

## ลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่นที่มีอิทธิพล ต่อรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น X และ Y

วีระศักดิ์ จินารัตน์ \*

(วันรับบทความ: 29 เมษายน 2564/ วันแก้ไขบทความ: 24 พฤษภาคม 2564/ วันตอบรับบทความ: 25 พฤษภาคม 2564)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มคนรุ่น Generation X และ Y 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมทางการเมือง และ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลขององค์ประกอบลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่น ที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามจำนวน 66 ข้อโดยการทบทวนวรรณกรรมแล้วนำไปทดสอบความตรงกับความเชื่อมั่น ได้ KMO .94 และ Alpha .98 ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนจำนวน 384 คน จากผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครและเทศบาลเมืองในจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ และยโสธร สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, ANOVA, MANOVA Pearson Correlation และ Multi Regression Analysis ผลวิจัยพบว่า 1) ลักษณะบุคลิกภาพนักการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งสองแบบมีค่าเฉลี่ยระดับมากทั้งตัวแปรหลักและองค์ประกอบ 2) ค่าเฉลี่ยลักษณะบุคลิกภาพนักการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามอายุ 3) การจำแนกปัจจัยส่วนบุคคลออกไปตามกลุ่มอายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ และรายได้ ส่งผลต่อลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่นที่ระดับความเป็นไปได้มากถึงร้อยละ 87 และเป็นไปได้ร้อยละ 93 จะมีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง และ 4) องค์ประกอบลักษณะสิ่งสนใจภายนอก การแสดงความต้องการและการมีอารมณ์ที่มั่นคง มีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ร่วมกันต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบเดิมที่  $R^2 = .72$  ในขณะที่ สิ่งสนใจภายนอก เปิดใจกว้าง และการแสดงออกทางอารมณ์ ส่งผลร่วมกันต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ Digital ที่  $R^2 = .64$  เพราะฉะนั้น ลักษณะบุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นที่กลุ่มประชากร Generation X และ Y สนใจได้แก่การแสดงออกทางอารมณ์ การเปิดใจกว้างและลักษณะความสนใจสิ่งภายนอก รวมถึงการนำเอาไปใช้ในการปรับด้านการพัฒนาบุคลิกภาพของนักการเมืองในท้องถิ่นในสังกัดของตน เพื่อการกระตุ้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มคนรุ่น Generation X และ Y

**คำสำคัญ:** ลักษณะบุคลิกภาพนักการเมือง/ รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมือง/ Generation X และ Y

\* มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น



## Personality Traits of Local Politicians Affecting the Political Participation of Generation X and Y

Veerasak Jinarat\*

(Received Date: April 29, 2021, Revised Date: May 24, 2021, Accepted Date: May 25, 2021)

### Abstract

The objectives of this research were to (1) study the personality traits of local politicians and the political participation of Generation X and Y, (2) compare the average by age range, (3) investigate the personal factors affecting the personality traits of local politicians and political participation, and (4) examine the causal relationship of the personality traits of local politicians towards political participation. A questionnaire with 66 questions was created after the literature review and validated the reliability, which showed that KMO was .94 and Alpha was .98. The questionnaire was used to collect data from 384 samples who were eligible for voting in municipal areas and city municipal areas in Amnat Charoen, Kalasin, Si Sa Ket, Ubon Ratchathani, and Yasothon provinces, Thailand. The statistics included frequency, percentage, mean, standard deviation (SD), t-test, ANOVA, MANOVA, Pearson correlation, and multi regression analysis. The results showed that the average of the independent variables and components of the personality traits of the politicians and political participation was at a high level. Moreover, the average of the personality traits of the politicians and political participation was different with a statistical significance of .05 when classified by the age range. The personal factors classified by age range, education, occupation, and income affected the personality traits of the local politicians by 87% of possibility, which had an impact on the political participation by 93% of possibility. Furthermore, the external interest, expression of justice, and emotional stability had the coefficient of prediction on the traditional political participation, where  $R^2 = .72$ . Simultaneously, the external incentives, an open mind, and emotional expression had the coefficient of prediction on the digital political participation, where  $R^2 = .64$ . Therefore, the personality traits of local politicians that interested Generation X and Y were emotional expression, an open mind and external interest. Thus, this could be applied to the personality traits adjustment of the local politicians to encourage the political participation of Generation X and Y.

**Keywords:** Personality Traits of Politicians/ Political Participation/ Generation X and Y

---

\* The Eastern University of Management and Technology



## บทนำ

การเข้าร่วมทางการเมือง (political engagement) เป็นลักษณะสำคัญของสังคมที่มีความเป็นปึกแผ่นทางประชาธิปไตยการมีส่วนร่วม (political participations) ของคนทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเยาวชน (youths) หรือกลุ่มชนชาติ (ethnic groups) ก็เป็นส่วนสำคัญของหน้าที่ในสังคมประชาธิปไตย (functionary of democratic) (Kaldur et al, 2012) การแสดงออกของเยาวชนในทางการเมืองจึงเป็นประติมากรรมใหม่ (new sculpture) ของการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เป็นการแสดงตัวตนไม่มีรูปแบบ (informal) (Genova, 2018) ถึงจะเห็นได้จากการชุมนุมประท้วงของกลุ่มราษฎรในประเทศไทยและการประท้วงต่อต้านรัฐบาลทหารในประเทศพม่า (มติชน, 2564)

สิ่งสำคัญคือ กลุ่มประชาชน (generation) เป็นกลุ่มของคนที่มีลักษณะเหมือนกันที่มีความสัมพันธ์ต่อการเกิดในช่วงเวลาเดียวกันและมีความคิดเห็นเหมือนกันในเรื่องของคุณค่า (values) พฤติกรรม (behavior) ทักษะ (attitude) และประสบการณ์ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้แต่ละคนประชากรมีความสร้างสรรค์วัฒนธรรม เศรษฐกิจและทัศนคติทางการเมือง (political attitude) เกี่ยวกับสังคมในช่วงเวลาของแต่ละกลุ่มซึ่งนักสังคมวิทยาได้ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มประชากรที่แตกต่างกันที่มีทัศนคติ (perspective) ที่แตกต่างกัน (Kertzer, 1983; Johnson & Johnson, 2010) และ Guillot-Soulez & Soule, 2014) รวมไปถึงการสื่อสารของมนุษย์ซึ่งโดยฐานรากแล้ว (platform) เต็มไปด้วยเทคโนโลยีจิตวิทยาและกระบวนการในด้านการ ส่งผ่าน (transmit) ข้อมูลระหว่างกลุ่มประชากร (generation cohort) ตามวิธีการดิจิทัล (digital approach) หรือโซเชียลมีเดีย เน็ตเวิร์คกิ้งไซด์ (Social Media Networking Sites: SNS) ความแตกต่างของกลุ่มคนจะมีความแตกต่างด้านการสื่อสารเพราะ Generation X มีการชื่นชอบการสื่อสารแบบซึ่งหน้าในขณะที่ Generation Y ชอบการสื่อสารแบบดิจิทัล (digital communication) (Hamzah et al, 2020) และด้วยเหตุนี้ การศึกษาความแตกต่างของการสื่อสารและการรับสารถึงนักการเมืองท้องถิ่นที่มีถึงกลุ่มคน Generation X และ Y การศึกษาความแตกต่างจึงเป็นความเข้าใจ (understanding) ของกลุ่มคน เพราะแต่ละกลุ่มคนมีประสบการณ์และลักษณะที่เปลี่ยนเป็นความเชื่อ (belief) เหมือนกัน คุณลักษณะ (personality) และบารมีของตัวบุคคลเป็นภาพลักษณ์ (image) ของนักการเมือง ที่มีมากกว่าภาวะผู้นำทางการเมือง (political leadership) (มติชน, 2564) ดังนั้น การศึกษาวิจัยนี้ จึงเป็นการวัดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองของกลุ่มประชาชน (generation cohort) โดยมุ่งเน้นเฉพาะ Generation X และ Y รวมถึงบทบาทของนักการเมืองท้องถิ่น (local politician) ที่แสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ ในการเลือกตั้งของท้องถิ่นระดับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเฉพาะในส่วนที่เป็นการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครและนายกเทศมนตรีเมืองในเขตจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่จังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ และยโสธร

ส่วนเหตุผลสำคัญที่ทำให้จำเป็นต้องศึกษาคือความเป็น Generation X และ Y เท่านั้น เพราะ Generation X เกิดในช่วงที่มีวิกฤติเศรษฐกิจเลยปี 1980 ถึง 1990 การหย่าร้างสูงและการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (Acute Respiratory Distress: ARD) การทำงานหนักของพ่อแม่ทำให้คน Generation X เป็นคนอิสระเพราะพ่อแม่ไม่มีเวลาแนะนำ ขาดทักษะทางสังคมแต่มีความสามารถทางเทคโนโลยี เพราะเกิดทางการเมืองเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต จึงมีลักษณะสำคัญของความเป็นอิสระ พึ่งพาตนเองและไม่เชื่อใครง่ายๆ (Gursoy et al 2008,



Crumpacker & Crumpacker, 2007) ขณะที่ Generation Y เกิดมาท่ามกลางการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี ที่ก้าวหน้าถึงอินเทอร์เน็ตโซเชียลมีเดีย Generation Y จึงจะมีลักษณะตรงข้าม Generation X ในด้านความเชื่อมั่นในตนเอง มีความคาดหวังสูงทำงานได้หลายทางชอบใช้ชีวิตทางสังคมกิจกรรมทางพลเมืองชอบใช้โซเชียลมีเดีย (Bilgihan, 2016 & Bennett et al, 2006)

ทั้งนี้ Strauss และ Howe (1991) ได้เคยอธิบายเกี่ยวกับกลุ่มประชากรแต่ละรุ่นมักจะมีสิ่งที่เหมือนกันในแต่ละ Generation เช่น แนวคิด (concept) คุณค่า (values) ทศนคติ (attitude) และความเชื่อ (belief) ขณะที่ Reichert (2016) อธิบายว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเยาวชน (political participation of youth) เป็นเพราะอิทธิพลของความรอบรู้ทางการเมือง (political literacy) และความรู้ภาคพลเมือง (civic knowledge) ทั้งสองปัจจัยนี้เป็นผลให้นักศึกษาได้ออกมาแสดงกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองเพราะนักศึกษามีความเชื่อมั่น (confidence) ทักษะ (skill) และความตั้งใจ (willingness) ในทางการเมืองจึงจะให้เห็นจากการแสดงออกของนักศึกษา ในประเทศไทยในนามเยาวชนปลดแอกหรือ “Redem” ในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 (มติชน, 2564)

