืองจังหวัดมหาสารคามในปัจจุบันสามารถพิจารณาได้จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคม รวมทั้งทุนนิยมแบบโลกาภิวัตน์ได้ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ก่อให้เกิดวิถีชีวิตแบบใหม่ของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม รวมไปถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง กระบวนการสื่อสารทางการเมืองในยุคโลกาภิวัตน์จึงมีความเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยกระบวนการดังกล่าวได้ถูกผสมผสานเข้ากับ

สื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางสื่ออินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ส่งตรงต่อผู้ชม การส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์ เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสำคัญโดยที่การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการซึ่งประชาชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้โอกาสแสดงทัศนะและเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนรวมทั้งมีการนำความคิดเห็นดังกล่าวไปประกอบการพิจารณาเป็นนโยบายและการตัดสินใจของรัฐ การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการสื่อสารในระบบเปิด กล่าวคือ เป็นการสื่อสารสองทางทั้งอย่างเป็นทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการซึ่งประกอบไปด้วยการแบ่งสรรข้อมูลร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย และเป็นการเสริมสร้างความสามัคคีในสังคม ปัจจุบันการสื่อสารทางการเมืองในประเทศไทยได้มีความเข้มข้นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น กระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่เป็นเทคโนโลยีที่สมัยและกลยุทธ์การสื่อสารแบบใหม่ คือการใช้อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม, VDO Link, Phone-In เป็นต้น ได้นำเป็นเครื่องมือในการต่อสู้ทางการเมืองของแต่ละฝ่าย ดังนั้น ประชาชนที่ได้รับสื่อทางการเมืองหรือการสื่อสารในปัจจุบัน ต้องมีการพิจารณาอย่างพินิจพิเคราะห์ข้อมูลด้วยความมีเหตุมีผล และรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงทางการเมืองโดยไม่หลงเชื่อกระบวนการโฆษณาชวนเชื่อในการปลุกกระดมเพื่อก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประเทศชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งรัฐบาล สื่อมวลชน ควรมีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ภาคประชาชนในเรื่องเกี่ยวกับประชาธิปไตยอย่างถูกต้อง และเสริมสร้างการเมืองภาคพลเมืองให้มีความเข้มแข็งและรู้เท่าทันนักการเมือง และพรรคการเมืองหรือกลุ่มทางการเมืองในแต่ละฝ่ายที่ขับเคลื่อน และต่อสู้ทางด้านความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน และทำอย่างไรจึงจะนำไปสู่ความสามัคคีของประชาชนรวมทั้งส่งเสริมกระบวนการพัฒนาและเรียนรู้ประชาธิปไตยในสังคมไทย

ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เยาวชนได้รับรู้ประสบการณ์ทางการเมือง ตลอดทั้งอุดมการณ์ทางการเมืองในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะเยาวชนถือว่าเป็นกำลังสำคัญของชาติในอนาคตเป็นกำลังสำคัญที่จะช่วยพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าต่อไป ซึ่งหากเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมือง โดยผ่านการรับรู้ทางการเมืองจากสื่อสารมวลชนกระบวนการเหล่านี้สามารถถล่มเมฆาทางการเมือง ตลอดจนสร้างอัตลักษณ์ทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของเยาวชนให้ดีขึ้น นับได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองเป็นปัจจัยที่สำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตยในทางกลับกันประชาชนหรือประชาสังคมเองก็สามารถส่งข่าวสารข้อมูลป้อนกลับ (feedback) สะท้อนการกระทำของผู้มีอำนาจทางการเมืองได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน จึงถือได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับเยาวชนได้อย่างมาก



จากความสำคัญของการสื่อสารดังกล่าว จึงเป็นประเด็นที่ควรจะศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อจะได้เข้าใจถึงบทบาทของการสื่อสารทางการเมือง ปัจจัยสำคัญ ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารทางการเมือง รูปแบบ วิธีการ และช่องทางในการสื่อสารทางการเมืองว่ามีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์แก่เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามอย่างไรบ้าง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสื่อในการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาประเภทของสื่อทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนชายและหญิงอายุตั้งแต่ 18-25 ปี จำนวน 396 คน ในจังหวัดมหาสารคาม

### สมมุติฐานของการวิจัย

1. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารทางการเมืองมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามที่แตกต่างกัน
2. ระดับของการสื่อสารทางการเมืองของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามมีผลกระทบต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยที่แตกต่างกัน



## นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง รูปแบบ วิธีการและช่องทาง ที่สื่อสารในกระบวนการสื่อสารทางการเมือง ในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองที่เกิดขึ้นในส่วนต่างๆของระบบการเมือง ประเภทสื่อสารทางการเมือง ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อบุคคล หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลหนึ่งแบบตัวต่อตัว ทั้งโดยเห็นหน้าค่าตา เช่นการพูดคุยกันตรงหน้า และการไม่เห็นหน้าค่าตา เช่นการพูดคุยโทรศัพท์ เป็นต้น รวมไปถึงการสื่อสารภายในกลุ่มย่อยที่ทุกคนสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้อย่างทั่วถึง ในการวิจัยนี้สื่อบุคคลได้แก่ ครู/อาจารย์ เพื่อน คนในครอบครัว ผู้สมัครเป็นผู้แทน(นักการเมือง)

สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ และใบปลิว

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต และวิทยุกระจายเสียง

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อ เครื่องมือ ช่องทางที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เป็นรูปแบบเฉพาะกิจของการสื่อสารทางการเมือง ได้แก่ การตระเวนหาเสียง ป้ายโฆษณากลางแจ้ง การเดินรณรงค์หาเสียง หุ่นจำลอง นิทรรศการ เสื้อยืด และสติ๊กเกอร์

อัตลักษณ์ประชาธิปไตย หมายถึง ลักษณะความเป็นตัวตนของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงพฤติกรรมที่แสดงออกทางการเมืองมีการถ่ายทอด หรือสิ่งเร้าทางการเมืองส่งผลให้เกิดพฤติกรรมทางการเมืองขึ้น โดยมีทัศนคติหรือความโน้มเอียงทางการเมืองที่เป็นแบบประชาธิปไตยมีหลักเกณฑ์ คือ ต้องมีความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตย มีหลักความเสมอภาค หลักแห่งเสรีภาพ ต่างเคารพในกติกาของสังคมในระบอบประชาธิปไตย ถือหลักในการตัดสินใจด้วยเสียงข้างมาก มีส่วนร่วมทางการเมืองการปกครอง มีความสำนึกในหน้าที่ของพลเมือง

เยาวชน หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 18 - 25 ปี บริบูรณ์ โดยมีสัญชาติไทยและไม่เป็นบุคคลทุพพลภาพหรือบุคคลที่อยู่ในพินิจสงเคราะห์ใดๆที่อาศัยอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงการสื่อสารทางการเมืองประเภทที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

2. ได้ทราบถึงระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม
3. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับหน่วยงานของรัฐในการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองต่อไป



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัย “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม” ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง
3. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

Jame K. Mcquail (2000: 616) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ (Exposure) หมายถึง การที่ประสาทสัมผัสของผู้บริโภคถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกเองว่าสิ่งเร้าใดตรงกับความต้องการของตน โดยจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งเร้าที่ตนเองไม่ต้องการ ไม่สนใจ และเห็นว่าไม่สำคัญ การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งต่อการสื่อสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในของผู้รับสาร เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยภายนอก ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสาร มี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือ (Instrumental Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับสารผู้รับสารตั้งใจเจาะจงจะเปิดรับ โดยมีจุดมุ่งหมายว่าจะนำเอาข่าวสารไปใช้ประโยชน์บางอย่าง
  2. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม (Ritualistic/Habitual Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับที่ไม่ได้มีเป้าหมายพิเศษ ไม่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้วว่าจะนำเอาความรู้ไปใช้ประโยชน์อะไรเป็นการเปิดดูเพราะความเคยชิน ดูไปเรื่อยๆ ไม่ได้เจาะจงคาดหวังอะไรเป็นพิเศษ
- ทั้งนี้ สามารถจำแนกพฤติกรรมการเปิดรับได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้อยคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจและอยากรู้ เช่น การรับฟังรายการวิทยุที่ตนเองชื่นชอบ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) เป็นการที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำหรือความต้องการเรียนรู้รู้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์



พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2547: 243) ได้กล่าวว่าภาพพจน์ของการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามคุณลักษณะ ดังนี้

1. เลือกรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์จะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายากก็มักจะไม่ได้รับการเลือก ดังนั้น ผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อที่ตนไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก เป็นสื่อที่จัดหาได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ

2. เลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่มีความสอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมของตนเอง

3. เลือกรับสื่อที่สะดวกและนิยม (Convenience and Preferences) ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวก เช่น ผู้รับสารบางคนต้องใช้เวลาในการเดินทางอยู่บนรถยนต์ ดังนั้นสื่อที่สะดวกในการเปิดก็คือ วิทยุ เป็นต้น

4. เลือกรับสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนจะติดอยู่กับการเปิดรับสื่อเดิมๆ ที่ตนเปิดรับอยู่เป็นประจำ ซึ่งมักพบในบุคคลที่มีอายุมากที่รับสื่อใดซ้ำๆ และไม่สนใจสื่อใหม่ๆ

5. เลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะของสื่อมีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร เช่น บางคนชอบที่จะเปิดรับข่าวสารในสถานที่ต่างๆ ก็จะนิยมสื่อที่สามารถพกพาได้ จึงเปิดรับหนังสือหรือหนังสือพิมพ์ ในขณะที่บางคนชอบสื่อที่มีภาพและเสียงก็จะนิยมสื่อโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า ในการเปิดรับสื่อใดๆ ของผู้รับสารนั้น มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องมากมายซึ่งนอกจากการเลือกเปิดรับสื่อต่างๆ ที่มีอยู่อย่างมากมายแล้ว ผู้รับสารยังมีโอกาสเลือก เปิดรับหรือไม่เปิดรับข่าวสารต่างๆ ที่ส่งผ่านสื่อ ทั้งนี้ มีรายละเอียดในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อดังจะกล่าวถึงต่อไป

ชนาธิป วิทาโน (2546 : 15) ได้กล่าวว่าตัวชี้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้วัดสื่อ

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน แม็คคลอว์ กล่าวว่าการวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อ มีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of medium) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อ จึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในเชิงจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจน เมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อ โดยใช้ความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในด้านหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น



Sissors & Bumba (1996 : 112) ได้กล่าวว่า การเปิดรับสื่อขึ้นกับความชอบส่วนบุคคล โดยการเปิดรับสื่อนั้นสามารถวัดได้จากโอกาสที่บุคคลจะเปิดรับสื่อ ซึ่งเกิดจากการเป็นเจ้าของสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์หรือการซื้อหนังสือพิมพ์เป็นประจำหรือชั่วคราว ชั่วคราว ตลอดจนการมีหนังสือพิมพ์ในบ้าน เช่น ผู้ที่ชอบอ่านนิตยสารหรือชอบดูภาพยนตร์มากก็จะจัดสรรเงินไว้ซื้อสื่อที่พวกเขาชอบ โดยตัดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ออกไป

พรกมล รัชนาภรณ์ (2547: 24) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนสนใจ หรือมีผู้แนะนำ หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์ หรือชมรายการโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวกับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่อ่าน หรือเปิดดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ชนาธิป วิทาโน (2546: 15) ได้กล่าวว่าตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้วัดสื่อ

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหาหรือรายการที่แตกต่างกัน

พีระ จิโรสมณ (2547: 636-639) ได้กล่าวว่า การคัดเลือกรับสื่อของบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ตามสภาพแวดล้อม ความต้องการความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง และแหล่งในการเปิดรับข่าวสารนั้นผู้รับสารจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดของตนอยู่เสมอ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารแล้วผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension) (Selective Exposure) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Retention) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention) ความเข้าใจของตนเอง และตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ รวมทั้งความคาดหวังตามสภาวะร่างกาย

3. กระบวนการจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ การเลือกจดจำเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสาร บางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธแต่แรกโดยการอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับ

ปรมะ เสดะเวทิน (2547: 122) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกการสื่อสาร คือ

1. ความต้องการ (Needs) เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งทางกายและใจ ในระดับสูงหรือต่ำ ย่อมเป็นตัวเลือกของเราเราเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ

2. ทักษะคติและค่านิยม (Attitudes and Values) ทักษะคติความชอบและความมีใจโน้มเอียง (Preference and Predispositions) ต่อเรื่องค่านิยมคือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่เราควรจะทำหรือไม่ทำในการสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ดังนั้นทักษะคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมาย และการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย สำหรับการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพการเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้น จะมีอิทธิพลต่อการเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมาย

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย เลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจและจดจำสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น คนที่จะซื้อรถใหม่หาบทความหรือโฆษณามาอ่าน การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ ฯลฯ เป็นการกระทำของการเลือกของเรา มีวัตถุประสงค์เพื่อเอาข่าวสารมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารนั้นเป็นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ของเรา คือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุหรือโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้ หมายความว่า สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารต่างๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกของมวลชน การที่คนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและจดจำข่าว การที่คนเราคิดว่าคนอื่นมองอย่างไร เชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไรล้วนมีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา



8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร แต่ละคนมีการรับสารอันเป็นผลจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดหนึ่งรายการประเภทใดประเภทหนึ่ง เราจึงเลือกที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง ติความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งและเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

### ประเภทสื่อ

ปรมา สตะเวทิน (2546: 134-135) ได้กล่าวว่า สื่อเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารให้ติดต่อกัน ดังนั้นสื่อจึงเป็นองค์ประกอบประการหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของพฤติกรรมการสื่อสาร ในการสื่อสารผู้ส่งสารจึงจำเป็นต้องเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เนื่องจากสื่อ แต่ละชนิดมีความสามารถเข้าสู่ระบบของการรับรู้ของผู้รับสาร โดยผ่านประสาทสัมผัสที่แตกต่างกัน เช่น การเห็นจากสื่อสิ่งพิมพ์ การได้ยินจากวิทยุกระจายเสียง และการเห็นและได้ยินจากภาพยนตร์โทรทัศน์ ซึ่งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารซึ่งประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกันได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ซึ่งสื่อมวลชนมีคุณสมบัติที่ดีกล่าวคือ สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ได้ในเวลาอันรวดเร็ว สามารถให้ความรู้และข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

2. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เช่น หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพสไลด์ นิตยสาร เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติที่ดีของสื่อเฉพาะกิจก็คือ ผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวเฉพาะเรื่องให้กับผู้รับสารเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น สื่อสามารถทำให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวสาร ความรู้โดยตรง และถูกต้อง อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้

3. สื่อบุคคล (Person Media) หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้สารเผชิญหน้าทั้งในรูปของการสนทนาหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการติดต่อสื่อสารก่อให้เกิดผลดี คือ สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ข่าวสาร เป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่นปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆ ไปได้ และยังทำให้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ทันที

ศลีลา ปิ่นเพชร (2546: 26) ได้กล่าวว่า ในส่วนของประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล

ในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจในเรื่องเรื่องหนึ่งอย่าง ถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล (2547: 81-83) ได้แบ่งชนิดของสื่อดังนี้

1. สื่อพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร โปสเตอร์ ใบประกาศ
2. ภาพ ได้แก่ ภาพนิ่ง ภาพยนตร์ ภาพร่าง ภาพวาด
3. วิทยุกระจายเสียง
4. ภาพยนตร์-โทรทัศน์
5. สื่อคำพูด

วิจิตร อวระกุล (2547: 109) ได้แบ่งประเภทของสื่อโดยอาศัยหลัก ดังนี้

1. แบ่งโดยวิธีการใช้ (Method Classified According to USE) สามารถแบ่งได้

ดังนี้

1.1 การติดต่อสื่อสารเป็นรายบุคคล (Individual Contacts)

1.2 การสื่อสารเป็นกลุ่ม (Group Contacts)

1.3 การสื่อสารกับมวลชน (Mass Contacts) ได้แก่

2. แบ่งโดยวิธีพิจารณาจากรูปแบบของสื่อเป็นหลัก (Method Classified

According to Form) สามารถแบ่งได้ ดังนี้

2.1 ประเภทสื่อคำพูด ลมปาก (The Spoken Word Oral Communication)

2.2 ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (The Printed Word)

2.3 ประเภทภาพและเสียง (Sight and Sound)

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2547: 216) ได้แบ่งประเภทของสื่อโฆษณาออกเป็น

ดังนี้

1. สื่อโฆษณาประเภทสื่อพิมพ์ (Print Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ ใบปลิว แผ่นพับ (Leaflet, Folder, Brochure) คู่มือการใช้สินค้า (Booklets) แบบตัวอย่างสินค้า (Catalogs)

2. สื่อโฆษณาประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ (Broadcasting Media) ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์

3. สื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ หมายถึง สื่อใดๆ ที่นอกเหนือจากสื่อที่กล่าวแล้วข้างต้นและใช้กันทั่วไปในการโฆษณา สื่อเหล่านี้จะได้แก่ สื่อที่ใช้ในการโฆษณา ณ จุดขาย เช่น โปสเตอร์ธงราว ป้ายโฆษณา ป้ายราคาต่างๆ สื่อโฆษณานอกสถานที่ เช่น แผ่นป้ายต่างๆ ที่อยู่บนอาคารสูงๆ หรือตามสี่แยก ป้ายโฆษณาที่ติดกับรถยนต์โดยสารต่างๆ และโฆษณาที่ป้ายรถประจำทาง เป็นต้น



มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2548: 912) ได้แบ่งสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ออกได้ เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. สื่อบุคคล (Human Media) ได้แก่ บุคลากร ประชาชน กลุ่มชน ครอบครัว ครู นักเรียน พระ ผู้นำทางความคิดเห็น ผู้ประกอบอาชีพต่างๆ เป็นต้น
2. สื่อประเพณี (Traditional Media) ได้แก่ บุคคล คณะบุคคลและเครื่องอุปกรณ์ที่ เกี่ยวกับการแสดงและการแสดงออก ซึ่งวัฒนธรรมของชาติที่สืบทอดกันมาแต่โบราณกาล
3. สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคล ที่เกี่ยวกับการผลิตและ เผยแพร่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ แล็บเสียง แล็บภาพทัศน์หรือ อื่นๆ ที่ไปถึงมวลชน
4. สื่อโทรคมนาคม (Telecommunication Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน หรือกลุ่ม บุคคลที่เกี่ยวกับการบริการส่งข่าวสารทางไกลด้วยเครื่องมือโทรคมนาคม เช่น ระบบไปรษณีย์ โทร เลข โทรศัพท์ โทรสาร โทรพิมพ์ วิทยุคมนาคมต่างๆ เป็นต้น
5. สื่อข้อมูล (Data Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ สื่อสารข้อมูล (Data Communication Services) โดยอาศัยเครื่องและระบบคอมพิวเตอร์
6. สื่อบูรณาการ (Intergrated Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวกับการ บริการสื่อสาร โดยอาศัยการผสมประสานระบบเครื่องมือและบริการต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น เท เล็กซ์ (โทรเลข+โทรพิมพ์) เทเลเท็กซ์ (โทรเลข+โทรศัพท์+คอมพิวเตอร์) วีดีโอเท็กซ์ (โทรศัพท์+ โทรทัศน์+คอมพิวเตอร์) เทเลแฟกซ์ (โทรสาร+โทรศัพท์) เป็นต้น
7. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) คือ สื่อที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งสร้างขึ้น ชื่อ หรือ เข้ามา เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ เช่น นิตยสาร หรือ วารสารขององค์กร ภาพยนตร์หรือภาพทัศน์ที่สร้างเองทำเอง ระบบอินเตอร์คอม (Intercom) ระบบ โทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television) ระบบวิทยุคมนาคมขององค์กร ระบบข้อมูล หรือ ระบบโทรคมนาคมต่างๆ ที่เข้าจากองค์กรหรือสถาบันที่ให้บริการ เป็นต้น

#### ลักษณะการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

พรทิพย์ วรกิจโกคาทธร (2549: 292) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสาร จะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้น จะใช้ความ พยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ยากๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนัก มักเลือกในสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบท

ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับวิทยุเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่นเป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระ ความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่สะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคม ที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยรับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ มักไม่สนใจ วิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อ เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลักแต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อ ที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคากฎและสามารถติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ทำให้ภาพเป็นจริงได้ ไร้ใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย เป็นต้น

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์กับผู้รับสารต่อข่าวสารว่ามีอยู่ 4 อย่าง คือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง ฟังหรืออ่านข่าวกีฬาที่ตนเองเล่น หรืออ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักไม่ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ว่าข่าวสารจะเป็นประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นพฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือ ความสะดวกในการรับข่าวสารนั้นมา

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่งและยังอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมีประสบการณ์ใหม่ๆ ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร



จากความหมายต่างของการรับสื่อ สามารถสรุปได้ว่าการเปิดรับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลาช่วงเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วยเพื่อให้เข้าถึงข่าวสารมีอยู่ 4 อย่างคือ

1) ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง ฟังหรืออ่านข่าวกีฬาที่ตนเองเล่น หรืออ่านข่าวที่จะเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

2) ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยมหรือทัศนคติของตนข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักไม่ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3) ความต้องการข่าวสารที่สะดวกต่อการได้มา ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสารนั้นจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์ และสอดคล้องกับตนเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจรับการเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นพฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

4) ความอยากรู้อยากเห็น เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลง มีประสบการณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลาเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

### กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร

แคลบเปอร์ (ชนาธิป วิทาโน, 2546: 21; อ้างอิงจาก Klapper, 1960: 19 – 25) ได้กล่าวว่าการเลือกรับข่าวสารนั้นประกอบด้วยกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Processes) ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective) แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิม และพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมจะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” ซึ่งบุคคลอาจจะลดภาวะความไม่สมดุลนี้ได้ โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นเดิมของตน