ส่วนสภาพปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันเป็นเหตุให้กลุ่มคน Generation X และ Y หรือเรียกว่า กลุ่มหนุ่มสาว (young group) ที่ต้องเผชิญหน้ากับการอยู่อาศัยอิสระจากบิดามารดา การแต่งงาน การเรียนที่สูงขึ้น สิ่งที่สำคัญก็คือ การเปลี่ยนทัศนคติ (change in attitude) และความชอบ (preferences) ที่เกิดขึ้นจากข้อมูล (information) และเทคโนโลยีการสื่อสาร (communication technology) (Le et al, 2020) รวมไปถึง ความเห็นของ ธนิดา มนต์คลัง (2559) ที่ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำท้องถิ่น (local leadership) ก็ต้องมีลักษณะด้านเศรษฐกิจสังคม การเมืองด้านการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมและประเพณี รวมถึงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นเป็นภารกิจของผู้นำชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับการเลือกตั้งจากประชาชน นักการเมืองท้องถิ่นจึงต้องพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้พึ่งพาตนเอง (self - reliant) ได้โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน (people-participation) ตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติและการประเมินผลโดยต้องคำนึงถึงความต้องการของประชาชน (สมชาย ศรีวิรัตน์, 2557 และอรรถัย ก๊กผล, 2552)

เพราะฉะนั้น เทศบาลซึ่งเป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นที่มีการแบ่งลักษณะการปกครองตามความเฉพาะตัวและพื้นที่การปกครองแต่ก็ยังมีพื้นที่เหลื่อมล้ำระหว่างการปกครองขององค์กรบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ในทางพื้นที่เป็นลักษณะผสม นอกจากนี้รูปแบบการปกครองและการบริหารจึงมีลักษณะอันประกอบด้วย 1) เทศบาลนครมีในนายกเทศมนตรีเป็นผู้จัดการเมืองและสมาชิกเทศบาลนครอีก 24 คน ที่ได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนในพื้นที่เทศบาลนคร จึงเป็นความสัมพันธ์ทางการเมืองการปกครองที่เป็นความสัมพันธ์ของอำนาจในระดับท้องถิ่น ประเด็นปัญหาจึงขึ้นอยู่กับชนชั้นนักการเมืองประสานประโยชน์กับประชาชนผู้ออกเสียงเลือกตั้งอย่างไร 2) การเลือกตั้งท้องถิ่นโดยเฉพาะในเขตเทศบาลเมืองและเทศบาลนครเป็นการสร้างความเข้าใจกับองค์กรความรู้ ภาวะผู้นำทางการเมือง (political leadership) และความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial) ของผู้นำทางการเมือง รวมถึงการประสานความร่วมมือกับระบอบการเมืองส่วนกลาง (พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์, 2564)

ดังนั้นประเด็นสำคัญจึงอยู่ที่ นักวิชาการหลายคนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกตั้งว่า นักการเมืองที่ได้รับการเลือกตั้ง (election politician) ได้รับความคาดหวังจากผู้เลือกตั้ง (voter) ว่าจะแสดงเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและแนวทางการจัดการจึงเป็นความสนใจของนักวิชาการมากมายที่ต้องทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักการเมือง (politician behavior) โดยเฉพาะด้านบุคลิกภาพ (personality) เพราะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (political participation) ของประชาชน (Vecchione et al, 2011) ส่วนการเลือกตั้งทั้งในระดับชาติและการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นในประเทศไทยมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง เพราะผู้มีอิทธิพลในระดับชาติมีฐานคะแนนและมีความสัมพันธ์ส่วนบุคคลในท้องถิ่นอย่างแน่นหนา ขณะที่คนหนุ่มสาวที่ได้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้แก่พรรคการเมืองใหม่อย่างท่วมท้นเมื่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเดือนมีนาคม 2562 การตื่นตัวของคนรุ่นใหม่จะมีผลต่อการเลือกตั้งท้องถิ่นหรือไม่ (มติชน, 2564) นอกจากนี้ ยังมีการแสดงออกของเยาวชนในนาม “เยาวชนปลดแอก” โดยใช้แพลตฟอร์ม “REDEM” ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2564 จนถึง 28 กุมภาพันธ์ 2564 เป็นการแสดงออกทางการเมืองที่สรุปบทเรียนของคนหนุ่มสาวที่ยังคงเคลื่อนไหวในหลายพื้นที่ในกรุงเทพมหานครโดยไม่มีพื้นที่ชัดเจน ไม่มีรูปแบบหรือผู้นำการเคลื่อนไหวว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจในทางการเมืองเป็นการเคลื่อนไหวโดยใช้สื่อสมัยที่เรียกว่าโซเชียลมีเดียและคนหนุ่มสาว (youth) ที่สร้างเนื้อหา (content) ด้วยตนเองและส่งต่อแพร่กระจายโดยเฉพาะแพลตฟอร์ม Twitter ซึ่งเป็นการแสดงออกทางบุคลิกภาพ (personality) ของการมีส่วนร่วมทางการเมือง (มติชน, 2564)

### วัตถุประสงค์วิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามความเห็นของกลุ่มคนรุ่น X และ Y ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธรอำนาจเจริญ และมุกดาหาร
2. เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมทางการเมือง จำแนกตามอายุ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมทางการเมือง
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลขององค์ประกอบลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่นที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ที่มีขอบเขตด้านเนื้อหา (content limitation) เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชากร (generation cohort) โดยเน้นที่ลักษณะของกลุ่มคน Generation X และ Y รวมทั้งรูปแบบลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่น (local politician's personality trait) และการมีส่วนร่วมทางการเมือง (political participation) และมีขอบเขตด้านประชากร - กลุ่มตัวอย่าง (population and sample limitation) ดังนี้

ก) กลุ่มประชากร ได้แก่ ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเฉพาะในเขตเทศบาลนครและเทศบาลเมืองในจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ อำนาจเจริญกาฬสินธุ์ และยโสธร ในการเลือกตั้งท้องถิ่นในวันที่ 28 มีนาคม 2564 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน เนื่องจากประชากรย้ายถิ่นฐานเพื่อการทำงาน และการประกอบอาชีพ รวมไปถึงอยู่ในช่วงแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ตลอดจนถึงการไม่มีช่วงวันหยุดก่อนการเลือกตั้งท้องถิ่นที่มากพอสำหรับการกลับมาใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของตน

ข) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 384 คน รวมไปถึงเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากทุกกลุ่มประชากร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) จำนวน 66 ข้อ แบ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ ก) บุคลิกภาพนักการเมือง จำนวน 27 ข้อ ข) การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบดั้งเดิม จำนวน 15 ข้อ ค) การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบดิจิทัล จำนวน 24 ข้อ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้กำหนดใช้มาตราวัดชนิด 5 ระดับ (Likert Scale) (Likert, 1967) โดยมีตัวเลข 1, 2, 3, 4 และ 5 ในการบอกความหมายว่า น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ (instrument test) พบว่า ตัวแปรทั้งสอง ได้แก่ การมีส่วนร่วมทางการเมืองและลักษณะบุคลิกภาพนักการเมือง มีความตรง (validity) ตามเกณฑ์ทดสอบ โดยมีค่า KMO มากกว่า 0.80 (0.94, 0.94) และแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 66 ข้อมีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดขึ้น โดยมีค่า Alpha = 0.98 และมีค่าความสัมพันธ์ของแต่ละข้อกับทั้งชุดคำถาม (corrected items) มากกว่า 0.30 ขึ้นไป (0.32-0.81) (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2564)

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. กลุ่มประชากร

Enochs (2016) และ Colvin (2016) คาดว่าในปี 2025 กลุ่มประชากร Generation Y จะมีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มทำงานถึง 75% ทั่วโลกการทำงานของพวกเขาจะแตกต่างจาก Generation X และ Baby Boomer ในด้านทักษะ (perspective) คุณค่า (values) และประสบการณ์ (experience) โดย Generation Y มักจะมีลักษณะติดตัวเองเป็นศูนย์กลาง (self-centered) ไม่มีแรงจูงใจ (unmotivation) ไม่มีความเคารพผู้อื่น (disrespected) ไม่จงรักภักดี (disloyal) และมักจะตั้งคำถามในการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จ (Myers & Sadaghiani, 2010) ในขณะที่ Generation X ยังคงให้ความเคารพผู้อาวุโส (Nahavandi, 2006)

Meredith & Schewe (1994) และ Schewe & Meredith (2000) ให้ความหมายของกลุ่มประชากร (cohort) ว่าเป็นกลุ่มของบุคคลที่เกิดขึ้นในเวลาเดียวกันมีประสบการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ตั้งแต่เยาว์วัยจนถึงเป็นผู้ใหญ่ (adult) ต่อมา Williams et al (2010) อธิบายกลุ่มประชากร (cohort) ที่มีการแบ่งปันความรู้ทางสังคมเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อคุณค่า (values) ทศนคติ (attitude) ความเชื่อ (beliefs) ดังนั้นกลุ่มประชากร (cohort) จึงมีการให้นิยามตามเหตุการณ์ภายนอก (external events) ที่เกิดขึ้นในทุกๆ ที่มีผลสะท้อนเกี่ยวกับคุณค่า ทศนคติและความเชื่อ (Duh & Struwig, 2015)

ลักษณะของกลุ่มประชากร Generation X เป็นผู้ที่เกิดระหว่าง ปี ค.ศ. 1961 - 1979 อยู่ในช่วงอายุ 40 ถึง 55 ปีในปัจจุบันเกิดมาต่างเวลาวิกฤตเศรษฐกิจที่มีอัตราเงินเฟ้อสูงการเพิ่มขึ้นของการว่างงาน ทศนคติ (attitude) และความเชื่อ (belief) ถูกกดดันโดยเศรษฐกิจตกต่ำ การแพร่ระบาดของ HIV ความไม่แน่นอน ครอบครัวและเพื่อนจึงมีความสำคัญสำหรับกลุ่มคน Generation X (Zabel et al, 2017) นอกจากนี้ Generation X มีลักษณะโดยทั่วไปเช่น มีความผูกพันต่อองค์กร (corporate commitment) อ่อนไหวทางสังคม (socially sensitive) มีแรงจูงใจในการทำงานหนักและเคารพผู้มีอำนาจหน้าที่ (Akdemir et al, 2013) และ Jackson et al (2011) อธิบายเพิ่มเติมว่า คนกลุ่ม Generation X เป็นกลุ่มคนที่ได้รับการศึกษาสูง เป็นคนที่ชื่นชอบเทคโนโลยีและการสื่อสาร เป็นคนระแวง สงสัยและชอบปฏิบัติ (pragmatism) ดังนั้นจะสังเกตได้ว่า Generation X เป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจมากที่สุดกลุ่มแรงงานขององค์กรที่ต้องการพัฒนาตนเองมากกว่าพัฒนาองค์กรและพร้อมที่จะออกจากองค์กรถึงเกิดความไม่พึงพอใจ (Hatfield, 2020)

Naidoo et al (2015) ได้ให้ลักษณะสำคัญของกลุ่มคน Generation Y หรือ Millennials ว่ามีลักษณะอิสระทะเยอทะยาน, สร้างสรรค์, นวัตกรรมพัฒนา, ตระหนักในปัญหาสังคม การใช้ข้อมูล (information) และเทคโนโลยีการสื่อสาร (communication technology) จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของคนกลุ่มนี้คนกลุ่ม generation x จึงมีลักษณะเป็นอิสระ (independent) และตระหนักในตนเอง (self-realization) การค้นหาข้อมูลด้วยตนเองของกลุ่มคน Generation Y ขึ้นอยู่กับอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย มีการศึกษาการเมืองสร้างสรรค์ความต้องการสำเร็จแต่ขาดทักษะด้านการสื่อสาร (communication) และการแก้ไขปัญหา (problem solving) (Chou, 2012)

อย่างไรก็ตาม Kupperschmidt (2020) และ Real et al (2010) ได้สรุปลักษณะของกลุ่มคน (generation) ว่าสามารถแยกกลุ่ม (group) ของคนตามช่วงเวลาและการพัฒนาคนที่มีลักษณะกลุ่มคนเหมือนกันในเรื่องของคุณค่า (values) ความเชื่อ (belief) และพฤติกรรม

ผู้วิจัยได้สรุปลักษณะกลุ่มคน Generation X และ Y ตามตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 1 ลักษณะกลุ่มคน Generation X และ Y

นักวิชาการ (Authors)	ระยะเวลาที่เกิดของกลุ่มคน X และ Y (Birth Period of Generation X & Y)	ลักษณะ (Characteristic)
Reilly (2012), Gardiner et al (2013), Bencsik et al (2016)	X ระยะเวลาที่เกิด (1960 - 1979)	ยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง (self-centered), ทำงานหนัก (hard work) เปิดเผย (openness), เคารพในความแตกต่าง (respect the difference), ปฏิบัติตามกฎระเบียบ (rule-abiding), ความรู้สึกสัมพันธ์ (sense of refrationary), ต้องการพิสูจน์ตนเอง (need to prove the selves)
Gardiner et al (2013), Shacklock (2015), Bencsik et al (2016)	Y ระยะเวลาที่เกิด (1980 - 1994)	เป็นการอวดดี (egotistical), แข่งขันเพื่อเป็นหัวหน้า (rivalry for leader), ยืดหยุ่น (resilient), สร้างสรรค์ (creativity), มีความเป็นอิสระทางข้อมูล (perform of information) ขึ้นชอบความเป็นอิสระ (delighted for independent), ชอบสังคม (socialization), หยิ่งผยอง (arrogant), ทำงานที่บ้าน (home work office), ไม่เคารพประเพณี (no respect tradition)

## 2. บุคลิกภาพนักการเมือง

ในการหาเสียงเลือกตั้ง (political campaign) ของนักการเมืองจะมีการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางสื่อสารถึงประชาชนหรือผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง (voter) หนึ่งในจำนวนแผนการเลือกตั้งซึ่งก็คือ การแสดงอารมณ์ (emotion appeals) ที่ในแต่ละสถานการณ์ เช่น อารมณ์ที่เป็นรูปแบบของความตื้นตัน (form of humored) หรือการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่าง (Borah, 2016) การใช้ช่องทาง Twitter หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ของการหาเสียงเลือกตั้งของประธานาธิบดี Barak Obama โดยการเชื่อมต่อกับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งโดยตรง ก็ถือว่าเป็นการแสดงออกของนักการเมืองเช่นกัน (Gerodimous & Justinussen, 2015)

ในการศึกษาวิจัยนี้ได้สรุปค่านิยมและองค์ประกอบหรือตัวแปรที่เป็นตัวชี้วัดลักษณะบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่น (local politician personality) ที่นักการเมืองได้แสดงออกในที่สาธารณะโดยใช้ทฤษฎี five factor model ที่ประกอบด้วย 1) การเปิดรับ (openness) 2) การแสดงความถูกต้อง (conscientiousness) 3) ลักษณะสนใจสิ่งภายนอก (extroversion) 4) ความยินยอมเห็นใจ (agreeableness) 5) การมีอารมณ์ไม่มั่นคง (neuroticism) (McCrae & Costa, 1999; KBerton&Hogam, 2015;Weinschenk, 2017; Caci et al, 2019; John & Srivastava, 1999; Gorling et al, 2003)

ผู้วิจัยได้สรุปตัวแปรของบุคลิกภาพนักการเมืองตาม Five Factor Model ตามตารางข้างล่างนี้

**ตารางที่ 2** ตัวแปรและตัวแปรย่อยของบุคลิกภาพนักการเมืองตาม Five Factor Model  
(Politician Personality: Five Factors Model)

นักวิชาการ (Authors)	ตัวแปร (Variables)	ตัวแปรย่อย (Sub-Variables)
Goldberb (1990) McCrae & Costa (1999) John & Srivastava (1999) Schna & Srivastowas (1999) Gorling et al (2003) Geker et al (2011) Weinschenk (2013) KBerton & Hogam (2015)	1. การเปิดรับ (Openness)	มีความสงสัย (curious), รู้จักโลกกว้าง (worldly), จิตสำนึกและประสบการณ์ชีวิตที่กว้าง ลึก และมีความซับซ้อน (individual mental and experience life – breadth depth, original complexing), เป็นผู้มีจินตนาการ (imaginative), ตั้งใจในประสบการณ์ใหม่และแปลก (willingness to novel experiences), มีทัศนคติเกี่ยวกับเศรษฐกิจสังคมการเมือง (liberal views on economics and social political issues), สนับสนุนแนวคิดใหม่เชิงบวก (get offended to positive point of view), เปิดรับการให้ข้อมูล (tendency to be informed)



นักวิชาการ (Authors)	ตัวแปร (Variables)	ตัวแปรย่อย (Sub-Variables)
John & Srivastava (1999) Gorling et al (2003) Bono & Judge (2004) Simpson (2008) Mondak & Halpein (2008) Ha et al (2013) Silvester et al (2014) KBerton & Hogam (2015), Caci et al (2019)	2. การแสดงความถูกต้อง (Conscientiousness)	มีกฎระเบียบ (rule), มีการกำกับโดยตรง (good-directed), เป็นคนที่มีความเชื่อมั่น (reliable), ทำงานหนัก (hard-working), มีแนวโน้มที่ เป็นผู้มีระเบียบวินัยในตนเอง (tendency to be self disciplined), ทำงานในหน้าที่อย่างเต็มที่ (act dutifully), เป็นคนมุ่งความสำเร็จ (achievement oriented), มีแรงจูงใจตนเอง (self-motivated), มีความสามารถในการควบคุม ฝ่ายตรงข้าม (persistent to overcome opposition)
Goldberb (1990) John & Srivastava (1999) McCrae & Costa (1999) Gorling et al (2003) Costa & McCrac (2006) KBerton & Hogam (2015) Weinschenk (2017) Caci et al (2019)	3. ลักษณะสนใจสิ่งภายนอก (Extroversion)	ชอบท่องเที่ยว (outgoing), การแสดงออก (assertiveness), ชอบออกงานสังคม (sociable), ชักชวน (persuasive), มีพลัง (energetic), กิจกรรมสาธารณะ (public engagement activity), ชอบสนทนา (talkativeness), มีอารมณ์เชิงบวก (positive emotionally), มีความกระตือรือร้น (enthusiastic), ไม่เป็นคนถือตน (inconsequential), กระหายที่จะอุทิศตน (eager to advocate)
Goldberb (1990) John & Srivastava (1999) McCrae & Costa (1999) Gorling et al (2003) Weinschenk (2007) Ha et al (2013) Mondak et al (2014) KBerton & Hogam (2015) Caci et al (2019)	4. ความยินยอมเห็นใจ (agreeableness)	ลักษณะเป็นที่ชื่นชอบของผู้อื่น (congenial), ให้ความร่วมมือ (cooperative), เป็นห่วงความรู้สึกของผู้อื่น (altruism), ไว้วางใจได้และเป็นกลาง (trust and modesty), มีความอบอุ่น (warm), สนใจเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่ดีของผู้อื่น (care about wellbeing of people), หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง (conflict avoidance), แสดงความเห็นอกเห็นใจ (compassionate)

นักวิชาการ (Authors)	ตัวแปร (Variables)	ตัวแปรย่อย (Sub-Variables)
Goldberb (1990) Silvester & Dykes (2007)	5. การมีอารมณ์ไม่มั่นคง (neuroticism)	มีความขัดแย้งสูง (high level of conflict) ต่อฝ่ายตรงข้าม, มีความท้าทายส่วนตัว (interpersonal challenge), มีการตัดสินใจภายใต้แรงกดดัน (making-decision under stress), มีความกังวลบ่อยๆ (mostly tanse), อารมณ์ไม่ปกติ (moody), กระวนกระวาย (anxious), มีระดับความขัดแย้งกับฝ่ายตรงข้ามสูง (high level of conflict opposition)