2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

เป็นต้น ดังนั้น ผู้รับสารจะตีความผิดพลาด หรือบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางที่ตนเองพึงพอใจ ให้สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้ง หรือเรื่องที่ไม่ตรงกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติ หรือเสริมความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสาร จึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2549: 295) ได้ให้ความหมายของการดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร คือ “กระบวนการที่ตัวกระตุ้นมีการรับแปลความหมาย เก็บไว้ในความทรงจำ และสุดท้ายก็นำมาใช้อีกครั้งหนึ่ง” จากความหมายจะเห็นได้ว่ามีความสำคัญต่อการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการโฆษณาเป็นอย่างมาก และได้อธิบายขั้นตอนของการดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การเปิดรับ (Exposure) รับตัวกระตุ้นผ่านทักษะ 1 ใน 5 หรือมากกว่านั้น
2. ความตั้งใจ (Attention) จัดสรรความพยายามในการดำเนินกรรมวิธีข่าวสารแก่ตัวกระตุ้นที่รับมา
3. ความเข้าใจ (Perception / Comprehension) ทำการแปลตัวกระตุ้น
4. การยอมรับ (Acceptance) ระดับการก่ออิทธิพลของตัวกระตุ้นที่มีต่อความรู้ และหรือทัศนคติของผู้บริโภค
5. การเก็บรักษา (Retention) การย้ายตัวกระตุ้นที่แปลความหมายแล้วไปยังความทรงจำระยะยาว

ดังนั้น แนวคิดด้านการเปิดรับสื่อทำให้สามารถนำมาเชื่อมโยงกับงานวิจัยเกี่ยวกับ การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม ในด้านการศึกษาถึงลักษณะการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ที่นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับประเทศทำให้ผู้รับสารได้รับทราบทั้งในรูปของภาพ ข้อความ ข่าวสาร รายการประเภทต่าง ๆ ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงความต้องการรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ซึ่งส่งผลต่อแนวคิดเกี่ยวกับประชาธิปไตยของเยาวชนในการค้นหาและพิจารณาความรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเมืองที่เหมาะสมกับตนเองที่ตนเองสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ตอบสนองความต้องการของตนเอง และสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาความรู้ในด้านประชาธิปไตยให้ได้มากที่สุด



## แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

### ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

เสถียร เขยประทับ (2550 : 43) กล่าวว่า สังคมมนุษย์ในปัจจุบันมีความสลับซับซ้อนสูงขึ้น รวมทั้งของข่าวสารมีปริมาณมากเกินไปขีดความสามารถของสังคมมนุษย์ ในปัจจุบันซึ่งมีความสลับซับซ้อนสูงขึ้นดังนั้นโอกาสในการติดต่อสื่อสารกันแบบซึ่งหน้า จึงไม่สามารถกระทำได้ในทุกๆโอกาสยิ่งในยุคโลกไร้พรมแดน (Globalization) ด้วยแล้วจำเป็นต้องยอมรับตัวแปรที่ทำให้การสื่อสารมีความแตกต่างกัน กล่าวคือระยะทาง เวลา โอกาส ปริมาณของสาร ความซับซ้อนของสาร และคุณภาพของช่องทางในการสื่อสาร ดังนั้นการให้ความหมายของการสื่อสาร จึงเปลี่ยนไปมีความหมายกว้างขวางไปจากเดิมคำว่า "Communication" ไม่ใช่เป็นเพียงการสื่อสารกันแบบต่อหน้าเท่านั้น แต่จะหมายถึงการสื่อสารแบบไม่ต้องเห็นหน้ากันเรียกว่าการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) หรือการสื่อสารทางไกล (Telecommunication) และการสื่อสารภายในบุคคล

พงษ์ศรี บุญสุวรรณ (2547 : 7-8) กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ การสื่อสารที่มุ่งให้เกิดผลต่อหน้าที่ในการปกครองประเทศให้ดำรงอยู่และดำเนินต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ การเมืองเป็นกลไกอำนวยการประโยชน์ให้แก่ คนส่วนใหญ่ในสังคม การเมืองที่พัฒนา คือ การเมืองที่มีเสถียรภาพมีความมั่นคง สามารถต้านแรงกดดันภายนอกได้ ไม่มีลักษณะประปรายแต่ทำหลายอย่างการสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นภาระหน้าที่ซึ่งดำเนินการอยู่ในระบบการเมืองอย่างแพร่หลาย จึงเป็นกระบวนการสังคมประภคซึ่งหมายถึง กระบวนการอันยาวนาน ชั่วชีวิต ทางจิตวิทยาสังคมที่บุคคลจะหล่อหลอมตนเองให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมการสร้างเครือข่ายผลประโยชน์ การประสานประโยชน์ การสร้างกฎ การปรับเปลี่ยนกฎต่างดำเนินการโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือทั้งสิ้น เช่น ฝ่ายนิติบัญญัติมีหน้าที่ออกกฎหมายบนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้รับจากการสื่อสารจากส่วนต่าง ๆ ของการเมือง กล่าวได้ว่า กระบวนการทางนิติบัญญัติก็ ดำเนินการด้วยวิธีการของการสื่อสารเช่นกัน

พฤทธิสถาน ชุมพล, ม.ร.ว. (2547 : 194-198) กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการหนึ่ง ของระบบการเมืองนักรัฐศาสตร์ได้ให้ความสนใจต่อผลของการสื่อสารต่อระบบการเมืองที่สำคัญ

อัลมอนด์ และเพาเวลล์ (Almond and Powell) ซึ่งนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ลูเซียน พาย กล่าวว่า การสื่อสารเป็นเส้นใยมนุษย์เข้าด้วยกันเป็นสังคม มีปฏิสัมพันธ์กันด้วยการสื่อสาร การสื่อสารจึงเป็นตัวกำหนดทิศทางการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ก่อให้เกิดการพัฒนาการเมืองจากสังคมดั้งเดิมสู่สังคมสมัยใหม่ ลักษณะการสื่อสารในสังคมมี 3 ลักษณะ

1. ในสังคมดั้งเดิม กระบวนการสื่อสารรวมอยู่ในกระบวนการสื่อสารสังคมอื่น ๆ ขนชั้นนำจะเป็นตัวกำหนดการไหลเวียนของข่าวสาร

2. ในระยะเปลี่ยนแปลง การสื่อสารมีความเป็นทวิลักษณ์ ในด้านหนึ่งใช้ระบบเทคโนโลยี อีกด้านหนึ่งเป็นการสื่อสารแบบพบหน้ากัน

3. ในสังคมสมัยใหม่ (โดยเฉพาะในระบบการเมืองประชาธิปไตย) เป็นการสื่อสารโดยสื่อมวลชนเชื่อมโยงกับการสื่อสาร โดยผู้นำทางทัศนคติที่ไม่เป็นทางการต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อบุคคล พบปะกันเป็นประจำ

อัลมอนต์ ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าการสื่อสารเป็นการช่วยให้ระบบการเมืองทำหน้าที่อื่น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างผลประโยชน์ การรวมผลประโยชน์ การกำหนดนโยบายและนำนโยบายไปปฏิบัติการ สื่อสารทางการเมืองจึงทำหน้าที่ควบคุมผู้ควบคุม การนำเข้าและส่งออกของระบบการเมือง

### ลักษณะสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง

1. ผู้สื่อสารจะประกอบด้วยกลุ่มบุคคล กลุ่มแรก คือ แหล่งข่าวเป็นรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มผลักดันฝ่ายประชาชนและอีกกลุ่มหนึ่ง คือ สื่อมวลชน

2. ข่าวสารจะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ในความหมายของการจัดสรรการต่อสู้แย่งชิงปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เนื้อหาทางการเมืองเป็นเรื่องราวที่อยู่ในปริมณฑลของสาธารณะ (Public Affairs) ได้แก่ การเลือกตั้ง การแก้ไขกฎหมายการทำงานของหน่วยงานของรัฐตัวบุคคลที่อยู่ในข่าวสารจัดเป็นบุคคลสาธารณะ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็เป็นผลประโยชน์ของส่วนรวม (Public Interest)

3. ช่องทางสำหรับการได้มาซึ่งข่าวสารและการเผยแพร่ข่าวสารนั้น เป็นไปตามหลักของการสื่อสารมวลชนโดยทั่วไป กล่าวคือ มีทั้งรูปแบบที่เป็นแบบฉบับทางการ เช่น การเปิดแถลงข่าวของพรรคการเมือง การสัมภาษณ์ของนายกรัฐมนตรี รวมทั้งรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่นการเจาะข่าวด้วยการค้นคว้าเอกสารหรือเลือกสัมภาษณ์ข้าราชการ

4. คุณลักษณะของการสื่อสารทางการเมือง หรือเป้าหมายการส่งข่าวสารเรื่องการเมืองเป็นเรื่องของการใช้อำนาจจัดการกับสถานะที่เป็นอยู่ให้เป็นไปตามเจตน์จำนงของผู้กระทำการ ดังนั้นการสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้อำนาจเพื่อการโน้มน้าวใจ (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 198)

เสถียร เขยประทับ (2551 : 22-23) ให้นิยามการสื่อสารทางการเมืองแบบง่าย ๆ ว่าเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเกี่ยวกับการเมืองซึ่งหมายรวมถึง

1. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการ โดยนักการเมืองและผู้ปฏิบัติการทางการเมือง

อื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนด

2. การสื่อสารที่ส่งไปยังผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองเหล่านั้น โดยบุคคลไม่ใช่ นักการเมือง เช่น ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง



3. การสื่อสารเกี่ยวกับผู้ปฏิบัติการด้านการเมือง กิจกรรมของบุคคลเหล่านั้นปรากฏในรายงานข่าว บทบรรณาธิการ บทความ หรือในรูปแบบอื่นของการอภิปรายแสดงความเห็นเกี่ยวกับการเมือง โดยสื่อต่างๆ

การสื่อสารมิใช่เป็นเพียงพาหนะในการสื่อความหมายอย่างธรรมดา หากแต่การสื่อสารสามารถช่วยสร้างกรอบความคิดการปฏิรูป การประดิษฐ์ และการสื่อความใด ๆ ด้วย ซึ่งหมายความว่าโครงสร้างของการสื่อสารเป็นตัวกำหนดรูปแบบของสารสนเทศ สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด และการรักษาคุณภาพของระบบสังคมอันเนื่องมาจากการสื่อความหมายดังกล่าว อิทธิพลการสื่อสารแพร่ขยายไปในสังคม และก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมอย่างเห็นได้ชัดเจนอย่างไรก็ตาม อิทธิพลของสื่อมวลชน จะมีบทบาทมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ปริมาณของผู้รับสาร คุณสมบัติของตัวสื่อ พลวัตน์ ภารกิจ ความเป็นพาหนะที่พิเศษ การส่งผลกระทบต่อ และการกล่อมเกลาสังคมของสื่อมวลชนในปัจจุบันอิทธิพลของสื่อมวลชน ดังกล่าวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านปัจเจกชน และสังคมตามมา

การเมืองแบบประชาธิปไตยกับสื่อและหลักการประชาธิปไตยเชิงเสรีนิยมแนวคิดประชาธิปไตยเชิงเสรีนิยม สื่อมวลชนเป็นตัวเชื่อมข่าวสารระหว่างรัฐกับประชาชน สื่อมวลชนจะไม่สามารถแสวงหาหรือเผยแพร่ความจริงได้ ถ้าสื่อมวลชนถูกตัดขาดโดยการตรวจข่าวของรัฐบาล บุคคลหรือองค์กรใด ๆ ในระบอบประชาธิปไตยเสรีนิยม การสื่อสารจะมีบทบาทสำคัญ ในการช่วยก่อให้เกิดการเห็นพ้องต้องกันช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคมที่แตกต่างกันช่วยย้าค่านิยมและเป้าหมายร่วมกันของสังคม สื่อของการสื่อสารช่วยสร้างความคิดเห็นแก่ประชาชน และให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ส่วนรวม ประชาธิปไตยเชิงเสรีนิยมมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ (เสถียร เขยประทับ, 2551 : 41-42)

1. เป็นไปตามรัฐธรรมนูญ (Constitutionality) หรือกฎเกณฑ์เป็นที่ยอมรับกันเกี่ยวกับการปกครองประเทศ สิทธิและเสรีภาพของประชาชน
2. ประชาชนส่วนใหญ่ ต้องสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการประชาธิปไตยสังคมที่จำกัดสิทธิไม่ให้คนส่วนใหญ่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมือง สังคมนั้นไม่ใช่สังคมประชาธิปไตย
3. สังคมประชาธิปไตยต้องเป็นสังคมที่มีทางเลือก เช่น การลงมติรับหรือไม่รับร่างรัฐธรรมนูญ
4. ประชาชนมีความสามารถในการเลือกทางเลือกต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล เพราะเชื่อ

ว่าประชาชนมีความรู้มีการศึกษาการสื่อสารและกระบวนการประชาธิปไตย มีหน้าที่สำคัญ 5 ประการ ของสื่อมวลชนในสังคมประชาธิปไตย คือ

4.1 สื่อต้องให้ข่าวสาร (Inform) แก่ประชาชนหรือสำรวจตรวจสอบว่ามีอะไรเกิดขึ้นรอบตัวเราบ้าง

4.2 สื่อต้องให้การศึกษาหรือสอนประชาชนว่าข้อเท็จจริง (Facts) นั้นมีความหมายหรือความสำคัญอย่างไร

4.3 สื่อต้องเป็นเวทีการแสดงความคิดเห็นของประชาชนฝ่ายต่าง ๆ ก่อให้เกิดมติมหาชน

4.4 สื่อต้องทำหน้าที่ดูแลการทำงานของรัฐบาล และสถาบันการเมืองต่าง ๆ

5. สื่อต้องทำหน้าที่สนับสนุนหรือส่งเสริมความคิดเห็นทางการเมืองผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองที่ไม่อยู่ในกระแสหลัก ที่ปฏิบัติการนอกสถาบันที่ยอมรับกันนั้น อยู่ในฐานะเสียเปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับพรรคการเมืองรัฐบาล และองค์กรของรัฐที่อยู่ในกระแสหลักผู้ปฏิบัติการเหล่านี้ขาดทรัพยากร ที่ทำให้องค์กรที่อยู่ในกระแสหลักสร้างข่าวและกำหนดวาระสำหรับสาธารณะได้ ผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองเหล่านี้ไม่อาจจะเข้าถึงแหล่งการเงินซึ่งเปิดให้องค์กรที่อยู่ในกระแสหลักเข้าถึงได้นั้นจึงไม่เข้าถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่เงินสามารถซื้อหาได้ (เสถียร เขยประทับ. 2551 : 66)

การประชุมขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ณ กรุงเบลเกรด ประเทศ ยูโกสลาเวีย ปี ค.ศ. 1977 ได้กำหนดสาระสำคัญของแนวคิดเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน (Participatory Communication) ไว้ 3 ประการ (จุมพล รอดคำดี, 2549 : 22-23) คือ

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน รวมทั้งประชาชนย่อมได้รับโอกาสในการเลือกรับรายการ หรือมีส่วนร่วมในการเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตน อีกทั้งยังต้องมีช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น หรือแสดงความต้องการสื่อผ่านไปสู่ผู้ผลิตรายการ หรือองค์กรผู้ผลิตสื่อได้

2. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารในทุก ระดับ นั่นคือ ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในทุกๆ ขั้นตอน ทั้งในกระบวนการผลิตรายการ การบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสารต่าง ๆ ในชุมชน

3. การจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของประชาชนในชุมชน ที่มีอำนาจและสิทธิในการตัดสินใจ ตั้งแต่เริ่มคิด กำหนดนโยบาย การวางแผน และการจัดสรรงบประมาณ เป็นต้น ซึ่งนับเป็นการมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญที่สุด

ดังนั้น จากแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองสามารถสรุปความเชื่อมโยงกันระหว่าง การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม คือ การ



สื่อสารทางการเมืองเป็นการนำเสนอแนวคิดที่มีต่อการเมืองซึ่งเป็นความชอบธรรมในการแสดงความคิดเห็นตามระบอบประชาธิปไตย และอยู่ในขอบเขตตามที่กฎหมายกำหนดโดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น

ไม่สร้างความเสียหายต่อสถาบันหลักของประเทศ โดยผู้ที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองจะต้องชี้ให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ความเสียหายที่จะเกิดแก่ส่วนรวม วิธีการแก้ไขปัญหาย่างถูกต้อง ซึ่งลักษณะดังกล่าวเยาวชนซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยที่กำลังศึกษาหาความรู้จะต้องทำความเข้าใจและนำมาพิจารณาตามเหตุและผลแห่งความเป็นจริง และจะต้องแสดงความคิดเห็นของตนตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับตามระบอบประชาธิปไตยต่อไป

### แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

#### ความหมายของอัตลักษณ์แห่งตน (Self Identity)

ความหมายของอัตลักษณ์แห่งตน (Self Identity) ได้มีผู้ให้ความหมายที่สำคัญ ๆ ดังนี้

อีริคสัน (Erikson, 1968: 157) กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตน หมายถึง ความสามารถของบุคคลช่วงเยาวชนในการผสมผสานระหว่างลักษณะภายในตน ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลกับลักษณะภายนอกคือประสบการณ์จากสังคมรอบด้าน แล้วสามารถประเมินหรือตัดสินใจด้วยตนเองได้ว่าตนเองนั้นคือใครมีความสามารถอะไร ควรจะมีความเชื่อ และดำเนินชีวิตไปในทิศทางใด ซึ่งลักษณะดังกล่าวมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว และลักษณะที่เหมือนกับบุคคลอื่นผสมกลมกลืนอยู่

มาร์เซีย (เสาวภา เบ็ญจพันธุ์ทวี, 2549: 8-9 ; อ้างอิงจาก Marcia, 1975) กล่าวถึงอัตลักษณ์แห่งตนในลักษณะโครงสร้างแห่งตน (Self-Structure) ว่าเป็นสิ่งที่เกิดภายในตัวบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแรงขับ ความสามารถ ความเชื่อ และประวัติความเป็นมาในการปรับตัวของแต่ละคนถ้าบุคคลมีโครงสร้างของพัฒนาการที่ดีก็จะทำให้มีความเป็นตัวของตัวเอง รู้ถึงความเหมือนและความแตกต่างของตนกับผู้อื่น เข้าใจจุดเด่นและจุดด้อยของตนทำให้เกิดการกำหนดแนวทางของตนเอง ถ้ามีโครงสร้างพัฒนาการที่ไม่ดีทำให้เกิดความสับสนในตนเอง ส่วนความหมายของอัตลักษณ์แห่งตนด้านเนื้อหานั้นประกอบด้วยจุดมุ่งหมาย ค่านิยม และความเชื่อที่บุคคลได้ตกลงใจอย่างไม่มีข้อสงสัย การตกลงใจนี้ต้องมีพัฒนาการที่ต่อเนื่องเป็นเวลานานแล้ว จึงเลือกจุดมุ่งหมายและความเชื่อนี้เหมาะสมกับแนวทางวัตถุประสงค์และวิถีชีวิตของตน

ออฟเฟอร์ และคนอื่น ๆ (เนวารรัตน์ เหลืองรัตนเจริญ, 2548: 16 ; อ้างอิงจาก Offer, & et al. 1981: 11) ได้สรุปความหมายของอัตลักษณ์แห่งตนว่า เป็นการที่เยาวชนมีความเข้าใจต่อตนเองและผู้อื่นและเรียนรู้ว่าจะเชื่อมความสัมพันธ์กับคนอื่นขณะที่ต้องการความเป็นตัวของตัวเองและอิสระ โดยอาศัยประสบการณ์จากกระบวนการทางสังคม และวัฒนธรรมในวัยเด็ก

แฟรเกอร์ และแฟดิแมน (Frager; & Fadiman. 1984: 159) ได้สรุปความหมายและปัจจัยในการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนว่า อัตลักษณ์แห่งตนเป็นการให้คุณค่าและการฝึกความอดทน สร้างจากพื้นฐานทางสังคม การสนับสนุนจากคนรอบข้าง มีความแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม

วอเตอร์แมน (อุษา ศรีจินดารัตน์. 2548: 15; อ้างอิงจาก Waterman. 1988) กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตนในความหมายของอีริคสัน หมายถึง ความเชื่อ ค่านิยม จุดมุ่งหมายและการแสดงตนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ยอมรับว่าตนเองแตกต่างจากบุคคลบางคนและเหมือนกับบุคคลอื่นในบางเรื่อง

ไรซ์ (Rice. 1996: 36) ได้สรุปความคิดของนักจิตวิทยาหลายท่าน และเสนอว่าอัตลักษณ์แห่งตนเป็นผลรวมของการรับรู้ว่าตนเองเป็นอย่างไร มีบทบาททางสังคมอย่างไร ผู้ที่มีความสำเร็จในการพัฒนาอัตลักษณ์แห่งตน จะมีการยอมรับตัวเองสูง และอัตลักษณ์แห่งตนเกิดได้จากการพัฒนาทางด้านร่างกาย เพศสังคม อาชีพ จริยธรรม อุดมคติ และบุคลิกภาพ

อุษา ศรีจินดารัตน์ (2548: 16) ได้สรุปว่า อัตลักษณ์แห่งตน หมายถึง ความเข้าใจในตนเองว่า ตนเป็นใคร มีความคิดในเรื่องการแสดงออกของตนเอง เพื่อการดำเนินชีวิตในแนวทางใด ทางหนึ่งยอมรับในความแตกต่างและความเหมือนกันของบุคคลในเรื่องต่าง ๆ อัตลักษณ์แห่งตนพิจารณาจากความหมายแบ่งออกเป็นสองด้าน คือ ด้านโครงสร้างแห่งตนที่พัฒนาได้ดี ทำให้บุคคลปรับตัวได้และบรรลุอัตลักษณ์แห่งตนส่วนโครงสร้างแห่งตนที่พัฒนาไม่ดี ทำให้บุคคลปรับตัวไม่ได้ก็จะเกิดความสับสนทางอัตลักษณ์แห่งตน และด้านที่สอง คือ ด้านเนื้อหาที่บุคคลได้รับจากประสบการณ์ในช่วงชีวิตที่ผ่านมา ทำให้บุคคลแสดงออกอย่างเหมาะสมตามช่วงชีวิตแล้วบุคคลก็จะบรรลุอัตลักษณ์แห่งตน

เสาวภา เบ็ญจพันธุ์ทวี (2549: 9) ได้สรุปความหมายของอัตลักษณ์แห่งตนว่า เป็นความรู้สึก นึกคิด และการรับรู้เกี่ยวกับตนเองว่าตนเป็นใคร มีร่างกาย นิสัย อารมณ์ ค่านิยม ความเชื่อ และในการแสดงออกของตนแตกต่างหรือเหมือนกับบุคคลอื่นในเรื่องใด และถ้าบุคคลมีโครงสร้างแห่งตนที่พัฒนาดีจะทำให้บุคคลปรับตัวได้ และบรรลุอัตลักษณ์แห่งตน ส่วนโครงสร้างแห่งตนที่พัฒนาไม่ดี ทำให้บุคคลปรับตัวไม่ได้ก็จะเกิดความสับสนในอัตลักษณ์แห่งตน