### 3. การมีส่วนร่วมทางการเมือง

Ortensi & Riniolo (2021) อธิบายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (political participations) ของกลุ่มคนเยาวชน (youths generation) นั้นหมายถึง Generation X และ Y โดยการนำคำนิยามการมีส่วนร่วมทางการเมืองของ Verba & Nie (1972) มาอธิบายอาจไม่ครอบคลุมเพราะกลุ่มคนส่วนใหญ่มักจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบไม่ใช่ดั้งเดิม (non-conventional form) (Batsleer et al 2017) และการศึกษาของ Eurofound (2018) ยังได้แสดงให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่เข้าร่วมทางการเมืองมากกว่าคนรุ่นเก่า รวมถึงการไปออกเสียงเลือกตั้งมากกว่าคนรุ่นเก่า

Pritzker (2016) แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองว่าโดยทั่วไปแล้วเป็นรูปแบบ (form) ของการเข้าร่วมทางการเมือง (civic engagement) ซึ่งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต้องการเข้าร่วมให้มีผลต่อการตัดสินใจทางการเมือง (political decision making) การมีส่วนร่วมทางการเมืองมี 2 แบบได้แก่ 1) รูปแบบที่ชัดเจน (manifest) เช่น การเข้าร่วมสังเกตการณ์ (obscure) หรือ การตั้งใจเข้าไปมีอิทธิพลโดยตรงกับสถาบันการเมือง ได้แก่การออกเสียงเลือกตั้ง การติดต่อเจ้าหน้าที่สาธารณะ การทำงานให้พรรคการเมือง การซื้อสินค้าของพรรคการเมือง การประท้วง การเปิดอภิปรายชุมชนและ 2) รูปแบบที่ไม่แสดง (latent forms) เป็นการแสดงออกเพื่อให้ผู้มีอิทธิพลต่อการเมืองในอนาคตเช่นการติดตามเนื้อหาทางสังคมการเมือง

วีระศักดิ์ จินรัตน์ (2563) ไตรสรูปคำนิยามและโครงสร้างของการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ตามตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** คำนิยามและโครงสร้างของการมีส่วนร่วมทางการเมือง  
(definition and construction of political participation)

นักวิชาการ (Author)	คำนิยาม (Definition)	โครงสร้าง (Construction)
Milbraith & Goel (1971)	กิจกรรมของการมีส่วนร่วมทางการเมือง ได้แก่ 1. ลงนามสนับสนุน 2. การต่อต้านหรือไม่ปฏิบัติตามเพื่อผลลัพธ์ทางการเมือง 3. เหตุผลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมหรือจริยธรรม 4. เข้าไปมีส่วนร่วมในการประท้วง 5. เข้าร่วมการพบปะหรือการประชุมทางการเมือง 6. ติดต่อสื่อสารหรือเข้าร่วมเพื่อมีการสื่อสารกับข้าราชการพลเรือนหรือทางการเมืองเพื่อแสดงความเห็น 7. บริจาคเงินหรือระดมทุนสำหรับกิจกรรมทางการเมืองหรือสังคม 8. เข้าร่วมหรือออกสื่อเพื่อแสดงความคิดเห็น 9. เข้าร่วมเวทีการเมืองทางอินเทอร์เน็ตหรือกลุ่มอภิปรายทางการเมือง	ลงนามสนับสนุน, การต่อต้านหรือไม่ปฏิบัติตามเพื่อผลลัพธ์ทางการเมือง, เข้าไปมีส่วนร่วมในการประท้วง, เข้าร่วมการพบปะหรือการประชุมทางการเมือง, ติดต่อสื่อสารหรือเข้าร่วมเพื่อมีการสื่อสารกับข้าราชการพลเรือนหรือทางการเมืองเพื่อแสดงความคิดเห็น, บริจาคเงินหรือระดมทุน, เข้าร่วมหรือออกสื่อเพื่อแสดงความคิดเห็น, เข้าร่วมเวทีการเมืองทางอินเทอร์เน็ตหรือกลุ่มอภิปรายทางการเมือง
Dolton (2013)	ได้จัดแบ่งการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสื่อสารเป็น 6 ประเภท คือ การเลือกตั้ง (Voting) กิจกรรมประชาสัมพันธ์เสียง (Campaign Activities) การติดต่อเป็นทางการโดยตรง (Contacting Official Directly) การเข้าร่วมกับชุมชน การต่อต้านหรือประท้วง (Protest) การเมืองแบบโต้แย้ง (Contentious Politics) และนักกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ต (Internet Activism)	การเลือกตั้ง (voting), กิจกรรมประชาสัมพันธ์เสียง (campaign activities), การติดต่อเป็นทางการโดยตรง (contacting official directly), การเข้าร่วมกับชุมชน, การต่อต้านหรือประท้วง (protest), การเมืองแบบโต้แย้ง (contentious politics), นักกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ต (internet activism)

นักวิชาการ (Author)	คำนิยาม (Definition)	โครงสร้าง (Construction)
Bennett & Segerberg (2013)	รูปแบบดั้งเดิมของการมีส่วนร่วมทางการเมืองซึ่งมีอยู่ 7 กิจกรรม ดังนี้ 1. การเข้าร่วมเวทีทางการเมือง 2. การลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้งครั้งล่าสุด 3. การติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ 4. การทำงานเพื่อพรรคการเมือง 5. การเผยแพร่เอกสารขอความร่วมมือสนับสนุน 6. การเรียกผู้อื่นในการระดมทุนเพื่อพรรค 7. การเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการ	การเข้าร่วมเวทีทางการเมือง, การลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้งครั้งล่าสุด, การติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ, การทำงานเพื่อพรรคการเมือง, การเผยแพร่เอกสารขอความร่วมมือสนับสนุน, การเรียกผู้อื่นในการระดมทุนเพื่อพรรค, การเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการ
Bode & Kajsa (2014)	กรอบแนวคิดของการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบไม่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (Offline Political Participation) 2. การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (online political participation) ก) การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสาร ข) การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือหรือเซ็นชื่อเข้าร่วมเพื่อทำตามนักการเมือง ค) การอาสาสมัครเพื่อพรรคหรือผลประโยชน์ ง) การส่งข้อความทางการเมืองทางอีเมล จ) การเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการ	การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบไม่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (offline political participation), การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (online political participation)
Copeland & Bimber (2015)	การมีส่วนร่วมทางการเมืองได้แก่ การบริจาคเงิน, การชวนคนอื่นไปเลือกตั้ง, การทำงานช่วยหาเสียงเลือกตั้ง, การเข้าร่วมประชุมพรรคการเมืองหรือเหตุการณ์ทางการเมือง	การบริจาคเงิน, การชวนคนอื่นไปเลือกตั้ง, การทำงานช่วยหาเสียงเลือกตั้ง, การเข้าร่วมประชุมพรรคการเมือง

งานวิจัยของ Pilati (2018) แสดงให้เห็นว่าสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจ (socio - economic condition) เป็นกุญแจสำคัญถึงระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคล เช่น การศึกษาระดับความไว้วางใจทางสังคม ความรู้สึกเป็นเจ้าของ การสร้างแรงโดยครอบครัว กลุ่มเพื่อนและโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเยาวชน

นักวิชาการหลายคนได้อธิบายการมีส่วนร่วมทางการเมือง (political participation) ของเยาวชน (youth) ในประเทศสหรัฐอเมริกาเช่น Laurison (2015) ได้ศึกษาและพบว่า เยาวชนที่มีรายได้ต่ำและสปีฟจะขาดทักษะ (skill) และความรอบรู้ทางการเมือง (political efficacy) เป็นความไม่สมบูรณ์ฝ่ายทางการเมืองและไม่สามารถเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่ง Gaby (2016) ก็ได้พบว่ากลุ่มคนทั้งที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม (socioeconomic status) ที่มีทรัพยากรมาก มีกลุ่มชุมนุมมักจะมีใจในการเข้าร่วมทางการเมืองสูง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Reichert (2016) ที่ได้พบว่าเยาวชนที่มีความรู้ภาคการเมืองและความรอบรู้ทางการเมือง (political efficacy) จะตั้งใจเข้าร่วมทางการเมืองโดยเฉพาะในด้านการเลือกตั้ง (voting) และกิจกรรมหาเสียงเลือกตั้ง (election campaign) (Ileda et al, 2008)

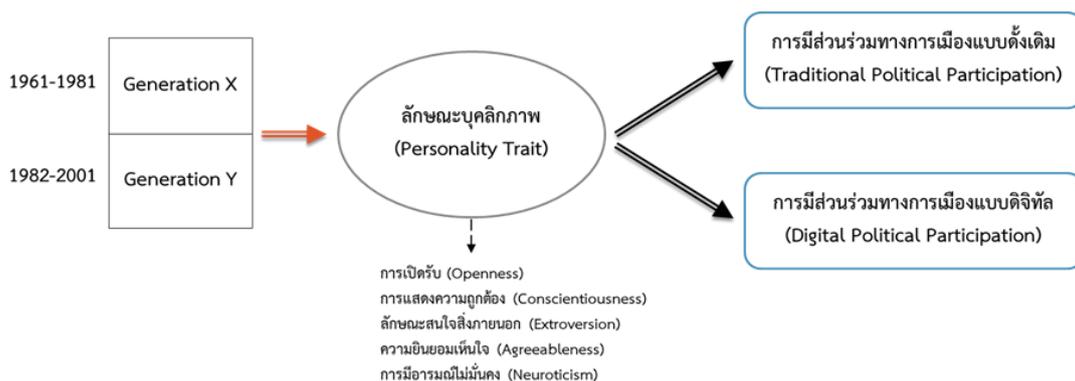
ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า

ก) การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบดั้งเดิม (traditional political participation) เช่น การเลือกตั้ง (voting) กิจกรรมประชาสัมพันธ์หาเสียง (campaign activities) การติดต่อเป็นทางการโดยตรง (contacting official directly) การต่อต้านหรือประท้วง (protest) การเข้าร่วมเวทีทางการเมือง การติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ การทำงานเพื่อพรรคการเมือง การเรียกผู้อื่นในการระดมทุนเพื่อพรรค (Dolton, 2013; Bennett & Segerberg, 2013)

ข) การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบดิจิทัล (digital political participation) ได้แก่การส่งข้อความทางการเมือง (sending political message) การแสดงความเห็นทางการเมือง (political discussion) การสืบค้นข้อมูลทางการเมือง (searching political information) การผลิตเนื้อหาทางการเมือง (production of political online content) การประสานกิจกรรมทางการเมือง (coordination of political activity online) การสร้างกลุ่มชุมชนทางการเมือง (political community) (Dolton, 2013; Bode & Kajsja, 2014; Copeland & Bimber, 2015)

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพของนักการเมืองเพราะมีความสัมพันธ์ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง (voter) เช่น Nai & Maier (2018) ได้แสดงให้เห็นว่า โดเนลด์ ทรัมป์มีบุคลิกภาพที่มีสิ่งสนใจภายนอก (extraversions) สูงและมีความแสดงความต้องการต่ำ (conscientiousness) ความยินยอมเห็นใจ (agreeableness) และอารมณ์ไม่มั่นคง (neuroticism) ต่ำ ขณะที่ฮิลลารี คลินตัน มีการแสดงความต้องการและอารมณ์มั่นคงสูง

### กรอบแนวคิดวิจัย



## สรุปผลวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1) กลุ่มคนรุ่น Generation X ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไปกับกลุ่มอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป มีความเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพนักการเมืองท้องถิ่นอยู่ในระดับมากทั้งตัวแปรหลักและองค์ประกอบ ยกเว้นองค์ประกอบเกี่ยวกับการแสดงอารมณ์ที่มั่นคงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.61 รองลงมาเป็นองค์ประกอบการยินยอมเห็นใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ถัดมาเป็นองค์ประกอบ การแสดงความถูกต้องมีค่าเฉลี่ย 4.51 ซึ่งแสดงให้เห็นได้ชัดว่า บุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่น ตามความเห็นของกลุ่มคนรุ่น Generation X อายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไปนั้น ให้ความสำคัญกับ องค์ประกอบทั้งสามด้าน

ส่วนกลุ่มคนรุ่น Generation Y ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปีลงมาให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ ของนักการเมืองท้องถิ่นด้านการแสดงออกทางอารมณ์ การยินยอมเห็นใจ และการแสดงความ ถูกต้องอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.72, 3.68 และ 3.63 และนั่นสามารถแปลผลได้ว่า บุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นทั้งสามด้านนี้ มีผลต่อความเห็นของกลุ่มคนรุ่น Generation X และกลุ่มคนรุ่น Generation Y มาก และมากที่สุดต่างกัน

ดังนั้นจึงสรุปได้ชัดว่า บุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นตามความเห็นของคนทั้งสองรุ่น ไม่แตกต่างกัน หากแต่มีส่วนประกอบของบุคลิกภาพด้าน การแสดงอารมณ์ที่มั่นคง การยินยอมเห็นใจ และการแสดงความถูกต้องไม่เท่ากัน คือกลุ่มคนรุ่น Generation X ให้ความสำคัญมากกว่า กลุ่มคนรุ่น Generation Y แต่อย่างไรก็ตาม ยังพอสรุปได้ว่า บุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่น ตามความเห็นของกลุ่มคนรุ่น Generation X มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มคนรุ่น Generation Y

กลุ่มคนรุ่น Generation X มีส่วนร่วมทางการเมืองแบบเดิมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ค่าเฉลี่ยที่ 4.54 ขณะที่กลุ่มคนรุ่นอายุต่ำกว่า 35 ปีลงมามีความเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง แบบเดิมระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.63 แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มคนทั้งสองรุ่น คือรุ่น Generation X กับ Generation Y ต่างมีความเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ Digital อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มคนอายุน้อยกว่า 35 ปีที่ 3.65 หากแต่สำหรับกลุ่มคนรุ่นอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยที่ 4.14 ขณะที่กลุ่มคนอายุมากกว่า 57 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ย 4.01 และเมื่อพิจารณาลงไปลึก ถึงระดับของค่าเฉลี่ยในแต่ละองค์ประกอบกลับพบว่า กลุ่มคนรุ่นอายุมาก หรือกลุ่มคนรุ่น Generation X ให้ความสำคัญกับการประสานกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.34 และมีความเห็นเกี่ยวกับ การสืบค้นข้อมูลทางการเมืองจาก Social Media และการสร้าง กลุ่มการเมืองอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.03 และ 3.55 ขณะที่การส่งข้อความ และการแสดง ความเห็นหรือการอภิปราย กลับมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.57 และ 4.59 ซึ่งนั่นแสดงชัดว่า กลุ่มคนรุ่น Generation X ให้ความสำคัญกับการส่งข้อความ และการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ด้วย Social Media



เมื่อพิจารณาความเห็นของกลุ่มคนรุ่น Y หรือที่ยังมีอายุน้อยกว่า 36 ปีลงมานั้น กลับไปให้ความสำคัญต่อ การสร้างกลุ่มการเมืองมากกว่าองค์ประกอบอื่น กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยที่ 3.71 รองลงมาเป็นการแสดงความเห็นและการสืบค้นข้อมูลทางการเมืองด้วย Social Media ที่ 3.68 เท่ากับ และที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้ายคือ การส่งข้อความทางการเมือง ซึ่งจากข้อค้นพบดังกล่าวนี้ สามารถสรุปได้ว่า

กลุ่มคนรุ่น Generation X ที่มีอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบเดิมมากกว่าแบบ Digital โดยเฉพาะการประสานกิจกรรมทางการเมือง และการสร้างกลุ่มการเมือง ในขณะที่กลุ่มคนรุ่น Y หรือที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปีลงมาให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งสองแบบไม่ต่างกันมากนัก หากแต่กลับไปให้ความสำคัญกับการสร้างกลุ่มการเมือง การแสดงความเห็น การสืบค้นข้อมูลทางการเมืองผ่านสื่อสังคม online กับการประสานกิจกรรม มากกว่าการส่งข้อความ

2) ค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพนักการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งสองแบบ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการแบ่งกลุ่มตัวอย่างไปตามอายุจำนวนสองกลุ่มคือ กลุ่มอายุระหว่าง 18-35 ปี ถือว่าเป็นคนรุ่น Y กับกลุ่มอายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป เป็นประชาชนรุ่น Generation X นั้นมีความเห็นต่างกัน โดยประชาชนรุ่น X มีค่าเฉลี่ยความเห็นมากกว่าประชาชนรุ่น Y โดยเฉพาะความเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมแบบเดิมของคนรุ่น X มากกว่าคนรุ่น Generation Y ถึง -.53 เช่น การสนทนาแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรม หรือนโยบายของนักการเมืองในการแก้ไขปัญหาประชาชน หรือการให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นแก่นักการเมืองในการแก้ไขปัญหาประชาชน หรือการร่วมกิจกรรมส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตย เช่นการแสดงความเห็นทางการเมือง และการวิจารณ์การทำงานของนักการเมือง พรรคการเมือง ซึ่งคนรุ่นใหม่ไปใช้สื่อ Social Media เป็นช่องทางมากกว่าคนรุ่นเก่า

3) มีความเป็นไปได้ถึงร้อยละ 63 ที่กลุ่มคนต่างอายุ ต่างอาชีพ และต่างรายได้ จะสามารถพยากรณ์ระดับการแสดงความคิดเห็นของนักการเมืองท้องถิ่นได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .43 (Sig. 035) เช่น การยึดถือกฎระเบียบความถูกต้องในการปฏิบัติงาน หรือ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่สูง และมีความเป็นไปได้มากถึงร้อยละ 87 ที่คนต่างอายุ ต่างระดับการศึกษา มาบวกเข้ากับความต่างกันเกี่ยวกับรายได้ ทำนายผลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ของนักการเมืองท้องถิ่นได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลทดสอบเท่ากับ .35 (Sig. 003) เช่น การแสดงความไม่มีเหตุผลเสมอ และการมีความขัดแย้งสูง (High level of conflict) ต่อฝ่ายตรงข้าม

อีกทั้งยังมีความเป็นไปได้ถึงร้อยละ 93 ที่กลุ่มคนต่างอายุ ต่างการศึกษา และต่างรายได้ จะสามารถทำนายผลการทำกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ ประสานความร่วมมือทำกิจกรรมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .37 (Sig. 001) เช่น การชักชวนเพื่อนหรือญาติสนิทให้ออกไปใช้สิทธิของตนเอง หรือการระบุสถานที่ ช่วงเวลาที่มีกิจกรรมทางการเมือง

นอกจากนี้แล้ว ยังพบว่ามีความเป็นไปได้ร้อยละ 98 ที่กลุ่มคนต่างอายุ ต่างการศึกษา และต่างรายได้ จะสามารถทำนายผลการทำกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ สร้างกลุ่มชุมชนทางการเมือง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอำนาจพยากรณ์ที่ .36 (Sig. 000) เช่น การก่อตั้งกลุ่มสนใจทางการเมือง หรือการร่วมแสดงความเห็นต่อด้านอิทธิพล ครอบงำทางการเมืองแบบเก่าและการร่วมวิจาร์ณความไม่เอาไหนทางการเมืองแบบเดิม

ในขณะที่พบว่า มีความเป็นไปได้ร้อยละ 61 ที่กลุ่มคนต่างอายุ ต่างการศึกษา และต่างรายได้ จะสามารถทำนายผลการทำกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ Digital ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอำนาจพยากรณ์ที่ .35 (Sig. 000) ตั้งแต่การแสดงความเห็นทางการเมือง ไปจนถึงการสืบค้นข้อมูลทางการเมือง และการผลิตเนื้อหาทางการเมือง เช่น การรายงานข้อมูล กิจกรรม หรือการกระทำใดใดทางการเมืองที่พบเห็นออกไปตามช่องทางของ Social Media หรือ การนำเอาแนวคิด นโยบาย หรือกิจกรรมการเมืองกระจายไปตามช่องทาง Social Media