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2548: 14) กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตนในความหมายของอีริคสัน คือ โครงสร้างของบุคลิกภาพของบุคคลที่เกิดจากการรู้จักตนและการยอมรับตนว่ามีลักษณะที่คงที่และต่อเนื่องมาตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ ในขณะที่เดียวกันบุคคลก็เข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนตามที่สังคมและวัฒนธรรมของตนกำหนดไว้ และมองเห็นว่าลักษณะความรู้ ความสามารถ และความ ต้องการของตนนั้นสอดคล้องกับความต้องการของสังคมและคนรอบข้าง ทำให้เกิดความมั่นใจในตนเองว่าตนเองจะสามารถ “ทำทุกอย่างได้ดี” ตามมาตรฐานของตนเองและของสังคมไปพร้อมกัน



โครงสร้างของอัตลักษณ์แห่งตนมีหลายองค์ประกอบหรือหลายด้าน ที่สำคัญคือ ด้านอาชีพการงาน ด้านศาสนา ด้านการเมือง ด้านบทบาททางเพศและทางด้านค่านิยมอื่น ๆ

จริยกุล ตรีสุวรรณ (2549: 8) ได้ให้ความหมายของอัตลักษณ์แห่งตนว่า เป็นโครงสร้างของบุคลิกภาพของบุคคลที่เกิดจากการรู้จักและเข้าใจตนเอง ยอมรับตนเอง และมั่นใจในตนเองซึ่งมีพื้นฐานมาจากการมีความไว้วางใจตนเองและผู้อื่น ความเป็นตัวของตัวเอง มีความคิดริเริ่ม และมีความขยันหมั่นเพียร

จตุรพร ลิ้มมันจริง (2547: 249) กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตน คือการให้คำจำกัดความของตนเองของบุคคล ในฐานะที่แยกแต่ละบุคคลออกมาจากบทบาท ทักษะคติ ความเชื่อและความปรารถนา โดยเกิดมาจากการสังเคราะห์ที่เกี่ยวกับความต้องการในการปรับตัวทางด้านชีววิทยา จิตวิทยาและสังคม

ระพินทร์ ฉายวิมล (2546: 58) กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตน หมายถึง ความสามารถในการจัดระบบของความต้องการ ความสามารถ ความเชื่อของบุคคลแต่ละคน เพื่อแสดงถึงภาพพจน์ของตนเองซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการเลือก และตัดสินใจเกี่ยวกับความสนใจในอาชีพ บทบาททางเพศ และปรัชญาการดำเนินชีวิต

เนาวรัตน์ อิมลิ้มธาร (2546: 39) ได้ให้ความหมายของสภาวะทางอัตลักษณ์แห่งตนว่า หมายถึง สภาวะที่บุคคลให้คำจำกัดความของตนเองในบทบาท ทักษะคติ ความเชื่อและความปรารถนา เป็นสภาวะที่คงอยู่เป็นรูปแบบของความต้องการภายใน ความสามารถ เป็นการรับรู้ในตนเองและทักษะทางการเมือง สังคมรู้ว่าตนเป็นใคร เป็นคนชนิดใด รู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต รู้ว่าต้องการอะไร จากชีวิต ต้องการเป็นบุคคลแบบใด มีความเชื่อทางศาสนา ค่านิยม และทักษะคติอย่างไร โดยเกิดจากการสังเคราะห์ที่เกี่ยวกับความต้องการในการปรับตัวทางด้านชีววิทยา จิตวิทยา และสังคม ที่บูรณาการมาจากการที่ได้เห็นได้ยินและเข้าไปมีส่วนร่วมกับสังคม ทำให้เกิดการคัดเลือกและสะสมบุคลิกภาพที่ตนต้องการ แยกได้เป็น 2 ด้านคือ สภาวะอัตลักษณ์แห่งตนในมโนภาพ ได้แก่ มโนภาพทางอาชีพ การเมือง ศาสนา และปรัชญาในการดำเนินชีวิต และสภาวะอัตลักษณ์แห่งตนระหว่างบุคคล ได้แก่ รูปแบบการมองบทบาททางเพศ สัมพันธภาพ กิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ

ปรีชา ธรรมมา (2548: 49) กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตน เป็นลักษณะอันเป็นเอกภาพภายในตนของบุคคลอันเนื่องมาจากผลของการบูรณาการของพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของบุคคลในแต่ละระดับอายุอัตลักษณ์แห่งตนเปลี่ยนแปลงไปตามวัยและประสบการณ์ และสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพของบุคคลนั้นจากความหมายของอัตลักษณ์แห่งตนดังกล่าวสรุปได้ว่า อัตลักษณ์แห่งตน หมายถึง โครงสร้างของบุคลิกภาพของบุคคลในการรู้จักตนเอง เข้าใจตนเอง ยอมรับตนเองและเป็นตัวของตัวเอง รู้ว่าตนเองเป็นใคร มีความสามารถ ค่านิยม ความเชื่อ และมีเป้าหมายในชีวิตอย่างไร มี



บทบาทหน้าที่ทางสังคมอย่างไร ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่จะทำสิ่งที่ดีตามมาตราฐานของตนเองให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและสังคมที่ตนอาศัยอยู่

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตลักษณ์แห่งตน

องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยก่อให้เกิดอัตลักษณ์แห่งตนตามแนวคิดของเพรสคอตท์ มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล ซึ่งจำแนกออกเป็น 6 องค์ประกอบ ดังนี้ (ปริชา ธรรมา. 2548: 53-54; อ้างอิงจาก Prescott. 1957)

1. องค์ประกอบและกระบวนการทางกายภาพ ได้แก่ ความเจริญเติบโต น้ำหนัก ส่วนสูง ทรวดทรง หน้าตา ผิวพรรณ วุฒิภาวะ การใช้พลังงาน ความเมื่อยล้าและการคลายตัวจากความเมื่อยล้า จังหวะการทำกิจกรรม สุขภาพ สุขนิสัย ประวัติสุขภาพ อาหารการบริโภค ข้อจำกัดทางร่างกาย ความบกพร่องความพิการ การใช้ร่างกาย ทักษะ การทำงาน การเล่น การพักผ่อน หลับนอน การแต่งกาย

2. องค์ประกอบและกระบวนการด้านความรักความอบอุ่นภายในครอบครัว ได้แก่ ความสัมพันธ์กับพ่อแม่ พี่น้อง ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อกับแม่ ระหว่างแม่กับพี่น้อง ระหว่างพ่อแม่ พี่น้องกับบุคคลอื่นภายในครอบครัว กับสัตว์เลี้ยง แนวทางการแก้ปัญหาภายในครอบครัว ความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกครอบครัว

3. องค์ประกอบและกระบวนการด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมย่อยของครอบครัว (ชนบท ในเมือง ชานเมือง ชุมชนแออัด) ชาดิกำเนิด แหล่งกำเนิด ชั้นสังคม การเรียนรู้ วัฒนธรรม บทบาทในสถานศึกษา ชุมชน สโมสร ประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมในวงกว้างออกไป ความรู้สึกและความรับผิดชอบด้านสังคม ความขัดแย้งกับชุมชนอันเกิดจากความแตกต่างทาง วัฒนธรรมแรงกดดันอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงฐานะของครอบครัวโดยสมัครใจหรือโดยเหตุจำเป็น หรือบังเอิญ แรงกดดันอันเกิดจากความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา

4. องค์ประกอบและกระบวนการเกี่ยวกับเพื่อนวัยเดียวกัน ได้แก่ กิจกรรม บทบาท ความรู้ ทักษะ ที่จำเป็นต่อการทำกิจกรรมร่วมกัน ข้อปฏิบัติ กติกา ประเพณี คุณลักษณะที่กลุ่มวัยเดียวกันยกย่อง สถานภาพภายในกลุ่ม ความสำเร็จ ความล้มเหลวในการแสดงบทบาท สาเหตุของ ความสำเร็จหรือความล้มเหลว การปฏิบัติตนเมื่อประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว ผลของ องค์ประกอบด้านกายภาพด้านครอบครัว และด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อบุคคล

5. องค์ประกอบและกระบวนการด้านพัฒนาการแห่งตน ได้แก่ ความรู้สึกต่อตนเองอันเป็น ผลจากองค์ประกอบด้านกายภาพ ความรักความอบอุ่นภายในครอบครัว สังคมและวัฒนธรรม และ เพื่อนวัยเดียวกัน มโนทัศน์แห่งตนต่อการรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ประสบการณ์และความหมายสำคัญ ๆ ที่ได้รับจากประสบการณ์ มโนทัศน์เกี่ยวกับสังคมและโลกที่กว้างออกไป ความรู้สึกเกี่ยวกับ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลกับโลกภายนอกและบุคคลอื่น ศักยภาพ ความสามารถ ความถนัด สำหรับการเรียนรู้ การทำงานและเจตคติต่อการเรียนรู้และการทำงาน การมีโอกาใช้ความสามารถ ตามศักยภาพแห่งตน กระบวนการทางสมองที่ใช้ในการทำกิจกรรมต่างๆ สำหรับตนเองและสังคม จุดหมายไกล่ไกลจะทำอย่างไรจึงจะบรรลุโมทัศน์ของพ่อแม่ พี่น้อง ครู เพื่อน ที่มีต่อตัวบุคคล

6. องค์ประกอบและกระบวนการด้านการปรับตัว ได้แก่ ความรู้สึกเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ความพร้อม ความสมบูรณ์ของร่างกาย (มากหรือน้อยเกินไป) มากพอที่จะรับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ หรือมีขีดจำกัดเพราะความพิการ ความต่ำต้อย ความรู้สึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์กับครอบครัว ความรู้สึกเกี่ยวกับความสำคัญของตนเองในด้านสังคม ความรู้สึกเกี่ยวกับความสำคัญของตนโดยทั่วไป รูปแบบของการปรับตัวปัญหาการปรับตัวที่มีผลต่อมโนทัศน์แห่งตน เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดปัญหา การปรับตัวเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นหรือเลวลง ปัญหาการปรับตัวรุนแรงมากจนกระทั่งจำเป็นต้องได้รับการบำบัดรักษาทางการแพทย์หรือไม่ประการใด

วอเตอร์แมน และคนอื่น ๆ (Waterman; & et al. 1993: 49) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชนว่ามีอิทธิพลมาจาก 3 ปัจจัย ดังนี้

1. การเจริญเติบโตทางความคิด การพัฒนารูปแบบความคิดมีบทบาทสำคัญในการประสบความสำเร็จของการค้นพบอัตลักษณ์แห่งตน ในช่วงวัยเด็กตอนกลางเด็กได้ผ่านกระบวนการในการคิดแบบจำแนกแยกประเภทเป็นหมู่พวก (Classification) การจัดเรียงลำดับกลุ่ม (Seriation) และการทรงสภาพเดิม (Conservation) มาแล้ว เมื่อเข้าสู่เยาวชนเขาจะก้าวเข้าสู่กระบวนการพัฒนาความคิดแบบเป็นเหตุเป็นผลอย่างเต็มที่ (Formal Operation) ซึ่งเยาวชนที่ประสบความสำเร็จในขั้นการพัฒนาความคิดแบบเป็นเหตุเป็นผลจะมีมุมมองในการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนเกี่ยวกับการมีอัตลักษณ์แห่งตนได้ดีกว่าผู้ที่มีการพัฒนาของความคิดที่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่า

2. บิดามารดา ความสัมพันธ์ที่เยาวชนมีต่อบิดามารดาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความก้าวหน้าในการหล่อหลอมอัตลักษณ์แห่งตน เยาวชนที่อยู่ในช่วงของการสับสนในอัตลักษณ์แห่งตน ส่วนใหญ่เกิดจากมีการขัดแย้งหรือปฏิเสธบิดามารดาและอยู่ห่างไกลจากบิดามารดา เยาวชนที่ถูกควบคุมจากบิดามารดา ส่วนใหญ่จะอยู่ในสถานะของการมีอัตลักษณ์ตามที่ผู้อื่นต้องการ เยาวชนกลุ่มนี้จะไม่มีคำถามและไม่ต้องการแบ่งแยกการหล่อหลอมอัตลักษณ์แห่งตนจากบิดามารดา ในทางตรงกันข้าม เยาวชนที่อยู่ในช่วงระหว่างการรอลืออัตลักษณ์แห่งตนและช่วงของการบรรลุอัตลักษณ์แห่งตน มักมีพื้นฐานของความรักใคร่จากที่บ้าน ความรัก และการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยของบิดามารดา จะเป็นแรงผลักดันให้เยาวชนประสบความสำเร็จ มีความภาคภูมิใจในตนเอง ซึ่งจะทำให้เด็กมีการพิจารณาในการตัดสินใจอย่างอิสระในแนวทางของตนเอง และมีการค้นพบตัวเองได้ในที่สุด

3. โรงเรียน โรงเรียนจะทำให้เด็กมีการกำหนดเป้าหมายของการมีอาชีพและมีความมั่นคง



เกี่ยวกับงานที่ทำ สิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาอัตลักษณ์แห่งตน กล่าวคือ โรงเรียนจะทำให้เด็กมีการพิจารณาแนวทางใหม่ ๆ ที่ต่างไปจากที่บ้าน และให้การสนับสนุนความสำเร็จในการแสดงออกของเยาวชนเมื่ออยู่ในภาวะวิกฤติ

นอกจากนี้รัชนี ลาซโรจน์ (2546: 290-294) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชนว่า การสร้างอัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชนส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะบิดามารดา โรงเรียน ครู เพื่อน และสื่อมวลชน ดังนี้

1. บิดามารดา มีอิทธิพลต่ออัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชน เนื่องจากได้แนะแนวความสนใจแก่ เยาวชนมาตั้งแต่ยังเล็ก ๆ โดยเริ่มจากการให้ของเล่นและการพูดกระตุ้นความสนใจ ฝึกให้เป็นผู้ช่วยของบิดา มารดา เปิดโอกาสให้เยาวชนช่วยในการตัดสินใจของครอบครัว เป็นตัวอย่างให้เยาวชนทำตาม แนะนำ การเลือกวิชาชีพระดับบุตร ความสัมพันธ์ระหว่างบิดามารดาและบุตรที่อบอุ่น นำไปสู่การพัฒนาอัตลักษณ์แห่งตนทางเพศที่สมบูรณ์ที่สุดสำหรับเยาวชน โดยเฉพาะบิดามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาบทบาททางเพศทั้งของบุตรชายและบุตรสาว บิดาที่มองตนเองเป็นชายและมีเจตคติต่อภริยา กระตุ้นความเป็นหญิงในตัวบุตรสาว และความเป็นชายในตัวบุตรชาย ตรงกันข้ามบิดาที่ลูกอยู่ด้วยแล้วไม่สามารถเป็นตัวอย่างที่ดีจะเกิดปัญหาในการเข้ากลุ่มและการเลียนแบบ ครอบครัวที่ไม่สนับสนุนความแตกต่างของบทบาททางเพศอาจเป็นอันตรายสำหรับ การพัฒนาอัตลักษณ์ทางเพศของบุตร ดังนั้นบิดามารดาจึงควรแสดงความรักและให้ความอบอุ่น ป้องกันอันตราย และให้การสนับสนุนบุตร

2. โรงเรียน มีอิทธิพลต่ออัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชนมาก โดยโรงเรียนช่วยให้เยาวชนมีความรู้และโอกาสในการเตรียมตัวเลือกอาชีพ ซึ่งครูทุกคนมีส่วนรับผิดชอบในการให้ความรู้แก่นักเรียน ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อเตรียมเยาวชนให้มีคุณสมบัติ ดังนี้

1.1. ใช้ความรู้ที่เรียนในการปรับตัวเข้ากับชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2. มีนิสัยการทำงานดี

1.3. มีทักษะในการตัดสินใจเลือก และทักษะในการหางาน

1.4. มีค่านิยมถูกต้องในการทำงาน จึงทำให้รักและอยากทำงาน

1.5. มีทักษะในการทำงานพอเพียงที่จะประสบความสำเร็จในการทำงาน

1.6. มีแนวทางฝึกอาชีพต่อเมื่อจบการศึกษา

1.7. ประสบความสำเร็จในการศึกษาต่อ หรือประกอบอาชีพที่สัมพันธ์กับที่ได้ฝึกจากโรงเรียน

1.8. ผสมผสานอาชีพการงานเข้ากับชีวิตครอบครัวได้อย่างมีความขัดแย้งน้อยที่สุด

จุดมุ่งหมายดังกล่าวเป็นแนวทางที่โรงเรียนพยายามช่วยเยาวชนให้พัฒนาอัตลักษณ์แห่งตนในด้านอาชีพการงาน ส่วนอัตลักษณ์แห่งตนในด้านบทบาททางเพศ ในอดีตได้ย้ำความเชื่อที่ผิดเกี่ยวกับบทบาทของหญิงในแง่ที่มีความต่ำต้อยกว่าชาย ซึ่งในปัจจุบันแนวคิดในเรื่องบทบาทของสตรี



เปลี่ยนแปลงไป แต่เยาวชนชายยังคิดว่า หญิงเหมาะกับงานบ้าน มีหน้าที่ปรนนิบัติให้ความสุขแก่สามี ทำให้นักการศึกษาเชื่อว่าหลักสูตรการศึกษาเฉพาะบุคคลจะช่วยลดความแตกต่างระหว่างบทบาททางเพศให้น้อยลง

3. เพื่อน กลุ่มเพื่อนเป็นตัวแทนของสังคมที่มีค่านิยมในเรื่องบทบาททางเพศแบบดั้งเดิม จะเห็นได้ว่าเยาวชนชายที่เป็นที่นิยมและมักได้รับเลือกเป็นผู้นำจะเป็นนักกีฬา ส่วนคุณสมบัติของหญิงที่เป็นที่นิยมก็เป็นความสวยงาม แต่มีแนวโน้มเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของเยาวชนในเรื่องบทบาททางเพศ โดยเฉพาะในหมู่นิสิตนักศึกษา ไม่ว่าจะหญิงหรือชายมีโอกาสเป็นคนมีสติปัญญาดีเท่าเทียมกัน เรียนหนังสือและทำงานในตำแหน่งสูงเท่าเทียมกัน เยาวชนหนุ่มสาวเข้ากลุ่มกันเร็วขึ้นและความสัมพันธ์เป็นแบบฉันทเพื่อนมากขึ้น

4. สื่อมวลชน ไม่ว่าจะ เป็นโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ มีอิทธิพลต่อชีวิตของเยาวชนมาก การที่เยาวชนใช้เวลาอยู่หน้าจอโทรทัศน์วันหนึ่ง ๆ เป็นเวลานาน เยาวชนย่อมเรียนรู้และรับเอาสิ่งต่าง ๆ ที่เห็นเป็นรูปแบบของพฤติกรรมของตนไม่มากนักน้อย ภาพยนตร์โทรทัศน์และรายการบันเทิงต่าง ๆ สื่อให้เห็นค่านิยมของสังคมในเรื่องบทบาททางเพศที่ค่อนข้างเป็นแบบเก่า และบ่อยครั้งในรูปแบบที่เป็นจินตนาการของนักเขียน ซึ่งอาจไม่ตรงกับความจริง ละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่แสดงความแตกต่างระหว่างบทบาทของชายและหญิงชายมีบทบาทเป็นผู้นำ ทรงเสน่ห์เป็นที่หมายปองของหญิงที่ละหลาย ๆ คน บทบาทของหญิงที่เป็นที่นิยมได้แก่ ความสวยงาม กริยามารยาทดี อ่อนโยน เสียสละ เป็นนางแก้ว บทบาทเหล่านี้เมื่อเยาวชนดูบ่อย ๆ ประกอบกับการสังเกตจากค่านิยมของคนอื่น ๆ ที่นั่งดูด้วยกัน โดยเฉพาะบิดามารดา จึงค่อย ๆ ซึมซับรับเอาเป็น อัตลักษณ์ของตน

บอไมสเตอร์ (เนวาร์ตัน อิมลิมธาร์. 2546: 19-20; อ้างอิงจาก Adams. 1998: 5; citing Baumeister. 1986) ได้ศึกษาประวัติของอัตลักษณ์แห่งตน พบว่า สังคมที่แตกต่างกันหรือเหมือนกัน ที่เวลาต่างกันจะทำให้ระดับความแตกต่างของการเลือกหนทางเพื่อสร้างตัวตน ในสังคมหนึ่งนั้นสังคมจะให้โครงสร้างสังคมที่กำหนดอัตลักษณ์แห่งตน โดยเชื้อสายหรือเพศ และเป็นการพิจารณาในระดับปฐมภูมิโดยกระบวนการเอาแบบอย่าง และการแสดงลักษณะเฉพาะ ในขณะที่สังคมอีกแบบหนึ่งอาจต้องการทางเลือกอีกแบบหนึ่ง พบได้บ่อยในทางเลือกที่ไม่สามารถเข้ากันได้ เช่น ความเป็นแม่กับหน้าที่การงาน ในระหว่างสังคม 2 แบบที่ แตกต่างกัน จะมีความหลากหลายในทางเลือกในความสำเร็จและการเปลี่ยนตัวตน

อาดัมส์ (เนวาร์ตัน อิมลิมธาร์. 2546: 20; อ้างอิงจาก Adams. 1998: 6) กล่าวว่า ที่ตั้งทางสังคมเป็นแหล่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดรูปแบบของการสร้างอัตลักษณ์แห่งตน สังคมสามารถให้สถานการณ์ที่คนสามารถแยกแยะออกจากผู้อื่นและเลียนแบบบทบาท ในความเป็นจริงแล้วสังคมตะวันตกที่มีแฟนคลับของดาราดาราภาพยนตร์ นักกีฬา หรือนางแบบที่จะสร้างความคิด ความรู้สึก ในทาง

ตรงกันข้ามที่ตั้งทางสังคมอาจจะทำให้มีความตระหนักรู้ ความกดดัน การเผชิญหน้าและการแก้ไข ปัญหา ซึ่งเป็นกระบวนการคิดทางปรัชญาในการแก้ปัญหาตามความเป็นจริง