เพราะฉะนั้นสิ่งที่ค้นพบของงานวิจัยนี้ คืออิทธิพล หรือความแปรปรวนร่วมกันของ ความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่มีผลต่อการทำนายทั้งบุคลิกภาพนักการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ Digital ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4) องค์ประกอบที่สามารถทำนายผลร่วมกันต่อการมีส่วนร่วมแบบเดิมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั้นประกอบด้วย ลักษณะสนใจสิ่งภายนอก (Beta .52, Sig. 000) รวมเข้ากับการแสดงความถูกต้อง (Beta .28, Sig. 000) และการมีอารมณ์ไม่มั่นคง (Beta .10, Sig. 007) ทั้งนี้มีอำนาจต่อการพยากรณ์ร้อยละ 55 รวมถึงมีสัมประสิทธิ์ร่วมกันที่ค่า  $R^2$  .72 (Sig. 000)

และลักษณะสิ่งจูงใจภายนอก การเปิดกว้าง และการแสดงออกทางอารมณ์ของนักการเมือง จะสามารถอธิบายผลร่วมกันต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ Digital ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีคะแนนมาตรฐานเท่ากับ .51 (Sig. 000) , .20 (Sig. 001) และ .14 (Sig. 003) รวมถึงมีสัมประสิทธิ์พยากรณ์ที่ .64 และมีความเป็นไปได้ของอำนาจพยากรณ์นี้ที่ร้อยละ 51

ดังนั้นสรุปได้ชัดเจนว่า ลักษณะสนใจสิ่งภายนอก ลักษณะสนใจสิ่งภายนอก และการมีอารมณ์ไม่มั่นคง รวมถึงการเปิดกว้างของบุคลิกภาพนักการเมืองนั้น มีผลต่อการพยากรณ์การมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ทั้งสองแบบ

## อภิปรายผล

จากสิ่งที่ค้นพบได้พิสูจน์แล้วว่าลักษณะบุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งแบบเดิม และแบบ Digital ตามความเห็นของคนทั้งสองรุ่น คือกลุ่มคนรุ่น Generation X ที่มีอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไปกับกลุ่มคนรุ่น Generation Y ที่ยังมีอายุน้อยกว่า 35 ปี ลงมานั้นอยู่ในระดับมาก ซึ่งหมายความว่า บุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นตามความต้องการของประชาชนนั้น มีความสำคัญกับความมั่นคงทางอารมณ์มาก่อนบุคลิกภาพด้านอื่น เช่น การมีอารมณ์แปรปรวนไปมาอยู่เสมอ หรือความขัดแย้งสูง (High level of conflict) ต่อฝ่ายตรงข้าม หรือ ความกระวนกระวายเมื่อต้องตัดสินใจภายใต้แรงกดดัน หรือแสดงความกังวลออกมาให้เห็นอยู่บ่อย ๆ และนักการเมืองท้องถิ่นมักแสดงความไม่มีเหตุผลเสมอ ซึ่งด้วยเหตุดังกล่าวนี้ ผู้สมัครรับการเลือกตั้งท้องถิ่น



อาจนำไปปรับปรุงแก้ไขไปในทิศทางตรงข้าม อันเป็นความต้องการของประชาชน เช่น การรักษาความสงบของอารมณื แม้นโยบายที่ต้องเผชิญกับปัญหา เช่น การตอบข้อคำถาม หรือข้อสงสัยของประชาชน รวมไปถึงอาจปรับปรุงแก้ไขวิธีการสื่อสาร หรือการสนทนาที่ต้องตั้งอยู่บนเหตุผลและความจริงอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อปรับภาพลักษณ์อันบุคลิกภาพในเชิงลบของนักการเมืองแบบเก่าให้หมดไป นอกจากนั้นแล้วประชาชนยังคงต้องการนักการเมืองที่ช่วยแก้ไขปัญหา แต่ไม่ต้องการนักการเมืองท้องถิ่นที่เข้ามาเพิ่มปัญหา เช่น การสร้างความขัดแย้ง หรือเป็นคู่กรณีกันแล้วส่งผลให้ไม่สามารถปฏิบัติงานเพื่อรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของประชาชน ซึ่งหากปรับบุคลิกภาพนักการเมืองดังกล่าวนี้ได้ อาจส่งผลให้ประชาชนอีกร้อยละ 50 ออกไปใช้สิทธิลงคะแนนเลือกนักการเมืองท้องถิ่นแบบใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับประชาชนมากกว่าสิ่งอื่นในสังคม

บุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นตามความเห็นของคนทั้งสองรุ่นไม่แตกต่างกัน หากแต่มีส่วนประกอบของบุคลิกภาพด้าน การแสดงอารมณ์ที่มั่นคง การยินยอมเห็นใจ และการแสดงความถูกต้องไม่เท่ากัน คือกลุ่มคนรุ่น Generation X ให้ความสำคัญมากกว่า กลุ่มคนรุ่น Generation Y แต่อย่างไรก็ตาม ยังพอสรุปได้ว่าบุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นตามความเห็นของกลุ่มคนรุ่น Generation X มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มคนรุ่น Y ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Jones (2019) ที่ค้นพบว่าเป็นเสียงที่ต้องให้ความเคารพในความแตกต่างเป็นรายบุคคล ทั้งนี้เพราะจะกลายเป็นกลุ่มเสียงที่มีจำนวนมากขึ้น และยังส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมทางการเมืองของประชาชนเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้เขายังได้สรุปว่า การไม่ไปออกเสียงของกลุ่มคนรุ่น Generation Y ที่ยังมีอายุน้อย ทำให้การเมืองตกอยู่ในสภาพที่อ่อนแรงลง แล้วยังเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มคนรุ่น Generation X เคารพในเสียงของกลุ่มคนรุ่น Generation Y มากขึ้นอีกประการหนึ่งด้วย และด้วยเหตุของสิ่งที่ค้นพบสอดคล้องกันนี้ สามารถนำไปใช้เป็นข้อสรุปเกี่ยวกับ การพัฒนาบุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นได้ว่า ต้องเปิดใจกว้าง และให้การยอมรับในสิ่งที่ต่างไปจากความเห็นของตนเอง รวมไปถึงการแสดงความถูกต้องทางการเมืองที่ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น เช่น ไม่ทุจริตในการเลือกตั้งของตนเอง และการนำเอาประโยชน์ของประชาชนมาเป็นตัวตั้ง

ในขณะที่ผลของการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและพบว่า ค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพนักการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งสองแบบ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการแบ่งกลุ่มตัวอย่างไปตามอายุจำนวนสองกลุ่มคือ กลุ่มอายุระหว่าง 18-35 ปี ถือว่าเป็นคนรุ่น Generation Y กับกลุ่มอายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป เป็นประชาชนรุ่น Generation X นั้นมีความเห็นต่างกัน โดยประชาชนรุ่น Generation X มีค่าเฉลี่ยความเห็นมากกว่า ประชาชนรุ่น Generation Y โดยเฉพาะความเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมแบบเดิมของคนรุ่น Generation X มากกว่าคนรุ่น Generation Y เช่น การสนทนาแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรม หรือนโยบายของนักการเมืองในการแก้ไขปัญหาประชาชน หรือการให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นแก่นักการเมือง ในการแก้ไขปัญหาประชาชน หรือการร่วมกิจกรรมส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตย ซึ่งแสดงให้เห็นได้ชัดถึงความแตกต่างทั้งในด้านความเชื่อ และพฤติกรรมทางการเมืองที่แสดงออกมา โดยเฉพาะการประสานกิจกรรม และการสร้างกลุ่มการเมืองของคนรุ่น Generation Y ที่มีทำได้ง่ายกว่ากลุ่มคนรุ่น Generation X ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลอย่างน้อยสองประการคือ 1) ความทันสมัยของเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่ช่วยให้สืบค้นข้อมูล และการทำงานร่วมกันได้รวดเร็วเพิ่มมากขึ้น



ประกอบกับข้อที่ 2) คือความเป็นกลุ่มคนอายุน้อย ที่มักแสดงเหตุผล และพฤติกรรมของตนเอง ไปตามความคิดเห็น มากกว่าการเก็บเอาไว้ของคนรุ่นเดิม หรือกลุ่มคนรุ่น Generation X และจากผลวิจัยในลักษณะนี้ ได้มีผลวิจัยเดิมของ Glover (2018) ที่สรุปถึงข้อค้นพบสำคัญของตนเองว่า การเพิ่มขึ้นของกลุ่มคนรุ่น Generation Y ในขณะที่กลุ่มคนรุ่น Generation X มีจำนวนลดลง รวมถึงการเข้าไปไม่ถึงบุคลิกภาพของนักการเมืองรุ่นใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับการรณรงค์หาเสียงด้วยสื่อสังคม online และการเข้าไปมีส่วนร่วมทำกิจกรรมการเมืองได้หลากหลายเพิ่มมากขึ้นด้วย Social Media ของทั้งนักการเมืองและกลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มคนรุ่น Generation Y