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นความสำคัญของกลุ่มคนที่เยาวชนเกี่ยวข้องกับ ตั้งแต่บิดามารดา ครูเพื่อนและสังคม บุคคลเหล่านี้ช่วยให้เยาวชนได้สำรวจปัจจัยภายนอก เช่น ข้อสนเทศเกี่ยวกับ อาชีพการงานสังคมของครอบครัว ค่านิยมของสังคมในเรื่องต่าง ๆ เช่น อาชีพการงาน บทบาททางเพศ มาตรฐานของพฤติกรรม เพื่อนำไปผสมผสานกับปัจจัยภายในตัวบุคคลของเยาวชน เช่น ความสามารถ ความต้องการ ความรู้ประสบการณ์และเจตคติต่อปัจจัยภายนอก แล้วตัดสินใจเลือก แนวทางการปฏิบัติที่มีความกลมกลืนระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกของตนเพื่อสร้างอัตลักษณ์ แห่งตน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยภายในและภายนอกได้แก่ การอบรมเลี้ยงดูแบบ ประชาธิปไตย การร่วมกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน สัมพันธภาพกับเพื่อน พัฒนาการทางจิตสังคม และ ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชน

#### องค์ประกอบของอัตลักษณ์แห่งตน

ซิคเคอร์ริง และเรย์สเซอร์ (Chickering; & Reisser. 1993: 49) กล่าวว่า การพัฒนาอัต ลักษณ์แห่งตนประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

1. ด้านร่างกายและลักษณะท่าทาง
2. บทบาทและการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมทางเพศ
3. ความรู้สึกของตนเองที่มีต่อสังคม ประเพณี และวัฒนธรรม
4. การแสดงแนวความคิด บทบาท และรูปแบบการดำเนินชีวิต
5. ความรู้สึกในการตอบสนองความมีคุณค่าของตนเองจากบุคคลอื่น
6. การยอมรับนับถือในตนเอง
7. มีความมั่นคง และรู้วิชาการบูรณาการสิ่งต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้ รวมทั้งประสบการณ์นำมา

พัฒนาเป็นอัตลักษณ์แห่งตน

ตามแนวคิดของอีริคสัน ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตนเกี่ยวข้องกับพัฒนาการ 2 ประการ คือ ประการแรกเป็นลักษณะภายใน ซึ่งหมายถึง การรู้จักและรับรู้ภาพพจน์เกี่ยวกับตนเองของบุคคล ประการที่สองเป็นลักษณะภายนอก ซึ่งหมายถึง การยอมรับและการผูกพันกับอุดมคติของสังคมและ วัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมรอบตัวอันแสดงถึงการมีส่วนร่วมในคุณลักษณะที่สำคัญร่วมกับผู้อื่น บุคคลที่ มีอัตลักษณ์แห่งตนจะมีภาพที่ชัดเจนและการยอมรับทั้งสาระภายในของบุคคลและวัฒนธรรมของ สิ่งแวดล้อมที่เขาอาศัยอยู่



เบนเนียน และอาดัมส์ (Adams. 1998: Online; citing Bennion; & Adams. 1986) แบ่งอัตลักษณ์แห่งตนออกเป็น 2 ด้าน คือด้านมโนคติส่วนบุคคล (Ideological) และด้านการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal) โดยด้านมโนคติส่วนบุคคล ประกอบด้วย การประกอบอาชีพ ศาสนาการเมือง และปรัชญาแนวคิดในการดำเนินชีวิต ส่วนด้านการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประกอบด้วย การคบเพื่อนต่างเพศ การคบเพื่อน บทบาททางเพศ และการพักผ่อนหย่อนใจ ดวงเดือน พันธุนาวิน (2548: 14) กล่าวว่า โครงสร้างของอัตลักษณ์แห่งตนตามแนวคิดของอีริกสันมีหลายองค์ประกอบหรือหลายด้าน ที่สำคัญคือ ด้านอาชีพการงาน ด้านศาสนา ด้านการเมืองด้าน บทบาททางเพศ และทางด้านค่านิยมอื่น ๆ

กฤษณี คำชาย (2549: 21) กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตนมีหลายองค์ประกอบ จำแนกเป็นทางกายเพศ สังคม อาชีพ จริยธรรม อุดมการณ์ และลักษณะทางจิต ซึ่งเมื่อประกอบกันแล้วกลายเป็นตนโดยรวม

ประสาธ อิศรปริดา (2547: 80) กล่าวว่า ลักษณะสำคัญที่จะพัฒนาในช่วงเยาวชน คือ การพัฒนาอัตลักษณ์แห่งตนในด้านอาชีพ บทบาททางเพศ การเมือง ศาสนา

ปรีชา ธรรมมา (2548: 51) กล่าวว่า อัตลักษณ์แห่งตนประกอบด้วย อัตลักษณ์แห่งตนด้านร่างกาย ทางเพศ บทบาททางเพศ อาชีพ อุดมการณ์และจริยธรรม โดยด้านร่างกายและทางเพศก่อตัวขึ้นมาได้ตั้งแต่นั้น ๆ เริ่มต้นในช่วงก่อนเยาวชนซึ่งนำไปสู่การยอมรับตนเองด้านร่างกายและทางเพศ ผู้ที่ยอมรับตนเองด้านร่างกายและทางเพศ รวมทั้งบทบาททางเพศจะเป็นผู้ที่มีอัตลักษณ์แห่งตนทางบวกในด้านทั้งสอง ส่วนอัตลักษณ์แห่งตนด้านสังคมจะเกิดขึ้นเมื่อมีสัมพันธภาพทางสังคมกว้างออกไป โดยการเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มทางสังคม เมื่อบุคคลมีความเจริญงอกงามทางความคิดสูงขึ้นก็จะพัฒนาอัตลักษณ์แห่งตนด้านอาชีพ ด้านอุดมการณ์และจริยธรรม

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์แห่งตนมีหลายองค์ประกอบทั้งลักษณะภายใน หมายถึง การรู้จักและรับรู้ภาพพจน์เกี่ยวกับตนเอง และลักษณะภายนอก หมายถึง การเข้าใจและยอมรับการผูกพันกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของตน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดของเบนเนียนและอาดัมส์เป็นหลัก เนื่องจากพิจารณาเห็นว่าแนวคิดดังกล่าวได้ขยายแนวคิดของมาร์เซียที่ศึกษาพัฒนาการขั้นที่ 5 ขั้นพัฒนาอัตลักษณ์แห่งตนตามทฤษฎีอีริกสันให้ชัดเจนและครอบคลุมทฤษฎีมากขึ้น และแนวคิดของนักวิชาการของไทยเพื่อให้เหมาะสมกับการศึกษาในบริบทของสังคมไทย ซึ่งเมื่อพิจารณาองค์ประกอบของอัตลักษณ์แห่งตน พบว่า อัตลักษณ์แห่งตนด้านการเมือง และด้านศาสนา จะพัฒนาในช่วงวัยของการศึกษาในระดับอุดมศึกษาและในวัยผู้ใหญ่ (ดวงเดือน พันธุนาวิน. 2548: 33 ) ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาอัตลักษณ์แห่งตนในด้านลักษณะทางกาย การประกอบอาชีพ ปรัชญาในการดำเนินชีวิต บทบาททางเพศ การคบเพื่อน และกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ



## การสร้างอัตลักษณ์แห่งตน

องค์ประกอบสำคัญของการสร้างความรู้สึกรับรู้ของการมีอัตลักษณ์แห่งตนและผ่านพ้นความรู้สึกสับสนในตนเอง มีดังนี้ (นวลละออ สุภาพล. 2527: 92-93)

1. การเลือกและการสับสนในบทบาท (Role Selection and Role Diffusion) การเข้าใจในอัตลักษณ์แห่งตนช่วยให้เด็กเยาวชนเกิดความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ และช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับอนาคต เช่น การเลือกอาชีพ การเลือกคู่ครอง เป็นต้น ความรับผิดชอบถือว่าเป็นอัตลักษณ์สำคัญของวัยนี้ซึ่งความรับผิดชอบนี้มีรากฐานมาจากการอบรมของบิดามารดาและความรู้สึกไว้วางใจและความมั่นใจในตนเอง ในวัยนี้เด็กเยาวชนจะเกิดความคิดสงสัยในตัวเอง เช่น เกิดปัญหาถามตัวเองว่า “ฉันคือใคร” หรือ “ฉันจะทำอะไรดี” เนื่องจากระยะเยาวชนเป็นระยะที่มีความรู้สึกสับสน ขาดความมั่นใจ เพราะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกายและจิตใจเพื่อเตรียมเข้าสู่ผู้ใหญ่ ปัญหาของเด็กวัยนี้มักเป็นไปในทำนองที่ว่า “ฉันไม่รู้ว่าจะทำอะไรดี ฉันไม่รู้ว่าจะไปทางไหน และฉันไม่รู้ว่าจะฉันเป็นใคร” ดังนั้นกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกัน การยอมรับจากกลุ่มศาสนา และวัฒนธรรมจึงมีผลต่อการปรับตัวอย่างยิ่ง

2. การแสวงหาสถานภาพทางสังคม (Acquisition of Social Status) เด็กเยาวชนจะพัฒนาความเป็นตัวของตัวเองขึ้นอย่างช้า ๆ เพื่อพัฒนาเป็นระดับมาตรฐานของตัวเอง เขาจะแสวงหาตนตามอุดมคติ (Ego Ideal) และค้นหาอัตลักษณ์ของตัวเองเพื่อบทบาทใหม่ในสังคม อีริกสันกล่าวว่า มีเด็กเยาวชนตอนปลายอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่เป็นตัวของตัวเองและยังไม่พบอัตลักษณ์ในตัวเอง ซึ่งเยาวชนเหล่านี้เมื่อมีปัญหาจะแก้ปัญหาแบบ “หนีเสือปะจระเข้” หรือหลบหนีจากปัญหานั้นไปอย่างไรก็ตามเยาวชนแต่ละคนย่อมต้องการเวลาในการปรับตัวเองเพื่อการเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่และให้สังคมยอมรับ ซึ่งอีริกสันได้เสนอแนวทางการปรับตัวที่สำคัญอยู่ 7 ขั้น ในแต่ละขั้นถ้าไม่สามารถปรับตัวได้ย่อมทำให้เกิดความล้มเหลวในเรื่องนั้น ๆ การปรับตัวทั้ง 7 ขั้น มีดังนี้

1. สัดส่วนของเวลาตรงข้ามกับความสับสนของเวลา (Time Perspective VS Time Diffusion) หมายถึง เด็กเยาวชนต้องการเวลาที่เหมาะสมเพื่อการเตรียมตัวและการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2. ความมั่นใจในตนเองตรงข้ามกับความเฉยเมยท้อแท้ (Self Certainty VS Apathy) ความมั่นใจในตนเอง หมายถึง การแสวงหาอัตลักษณ์ของตนเองอย่างถูกต้อง มีความสนใจเกี่ยวกับตนเองและความคิดของคนอื่นที่มีต่อตน

3. การตรวจสอบบทบาทตรงข้ามกับการมีอัตลักษณ์ที่ไม่ถูกต้อง (Role Experimentation VS Negative Identity) ในวัยเด็กจะมีการแสวงหาบทบาทต่าง ๆ มากมายหลายชนิด ส่วนเด็กเยาวชนจะคัดเลือกเฉพาะบทบาทที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด เยาวชนอาจจะทดลองหรือตรวจสอบหลาย ๆ บทบาทจนกว่าจะพบบทบาทที่ตนเองพอใจ

#### 4. การคาดการณ์ล่วงหน้าในผลสัมฤทธิ์ตรงกันข้ามกับความชะงักงันในการทำงาน

(Apprenticeship of Achievement VS Work Paralysis) การทำงานใด ๆ เด็กเยาวชนมีความต้องการที่จะให้งานนั้นประสบความสำเร็จหรือเสร็จลงด้วยดี ดังนั้นก่อนที่จะลงมือทำงานเขาจะคาดการณ์ล่วงหน้าในผลสำเร็จที่เกิดขึ้น การคาดหมายว่างานจะประสบความสำเร็จเป็นแรงกระตุ้นให้เขาเกิดความพึงพอใจมีความสนใจ และมีความเพียรพยายามเพื่อไปสู่เป้าหมายนั้น ๆ การคาดการณ์ล่วงหน้าในผลสัมฤทธิ์จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะพัฒนาความมั่นใจในตนเองและความเป็นตัวของตัวเอง

5. อัตลักษณ์ทางเพศตรงข้ามกับความสับสนทางเพศ (Sexual Identity VS Bisexual Diffusion) เยาวชนต้องการประสบการณ์ที่จะทำให้เขาเรียนรู้ในบทบาททางเพศของตนเอง และต้องการที่จะแสดงลักษณะและบทบาททางเพศของตนให้ถูกต้องเป็นที่ยอมรับของสังคม ขณะเดียวกันก็ต้องการที่จะเป็นเพื่อนกับเพศตรงข้าม

6. ความเป็นผู้นำตรงข้ามกับความสับสนในอำนาจ (Leadership Polarization VS Authority Diffusion) ความสามารถของเยาวชนในการเป็นผู้นำหรือเป็นผู้ตามเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน และสภาพทั้งสองลักษณะนี้เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงอำนาจของตัวเองในสังคม เด็กเยาวชนควรได้รับการฝึกให้เป็นตัวของตัวเอง มีความมั่นใจในตนเอง ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้เขาพัฒนาความเป็นผู้นำให้เกิดขึ้น

7. อุดมคติตรงข้ามกับความสับสนในอุดมคติ (Ideological Polarization VS Diffusion of Ideal ) เยาวชนจะเลือกปรัชญาหรืออุดมคติเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจซึ่งจะนำทางให้เขาอยู่ในสังคมได้

นอกจากนี้การมีอุดมคติและมีปรัชญาชีวิตจะช่วยให้เขาไปสู่ความมีอัตลักษณ์ของตนเอง เขาจะมีแนวทางชีวิตของเขาว่าเขาจะเป็นอะไรต่อไป เมื่อมีสิ่งที่ไม่ถูกต้องกับอุดมคติของเขา ๆ ก็จะไม่ยอมรับหรือต่อต้านกับสิ่งเหล่านั้นขั้นตอนทั้ง 7 ขั้นดังกล่าวนี้จะมีผลต่อการพัฒนาการความเป็นอัตลักษณ์แห่งตน และมีประโยชน์ต่อตัวเขาเองโดยตรง เป็นการได้เผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างค่อยเป็นค่อยไปได้เปรียบเทียบสังคมกับผู้ใหญ่ด้วยตัวเองซึ่งทำให้เขาเกิดความพร้อม ถ้าเด็กเยาวชนไม่พร้อมหรือปรับตัวไม่ได้หรือประสบความสำเร็จล้มเหลวจะเกิดความรู้สึกที่รุนแรงและมีผลต่อบุคลิกภาพ

ซึ่งสอดคล้องกับไรซ์ (กุญชรี้ คำชาย. 2549: 20-21; อ้างอิงจาก Rice. 1996: 35) ที่กล่าวว่าช่วงเยาวชนเป็นวัยวิกฤติ เป็นวัยที่มีความขัดแย้งเพิ่มขึ้นจากวัยเด็ก และในวัยนี้เองที่เยาวชนพยายามสร้าง อัตลักษณ์แห่งตนขึ้นมา และหลีกเลี่ยงการเกิดความสับสนในบทบาทโดยการหาทางจัดการความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในวัยของตน ความขัดแย้งทั้งหมดจำแนกได้ดังนี้



1. เวลา การมีความรู้สึกขัดแย้งเรื่องเวลาและความต่อเนื่องของชีวิตเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับเยาวชน เพราะการรับรู้เรื่องเวลาต้องประสานอดีตเข้ากับอนาคตโดยตนเองอยู่ในช่วงเวลาปัจจุบัน

นอกจากนั้นภารกิจประการหนึ่งของเยาวชน คือ ต้องสร้างความคิดรวบยอดเกี่ยวกับระยะเวลาที่จะใช้เพื่อการบรรลุถึงเป้าหมายของชีวิตที่ได้วางแผนไว้ ทั้งสองประการนี้ทำให้เยาวชนต้องเรียนรู้การประมาณการและการจัดสรรเวลาของตนเอง

2. ความเชื่อมั่นในตนเอง ความขัดแย้งในส่วนที่สองนี้เกี่ยวกับการพัฒนาความเชื่อมั่นในตนเองโดยมีฐานอยู่บนประสบการณ์ในอดีต เพื่อว่าตนจะได้เกิดความเชื่อตนเอง และรู้สึกว่าตนเองเกิดการเปลี่ยนแปลงที่สมเหตุสมผลเพื่อบรรลุถึงจุดมุ่งหมายในอนาคต การทำเช่นนี้เยาวชนต้องผ่านการตระหนักรู้ในตนเองและความสำนึกเรื่องตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ทางกายกับความสัมพันธ์ทางสังคมเมื่อกระบวนการนี้พัฒนาไปตามปกติได้ก็จะเกิดความเชื่อมั่นในตนเองและเชื่อว่าตนสามารถรับมือกับความสำเร็จในปัจจุบัน และทั้งที่คาดการณ์ว่าจะได้รับในอนาคตได้

3. บทบาท เยาวชนมีโอกาสจะลองสวมบทบาทต่าง ๆ หลายบทบาทในสังคมสามารถทดลองอัตลักษณ์แห่งตน บุคลิกภาพ วิธีการพูด กระทำ เป้าหมาย หรือความสัมพันธ์กับบุคคลได้หลากหลายประเภท อัตลักษณ์ของเยาวชนจะได้มาโดยผ่านกระบวนการทดลองทำสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เยาวชนที่เติบโตมาด้วยความรู้สึกกังวลและความรู้สึกผิด ได้สร้างข้อจำกัดภายในไว้มากและยึดติดกับบทบาทเดิม เยาวชนเหล่านี้จะสูญเสียความคิดริเริ่มในการทดลองเรื่องบทบาทไป และจะเสียโอกาสในการแสวงหาอัตลักษณ์แห่งตนด้วย

4. งาน ในทำนองเดียวกันกับเรื่องของบทบาท เยาวชนเป็นวัยที่มีโอกาสในการสำรวจเลือกและทดลองศึกษาอาชีพต่าง ๆ ก่อนจะตัดสินใจว่าจะยึดอะไรเป็นอาชีพจริง ๆ แต่เมื่อได้เข้าสู่อาชีพแล้ว บทบาทในงานจะเป็นอีกส่วนหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชน ยิ่งไปกว่านั้นเยาวชนที่มีภาพลักษณ์ของตนเองในทางลบจะเกิดความรู้สึกด้อยขึ้นมา และการรู้สึกด้อยจะทำให้เขาป้องกันตนเองโดยไม่ทุ่มเทความพยายามเต็มที่ในการเรียนหรือการทำงาน

5. เพศ เยาวชนยังคงเป็นวัยที่พยายามระบุดึงความหมายของความเป็นชายหรือหญิงอิริคสันเห็นว่า เป็นเรื่องสำคัญที่เยาวชนจะต้องมีความชัดเจนในการเทียบเคียงบทบาทของตนเองเข้ากับเพศของตนเนื่องจากว่านอกจากจะกลายมาเป็นพื้นฐานของการสร้างความสัมพันธ์กับคนต่างเพศแล้ว ยังเป็นพื้นฐานของการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนที่มั่นคงอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้นสำหรับชุมชนที่มีการจัดการกิจการของเพศได้เหมาะสมวันรุ่นก็จะเต็มใจที่จะรับบทบาทตามเพศที่เหมาะสมไปด้วย

6. อำนาจ ในช่วงเยาวชนเด็กจะขยายขอบเขตทางสังคมของตนออกสู่โรงเรียน กลุ่มสังคมใหม่ ๆ และเพื่อนใหม่ ๆ เยาวชนจะได้เรียนรู้ที่จะรับผิดชอบในการนำผู้อื่นเท่า ๆ กับเรียนรู้วิธีการนำ แต่ในขณะที่เดียวกันนี้เยาวชนก็จะค้นพบว่ามิสภาวะคู่แข่งที่เรียกร้องให้ต้องอุทิศเวลาพร้อม ๆ กัน เช่น



ข้อเรียกร้องจากบิดามารดา เพื่อน ครู หรือคนรัก ซึ่งมีผลทำให้เกิดความสับสนกับความสัมพันธ์กับแหล่งอำนาจเหล่านี้ จะเชื่อใครดี จะทำตามใครดี จะทำอย่างไรกับใครดี ซึ่งการหาคำตอบจะต้องขึ้นอยู่กับ การตรวจสอบค่านิยมส่วนตัวและลำดับความสำคัญของบุคคลเหล่านั้นที่มีต่อวิถีชีวิตของตน

7. อุดมการณ์และค่านิยม ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นกับเยาวชนในที่สุดท้ายนี้สัมพันธ์กับทุกส่วนที่กล่าวมา เนื่องจากอุดมการณ์จะเป็นตัวชี้นำพฤติกรรมทุกด้านของบุคคล อีริคสันให้ความเห็นว่า อุดมการณ์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคล ทั้งนี้เพราะคนเราต้องการบางสิ่งไว้สำหรับเชื่อหรือทำตามหากเยาวชนแต่ละคนสามารถจัดการกับความขัดแย้งทั้งหมดได้อัตลักษณ์แห่งตนที่มั่นคงก็จะเกิดขึ้นวิกฤตินี้จะผ่านไปเมื่อเยาวชนไม่มีคำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตนต่อไป

จตุรพร ลิ้มมันจริง (2547: 249) กล่าวว่า การสร้างอัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชนมี 2 ลักษณะ

1. การสร้างอัตลักษณ์แห่งตนในทางไม่ดี
2. การสร้างอัตลักษณ์แห่งตนในทางที่ดี

การสร้างอัตลักษณ์แห่งตนในทางไม่ดี หมายถึง คุณสมบัติที่มีอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ เช่น การทำลายตนเอง (ตัวอย่างเช่น การอดอาหารหรือเสพยาเสพติด) หรือบทบาทที่สังคมไม่เห็นด้วย (ตัวอย่างเช่น อาชญากรรม) ซึ่งบทบาทเหล่านี้สังคมมักจะมีการลงโทษอย่างรุนแรงตามมาเสมอการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนในทางที่ดี จะต้องมียุคประกอบ 3 ประการ คือ อุดมการณ์ ความซื่อสัตย์ และความเคารพนับถือตนเองปัจจัยที่มีผลยับยั้งการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนในทางที่ดี มีหลายปัจจัยที่มีผลอย่างมากต่อการยับยั้งการสร้างอัตลักษณ์แห่งตน ผู้ที่ยากจนและมีปัญหามีแนวโน้มที่จะเกิดผลเสียจากพัฒนาการถ้าเยาวชนรับรู้ว่าเป็นบิดามารดาไม่ชอบหรือไม่สนับสนุน บุคคลนั้นอาจจะมีความรู้สึกว่าตนไม่ดีพอจนกระทั่งชีวิตวัยผู้ใหญ่ เมื่อคนสูญเสียความรู้สึกพื้นฐานในสิ่งที่ดีๆ ของชีวิตและความหวังในอนาคตและความหวังของสังคมก็จะมีพลังที่จะสร้างอัตลักษณ์แห่งตนและคุณค่า พลังที่จะสร้างการปกป้องตนเองและตอบรับการยอมรับ