จากผลของการค้นพบว่า ความเป็นอิสระต่อกันของค่าแปรปรวนบุคลิกภาพนักการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งสองแบบนี้ ขึ้นอยู่กับอิทธิพลร่วมกันของปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ ซึ่งด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งการเมืองท้องถิ่นที่จะเกิดขึ้นในเร็วๆ นี้ อาจนำไปดำเนินการได้โดย 1) การแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารหลายช่องทาง ทั้งแบบเก่า และแบบ Digital 2) จัดพื้นที่อิสระ และปลอดภัยในโลกของสังคม online เพื่อรับฟังความเห็นของประชาชนทุกกลุ่ม 3) การปรับทัศนคติของคำว่าประชาธิปไตยกับการเลือกตั้งให้ชัดเจนของประชาชนทุกกลุ่ม หากไม่ตรงกัน หรือมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันได้น้อย จำเป็นต้องจัดให้มีพื้นที่สนทนา แล้วนำไปสู่การสรุปหาข้อยุติที่เป็นไปได้ด้วยสันติวิธี จากการทำงานของหน่วยงานรัฐ หรือเจ้าหน้าที่รัฐผู้ปฏิบัติโดยชอบ นอกจากนี้แล้วเราอาจพบว่า การมีอิทธิพลร่วมกันของคนต่างอายุ ต่างการศึกษา และต่างรายได้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาการเลือกตั้งท้องถิ่นได้ตั้งแต่การพัฒนาบุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่น ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับการแสดงความต้องการ และความสามารถในการควบคุมอารมณ์ของนักการเมืองเอง ขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมการประสานความร่วมมือ เช่น การจัดตั้งกลุ่มสนใจทางการเมืองเดียวกัน หรือ การสร้างกลุ่มเครือข่ายทางการเมืองในโลก online ซึ่งช่วยให้สมาชิกในกลุ่มได้รับรู้ข้อมูล และข่าวสารทางการเมืองไปตามความจริง

สิ่งที่ค้นพบของงานวิจัยนี้ คืออิทธิพล หรือความแปรปรวนร่วมกันของความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่มีผลต่อการทำนายทั้งบุคลิกภาพนักการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ Digital ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนที่จะนำไปปรับใช้นั้น อาจนำไปดำเนินการได้เช่น 1) การจัดตั้งกลุ่มสนใจทางการเมือง และ 2) การสร้างเครือข่ายทางการเมืองในโลก Digital ดังเช่นผลวิจัยของ Mengu et al (2015) ที่สนับสนุนข้อค้นพบเกี่ยวกับกลุ่มคนรุ่น Generation Y ที่มีอายุน้อย ประกอบกับการมีความสามารถในการใช้สื่อ Social Media ในการแสดงออกซึ่งสิทธิ และเสรีภาพส่วนบุคคลได้ชัดเจนกว่ากลุ่มคนรุ่น Generation X ที่มีอายุมากกว่า แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนาทางการเมือง ซึ่งด้วยเหตุผลนี้ ความสามารถในการตอบสนองต่อความแตกต่างของแต่ละบุคคลได้นั้น กลายเป็นสิ่งสำคัญที่รัฐบาลท้องถิ่นต้องคำนึงถึง แล้วนำไปใช้ในการสร้างโอกาส จัดหา และการมีข้อมูลไว้ใช้ในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน

ดังนั้น การค้นพบบุคลิกภาพของนักการเมืองที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมแบบเดิม แบบที่ประชาชนต้องเดินเข้าไปหา หรือร่วมในการรณรงค์การออกไปเลือกตั้ง หรือแม้แต่ต้องเรียนรู้ และทำความเข้าใจด้วยตนเองมากกว่าการได้รับความรู้ทางการเมืองจากนักการเมืองทั้งในระดับท้องถิ่น และในระดับชาติก็ตาม โดยมีสิ่งจูงใจให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมแบบเดิมนี้นี้ประกอบด้วยลักษณะสนใจสิ่งภายนอก เช่น การทำกิจกรรมสาธารณะ หรือการรับฟังความเห็นของประชาชน

ซึ่งนอกจากจำเป็นต้องมีส่วนร่วมกันกับการแสดงได้อย่างถูกต้อง คือการปฏิบัติตาม  
ข้อกำหนด และการเคารพกฎของสังคม ที่สำคัญคือมีการแสดงออกทางอารมณ์ของนักการเมืองผู้นั้น  
ทั้งที่เกี่ยวกับความขัดแย้งกับฝ่ายตรงข้าม หรือการแสดงความรู้สึกในช่วงที่กดดันให้ต้องตัดสินใจ  
ดังนั้นการนำเอาผลนี้ไปปรับใช้ในทางปฏิบัตินั้น นักการเมืองทุกระดับจำเป็นต้องพัฒนาบุคลิกภาพ  
ภายนอก เช่น การแสดงออกและการทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ ที่สำคัญคือทำให้ความรู้  
และการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองที่ประชาชนควรรู้ เช่น การใช้สิทธิ และเสรีภาพในฐานะ  
พลเมืองของประเทศ รวมไปถึงจำเป็นต้องระมัดระวังในการควบคุมอารมณ์ของตนเองให้มั่นคงอยู่เสมอ  
โดยเฉพาะการแสดงความขัดแย้งกับการเมืองฝ่ายประชาธิปไตย และการแสดงอาการสงบนิ่ง  
ได้ทุกครั้งที่กำลังเผชิญอยู่กับปัญหา หรือวิกฤติทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อ 1) แสดงทางออกให้กับ  
ประเทศได้อย่างมีเหตุมีผล และ 2) สร้างความมั่นใจให้กับประชาชนในการดำรงชีวิตอยู่ได้ในระบอบ  
ประชาธิปไตยอย่างปลอดภัย รวมไปถึงการพบว่า การมีส่วนร่วมแบบใหม่ แบบ Digital ของคนรุ่นใหม่  
อายุน้อยกว่า 35 ปีลงมา และยังประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปซึ่งไม่ค่อยมีความมั่นคงกับการดำรงชีวิต  
มากเท่าใดนัก จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น หรือแม้แต่การส่งภาพ และข้อความที่สนใจ  
ผ่านสื่อ online ชนิดใดชนิดหนึ่งได้นั้น อาจขึ้นอยู่กับลักษณะภายนอกของนักการเมืองที่กำลังเป็น  
ที่สนใจ เช่น การทำกิจกรรมสาธารณะ การเรียกร้อง หรือกำลังทวงคืนอำนาจของประชาชน  
การเรียกร้องให้รัฐบาล และเจ้าหน้าที่รัฐหันมาเอาใจใส่แก้ไขปัญหาให้กับประชาชน โดยเฉพาะการ  
แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในการดำรงชีวิต ทั้งจากการประกอบอาชีพ และสภาพแวดล้อมที่ไม่  
ปลอดภัย

ทั้งนี้เพราะการกระทำดังกล่าวของนักการเมือง เป็นกิริยาที่พึงกระทำของนักการเมือง  
ในระบอบประชาธิปไตย รวมไปถึงเป็นการแสดงออกที่มองเห็นคุณค่า และความสำคัญ  
ของประชาชน นอกจากนั้นแล้ว การเปิดใจกว้างยังมีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมแสดง  
ความคิดเห็นทางการเมือง หรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งผ่านสื่อ online ในการเข้าร่วม  
ทางการเมือง เช่น การแสดงวิสัยทัศน์เชิงสร้างสรรค์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น หรือชุมชน รวมไปถึง  
การประกอบธุรกิจ และเศรษฐกิจบนพื้นฐานความเท่าเทียมกัน ทั้งนี้เพราะการแสดงออกถึง  
ความเป็นนักการเมืองฝ่ายเสรี หรือความเป็นเสรีชน ช่วยรับประกันความปลอดภัยในการดำรงชีวิต  
ของประชาชนได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนั้นแล้ว การเปิดใจกว้างยอมรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลง  
ในระดับประชาคมโลก ส่งผลให้คนรุ่นใหม่อายุต่ำกว่า 35 ปีที่ประสบปัญหาการทำงาน  
และการดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพหันมาให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อ  
online หรือ digital หากแต่อาจมีความเป็นไปได้น้อยกว่าแบบเดิม ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนจำนวน  
มากกว่าร้อยละ 50 ยังคงมีพฤติกรรมทางการเมืองแบบเดิมมากกว่า ล้วนแต่แสดงผลวิจัยคล้ายกับ  
ผลวิจัยของ Haryadi & Ralman (2019) ที่ได้สรุปถึงสิ่งที่เปลี่ยนไปของการมีส่วนร่วมทางการเมือง  
ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อยนั้น มีความสัมพันธ์กับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี  
เพื่อการสื่อสาร แล้วพวกเขาได้นำเอาความทันสมัยนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อการค้นหาความสมบูรณ์  
ของทุกภาพทางการเมือง รวมไปถึงการสร้างแรงบันดาลใจทางการเมืองให้กับกับกลุ่มของตน  
นอกจากนี้แล้ว เขายังพบว่า ความสามารถในการใช้สื่อ social online ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ช่วยให้  
การเมืองมีความแข็งแกร่งเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถแพร่กระจายความรู้ และความคิดเห็นทางการเมือง  
ได้รวดเร็วมากกว่า การเมืองของกลุ่มคนรุ่นเดิม

แต่อย่างไรก็ตาม Kartini et al (2017) ได้พบข้อสนับสนุนเกี่ยวกับประเด็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มักมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคม online มาใช้ในการเสาะหาความรู้ และข้อมูลทางการเมืองที่สงสัย แล้วนำไปใช้เป็นตัวตัดสินใจในการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการสืบค้นข้อมูลและรวบรวมเป็นความรู้สำหรับนำไปแพร่กระจายเป็นข่าวสารทางการเมืองภายในกลุ่มของตน นอกจากนี้แล้วเขายังสรุปว่าเป็นกลุ่มการเมืองที่ได้เปรียบกลุ่มคนรุ่นเดิม

สรุปได้ว่า ลักษณะบุคลิกภาพของนักการเมืองท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งแบบเดิม และแบบ Digital ตามความเห็นของคนต่างรุ่น คือกลุ่มคนรุ่น Generation X และกลุ่มคนรุ่น Generation Y แม้จะมีลักษณะส่วนใหญ่คล้ายกันก็ตาม หากแต่ส่วนประกอบย่อยหลายส่วนมีความแตกต่างกัน และยังกลายเป็นตัวทำให้เกิดความได้เปรียบต่างกันของแต่ละกลุ่มตามไปด้วย โดยเฉพาะการสืบค้นข้อมูลและความรู้ทางการเมืองของกลุ่มคนรุ่น Generation Y ที่สามารถช่วยให้เกิดการตัดสินใจเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองชัดเจนมากกว่า กลุ่มคนรุ่น Generation X