ดังนั้น การสร้างอัตลักษณ์แห่งตนของเยาวชนนั้นต้องอาศัยเวลา เนื่องจากต้องทดลองบทบาทต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดความแน่ใจในตนเอง ความเชื่อมั่นในตนเอง สามารถที่จะยึดอุดมการณ์และค่านิยมที่สอดคล้องกับตนเองและสังคม ซึ่งถือว่าการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนในทางที่ดี

### การวัดอัตลักษณ์แห่งตน

เครื่องมือวัดตามทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคมของอีริคสัน พอลจะแยกตามเนื้อหาที่นิยมวัดเป็น 2 ประเภท คือ การวัดอัตลักษณ์แห่งตนในชั้นที่ 5 และการวัดในหลายชั้นอายุ (อุษา ศรีจินดา รัตน์, 2548 : 22-27)

1. การวัดอัตลักษณ์แห่งตนในชั้นที่ 5 สร้างขึ้นโดยมาร์เซีย เป็นแบบกึ่งสัมภาษณ์และต่อข้อความให้เต็มประโยค (SI - ISB) สำหรับแบบกึ่งสัมภาษณ์ (SI) ใช้เวลาตอบ 15 - 30 นาที การตั้ง

คำถามใช้ตามโครงสร้างของทฤษฎีและประเด็นที่ศึกษาแบบนำร่องมาแล้ว เพื่อหาวิธีการแสวงหาของบุคคลในวิกฤตการณ์เป็นเกณฑ์ที่ใช้กำหนดสถานภาพของอัตลักษณ์แห่งตนทั้ง 4 สถานะ คำถามในการสัมภาษณ์มี 3 ส่วนต่อเรื่องเรื่องดังกล่าวเกี่ยวกับการตัดสินใจในด้านใดด้านหนึ่งว่า

1) ได้มีการตัดสินใจในเรื่องนี้แล้วหรือยัง

2) กระบวนการที่บุคคลใช้ในการเข้าสู่การตัดสินใจในเรื่องนั้น และ 3) ปริมาณความมั่นใจและการตกลงใจผูกมัดตน (Commitment) ให้แก่เรื่องที่ตัดสินใจไปแล้วนั้น การวัดจึงมี 2 มิติ คือ การแสวงหา (แล้ว-ยัง) และการตกลงใจผูกมัดตน (แล้ว-ยัง) (ดวงเดือน พันธุมนาวิน. 2548: 16) ส่วนแบบต่อข้อความให้เต็มประโยค (ISB) มีข้อความ 23 ข้อ คัดเลือกข้อที่เกี่ยวข้องตามทฤษฎีของอีริคสัน โดยข้อความแต่ละข้อจะเว้นช่องว่างให้ผู้ตอบเลือกคำตอบที่ให้ไว้ ข้อคำถามแต่ละข้อที่ให้เลือกลักษณะแสดงความรู้สึกจริง ๆ ของผู้ตอบ คำตอบให้เลือกแต่ละข้อให้คะแนนแบบ 3, 2 และ 1 จุดมุ่งหมายของแบบวัดนี้เพื่อแสดงถึงพัฒนาการของอัตลักษณ์แห่งตนต่อมาได้ปรับปรุงและสร้างเป็นประโยค เรียกว่า The New Objective Measure of Ego – Identity Status (OM – EIS) เป็นกลุ่มที่สร้างใช้หรือไม่ แบบสอบถามมีเนื้อหาด้านอาชีพ ศาสนา การเมือง และกิจกรรมต่อมาเบนเนียนและอาดัมส์ (Adams. 1998: Online; citing Bennion; & Adams. 1986) ได้สร้างแบบวัดสถานะทางอัตลักษณ์แห่งตน 4 สถานะ โดยแต่ละสถานะทางอัตลักษณ์แห่งตนจะสอบถามใน 2 กลุ่มหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทางด้านมโนคติส่วนบุคคล (Ideological) 8 ข้อ และด้านการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal) 8 ข้อ โดยกลุ่มหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทางด้านมโนคติส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อคำถามในเรื่องของ การประกอบอาชีพ ศาสนา การเมือง และปรัชญาแนวคิดในการดำเนินชีวิต ส่วนด้านการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประกอบด้วย ข้อคำถามในเรื่อง การคบเพื่อนต่างเพศ การคบเพื่อน บทบาททางเพศและการพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งสิ้น 64 ข้อ เรียกว่า The Objective Measure of Ego – Identity Status (OM –EIS II) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 6 ระดับ ได้แก่ ไม่เห็นด้วยมากที่สุด ไม่เห็นด้วยมาก ไม่เห็นด้วย เห็นด้วย เห็นด้วยมาก เห็นด้วยมากที่สุด

2. การวัดในหลายชั้นอายุ เป็นแบบรายงานโดยตนเอง ชั้นที่ 1 ถึงชั้นที่ 6 สามแบบวัด ดังนี้

2.1 แบบวัด Ego Identity Scale (EIS) มีลักษณะประโยคประกอบให้ตอบเห็นด้วย – ไม่เห็นด้วย ชั้นละ 12 ข้อ รวม 72 ประโยค แต่ละชั้นมีประเด็นทางบวกและทางลบสร้างตามทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคมของแต่ละชั้น

2.2 แบบวัด Inventory of Psychosocial Development (IPD) เป็นประโยคประกอบด้วยมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ มีทั้งหมด 60 ประโยค แบ่งเป็นชั้น ๆ ละ 10 ประโยค เป็นด้านบวกและด้านลบอย่างละ 5 ประโยค

2.3 แบบวัด Ego Stage Development Inventory (ESDI) สร้างโดยการหา นิยามปฏิบัติการทั้งด้านบวกและด้านลบที่แก้ไขวิกฤตการณ์ใน 6 ชั้นแรก แล้วจึงตั้งคำถามตามนิยาม



ปฏิบัติการได้ข้อคำถามเป็นประโยคประกอบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับทั้งหมด 216 ข้อ แบ่งเป็นชั้นละ 36 ข้อ

สำหรับการศึกษาแบบข้ามวัฒนธรรมเพื่อทดสอบความเที่ยงตรงตามทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคมของอีริกสันในประเทศอัฟริกาใต้ทั้งคนผิวขาวและคนผิวดำ โดยออสส์และพลัก (อุษา ศรีจินดารัตน์. 2548: 26-27; อ้างอิงจาก Ochse; & Plug. 1986) ได้สร้างเครื่องมือวัดรายงานโดยตนเอง เป็นประโยคประกอบด้วย มาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ เพื่อวัดพัฒนาการของจิตสังคมตั้งแต่ขั้นที่ 1 ถึงขั้นที่ 7 ข้อคำถามเป็นทั้ง ด้านบวกและด้านลบ 171 ข้อ หากคุณภาพคัดเลือกไว้ 76 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .93 สามารถวัดได้ใน แบบที่เป็นสากลตามทฤษฎีของอีริกสัน ในการอธิบายถึงพัฒนาการทางจิตสังคมตามระบบบูรณาการ

ต่อมาฮามาเช็ค (อุษา ศรีจินดารัตน์. 2548: 27 ; อ้างอิงจาก Hamachek. 1988) ได้ประเมินพัฒนาการของบุคคลในขั้นที่ 1 ถึงขั้นที่ 5 ได้กำหนดลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่ได้รับประสบการณ์ในแต่ละขั้น โดยมีพฤติกรรมด้านบวกและด้านลบ จำนวนด้านละ 10 ข้อ สำหรับในประเทศไทย อุษา ศรีจินดารัตน์ (2548: 27) และงามตา วนิทานนท์ และคนอื่น ๆ (2546: 296) ได้พัฒนาแบบวัดอัตลักษณ์แห่งตนของออสส์และพลัก และปรับแบบวัดเกี่ยวกับ

พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกในช่วงพัฒนาการอัตลักษณ์แห่งตนของฮามาเช็คมาใช้ร่วมกัน เพื่อวัดการยอมรับของผู้ตอบว่าตนมีความรู้สึกรู้สึกอย่างไรต่อตนเอง ถ้าประเมินค่าตนเองทางบวก แสดงว่าในช่วงนี้สามารถปรับตัวได้ โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 6 ระดับ ได้แก่ ไม่จริงเลย ไม่จริงค่อนข้างไม่จริง ค่อนข้างจริง จริง และจริงที่สุด กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาซึ่งอุษา ศรีจินดารัตน์ ได้เลือกประโยคที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อสูงกว่าเกณฑ์มาใช้ 23 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .80 และงามตา วนิทานนท์ และคนอื่น ๆ นำไปใช้ 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .79

สรุปได้ว่านักวิชาการได้ให้ความสนใจในการสร้างและปรับปรุงเครื่องมือวัดอัตลักษณ์แห่งตนอยู่เสมอ เพื่อให้ได้มาตรฐานแบบสากลที่ถูกต้องตามทฤษฎีและสามารถนำไปใช้ได้โดยสะดวก ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดอัตลักษณ์แห่งตน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับจาก จริงที่สุดถึง ไม่จริงเลย

จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์แห่งตนจะเห็นความเชื่อมโยงได้ว่าอัตลักษณ์แห่งตนเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่ทุกคนต้องมี โดยเฉพาะในช่วงของเยาวชนซึ่งเป็นช่วงวัยที่สำคัญช่วงหนึ่งของชีวิตในการที่จะดำเนินชีวิตต่อไปได้อย่างมั่นคง ตรงกับพัฒนาการขั้นที่ 5 ขั้นพัฒนาอัตลักษณ์แห่งตน อายุระหว่าง 13-19 ปี โดยวัยรุ่นต้องรู้จักวิเคราะห์ตนเอง รู้ว่าตนเองคือใคร ต้องการอะไร มีความเชื่อตลอดจนมีเป้าหมายอะไรในอนาคต ซึ่งถ้าวัยรุ่นค้นพบก็จะสามารถแสดงบทบาทของตนเองได้อย่างถูกต้อง แต่ถ้าวัยรุ่นหาตนเองไม่พบจะทำให้เกิดความสับสนในตนเอง ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในช่วงต่อไป และจากสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของสมาชิก

ในสังคมทุกช่วงวัย บุคคลต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงนั้น ซึ่งการที่บุคคลจะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้ดีและเหมาะสมนั้นบุคคลต้องรู้จักและเข้าใจตนเอง มีจุดยืนของตนเอง นั่นคือต้องรู้ว่าตนเอง คือใคร มีจุดเด่นจุดด้อยอะไร ต้องการอะไรตลอดจนมีเป้าหมายในชีวิตอย่างไร

สรุป จากแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์จะเห็นความเชื่อมโยงที่มีต่อการศึกษา เรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม” นั่นคือ อัตลักษณ์ คือ อัตลักษณ์เป็นลักษณะการแสดงออกถึงตัวตน ดังนั้นการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขกลุ่มชนที่เป็นเยาวชนจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย นั่นคือ การที่ต้องตั้งใจศึกษาเล่าเรียนหาความรู้เป็นหน้าที่หลัก ส่วนความรับผิดชอบในระบอบประชาธิปไตยคือ การเคารพในสิทธิของผู้อื่น เมื่ออายุครบ 18 ปี บริบูรณ์มีสิทธิ์ในการเลือกตั้งก็ทำหน้าที่ในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทั้งในระดับชุมชนและระดับชาติ ส่วนการแสดงสิทธิทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยเยาวชนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง การแสดงความคิดเห็นต่อนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อส่วนรวม โดยเยาวชนจะต้องแสดงความคิดเห็นที่เป็นอิสระตามแนวคิดของตนเอง โดยไม่ก้าวล่วงต่อความสงบของชาติและกระทบต่อสถาบันหลักของชาติ จึงกล่าวได้ว่าเยาวชนผู้นั้นแสดงความเป็นอัตลักษณ์ในระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษกร พบศิริ (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษา “การเรียนรู้ทางการเมืองของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต” พบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารทางการเมืองช่องทางใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการให้การเรียนรู้ทางการเมืองสำหรับบุคคลที่เข้ามาใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกับสื่อเดิม แต่กิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่แพร่หลายนัก ขณะที่กลุ่มนักศึกษาให้ความสนใจในการเข้ามาใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในลักษณะของการทำงานด้านการเมืองน้อย ทำให้อินเทอร์เน็ตไม่ได้ช่วยในกระบวนการกล่อมเกลางานการเมืองมากเท่าที่ควร

บุญตริกา เจียงเพ็ชร (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษา “พฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชนสื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีต่อความรู้ทัศนคติ และกิจกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งระบบใหม่ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต” พบว่าอินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองสิทธิ และเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสาร และเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนได้เป็นอย่างดียิ่งไปกว่าสื่อมวลชนแบบดั้งเดิมที่มีอยู่ การเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการติดตามข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์



รายวันต่างๆ เน้น การติดตามข่าวสารการบริหารประเทศของรัฐบาล มีการใช้กระดานข่าวในการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและพบว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นผู้ที่มีความ สนใจทางการเมือง และมีความกระตือรือร้นที่จะไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งด้วย โดยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ (76.2%) ติดตามข่าวสารการเมืองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ และ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่(63.5%) ใช้กระดานข่าวเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ยุทธพร อิศรชัย (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษา “อินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย” พบว่า สื่อ อินเทอร์เน็ตถูกใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2547 ประชาชนส่วนใหญ่ มีการติดตามข่าวสารการเมืองทั่วไป และข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านทางสื่อ อินเทอร์เน็ต ซึ่งการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ประชาชนสามารถร่วมแสดง ความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์ หรือโปรแกรมสนทนาต่างๆ ได้ แต่กลับพบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยสร้าง การมีส่วนร่วมทางการเมืองให้กับคนบางกลุ่มเท่านั้น (ขึ้นอยู่กับปัจจัยสถานภาพทางเศรษฐกิจและ สังคมโดยเฉพาะการศึกษา, อาชีพ และรายได้) กล่าวคือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ ปริญญาโทมีการรับรู้ข่าวสารการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด และกลุ่มนิสิตนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่ม ที่มีรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาท/เดือน มีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ในระดับสูงเช่นกัน วรวิภา วัฒนจตุรพร (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษา “ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของ อินเทอร์เน็ตในการสร้างความตื่นตัวทางการเมืองและพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารทาง การเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ต” พบว่า อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความ ตื่นตัวทางการเมืองได้มากเพราะมีการนำเสนอข่าวสารการเมืองที่ทำให้เข้าไปค้นหาข้อมูลได้สะดวก ทุกเวลาที่ต้องการอินเทอร์เน็ตทำให้แสดงความคิดเห็นด้านการเมืองได้อิสระมากกว่าสื่ออื่น แม้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารด้านการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในระดับน้อย แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงมีความคิดเห็นว่าอินเทอร์เน็ตมี ศักยภาพมากพอที่จะสร้างความตื่นตัวทางการเมืองให้กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2547- มกราคม 2547 (ช่วงก่อนการเลือกตั้งวันที่ 6 มกราคม 2547) มีจำนวนผู้เข้าชม เว็บไซต์ทางการเมืองที่นำมาศึกษาเพิ่มจำนวนขึ้นมากกว่าเดิมเกือบ 2 เท่า และทุกเว็บไซต์ที่ศึกษามี การให้ข้อมูลค่อนข้างครอบคลุม และมีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการ เลือกตั้ง

มลินี สมภพเจริญ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษา “อินเทอร์เน็ต และสื่อมวลชนต่อการมีส่วนร่วม ทางการเมืองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การติดตามข่าวสารการเมืองทาง อินเทอร์เน็ตมีผลทางตรงต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่การแสดงความคิดเห็นติดตามข่าวสาร ทางการเมืองของนักศึกษาไทยในปัจจุบันมีน้อยมาก จึงไม่เกิดการอบรม หล่อหลอม บ่มเพาะและการ ปลุกฝังทางการเมือง ทำให้นักศึกษาแม้เป็นชนชั้นที่มีการศึกษาสูง มีความรู้การเมืองดี แต่ไม่ศรัทธา เชื่อมั่นในระบบการเมืองไทย ศักยภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเรดดิทต่อสื่อสารยังเฉื่อยเนือยต่อ

การเมืองการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามเรื่องการเมืองของนักศึกษายังมีน้อยจึงกล่าวได้ว่าภายใต้บรรยากาศโลกาภิวัตน์ การสื่อสารทางการเมืองมีการพัฒนารูปแบบและวิธีการสื่อสารไปอย่างมากอันเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ปัจจุบันพบว่า มีการใช้ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และดำเนินกิจกรรมทางการเมือง ดังปรากฏในการศึกษาของ บุณทริกา เจียงเพ็ชร (2547 : บทคัดย่อ), ยุทธพร อิศรชัย (2547 : บทคัดย่อ) และ วรา วัฒนางตุรพร (2546 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ประชาชนสามารถแสดงเห็นทางการเมืองได้อย่างอิสระ, ประชาชนสามารถกำหนดประเด็นข่าวสารที่สนใจได้ด้วยตนเอง ขณะที่ กฤษกร พบศิริ (2549 : บทคัดย่อ) และ มลีนี สมภพเจริญ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาช่องทางการสื่อสารทางการเมืองผ่านอินเทอร์เน็ตโดยมุ่งศึกษาที่กลุ่มนักศึกษา พบว่าการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าวสาร, ประเด็นทางการเมืองของนักศึกษายังมีน้อย แม้ว่าช่วงเวลาที่ทำการศึกษาต่างกันถึง 7 ปีก็ตาม อย่างไรก็ตาม อนาคตในยุคโลกาภิวัตน์ที่อินเทอร์เน็ตยังเป็นหัวใจสำคัญของทุกภาคส่วนในสังคม ทางด้านการเมืองก็เช่นกัน ในบทความ “ความสำเร็จในการพัฒนาระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย” ของ ลิขิต ธีรเวคิน และ บทความ “บทบาทของสื่อในการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง” ของ ชัยอนันต์ สมุทวณิช ชี้ให้เห็นว่า การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตโดยภาคประชาชนเป็นตัวแปรสำคัญให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เนื่องจากประชาชนสามารถรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็วแล้วยังสามารถตรวจสอบ และคัดค้านรัฐบาลได้อย่างเปิดเผย และอินเทอร์เน็ตยังเป็นตัวแปรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปกครองแบบประชาธิปไตยต่อไป

นิลุบล แสนอาทิตย์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษากระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์แม่น้ำของตำบลไหล่น่าน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า

1. กลยุทธ์การสื่อสารในการอนุรักษ์แม่น้ำ มีกระบวนการและการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ โดยการริเริ่มใช้กลยุทธ์การแสวงหาแกนนำให้ตรงใจชาวบ้านกลยุทธ์การสร้างความรู้ความเข้าใจ การเรียนรู้และวางแผนใช้กลยุทธ์การเปิดเวทีสาธารณะ กลยุทธ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนอื่น กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของกลยุทธ์การใช้สื่อสัญลักษณ์ การจัดการเชิงสังคมใช้กลยุทธ์การสร้างกฎ โดยชาวบ้านเพื่อชาวบ้านกลยุทธ์การเผยแพร่กฎ กลยุทธ์การให้รางวัลกับผู้เป็นหูเป็นตาผ่านสื่อกลางในการร้องเรียน กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรมกลยุทธ์การใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายในการสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสถาบันทางสังคมกลยุทธ์การใช้สื่อมวลชน การประยุกต์ความเชื่อทางศาสนาและพิธีกรรมใช้กลยุทธ์การนำความเชื่อทางศาสนาและพิธีกรรมมาใช้ การจัดการเชิงโครงสร้างใช้กลยุทธ์การมอบอำนาจในการแต่งตั้งคณะกรรมการอนุรักษ์แม่น้ำระดับหมู่บ้าน กระบวนการที่ 7 การพัฒนาเครือข่าย ใช้กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายโดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ ในการอนุรักษ์แม่น้ำไปยังหมู่บ้านอื่น



2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์แม่น้ำ ชาวบ้านในตำบลไหล่นานส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในฐานะผู้ปฏิบัติกิจกรรมเท่านั้น ซึ่งกลุ่มประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมหลักในการอนุรักษ์แม่น้ำ คือ กลุ่มแกนนำในการอนุรักษ์แม่น้ำ ซึ่งประกอบไปด้วยกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน พระสงฆ์องค์การบริหารส่วนตำบล ข้าราชการ นักการเมืองท้องถิ่น นักพัฒนาในหมู่บ้านและผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ โดยเข้ามามีส่วนร่วมในการริเริ่มวางแผนและกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ในการอนุรักษ์แม่น้ำ โดยมีมูลนิธิกึ่งเมืองน่านเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะที่ปรึกษา และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้สนับสนุนเท่านั้น

ทิวพร แส่นเมืองชิน (2548 : 181-198) ได้ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน โดยผ่านรายการวิทยุชุมชน สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมาพบว่า รายการวิทยุชุมชนคนโคราช เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมา สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสถานีหนึ่งที่ได้รับอนุมัติจากกรมประชาสัมพันธ์ให้จัดรายการในลักษณะวิทยุชุมชน นำร่อง 19 สถานีทั่วประเทศ เพื่อให้การดำเนินงานของสถานีสอดคล้องกับบทบัญญัติมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2547 ที่ส่งผลให้สถานีวิทยุกระจายเสียงต้องส่งกระจายเสียงเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ แสดงให้เห็นว่าการเกิดขึ้น ของรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชเป็นการสนับสนุนโดยหน่วยงานรัฐ คือ กรมประชาสัมพันธ์ที่มีนโยบายให้สถานีวิทยุท้องถิ่นในส่วนภูมิภาคดำเนินงาน ไม่ได้มาจากความต้องการพื้นฐานของประชาชนในชุมชน