ดังนั้นการนำเอาผลวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ได้จริงนั้นมีแต่เพียงการให้ความสำคัญทางการเมืองกับคนรุ่น Generation Y ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น เช่น การรับฟังเสียงสะท้อนของกลุ่มคนรุ่น Generation Y นี้เพื่อนำเอาไปใช้ในการแผนการทำงานด้านการเมืองของทั้งพรรคการเมือง หรือสถาบันการเมืองอื่นให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาทางการเมืองทั้งในระดับท้องถิ่น และการเมืองในระดับชาติ

### บรรณานุกรม

- พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. (2564). การเมืองและการเลือกตั้งเทศบาล ในมุมมองด้านการเมืองนคร. *หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน*. วันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564.
- มติชน. (2564). จังหวะการเมืองของเยาวชน ปลดแอก เส้นทาง REDEM. *หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน*. วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ.2564.
- \_\_\_\_\_. (2564). ทิศทางท้องถิ่น 2564 งบฯหาย-กระจายอำนาจไม่คืบ. *หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน*. วันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2564.
- รณิดา มนต์ขลัง, และคณะ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายการจัดการจัดบริการสุขภาพผู้สูงอายุไปสู่การปฏิบัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารวิชาการแพรววาทศาสตร์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 3(2).
- วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2563). *Social Media และแนวโน้มการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบ Digital ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรครั้งแรกใน ปีพ.ศ. 2562: กรณีศึกษานักศึกษา มหาวิทยาลัยทั่วประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น.
- \_\_\_\_\_. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยสมัยใหม่ (Modern Research Methodology)*. อุบลราชธานี: สำนักพิมพ์พงษ์สวัสดิ์อินเตอร์กรุ๊ป.
- สมชาย ศรีวิรัตน์. (2556). *การพัฒนาชุมชนท้องถิ่น: แนวคิด หลักการพัฒนา และการดำเนินงานพัฒนาชุมชน*. doi. <https://www.gotoknow.org/posts/549133>



อรรถัย ก๊กผล. (2552). *คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่นกรุงเทพฯ: จริยสุนิหวงศ์การพิมพ์.*

- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ag, C, Pehlivan, C. Özdemir, E. Akduman, G. Eregez, H. ,Öztürk, İ. & Balcı. O. (2014). The investigation of relationship between organizational an investigation of expectations of career perception and change, and leadership style of generation y MuğlaSitkiKoçman University, *Journal of Economics and Management Research*, 2 (2), 11 - 42.
- Batsleer, J., Ehrensperger, K., Lüküslü, F., Osmanoğlu, B., Pais, A.,& Reutlinger, C. (2017). Claiming spaces and struggling for recognition. *Comparative Case Study Report PARTISPACE Deliverable*, 4, 3.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., Juhász, T. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90 –106.
- Bennett, G., Sagas, M., & Dees, W. (2006). Media preferences of action sports consumers: differences between generation X and Y, *Sport Market. Q.* 15(1).
- Bilgihan, A. (2016). Gen Y customer loyalty in online shopping: an integrated model of trust, user experience and branding, *Computer Human Behavior*, 61(2016), 103 - 113.
- Borah, P. (2016). Political Facebook use: campaign strategies used in 2008 and 2012 presidential elections. *Journal information technology & politics*, 13(4), 326 - 338.
- Chou. (2012). Millennials in the Workplace: A Conceptual Analysis of Millennials' Leadership and Followership Styles. *International Journal of Human Resource Studies*. 2(2).
- Crumpacker, M., Crumpacker, J.M. (2007). Succession planning and generational stereotypes: should HR consider age-based values and attitudes a relevant factor or a passing fad?. *Publ. Person. Manag*, 36(4), 349 - 369.
- Duh, H. Struwig, M. (2015). Justification of generational cohort segmentation in South Africa. *International Journal of Emerging Markets*. 10(1), 89 - 101.
- Enochs, K. (2016). *A boss's guide to managing bratty Millennials*, *Lifzette*, Retrieved from <http://www.lifzette.com/momzette/a-bosss-guide-to-managing-wussy-Millennials/>
- Eurofound, K. (2018). *Social cohesion and well-being in Europe*. Luxembourg: Publications office of the European Union.



- Gerodimos, R. & Justinussen, J. (2015). Obama's 2012 Facebook campaign: political communication in the age of the like button. *Journal of information technology & politics*, 12(2), 113 - 132.
- Genova, C. (2018). Social practices and lifestyles in Italian youth cultures. *Journal of Modern Italian Studies*, 23(1), 75 – 92.
- Glover, E. (2018). *The role of social media in millennial voting and voter registration* (Doctoral dissertation of Walden University).
- Gursoy, D., Maier, T.A., & Chi, C.G. (2008). Generational differences: an examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce, *International Journal Hospital Management*, 27(3), 448 - 458.
- Guillot-Soulez, C., & Soulez, S. (2014). On the heterogeneity of Generation Y job preferences. *Employee Relations*, 36(4), 319 - 332.
- Hamzah Z. A. Z., Kamarudin K., Hajimaming P. T., Yaakob N. A. (2020). Digital Technology And The Impact On Communication Language And Mastery Of Generation X And Y For Correspondence Language. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 17(9).
- Haryadi & Ralhman. (2019). Political participation of generation z group of beginners and the use of social media in Jambi province, *Proceeding International Conference on Social Science*, 5-6 November, 155 - 163.
- Hatfield, S.L. (2002). Understanding the four generations to enhance workplace management. *AFP Exchange*, 22(4), 72 - 74.
- Ikeda, K., Kobayashi, T., & Hoshimoto, M. (2008). Does political participation make a difference? The relationship between political choice, civic engagement and political efficacy. *Electoral Studies*, 27(1), 77 - 88.
- Jackson V, Stoel L, & Brantley A. (2011) Mall attributes and shopping value: differences by gender and generational cohort. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(1), 1 - 9.
- Johnson, M., & Johnson, L. (2010). *Generations*. Inc. New York: AMACOM.
- Jones, B. (2019). *Are they young, or are they different? a comparative study of voting millennials and baby booms*. (Doctoral dissertation of Westover Hovers College).
- Kaldur, K., Fangen, K. & Sarin, T. (2012). *Political inclusion and participation*. Policy brief EUMARGIN no. 6. Retrieved from [https://www.ibs.ee/wp-content/uploads/6th\\_policy\\_brief\\_political\\_participation](https://www.ibs.ee/wp-content/uploads/6th_policy_brief_political_participation)



- Kartini, D.S., Muradi, & Yuningsih, N. Y. (2017). Participation of y generation in 2018 general elections. *ASSEHR*, 163, 7 - 11.
- Kertzner, D. (1983). *Generation as a sociological problem*. Annual Review of Sociology. Retrieved from <https://doi.org/10.1146/annurev.so.09.08.0183.001013> 9, pp.125-149.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration employees: Strategies for effective management. *The Health Care Manager*, 19(1), 65 - 76.
- Laurison, D. (2015). The willingness to state an opinion: Inequality, don't know responses, and political participation. *Sociological Forum*, 30(4), 925 - 948.
- Likert, R. (1967). "The Method of Constructing and Attitude Scale", Reading in *Attitude Theory and Measurement*. P.90-95. Fishbein, Martin, Ed. New York: Wiley & Son.
- Mengu, S.C., Guccemir, Y., Erturk, D., & Canan, S. (2015). Political preferences of generation y university student with regards to governance and social media; a study on March 2014 local elections, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 174, 791 - 797.
- Meredith, G.E., & Schewe, C.D. (1994). The power of cohorts. *American Demographics*, 16(12), 22 - 29.
- Myers, K.K., & Sadaghiani, K. (2010). Millennials in the workplace: A communication perspective on Millennials' organizational relationships and performance. *J. Bus. Psychol.*, 25(2), 225 - 238.
- Nahavandi, A. (2006). *The Art and Science of Leadership* (4<sup>th</sup> ed). Upper Saddle River, NJ, USA: Pearson Education.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrunb, P., Seebaluckc, N.V., Janvierd Procedia, S. Investigating the Motivation of Baby Boomers for Adventure Tourism. *Soc. Behav. Sci.*, 175, 244 – 251.
- Ortensi, L., & Riniolo, V. (2020). Do migrants get involved in politics? Level, forms and drivers of migrant political participation in Italy. *Journal of International Migration and Integration*, 21(1), 133 - 153.
- Pilati, K. (2018). Gaps in protest activities between natives and individuals of migrant origin in Europe. *Acta Sociologica*, 61(2), 105 – 125.
- Pritzker S. ,& Richards-Schuster, K. (2016). Promoting young people's participation: Exploring social work's contribution to the literature. *Social Work*, 61(3), 217 - 226.
- Real, K. ,Mitnick, A. D. , Maloney, W. F. (2010). More similar than different: Millennials in the U. S. building trades. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 303 - 313.



- Reichert, F. (2016). How internal political efficacy translates political knowledge into political participation: Evidence from Germany. *Europe's Journal of Psychology, 12*(2), 221 - 241.
- Schewe, C.D., Meredith, G.E., & Noble, S. (2000). Defining moments: segmenting by cohorts. *Marketing Management, 9*(3), 48 - 53.
- Shacklock, K. (2015). *The impact of generations working together: 2015 a significant year*. Griffith Business School.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: the History of America's Future, 1584 to 2069, 1991* (New York).
- Vecchione, M., Schoen, H., Castro, J. L. G. , Ciecuch, J., Pavlopoulos, V., and Caprara, G. V. (2011). *Personality correlates of party preference: the Big Five in five big European countries*. *Pers. Individ. Dif. 51*, 737-742. doi: 10.1016/j.paid.2011.06.015
- Verba, S., & Nie, N. H. (1972). *Participation in America: Political democracy and social equality*. New York, NY: Harper and row.
- Williams, K.C., Page, R.A., & Petrosky, A.R. (2010). HERNANDEZ, E.H. Multi generational marketing: descriptions, characteristics, lifestyles, and attitudes. *Journal of Applied Business and Economics, 11*(2), 21 - 36.
- Zabel, K.L., Benjamin, B.J., Biermeier-Hanson, B.B., Baltes, B.B., Early, B.J. & Shepard, A. (2017). Generational Differences in Work Ethic: Fact or Fiction?. *J. Bus. Psychol. Sci., 32*, 301 - 315.