ธนาบุช สงวนศักดิ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาบทบาทของเครือข่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการสื่อสารทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีลุ่มน้ำแม่แรก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ถึงการใช้การสื่อสารทางการเมืองเรื่องการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กลุ่มแม่น้ำแม่แรกเพื่อผลักดันข้อตัดสินใจทางการเมือง ไปสู่การกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนจากการศึกษา วิจัยพบว่า เครือข่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมลุ่มน้ำแม่แรกไม่สามารถใช้การสื่อสารทางการเมืองผลักดัน ข้อตัดสินใจทางการเมืองเรื่องการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไปสู่การกำหนดนโยบายขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าผา อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางแก้ไขดังนี้ คือ 1) รัฐจะต้องออกกฎหมายลูกให้สอดคล้องกับบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ ตามมาตราที่ให้อำนาจกับประชาชน ชุมชน เข้ามาจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ลำดับแรก คือ การออกพระราชบัญญัติป่าชุมชน 2) กฎหมายลูกที่ออกมานั้นจะต้องมีมาตราที่ให้อำนาจกับประชาชนชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบลในการสื่อสาร นั่นคือให้อำนาจในการออกกฎระเบียบข้อบังคับ รวมถึงให้อำนาจในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

พิชญา รัตน์พล (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา “พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง ผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือของรายการสถานีวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน” พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนมีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ รวมทั้งมีความสัมพันธ์กับระดับความคาดหวังผลประโยชน์ต่อตนเอง และต่อสังคมจากสถานีวิทยุชุมชน ตลอดจนความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการและข้อมูลข่าวสารในสายตาสมาชิก ล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารทั้งสิ้นงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการรวมตัวเป็นกลุ่มสมาชิกของชุมชน เพราะสมาชิกมีความคาดหวังผลประโยชน์และความเชื่อถือจากสถานีวิทยุชุมชนเพื่อสังคม เพราะฉะนั้นถ้าหากคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหา ยิ่งทำให้สถานีวิทยุชุมชนเพื่อชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของคนในชุมชนด้วย การรวมตัวเป็นสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนเพื่อสังคมจะทำให้มีการสื่อสารผ่านคลื่นวิทยุช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้สังคมพัฒนาเป็นช่องทางพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษา “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม” ผู้วิจัยได้ทำศึกษาโดยมีวิธีดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เยาวชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 37,693 คน (กรมการปกครอง. 2555 : เว็บไซต์)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เยาวชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 396 คน โดยการใช้สูตรคำนวณหากลุ่มประชากรที่มีจำนวนที่แน่นอน ของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973 : 725)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย	n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	ขนาดของกลุ่มประชากร
	e	คือ	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (0.05)

แทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{37,693}{1 + 37,693(0.05)^2}$$

$$n = \frac{37,693}{95.23}$$

$$n = 395.80$$

หรือประมาณ 396 คน

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการทำวิจัยครั้งนี้ จะทำโดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนในเขตจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนในเขตจังหวัดมหาสารคาม
2. แจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยเริ่มแจกแบบสอบถามในช่วง ตุลาคม 2555 ตามสถานที่ต่าง ๆ ในเขตจังหวัดมหาสารคาม คณะผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 396 ฉบับ
3. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับแล้วตรวจสอบความสมบูรณ์ ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับคืนมีความสมบูรณ์ทุกฉบับ จึงได้นำแบบสอบถามไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นภายใต้การศึกษา การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ประเภทของสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยในจังหวัดมหาสารคาม มีลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ(Check List) และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ คือ ทุกครั้ง เกือบทุกครั้ง เป็นครั้งคราว ไม่ค่อยสนใจ และไม่เคยสนใจเลย

ตอนที่ 3 ข้อมูลสื่อสารทางการเมืองประเภทต่างๆที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า



(Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ คือ ทุกครั้ง เกือบทุกครั้ง เป็นครั้งคราว ไม่ค่อยสนใจ และไม่เคยสนใจเลย มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

	คะแนน
ทุกครั้ง	5
เกือบทุกครั้ง	4
เป็นครั้งคราว	3
ไม่ค่อยสนใจ	2
ไม่เคยสนใจเลย	1

ตอนที่ 4 ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ คือ ทุกครั้ง เกือบทุกครั้ง เป็นครั้งคราว ไม่ค่อยสนใจ และไม่เคยสนใจเลย

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้รับแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง ครบจำนวน 396 ชุด ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบและทำการคีย์ลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แล้วตรวจสอบความถูกต้อง

2. ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จะวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลสื่อในการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ข้อมูลการสื่อสารทางการเมืองประเภทต่างๆที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ค่าเฉลี่ยแปลความหมายแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2549 : 100)

ค่าเฉลี่ย		ระดับการปฏิบัติ
4.51 - 5.00	หมายถึง	ทุกครั้ง
3.51 - 4.50	หมายถึง	เกือบทุกครั้ง
2.51 - 3.50	หมายถึง	เป็นครั้งคราว
1.51 - 2.50	หมายถึง	ไม่ค่อยสนใจ
1.00 - 1.50	หมายถึง	ไม่เคยสนใจ

ตอนที่ 4 ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ค่าเฉลี่ยแปลความหมายแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2549 : 100)

ค่าเฉลี่ย		ระดับการปฏิบัติ
4.51 - 5.00	หมายถึง	ทุกครั้ง
3.51 - 4.50	หมายถึง	เกือบทุกครั้ง
2.51 - 3.50	หมายถึง	เป็นครั้งคราว
1.51 - 2.50	หมายถึง	ไม่ค่อยสนใจ
1.00 - 1.50	หมายถึง	ไม่เคยสนใจเลย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามรวบรวมเก็บแบบสอบถามกลับคืนมาได้ทั้งหมด จำนวน 396 ฉบับ หลังจากผู้วิจัยได้รับเอกสารแบบสอบถามกลับคืนมาและผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นำผลที่ได้มาบันทึกข้อมูลแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติประมวลผลและจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อนำเสนอข้อมูลและสรุปผลวิจัยเกณฑ์การให้คะแนน ข้อความทั้งที่เป็นทางบวกและทางลบ มีเกณฑ์คะแนนเหมือนกันดังนี้

	คะแนน
ทุกครั้ง	5
เกือบทุกครั้ง	4
เป็นครั้งคราว	3
ไม่ค่อยสนใจ	2
ไม่เคยสนใจเลย	1



ส่วนเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้  
(บุญชม ศรีสะอาด, 2549 : 100)

ค่าเฉลี่ย		ระดับการปฏิบัติ
4.51 - 5.00	หมายถึง	ทุกครั้ง
3.51 - 4.50	หมายถึง	เกือบทุกครั้ง
2.51 - 3.50	หมายถึง	เป็นครั้งคราว
1.51 - 2.50	หมายถึง	ไม่ค่อยสนใจ
1.00 - 1.50	หมายถึง	ไม่เคยสนใจเลย

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้อาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย

1. ร้อยละ (Percentage) คือ

$$\text{ร้อยละ} = \frac{n \times 100}{N}$$

n = จำนวนข้อมูลที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{X} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n}{n} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

$\bar{X}$  = ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

$x_i$  = ค่าสังเกตหรือกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนตัวอย่างที่ทำการวิจัย

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S.D. = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n x_i (x_i + \bar{x})^2}}{n = 1}$$

N = จำนวนตัวอย่างที่ทำการวิจัย

$\bar{x}$  = ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$x_i$  = ค่าสังเกตหรือกลุ่มตัวอย่าง



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม” ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 396 คน ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ ทำการวิเคราะห์ จัดพิมพ์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### ลำดับขั้นตอนการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเยาวชนในเขตจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ประเภทของการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยในจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารทางการเมืองประเภทต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเยาวชนในเขตจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	140	35.35
หญิง	256	64.65
	396	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.65) และเป็นเพศชาย (ร้อยละ 35.35) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 18 ปี	70	17.68
18 - 19 ปี	55	13.89
20 - 21 ปี	140	35.35
22 - 23 ปี	88	22.22
24 - 25 ปี	43	10.86
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 21 ปี (ร้อยละ 35.35) รองลงมาคืออายุ 22 - 23 ปี (ร้อยละ 22.22) และอายุไม่เกิน 18 ปี (ร้อยละ 17.68) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	230	58.08
สมรส	120	30.30
หย่าร้าง/หม้าย	25	6.31
แยกกันอยู่	21	5.30
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 58.08) รองลงมาสถานสมรส (ร้อยละ 30.30) และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย (ร้อยละ 6.31) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	44	11.11
มัธยมศึกษา	72	18.18
ปวช./ปวส.	82	20.71
ปริญญาตรี	179	45.20
ปริญญาโทขึ้นไป	19	4.80
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 45.20) รองลงมามีการศึกษาอยู่ในระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 20.71) และมัธยมศึกษา (ร้อยละ 18.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	163	41.16
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	33	8.33
พนักงานบริษัท	94	23.74
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	11.62
เกษตรกร	25	6.31
อื่น ๆ (รับจ้าง , พ่อบ้าน, แม่บ้าน และ ว่างงาน)	35	8.84
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 41.16) รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 23.74) และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 11.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของเยาวชน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	28	7.07
2,001 – 4,000 บาท	58	14.65
4,001 – 6,000 บาท	91	22.98
มากกว่า 6,001 บาท	219	55.30
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มีรายได้/เดือน มากกว่า 6,001 บาท (ร้อยละ 55.30) รองลงมา 4,001 – 6,000 บาท (ร้อยละ 22.98) และ 2,001 – 4,000 บาท (ร้อยละ 14.65) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประเภทของการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์  
ประชาธิปไตยในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อทางด้านสื่อบุคคลที่มีผล  
ต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย

สื่อบุคคล	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ครู/อาจารย์	3.46	1.40	เป็นบางครั้ง
2. เพื่อน	3.57	1.31	ทุกครั้ง
3. ครอบครัว	3.64	0.98	ทุกครั้ง
4. ผู้สมัครเป็นตัวแทน (นักการเมือง)	3.48	1.19	เป็นบางครั้ง
รวม	3.54	1.22	ทุกครั้ง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า สื่อบุคคลที่มีผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวม  
อยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.54$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สื่อบุคคลที่มีผลมากที่สุด คือ  
ครอบครัว ( $\bar{x}=3.64$ ) รองลงมาคือ เพื่อน ( $\bar{x}=3.57$ ) และน้อยที่สุด คือ ครู/อาจารย์ ( $\bar{x}=3.46$ )  
ตามลำดับ



ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย

สื่อสิ่งพิมพ์	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. หนังสือพิมพ์	3.65	1.26	ทุกครั้ง
2. นิตยสาร/วารสาร	3.48	1.26	เป็นบางครั้ง
3. แผ่นพับ	3.44	1.25	เป็นบางครั้ง
4. ใบปลิว	3.43	1.26	เป็นบางครั้ง
รวม	3.50	1.26	เป็นบางครั้ง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=3.50$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ ( $\bar{x}=3.65$ ) รองลงมาคือ นิตยสาร/วารสาร ( $\bar{x}=3.48$ ) และน้อยที่สุด คือ ใบปลิว ( $\bar{x}=3.43$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อทางด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย

สื่ออิเล็กทรอนิกส์	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. โทรทัศน์	3.63	1.24	ทุกครั้ง
2. วิทยุ	3.36	0.92	ทุกครั้ง
3. คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต	3.74	1.30	ทุกครั้ง
รวม	3.58	1.16	ทุกครั้ง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.58$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีผลมากที่สุด คือ คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต ( $\bar{x}=3.65$ ) รองลงมาคือ โทรทัศน์ ( $\bar{x}=3.48$ ) และวิทยุ ( $\bar{x}=3.36$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อทางด้านสื่อเฉพาะกิจที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย

สื่อเฉพาะกิจ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การตระเวนหาเสียง	3.66	1.07	ทุกครั้ง
2. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	3.62	1.00	ทุกครั้ง
3. การเดินรณรงค์หาเสียง	3.54	0.93	ทุกครั้ง
4. นิทรรศการ	3.40	0.97	เป็นบางครั้ง
5. เสื่อยึด	3.51	1.10	ทุกครั้ง
6. สติกเกอร์	3.47	1.02	เป็นบางครั้ง
รวม	3.53	1.02	ทุกครั้ง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า สื่อเฉพาะกิจที่มีผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.53$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สื่อเฉพาะกิจที่มีผลมากที่สุดคือ การตระเวนหาเสียง ( $\bar{x}=3.66$ ) รองลงมาคือ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ( $\bar{x}=3.62$ ) และน้อยที่สุดคือ นิทรรศการ ( $\bar{x}=3.40$ ) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทของสื่อต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย

ประเภทของสื่อต่างๆ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. สื่อบุคคล	3.56	1.04	ทุกครั้ง
2. สื่อสิ่งพิมพ์	3.78	0.97	ทุกครั้ง
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	4.02	0.88	ทุกครั้ง
4. สื่อเฉพาะกิจ	3.24	1.22	เป็นบางครั้ง
รวม	3.62	1.02	ทุกครั้ง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า สื่อต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.62$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีผลมากที่สุด คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{x}=3.66$ ) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ( $\bar{x}=3.62$ ) และน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ ( $\bar{x}=3.40$ ) ตามลำดับ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองประเภทต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองประเภทต่างๆ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. สื่อบุคคล	3.31	0.86	เป็นบางครั้ง
2. สื่อสิ่งพิมพ์	3.06	0.81	เป็นบางครั้ง
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.76	1.00	ทุกครั้ง
4. สื่อเฉพาะกิจ	2.95	0.83	เป็นบางครั้ง
รวม	3.27	0.88	เป็นบางครั้ง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองประเภทต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์มากที่สุด คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{x}=3.76$ ) รองลงมา คือ สื่อบุคคล ( $\bar{x}=3.31$ ) และน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ ( $\bar{x}=2.95$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อบุคคล ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

สื่อบุคคล	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ครู/อาจารย์ สอนให้ใช้เหตุผลและสติปัญญา	3.16	0.70	เป็นบางครั้ง
2. คนในครอบครัวสอนให้มีความรับผิดชอบ	3.14	0.82	เป็นบางครั้ง
3. คนในครอบครัวสอนให้รู้จักสิทธิและหน้าที่ของตนเอง	3.61	1.14	ทุกครั้ง
4. คนในครอบครัว ครู/อาจารย์ สอนให้เคารพความคิดเห็นของบุคคลอื่น เป็นต้น	3.36	0.76	เป็นบางครั้ง
5. ท่านมักให้ความร่วมมือกับบุคคลอื่นเสมอ	3.19	0.93	เป็นบางครั้ง
6. บุคคลรอบข้าง มีผลต่อการตัดสินใจในการกระทำของตน	3.62	0.92	ทุกครั้ง
7. นักการเมืองเป็นแบบอย่างที่ดีต่อตนในการใช้หลักการประชาธิปไตย เช่น ไม่เสียดสีนักการเมืองอื่นในเวลาอภิปราย	3.08	0.75	เป็นบางครั้ง
รวม	3.31	0.86	เป็นบางครั้ง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อบุคคล ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=3.31$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีเหตุผลมากที่สุด คือ บุคคลรอบข้าง มีผลต่อการตัดสินใจในการกระทำของตน ( $\bar{x}=3.62$ ) รองลงมาคือ คนในครอบครัวสอนให้รู้จักสิทธิและหน้าที่ของตนเอง ( $\bar{x}=3.61$ ) และน้อยที่สุด คือ นักการเมืองเป็นแบบอย่างที่ดีต่อตนในการใช้หลักการประชาธิปไตย เช่น ไม่เสียดสีนักการเมืองอื่นในเวลาอภิปราย ( $\bar{x}=3.08$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

สื่อสิ่งพิมพ์	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. หนังสือพิมพ์มีการกระตุ้นให้ไปลงคะแนนเสมอเมื่อมีการเลือกตั้ง	3.29	1.01	เป็นบางครั้ง
2. เมื่อมีหนังสือนิตยสาร วารสาร ใบปลิว แผ่นพับ เชิญชวนให้ไปเลือกตั้งหรือทำกิจกรรมตนจะเข้าร่วม	2.81	1.03	เป็นบางครั้ง
3. เมื่อมีใบปลิวโฆษณาให้ไปใช้สิทธิ์คิดว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ	3.06	0.57	เป็นบางครั้ง
4. ไม่เชื่อในข้อมูลที่ปรากฏขึ้นในหนังสือนอกจากได้พิจารณาอย่างมีเหตุผลและใช้สติปัญญา	2.84	0.78	เป็นบางครั้ง
5. ท่านไม่ชอบนิตยสารเล่มที่ลงเฉพาะเรื่องราวของนักการเมืองที่อื้อฉาวบางคน	3.15	0.76	เป็นบางครั้ง
6. อ่านแผ่นพับที่แจกจากผู้สมัครเป็นนักการเมืองหรือนักการเมืองท้องถิ่นทุกอย่าง	3.07	0.73	เป็นบางครั้ง
7. นิตยสารบางเล่มลงข่าวนักการเมืองแล้วทำให้อยากเป็นนักการเมืองเช่นเขาบ้าง	3.19	0.80	เป็นบางครั้ง
รวม	3.06	0.81	เป็นบางครั้ง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=3.06$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีเหตุผลมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์มีการกระตุ้นให้ไปลงคะแนนเสมอเมื่อมีการเลือกตั้ง ( $\bar{x}=3.29$ ) รองลงมาคือ นิตยสารบางเล่มลงข่าวนักการเมืองแล้วทำให้อยากเป็นนักการเมืองเช่นเขาบ้าง ( $\bar{x}=3.19$ ) และน้อยที่สุด คือ เมื่อมีหนังสือ นิตยสาร วารสาร ใบปลิว แผ่นพับ เชิญชวนให้ไปเลือกตั้งหรือทำกิจกรรมตนจะเข้าร่วม ( $\bar{x}=2.81$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

สื่ออิเล็กทรอนิกส์	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. เมื่อฟังวิทยุเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งต่างๆรู้สึกอยากไปร่วมกิจกรรม	3.74	1.09	ทุกครั้ง
2. ชอบดูรายการโทรทัศน์ที่มีการสัมภาษณ์นักการเมือง	3.86	1.01	ทุกครั้ง
3. สื่อรายการโทรทัศน์บางครั้งทำให้เบื่อหน่ายต่อการดู	3.82	1.00	ทุกครั้ง
4. ชอบรายการวิทยุที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเมืองการปกครองของประเทศ	3.60	0.99	ทุกครั้ง
5. ท่านเปิดอ่านเนื้อหาข่าวการเมืองทางอินเทอร์เน็ต	3.77	0.91	ทุกครั้ง
รวม	3.76	1.00	ทุกครั้ง

จากตารางที่ 15 พบว่า ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีเหตุผลมากที่สุด คือ ชอบดูรายการโทรทัศน์ที่มีการสัมภาษณ์นักการเมือง ( $\bar{x}=3.86$ ) รองลงมาคือ สื่อรายการโทรทัศน์บางครั้งทำให้เบื่อหน่ายต่อการดู ( $\bar{x}=3.82$ ) และน้อยที่สุด คือ ชอบรายการวิทยุที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเมืองการปกครองของประเทศ ( $\bar{x}=3.60$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อเฉพาะกิจที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

สื่อเฉพาะกิจ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. สติ๊กเกอร์บางชิ้นเวลาอ่านหรือตีความต้องคำนึงถึงผู้อื่นว่าเหมาะสมหรือไม่	2.99	0.79	เป็นบางครั้ง
2. ป้ายโฆษณากลางแจ้งมีความดึงดูดใจอยากให้เข้าไปร่วมกิจกรรมทางการเมือง	3.33	0.96	เป็นบางครั้ง
3. นิทรรศการการแสดงเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองทำให้รู้สึกอยากให้ความร่วมมือ	3.11	0.77	เป็นบางครั้ง
4. ท่านฟังการตระเวนหาเสียงของผู้สมัครเป็นนักการเมืองทุกระดับ	3.08	0.65	เป็นบางครั้ง
5. เสื้อยืดเก๋ๆ แสดงได้ว่ามีใจต่อการอยากเข้าร่วมในกิจกรรมทางการเมือง	2.97	0.66	เป็นบางครั้ง
6. เสื้อยืดหรือเสื้อเกี่ยวกับการหาเสียง ของผู้สมัครนักการเมืองมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์	2.19	1.17	เป็นบางครั้ง
รวม	2.95	0.83	เป็นบางครั้ง

จากตารางที่ 16 พบว่า ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อเฉพาะกิจที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=2.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีเหตุผลมากที่สุด คือ ป้ายโฆษณากลางแจ้งมีความดึงดูดใจอยากให้เข้าไปร่วมกิจกรรมทางการเมือง ( $\bar{x}=3.33$ ) รองลงมาคือนิทรรศการการแสดงเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองทำให้รู้สึกอยากให้ความร่วมมือ ( $\bar{x}=3.11$ ) และน้อยที่สุด คือ เสื้อยืดหรือเสื้อเกี่ยวกับการหาเสียง ของผู้สมัครนักการเมืองมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ( $\bar{x}=2.19$ ) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์  
ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่  
ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

ระดับการสื่อสารทางการเมือง	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง	2.97	0.73	เป็น บางครั้ง
2. ท่านเป็นสมาชิกพรรคการเมือง หรือกลุ่มการเมือง ท้องถิ่น	3.14	0.82	เป็น บางครั้ง
3. ท่านเคยวิพากษ์วิจารณ์ และสนทนากการทำงานของ รัฐบาลกับผู้ที่ท่านรู้จัก	3.19	0.61	เป็น บางครั้ง
4. สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลมาจากการ เลือกตั้งสามารถตรวจสอบการทำงานได้	3.85	1.07	ทุกครั้ง
5. ท่านเคยให้การสนับสนุนผู้สมัครทางการเมืองใน ท้องถิ่นของท่าน	2.99	0.98	เป็น บางครั้ง
6. ท่านเห็นว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือ ส.ส. ควร อยู่ในวาระคราวละไม่เกิน 3 ปี	3.20	1.16	เป็น บางครั้ง
7. ท่านให้การสนับสนุนผู้สมัครทางการเมืองในท้องถิ่น ของท่าน	3.04	0.83	เป็น บางครั้ง
8. ท่านเห็นว่ารัฐสภาของไทยควรมีทุกครั้งกว่า 2 สภา ด้วยกัน คือ สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา และสภาการ ตรวจสอบ	2.85	0.88	เป็น บางครั้ง
9. ท่านเห็นว่าตำแหน่งวุฒิสภา หรือ สว. มาจากการ เลือกตั้ง	2.80	0.74	เป็น บางครั้ง
รวม	3.11	0.87	เป็น บางครั้ง



จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=3.11$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามมากที่สุด คือ ประเด็นที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือ ส.ส. ควรอยู่ในวาระคราวละไม่เกิน 3 ปี ( $\bar{x}=3.20$ ) รองลงมาคือ ประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์ และสนทนากิจการของรัฐบาลกับผู้ที่รู้จัก ( $\bar{x}=3.19$ ) และน้อยที่สุด คือ ประเด็นที่ว่าตำแหน่ง วุฒิสภา หรือ สว. มาจากการเลือกตั้ง ( $\bar{x}=2.80$ ) ตามลำดับ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสื่อในการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อศึกษาระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม 3) เพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองประเภทต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 396 คน ซึ่งผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอหัวข้อออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษา ดังนี้

##### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเยาวชนในเขตจังหวัดมหาสารคาม

1.1 เพศ พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.65) และเป็นเพศชาย (ร้อยละ 35.35)

1.2 อายุ พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 21 ปี (ร้อยละ 35.35) รองลงมา มีอายุ 22 - 23 ปี (ร้อยละ 22.22) และอายุไม่เกิน 18 ปี (ร้อยละ 17.68)

1.3 สถานภาพ พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 58.08) รองลงมา สถานสมรส (ร้อยละ 30.30) และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย (ร้อยละ 6.31)

1.4 ระดับการศึกษา พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 45.20) รองลงมา มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 20.71) และมัธยมศึกษา (ร้อยละ 18.18)

1.5 อาชีพ พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 41.16) รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 23.74) และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 11.62)

1.6 รายได้/เดือน พบว่า เยาวชนในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มีรายได้/เดือน มากกว่า 6,001 บาท (ร้อยละ 55.30) รองลงมา 4,001 – 6,000 บาท (ร้อยละ 2.98) และ 2,001 – 4,000 บาท (ร้อยละ 14.65)

## 2. ผลการวิเคราะห์ประเภทของการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยในจังหวัดมหาสารคาม

2.1 สื่อบุคคลที่มีผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.54$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สื่อบุคคลที่มีผลมากที่สุด คือ ครอบครัว ( $\bar{x}=3.64$ ) รองลงมาคือ เพื่อน ( $\bar{x}=3.57$ ) และน้อยที่สุด คือ ครู/อาจารย์ ( $\bar{x}=3.46$ )

2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็น บางครั้ง ( $\bar{x}=3.50$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ ( $\bar{x}=3.65$ ) รองลงมาคือ นิตยสาร/วารสาร ( $\bar{x}=3.48$ ) และน้อยที่สุด คือ โบปลิวิ ( $\bar{x}=3.43$ )

2.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.58$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีผลมากที่สุด คือ คอมพิวเตอร์/ อินเทอร์เน็ต ( $\bar{x}=3.65$ ) รองลงมาคือ โทรทัศน์ ( $\bar{x}=3.48$ ) และวิทยุ ( $\bar{x}=3.36$ )

2.4 สื่อเฉพาะกิจที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.53$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สื่อเฉพาะกิจที่มีผลมากที่สุด คือ การตระเวนหาเสียง ( $\bar{x}=3.66$ ) รองลงมาคือ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ( $\bar{x}=3.62$ ) และน้อยที่สุด คือ นิทรรศการ ( $\bar{x}=3.40$ )

2.5 สื่อต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.62$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีผลมากที่สุด คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{x}=3.66$ ) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ( $\bar{x}=3.62$ ) และน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ ( $\bar{x}=3.40$ )

## 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองประเภทต่าง ๆ ที่มีผลต่อการ สร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

3.1 ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองประเภทต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นต่อ



สื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์มากที่สุด คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{x}=3.76$ ) รองลงมา คือ สื่อบุคคล ( $\bar{x}=3.31$ ) และน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ ( $\bar{x}=2.95$ )

3.2 ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อบุคคลที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=3.31$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีเหตุผลมากที่สุด คือ บุคคลรอบข้าง มีผลต่อการตัดสินใจในการกระทำของตน ( $\bar{x}=3.62$ ) รองลงมาคือ คนในครอบครัวสอนให้รู้จักสิทธิและหน้าที่ของตนเอง ( $\bar{x}=3.61$ ) และน้อยที่สุด คือ นักการเมืองเป็นแบบอย่างที่ดีต่อตนในการใช้หลักการประชาธิปไตย เช่น ไม่เสียดสีนักการเมืองอื่นในเวลาอภิปราย ( $\bar{x}=3.08$ ) ตามลำดับ

3.3 ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=3.06$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีเหตุผลมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์มีการกระตุ้นให้ไปลงคะแนนเมื่อมีการเลือกตั้ง ( $\bar{x}=3.29$ ) รองลงมาคือ นิตยสารบางเล่มลงข่าวนักการเมืองแล้วทำให้อยากเป็นนักการเมืองเช่นเขาบ้าง ( $\bar{x}=3.19$ ) และน้อยที่สุด คือ เมื่อมีหนังสือนิตยสาร วารสาร ใบปลิว แผ่นพับ เชิญชวนให้ไปเลือกตั้งหรือทำกิจกรรมตนจะเข้าร่วม ( $\bar{x}=2.81$ )

3.4 ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ( $\bar{x}=3.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีเหตุผลมากที่สุด คือ ขอบดูรายการโทรทัศน์ที่มีการสัมภาษณ์นักการเมือง ( $\bar{x}=3.86$ ) รองลงมาคือ สื่อรายการโทรทัศน์บางครั้งทำให้เป้าหมายต่อการดู ( $\bar{x}=3.82$ ) และน้อยที่สุด คือ ขอบรายการวิทยุที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเมืองการปกครองของประเทศ ( $\bar{x}=3.60$ )

3.5 ความคิดเห็นต่อสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อเฉพาะกิจที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=2.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีเหตุผลมากที่สุด คือ ป้ายโฆษณากลางแจ้งมีความดึงดูดใจอยากให้เข้าไปร่วมกิจกรรมทางการเมือง ( $\bar{x}=3.33$ ) รองลงมาคือ นิทรรศการการแสดงเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองทำให้รู้สึกอยากให้ความร่วมมือ ( $\bar{x}=3.11$ ) และน้อยที่สุด คือ เสื่อยึดหรือสื่อเกี่ยวกับการหาเสียง ของผู้สมัครนักการเมืองมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ( $\bar{x}=2.19$ )

4.ผลการวิเคราะห์ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

พบว่า ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้าง อัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ( $\bar{x}=3.11$ ) เมื่อพิจารณาเป็นราย

ข้อ พบว่า ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชน ในจังหวัดมหาสารคามมากที่สุด คือ ประเด็นที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือ ส.ส. ควรอยู่ในวาระ คราวละไม่เกิน 3 ปี ( $\bar{x}=3.20$ ) รองลงมาคือ ประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์ และสนทนากการทำงาน ของรัฐบาลกับผู้ที่รู้จัก ( $\bar{x}=3.19$ ) และน้อยที่สุด คือ ประเด็นที่ว่าตำแหน่งวุฒิสภา หรือ สว. มาจากการเลือกตั้ง ( $\bar{x}=2.80$ ) ตามลำดับ

## อภิปรายผล

ในการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชน ในจังหวัดมหาสารคาม” พบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตย โดย ภาพรวมอยู่ในระดับทุกครั้ง ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่สื่อที่มีผลมากที่สุด คือ คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และวิทยุ สอดคล้องกับการศึกษาของกฤษกร พบศิริ (2549) ที่ศึกษา “การเรียนรู้ทางการเมืองของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต” พบว่า อินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางการสื่อสารทางการเมืองช่องทางใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการให้การเรียนรู้ทางการเมืองสำหรับ บุคคลที่เข้ามาใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกับสื่อเดิม แต่กิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดย ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่แพร่หลายนัก ขณะที่กลุ่มนักศึกษาให้ความสนใจในการเข้ามาใช้ช่องทาง อินเทอร์เน็ตในลักษณะของการใช้งานด้านการเมืองน้อย ทำให้อินเทอร์เน็ตไม่ได้ช่วยในกระบวนการ กล่อมเกลางานการเมืองมากเท่าที่ควร และสอดคล้องกับการศึกษาของบุญทริกา เจียงเพ็ชร (2547) ที่ศึกษา “พฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชนสื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และทัศนคติ ทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และกิจกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ เกี่ยวกับการเลือกตั้งระบบใหม่ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต” พบว่าอินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองสิทธิ และเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสาร และเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนได้เป็นอย่างดี ยิ่งไปกว่าสื่อมวลชนแบบดั้งเดิมที่มีอยู่ การเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการติดตาม ข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์รายวันต่างๆ เน้นการติดตามข่าวสารการบริหารประเทศของรัฐบาล มีการใช้กระดานข่าวในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและพบว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ตเป็นผู้ที่มีความสนใจทางการเมือง และมีความกระตือรือร้นที่จะไปใช้สิทธิออกเสียง เลือกตั้งด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (76.2%) ติดตามข่าวสารการเมืองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (63.5%) ใช้กระดานข่าวเป็นพื้นที่ในการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสอดคล้องกับการศึกษาของวรา วัฒนางตุรพร (2546) ที่ศึกษา “ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของอินเทอร์เน็ตในการสร้างความตื่นตัวทางการเมืองและพฤติกรรมการ เปิดรับเนื้อหาข่าวสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ต” พบว่า



อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความตื่นตัวทางการเมืองได้มากเพราะมีการนำเสนอข่าวสารการเมืองที่ทำให้เข้าไปค้นหาข้อมูลได้สะดวกทุกเวลาที่ต้องการอินเทอร์เน็ตทำให้แสดงความคิดเห็นด้านการเมืองได้อิสระมากกว่าสื่ออื่น แม้ว่าพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารด้านการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในระดับน้อย แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงมีความคิดเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพมากพอที่จะสร้างความตื่นตัวทางการเมืองให้กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2547- มกราคม 2547 (ช่วงก่อนการเลือกตั้งวันที่ 6 มกราคม 2547) มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ทางการเมืองที่นำมาศึกษาเพิ่มจำนวนขึ้นมากกว่าเดิมเกือบ 2 เท่า และทุกเว็บไซต์ที่ศึกษามีการให้ข้อมูลค่อนข้างครอบคลุม และมีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง สอดคล้องกับมลินี สมภพเจริญ (2547) ศึกษา “อินเทอร์เน็ต และสื่อมวลชนต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การติดตามข่าวสารการเมืองทางอินเทอร์เน็ตมีผลทางตรงต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่การแสดงความคิดเห็นติดตามข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษาไทยในปัจจุบันมีน้อยมาก จึงไม่เกิดการอบรม หล่อหลอม บ่มเพาะและการปลูกฝังทางการเมือง ทำให้นักศึกษาแม้เป็นชนชั้นที่มีการศึกษาสูง มีความรู้การเมืองดี แต่ไม่ศรัทธาเชื่อมั่นในระบบการเมืองไทย ศักยภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสารยังเฉื่อยเนือยต่อการเมืองการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามเรื่องการเมืองของนักศึกษายังมีน้อยจึงกล่าวได้ว่าภายใต้บรรยากาศโลกาภิวัตน์ การสื่อสารทางการเมืองมีการพัฒนารูปแบบและวิธีการสื่อสารไปอย่างมากอันเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ปัจจุบันพบว่า มีการใช้ช่องทางสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และดำเนินกิจกรรมทางการเมือง ดังปรากฏในการศึกษาของ บุญตริกา เจียงเพ็ชร (2547), ยุทธพร อิศรชัย (2547) และ วรา วัฒนางตุรพร (2546) ที่พบว่า การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ประชาชนสามารถแสดงเห็นทางการเมืองได้อย่างอิสระ, ประชาชนสามารถกำหนดประเด็นข่าวสารที่สนใจได้ด้วยตนเอง ขณะที่ กฤษกร พบศิริ (2549) และ มลินี สมภพเจริญ (2547) ศึกษาช่องทางการสื่อสารทางการเมืองผ่านอินเทอร์เน็ตโดยมุ่งศึกษาที่กลุ่มนักศึกษา พบว่าการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าวสาร, ประเด็นทางการเมืองของนักศึกษายังมีน้อย แม้ว่าช่วงเวลาที่ทำการศึกษต่างกันถึง 7 ปีก็ตาม อย่างไรก็ตาม ในยุคโลกาภิวัตน์ที่อินเทอร์เน็ตยังเป็นหัวใจสำคัญของทุกภาคส่วนในสังคม ทางด้านการเมืองก็เช่นกัน ในบทความ “ความสำเร็จในการพัฒนาระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย” ของ ลิขิต อีริเวคิน และ บทความ “บทบาทของสื่อในการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง” ของ ชัยอนันต์ สมุทวณิช ชี้ให้เห็นว่า การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตโดยภาคประชาชนเป็นตัวแปรสำคัญให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เนื่องจากประชาชนสามารถรับข่าวสารได้อย่าง



รวดเร็วแล้วยังสามารถตรวจสอบ และคัดค้านรัฐบาลได้อย่างเปิดเผย และอินเทอร์เน็ตยังเป็นตัวแปรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปกครองแบบประชาธิปไตยต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1.1 จากการวิจัยการสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคามมีผู้ที่กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวนมาก ดังนั้นในการสื่อสารทางการเมืองควรมีการสร้างภาพลักษณ์ของประชาธิปไตยที่มีเนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและแสดงบทบาททางประชาธิปไตยให้มากขึ้น

1.2 จากการวิจัยพบว่า การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ซึ่งควรมีการส่งเสริมให้มีความสำคัญในด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในความเป็นประชาธิปไตยให้มากขึ้นเพื่อให้ และมีการรับสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ด้านเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

1.3 ในด้านการจัดองค์การบริหารให้เป็นประชาธิปไตย ในส่วนที่ควรส่งเสริมให้มีการปฏิบัติและให้ความสำคัญคือ มีโครงการพัฒนาให้ความรู้แก่ชุมชนในเรื่องการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย ร่วมกันวางแผนให้ประชาชนในชุมชน ได้ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตนตามระบอบประชาธิปไตย เชิญบุคลากรในชุมชนมาเป็นวิทยากรให้ความรู้ เจตคติด้านประชาธิปไตยแก่นักเรียนจัดทำแผนการให้ความรู้แก่ชุมชนในเรื่องการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย

1.4 ในด้านการจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมประชาธิปไตย ในส่วนที่ควรส่งเสริมให้มีการปฏิบัติคือ จัดกิจกรรมฝึกเขียนคำโฆษณา วิเคราะห์คำโฆษณา เกี่ยวกับประชาธิปไตย จัดกิจกรรมโต้วาที จัดประกวดบทความเกี่ยวกับหน้าที่พลเมืองที่พึงปฏิบัติ จัดป้ายนิเทศโดยให้นักเรียนรับผิดชอบทำงานเป็นกลุ่ม จัดทำสมุดภาพในเรื่องต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการแสดงบทบาทเกี่ยวกับประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมประชาธิปไตยของประชาชนในเขตจังหวัดมหาสารคาม

2.2 ควรมีการศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างอัตลักษณ์ทางการเมืองของของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

2.3 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรใช้วิธีดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการสังเกตเพราะจะได้ข้อมูลในเชิงลึก ได้รายละเอียดของปัญหาและข้อเสนอแนะที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.4 ควรพิจารณาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ เช่น ความคาดหวังของผู้ชมรายการทางโทรทัศน์ ซึ่งอาจจะเป็นปัจจัยสำคัญ บุคลิกภาพ ปัจจัยแรงจูงใจต่างๆ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อความ เข้าใจในการตัดสินใจเลือกชมรายการที่เกี่ยวข้องกับการเมือง และเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการประเมินเพื่อพัฒนา และมีผลต่อพฤติกรรม การรับรู้วิถีประชาธิปไตยในอนาคต



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมภาษาไทย

- กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์ (บก.). (2549). มองสังคมผ่านวาทกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณ์ ทองเลิศ. (2549). สื่อมวลชน การเมือง และวัฒนธรรมองค์กรร่วมแห่งสายสัมพันธ์ของชีวิต. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น.
- กฤษกร พบศิริ. (2549). การเรียนรู้ทางการเมืองของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทางอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2548). แนวทางการศึกษาสื่อมวลชนโดยใช้ทฤษฎีวิพากษ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. (2547). การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- \_\_\_\_\_. (2547). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory): แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพฯ: Higher Press.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2547). มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทเอดิสัน เพรส โปรดักส์.
- กิจโสภณ พรรณโกชนัน. (2548). เริ่มคลิกอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บาย เนเจอร์ พับลิชชี.
- กิติมา สุรสุนธิ. (2548). การวางแผนการสื่อสาร: แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์ และ ปณิตดา ธนาสถิตย์. (2526). “โทรทัศน์ไทยจากบางขุนพรหมถึงระบบดาวเทียม”. วัฒนาการสื่อมวลชนไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พุทธบูชาการพิมพ์.
- เกษียร เตชะพีระ. (2548). *วิวาทะโลกานุวัตร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ผู้จัดการ.
- \_\_\_\_\_. (2547). การดำรงอยู่และอนาคตของระบอบทักษิณ: โจทย์ท้าทายสังคมไทย. นิตสารฟ้าเดียวกัน, 2(1), 168.
- เกียรติชัย พงษ์พาณิชย์. (2523). สื่อมวลชน: เครื่องมือทางยุทธศาสตร์ของสังคม. *วารสารธรรมศาสตร์*, 9(4), 17-28.
- ขุนทอง ลอเสรีวานิช (แปล). (2547). อำนาจใหม่. เขียนโดย อัลวิน ทอฟเลอร์. กรุงเทพฯ: รุ่งแสงการพิมพ์.
- จรัส ดิษฐาอภิชัย. (2546). พลังประชาชนในประเทศไทยประชาธิปไตยยุคโลกาภิวัตน์. ใน พิทยา ว่องกุล (บก.), *รวมบทความประชาธิปไตยโดยตรงสู่พระราชรัฐสภา*, กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด.
- จิตติศักดิ์ นันทพานิช และคณะ. (2549). *ชินคอร์ป ดีลมรณะ: จุดจบระบบทักษิณ*. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊คส์.



จุมพล หนีพพานิช. (2548). พัฒนาการทางการเมืองไทย. อำนวยาธิปไตย ธนาธิปไตย หรือ

ประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เจดน์ศักดิ์ แสงสิงแก้ว. (2524). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการณ์การสื่อสารกับกระบวนการสังคมประกิต

ทางการเมืองของประชาชนในท้องที่บางชั้น เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. (2549). รัฐันท์กษิณ2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ขอคิดด้วยคน.

ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2548). โลกานูวัตกรกับอนาคตของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ผู้จัดการ.

\_\_\_\_\_. (2549). ประชาธิรัฐกับการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: สถาบันนโยบายศึกษา.

\_\_\_\_\_. (2549, กรกฎาคม, 9). อนาคตของประชาธิปไตยและหลักรัฐธรรมนูญในประเทศไทย. ผู้จัดการรายวัน, 7.

\_\_\_\_\_. (2547). จากรัฐชาติสู่รัฐตลาด แนวความคิดเกี่ยวกับรัฐและสังคมในยุคโลกานูวัตกร.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์.

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2547). วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะ

และความเป็นอื่น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.

\_\_\_\_\_. (2549). รัฐ-ชาติกับ(ความไร้)ระเบียบโลกชุดใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิ

ภาษา.

ไชยันต์ ไชยพร. (2546). พัฒนาการของสื่อกับปรัชญาสิทธิเสรีภาพและพื้นที่สาธารณะ แง่คิด บทเรียนและ

ปัญหาบางประการจากสังคมตะวันตก. เอกสารประกอบวิชาสัมมนาเรื่อง สื่อ พื้นที่สาธารณะ โลกาภิวัตน์กับประชาธิปไตย. คณะรัฐศาสตร์: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐิตินันท์ บุญภาพ. (2549). วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ. 2547-2568).

วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2549). 1999 จุดเปลี่ยนแห่งยุคสมัย : จากโลกาภิวัตน์สู่ชุมชน. กรุงเทพฯ:

บริษัทเอ็ดิสัน เพรส โปรดักส์.

ณรงค์ สิ้นสวัสดิ์. (2518). จิตวิทยาการเมือง. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

\_\_\_\_\_. (2547). ผู้นำการเมือง: แนววิพากษ์และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ: วชิรินทร์การพิมพ์.

ณรงค์ชัย ปัญญาณทชัย. (2546). ทักษิณบนบัลลังก์นายกรัฐมนตรี 2 ปีรัฐบาลไทยรักไทย. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

ณาดยา ฉาบนาค. (2547). คอมพิวเตอร์เบื้องต้น ระบบเครือข่าย และอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: เอส.พี.

ซี.บี.คส์.

- ตัน ตัณฑ์สุทธีวงศ์. (2549). รอบรู้ Internet และ World Wide Web. กรุงเทพฯ: บริษัทด้านสุทธาการพิมพ์.
- ถิรพัฒน์ วิลัยทอง, ชัยอนันต์ สมุทวณิช และคณะ. (2546). อนาคตที่ไล่ล่าประเทศไทย: แนวโน้มของโลกสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ก้อนาคตของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ: บริษัทสุขุมและบุตร จำกัด.
- เทียนชัย วงศ์ชัยสุวรรณ. (2549). Global Vision: สู่กระแสกระบวนทัศน์ใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทพิมพ์ดี จำกัด.
- ธนาพล อิวสกุล. (2550). แกะรอยพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย: ผู้ออกบัตรเชิญให้คณะรัฐประหาร. รัฐประหาร 19 กันยายน. กรุงเทพฯ: ฟ้าเดียวกัน.
- ธเนศวร์ เจริญเมือง. (2547). จากโลกาภิวัตน์ถึงโลกาภิวัตน์. เชียงใหม่: โรงพิมพ์สันติภาพ พรินท์.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2546). ชาตินิยมและหลังชาตินิยม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สายธาร.
- นงนุช สิงหเดชะ. (2548). สิ้นไม่เท่า ไส้ไม่ทันทักษิณ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- นฤมิตร สอดสุข. (2547). ว่าด้วยการสื่อสารทางการเมืองจนถึงยุคโลกาภิวัตน์. วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 24(1-2), 54-75.
- นวนน้อย ตรีรัตน์ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ. (2547). เสรีภาพสื่อไทยในยุคเศรษฐกิจการเมืองผูกขาด. กรุงเทพฯ: พี.เพรส จำกัด.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2547). วัฒนธรรมยุคโลกาภิวัตน์. นิตยสารศิลปวัฒนธรรม.
- \_\_\_\_\_. (2549). วัฒนธรรมคนอย่างทักษิณ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2549). ขณะเลือกตั้งด้วยพลังการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ขอคิดด้วยคน.
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2548). “ภาพรวมของรัฐธรรมนุญฉบับใหม่” รวมสารรัฐธรรมนุญฉบับประชาชน โดยคณะ ส.ส.ร., บุญเลิศ คชายุทธเดช (บ.ก.). กรุงเทพฯ: มติชน.
- บำรุง สุขพรรณ. (2522). วิทย์และโทรทัศน์ในประเทศไทย, กฎหมายและระเบียบว่าด้วยวิทย์และโทรทัศน์ ปี2498-2522. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญรักษ์ บุญณะเขตมาลา. (2547). ฐานันดรที่สี่จากระบบโลกถึงรัฐไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คบไฟ.
- บุญเลิศ ศุภติลก. (2527). สิทธิการสื่อสารในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ไม่ระบุสถานที่พิมพ์.
- \_\_\_\_\_. (2548). สื่อมวลชน ช่องว่างทางความรู้และความขัดแย้งในสังคม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2521). สื่อมวลชน: พลังแฝงในการพัฒนาการเมืองที่ถูกสืม. วารสารธรรมศาสตร์, 9(2), 30-54.



- บุญทริกา เจียงเพชร. (2547). พฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งระบบใหม่ ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชนบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประชา สุวีรานนท์. (2549). แล่นื้อ เกือบหนึ่ง: รวมบทวิจารณ์ภาพยนตร์ จากนิตยสาร “สารคดี. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ปริญญา ต้นสกุล. (2547). ศาสตร์แห่งการเป็นผู้นำตนเอง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จิตจักรวาล.
- ปรีชา ช่างขวัญเย็น (แปล). (2523). อุดมรัฐ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ. (2548). รัฐศาสตร์ในยุคโลกาภิวัตน์ ใน ประณต นันทิยะกุล (บก.), รัฐศาสตร์ 50 ปี. กรุงเทพฯ: บริษัท สุรพิมพ์ จำกัด.
- ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. (2547). วาทกรรมทุนทางสังคม: กระบวนการสร้างแนวคิดและปฏิบัติการในบริบทการพัฒนาของไทย (พ.ศ. 2549-2546). วิทยานิพนธ์ สังคมวิทยามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงษ์ระพี เดชพาหพงษ์. (2549). Internet Visual Guide โดยใช้ Netscape3. กรุงเทพฯ: บริษัท โป รวิชั่น จำกัด.
- พรภิรมย์ เอี่ยมธรรม. (2520). บทบาททางการเมืองของหนังสือพิมพ์ไทย (2475-2488). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. (2548). การเลือกตั้งกับการพัฒนาการเมืองไทย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- \_\_\_\_\_. (2544). การศึกษารัฐศาสตร์แนวทางสื่อสาร. หลักและวิธีการศึกษาทางรัฐศาสตร์ หน่วยที่1-8. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- \_\_\_\_\_. (2526). ข่าวสารการเมืองของคนไทย. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- พฤติสถาน ชุมพล. (2549). ระบบการเมือง: ความรู้เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- พรรณพิลาส วีระสุข. (2548). ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ ของประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



พัสนัย นุตาลัย. (2549). การสื่อสารทางการเมืองของชนชั้นกลาง. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพ็ญพรรณ รัชชิตกุล. (2547). การวิเคราะห์วาทกรรมบนอินเทอร์เน็ต Bulletin Board ของเว็บไซต์ พันธุ์ทิพย์. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภิญโญ ไตรสุริยธรรมา (บ.ก.). (2547). Toxinomics-พิษทักษิณ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ openbooks.

\_\_\_\_\_. (บ.ก.). (2548). OCTOBER NO.5: Political Economy & International Relations: THE BIG ISSUE. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ openbooks.

มลินี สมภพเจริญ. (2547). อินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชนต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชนบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มูฮัมหมัด ยังหะสัน. (2547). วาทกรรมว่าด้วยการพัฒนาระหว่างรัฐกับประชาชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านแห่งหนึ่งในจังหวัดชายแดนภาคใต้. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยุทธพร อิศรัชย์. (2547). อินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระวีวรรณ ประกอบผล. (2547). การสื่อสารทางการเมือง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

\_\_\_\_\_. (2547). พฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง. เอกสารประกอบการเรียนการสอน ชุดพฤติกรรมการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์. (2549). สังคมเศรษฐกิจไทยในทศวรรษ 2550: ยุทธศาสตร์การพัฒนาในกระแสโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไฉไล.

\_\_\_\_\_. (2548). จาก Thaksinomics สู่ทักษิณาริปไตย ภาค 1-2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ openbooks.

\_\_\_\_\_. (2548). จาก Thaksinomics สู่ทักษิณาริปไตย ภาค 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ openbooks.

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์. (2547). มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์: กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- รุจิเรข รักรวงษ์. (2549). บทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อการเรียนรู้ทางการเมือง: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลิขิต ธีรเวคิน. (2548). ฝ่ากระแสโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์แม็ค จำกัด.
- \_\_\_\_\_. (2548). วัฒนธรรมธรรมาภิบาลกับสังคมไทย โลก รัฐท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21 การปะทะทางอารยธรรม ธรรมาภิบาล และท้องถิ่นนิยม. การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 6, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรา วัฒนางตุรพร. (2546). ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของอินเทอร์เน็ตในการสร้างความตื่นตัวทางการเมือง และพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ต: ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งทั่วไป วันที่ 6 มกราคม 2547. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทยากร เชียงกุล. (2546). วิพากษ์ไทยรักไทยบนฐานคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองแบบองค์รวม. กรุงเทพฯ: สถาบันวิสิทธิ์รสน์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2549 กับการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองสิทธิที่จะรู้ของประชาชน และผลกระทบต่อสังคม. ใน กิตติ กันภัย (บก.), หนังสือชุดความรู้โลกของสื่อ. กรุงเทพฯ: ที.พี.พี.ร็นท์.
- วัชร เพชรทอง. (2549). ทักซิณ...บั้งควรหรือไม่?. กรุงเทพฯ: เอื้ออาทรสำนักพิมพ์.
- วัฒนา พุทธางกูรานนท์. (2546). สื่อสารมวลชนกับสังคม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศรันย์ ไมตรีเวช. (2549). ครบเครื่องเรื่องอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: บริษัท ด้านสุทธาการพิมพ์จำกัด.
- ศิริพงษ์ วิทยวิโรจน์. (2549). ชุมชนคนออนไลน์ในคืนปฏิวัติ. 5 กรกฎาคม 2557.
- [Http://www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th) (25 กันยายน 2549)
- ศุภชัย เจริญวงศ์. (2549). พัฒนาการของความหมาย “การพัฒนาชนบท” ในสังคมไทย: ศึกษาการให้ความหมายในกรณี “หมู่บ้านพัฒนาดีเด่น” แห่งหนึ่งในภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- \_\_\_\_\_. (2547). ถอดรหัสการพัฒนา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- สนธิ ลิ้มทองกุล. (2547). โลกานุวัตร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ผู้จัดการ.
- สมชาย จิเจริญ. (2546). การประเมินบทบาททางการเมืองของสื่อมวลชนในช่วงรัฐบาลพลเอกสุจินดา คราประยูร วิทยานิพนธ์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2549). วิสัยทัศน์ประเทศไทยปี 2000. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- สมนึก ศิริโต และคณะ. (2548). เปิดโลกอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).



สมบัติ จันทร์วงศ์ (แปล). (2549). เจ้าผู้ปกครอง. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คปไฟ.

สฤณีรัฐ แจ้งสมบูรณ์. (2549). ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองใน  
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิต  
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุภิญญา กลางณรงค์. (2547). มาตรา 40 กับวาทกรรมการปฏิรูปสื่อ. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหา  
บัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสถียร เขยประทับ. (2548). การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

\_\_\_\_\_. (2549). การสื่อสารกับการเมือง: เน้นสังคมประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

\_\_\_\_\_. (2549). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองในสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสนาะ สุขเจริญ. (2548). ข้าว-เงาะ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ openbooks.

เสรี วงษ์มณฑา. (2547). การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

อรวิณ บุตรวงศ์. (2548). การศึกษารูปแบบและแนวทางการบริหารงานด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ

โทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์: ศึกษากรณีกองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและ

วิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิต

วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2549). มือที่สามในประวัติศาสตร์การเมืองไทย. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คปไฟ.

อนันญา ภูขงศ์กุล. (2548). รัฐกับหมู่บ้านในไทยคดีศึกษา. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อาคม สุวรรณกันทา. (2549). การรายงานข่าวสืบสวนทางการเมืองในหนังสือพิมพ์ไทย และผลกระทบต่อ

การรับรู้ของสังคม. การค้นคว้าแบบอิสระ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง

บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอนก เหล่าธรรมทัศน์. (2546). มือบมือถือ: ขนชั้นกลางและนักธุรกิจกับพัฒนาการประชาธิปไตย.

กรุงเทพฯ: มติชน.

## บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

Almond A. Gabriel and Powell G. Bingham. (1996). Comparative Politics Today: A World



- View. New York: Harper Collins.
- Alvin Toffler. (1970). *Future Shock*. New York: Random House.
- Alvin Toffler. (1981). *The Third Wave*. New York: Bantam Book.
- Alvin Toffler. (1991). *Power Shift: knowledge, wealth, and violence at the edge of the 21st century*. New York: Bantam.
- Andrew L. Shapiro. (1999). *The Control Revolution: How the Internet is Putting Individual In Charge and Changing the world We know*. New York: Public Affairs.
- Anthony Giddens. (1995). *Politics, Sociology and Social Theory*. Cambridge: Polity Press.
- Anthony G. Wilhelm. (2000). *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. London: Routledge.
- Bretherton C. and Ponton G. (1996). *Global Politics: An Introduction*. Oxford: Oxford University.
- Brian McNair. (2003). *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Bruce Bimber. (2006). *The Internet and Political Transformation*.  
<http://www.polsci.ucsb.edu/faculty/bimber/transformation.html>.
- Bruce Bimber. (2006). *The Internet and Political Fragmentation*. From  
<http://www.polsci.ucsb.edu/faculty/bimber/polfragexcerpt.html>.
- David L. Swanson and Dan Nimmo. (1990). *New Directions in Political Communication: A Resource Book*. New York: Sage Publications.
- Dan Nimmo. (1978). *Political Communication and Public Opinion in America*. California: Goodyear Publishing Company.
- Eugene J. (1978). Kolb. *A Framework for Political Analysis*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- John V. Pavlik. (1961). *Social and Cultural Consequences : in New Media and The Information Superhighway*. Massachusetts: A Simon & Schuster Company.
- Lefebvre. (1991). *The Production of Space*. London: Basil Blackwell.
- Malcom Waters. (1995). *Globalization*. London: Routledge.
- McQuail D. (1995). *Mass Communication Theory, 3ed*. London: Sage Publication.
- Michel Foucault. (1984). *Space, knowledge and power in The Foucault reader*, ed. Paul Rabinow. New York: Random House.

- Morris, Merrill and Ogan Christie. (2007). The Internet as Mass Medium (World Wide Web).  
From <http://www.usc.edu/dept/annenberg/vol1/issue4/morris.html>(4 April 2007)
- Nakajo Zeryu and Matano Toro. (1985). The Teaching of Confucianism. Tokyo: Bukkyo Dendo Kyokai.
- Pippa Norris. (2006). Internet Design for Democracy. From  
<http://www.ksg.harvard.edu/people/pnorris>
- Pitch Pongsawat. (2007). Virtual Democracy in Thailand: Information Technology, Internet Political Message Board, and the Politics of Representation in Thailand after 1992. From <http://www.geocities.com/madpitch/pitch-vd.pdf>
- Ram Jotikut. (2006). Internet and Social Movement: The Zapatista Effect. From  
<http://www.polscicmu.net/156427>
- Ram Jotikut. (2006). The Internet in the Arab World: Playground for Political Liberalization. From <http://www.polscicmu.net/156427>
- Thomas L. Friedman. (1999). The Lexus and the Olive Tree. New York: Farrar, Straus, Giroux.
- Thomas L. Friedman. (2005). The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century. New York: Farrar, Straus, Giroux.
- Thomas R. Dye. (1996). Politics in America. New Jersey: Prentice Hall, 1999.
- Ubonrat Siriyuvasak. "Television and the Emergence of 'Civil Society' in Thailand". in Contemporary television: eastern perspectives. New Delhi: Sage Publications India Pvt Ltd.
- Warren K. Agree et al. (1991). "Global Impact of The Media" in Introduction to Mass Communication. 11 ed. New York: Harper Collins Publishers.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY





## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

---

### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม” ผู้ตอบแบบสอบถามกรุณาอ่านแบบสอบถามและตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความจริงให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ข้อมูลที่ได้จากคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาการเมืองในด้านการสื่อสารทางการเมืองและด้านต่างๆต่อไป

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเยาวชน

ตอนที่ 2 ข้อมูลสื่อในการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 3 ข้อมูลสื่อสารทางการเมืองประเภทต่างๆที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 4 ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดมหาสารคาม

คำตอบทุกคำตอบผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เท่านั้น ซึ่งจะไม่เกิดผลใดๆต่อท่านทั้งสิ้น

## แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชน  
ในจังหวัดมหาสารคาม

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเยาวชน

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

## 1. เพศ

 ชาย หญิง

## 2. อายุ

 ไม่เกิน 18 ปี 18 - 19 ปี 20 - 21 ปี 22 - 23 ปี 24 - 25 ปี

## 3. สถานภาพ

 โสด สมรส หย่าร้าง/หม้าย แยกกันอยู่

## 4. ระดับการศึกษา

 ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปวช./ปวส.ปริญญาตรีปริญญาโทขึ้นไป

## 5. อาชีพ

 นักเรียน/นักศึกษา ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 6. รายได้ต่อเดือน

 ต่ำกว่า 2,000 บาท 2,001 - 4,000 บาท 4,001 - 6,000 บาท มากกว่า 6,001 บาท

ตอนที่ 2 ประเภทของสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยในจังหวัด  
มหาสารคาม

เกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

1. ท่านคิดว่าสื่อทางด้าน สื่อบุคคล ข้อใดมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของท่านมากที่สุด

สื่อบุคคล	5	4	3	2	1
ครู/อาจารย์					
เพื่อน					
ครอบครัว					
ผู้สมัครเป็นตัวแทน (นักการเมือง)					

2. ท่านคิดว่าสื่อทางด้าน สื่อสิ่งพิมพ์ ข้อใดมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของท่านมากที่สุด

สื่อสิ่งพิมพ์	5	4	3	2	1
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร/วารสาร					
แผ่นพับ					
ใบปลิว					

3. ท่านคิดว่าสื่อทางด้าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ข้อใดมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของท่านมากที่สุด

สื่ออิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
โทรทัศน์					
วิทยุ					
คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต					



4. ท่านคิดว่าสื่อทางด้าน สื่อเฉพาะกิจ ข้อใดมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของท่านมากที่สุด

สื่อเฉพาะกิจ	5	4	3	2	1
การตระเวนหาเสียง					
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง					
การเดินรณรงค์หาเสียง					
นิทรรศการ					
เสื่อยึด					
สติ๊กเกอร์					

5. สรุปแล้ว ท่านคิดว่า สื่อ ประเภทใดมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยมากที่สุด

ประเภทของสื่อต่างๆ	5	4	3	2	1
สื่อบุคคล					
สื่อสิ่งพิมพ์					
สื่ออิเล็กทรอนิกส์					
สื่อเฉพาะกิจ					

ตอนที่ 3 ข้อมูลสื่อสารทางการเมืองประเภทต่างๆที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชน  
ในจังหวัดมหาสารคาม

ประเภทของสื่อ	ทุกครั้ง	เกือบทุก ครั้ง	เป็นครั้ง คราว	ไม่ค่อย สนใจ	ไม่เคย สนใจ เลย
	5	4	3	2	1
1. สื่อบุคคล					
1.1 ครู/อาจารย์ สอนให้ใช้เหตุผลและสติปัญญา					
1.2 คนในครอบครัวสอนให้มีความรับผิดชอบ					

ประเภทของสื่อ	ทุกครั้ง	เกือบทุก ครั้ง	เป็นครั้ง คราว	ไม่ค่อย สนใจ	ไม่เคย สนใจ เลย
1.3 คนในครอบครัวสอนให้รู้จักสิทธิและหน้าที่ของ ตนเอง					
1.4 คนในครอบครัว ครู/อาจารย์ สอนให้เคารพความ เป็นต้น					
1.5 ท่านมักให้ความร่วมมือกับบุคคลอื่นเสมอ					
1.6 บุคคลรอบข้าง มีผลต่อการตัดสินใจในการกระทำของ ตน					
1.7 นักการเมืองเป็นแบบอย่างที่ดีต่อตนในการใช้หลักการ ประชาธิปไตย เช่น ไม่เสียดสีนักการเมืองอื่นในเวลาอภิปราย					
2. สื่อสิ่งพิมพ์					
2.1 หนังสือพิมพ์มีการกระตุ้นให้ไปลงคะแนนเสมอเมื่อมีการ เลือกตั้ง					
2.2 เมื่อมีหนังสือนิตยสาร วารสาร ใบปลิว แผ่นพับ เชิญชวน ให้ไปเลือกตั้งหรือทำกิจกรรมตนจะเข้าร่วม					
2.3 เมื่อมีใบปลิวโฆษณาให้ไปใช้สิทธิคิดว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ					
2.4 ไม่เชื่อในข้อมูลที่ปรากฏขึ้นในหนังสือนอกจากได้ พิจารณาอย่างมีเหตุผลและใช้สติปัญญา					
2.5 ท่านไม่ชอบนิตยสารเล่มที่ลงเฉพาะเรื่องราวของ นักการเมืองที่อื้อฉาวบางคน					
2.6 อ่านแผ่นพับที่แจกจากผู้สมัครเป็นนักการเมืองหรือ นักการเมืองท้องถิ่นทุกอย่าง					
2.7 นิตยสารบางเล่มลงชื่อนักการเมืองแล้วทำให้อยาก เป็นนักการเมืองเช่นเขาบ้าง					
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์					

ประเภทของสื่อ	ทุกครั้ง	เกือบทุกครั้ง	เป็นครั้งคราว	ไม่ค่อยสนใจ	ไม่เคยสนใจเลย
3 เมื่อฟังวิทยุเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งต่างๆรู้สึกอยากไปร่วมกิจกรรม					
3.2 ท่านชอบดูรายการโทรทัศน์ที่มีการสัมภาษณ์นักการเมือง					
3.3 สื่อรายการโทรทัศน์บางครั้งทำให้เบื่อหน่ายต่อการดู					
3.4 ชอบรายการวิทยุที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเมืองการปกครองของประเทศ					
3.5 ท่านเปิดอ่านเนื้อหาข่าวการเมืองทางอินเทอร์เน็ต					
4. สื่อเฉพาะกิจ					
4.1 สติ๊กเกอร์บ้างชิ้นเวลาอ่านหรือตีความต้องคำนึงถึงผู้อื่นว่าเหมาะสมหรือไม่					
4.2 ป้ายโฆษณากลางแจ้งมีความดึงดูดใจอยากให้เข้าไปร่วมกิจกรรมทางการเมือง					
4.4 นิทรรศการการแสดงเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองทำให้รู้สึกอยากให้ความร่วมมือ					
4.5 ท่านฟังการตระเวนหาเสียงของผู้สมัครเป็นนักการเมืองทุกระดับ					
4.6 สื่อยืดหยุ่นๆ แสดงได้ว่ามีความเข้าใจต่อการอยากเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง					
4.7 สื่อยืดหรือสื่อเกี่ยวกับการหาเสียงของผู้สมัครนักการเมืองมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์					



ตอนที่ 4 ระดับของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนใน  
จังหวัดมหาสารคาม

ระดับการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนจังหวัดมหาสารคาม	ทุกครั้ง	เกือบทุกครั้ง	เป็นครั้งคราว	ไม่ค่อยสนใจ	ไม่เคยสนใจเลย
1. ท่านไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง					
2. ท่านเป็นสมาชิกพรรคการเมือง หรือกลุ่มการเมืองท้องถิ่น					
3. ท่านเคยวิพากษ์วิจารณ์ และสนทนากการทำงานของรัฐบาลกับผู้ที่ท่านรู้จัก					
4. สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลมาจากการเลือกตั้งสามารถตรวจสอบการทำงานได้					
5. ท่านเคยให้การสนับสนุนผู้สมัครทางการเมืองในท้องถิ่นของท่าน					
6. ท่านเห็นว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือ ส.ส. ควรอยู่ในวาระคราวละไม่เกิน 3 ปี					
7. ท่านให้การสนับสนุนผู้สมัครทางการเมืองในท้องถิ่นของท่าน					
8. ท่านเห็นว่ารัฐสภาของไทยควรมีทุกครั้งกว่า 2 สภาด้วยกัน คือ สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา และสภาการตรวจสอบ					
9. ท่านเห็นว่าตำแหน่งวุฒิสภา หรือ สว. มาจากการเลือกตั้ง					



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นางสาวสุรีพร คลังพระศรี

สถานที่เกิด จังหวัดมหาสารคาม

สถานที่อยู่ปัจจุบัน เลขที่ 29 หมู่ 1 ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

ตำแหน่งที่ทำงานปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

สถานที่ทำงานปัจจุบัน สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
มหาสารคาม

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2542 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชานิเทศศาสตร์  
สถาบันราชภัฏมหาสารคาม

พ.ศ. 2545 ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต (นศ.ม) สาขาสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

พ.ศ. 2558 ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต (นศ.ด) สาขาวิชานิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยรังสิต

### ผลงานวิจัย

ภัฏมหาสารคาม

พ.ศ. 2547 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราช

พ.ศ. 2548 การพัฒนาวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าฝ้าย จังหวัดมหาสารคาม

พ.ศ. 2552 พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

พ.ศ. 2553 การเปิดรับสื่อวิทยุชุมชนมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

พ.ศ. 2557 การพัฒนาคุณลักษณะนักข่าวพลเมืองเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น