

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First-time Voters): ศึกษาอิทธิพลของโซเชียลมีเดียเทียบกับอิทธิพลของครอบครัวในจังหวัดเลย
 FACTORS AFFECTING THE DECISION-MAKING OF FIRST-TIME VOTERS IN CHOOSING
 A POLITICAL PARTY: A COMPARATIVE STUDY OF SOCIAL MEDIA INFLUENCE AND
 FAMILY INFLUENCE IN LOEI PROVINCE

ภัทรพล เสริมทรง

Phattarapon Sermsong

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

Mahamakut Buddhist University; Srilanchang Campus

*Corresponding author, e-mail: hs4sht2531@gmail.com

Received: 10 June 2025, Revivsed: 26 June 2025, Accepted: 12 July 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับอิทธิพลของโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง 2) ศึกษาระดับอิทธิพลของครอบครัวต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอำนาจในการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนอายุ 18-22 ปี ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดเลย จำนวน 450 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของโซเชียลมีเดียส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) โดยแพลตฟอร์ม TikTok มีอิทธิพลสูงสุด ขณะที่อิทธิพลของครอบครัวส่งผลในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.45$) ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า อิทธิพลของโซเชียลมีเดียมีอำนาจในการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่อิทธิพลของครอบครัวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการพยากรณ์การตัดสินใจ นอกจากนี้ยังพบว่านโยบายพรรคการเมืองและภาพลักษณ์ผู้นำเป็นปัจจัยหลักที่เยาวชนใช้พิจารณาควบคู่ไปกับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมการเมืองในจังหวัดเลย จากการเมืองระบบเครือญาติไปสู่การเมืองเชิงนโยบายที่ขับเคลื่อนด้วยสื่อดิจิทัล

คำสำคัญ: ผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก, โซเชียลมีเดีย, อิทธิพลของครอบครัว, การตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง, จังหวัดเลย

Abstract

This research aims to 1) study the level of social media influence on political party selection, 2) study the level of family influence on political party selection, and 3) compare the predictive power of these factors on the decision-making of first-time voters in Loei Province. A quantitative research methodology was employed, with a sample of 450 individuals aged 18–22 residing in Loei Province, selected through multi-stage sampling. The research instrument was a 5-point Likert scale questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis.

The findings revealed that social media influence affected political decisions at the highest level ($\bar{X}$ = 4.58), with the TikTok platform being the most influential. Conversely, family influence was at a low level ($\bar{X}$ = 2.45). The hypothesis testing through multiple regression analysis indicated that social media influence significantly predicted political party choice at a .05 significance level, whereas family influence did not show statistical significance as a predictor. Furthermore, the study found that party policies and leadership image were primary factors considered by the youth alongside information from social media. These findings reflect a shift in the political culture of Loei Province, moving from kinship-based politics toward policy-driven politics empowered by digital media.

Keywords: First-time Voters, Social Media, Family Influence, Political Decision-Making, Loei Province

บทนำ

ในทศวรรษที่ผ่านมา พลวัตทางการเมืองทั่วโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการเปลี่ยนผ่านครั้งสำคัญ เมื่อกลุ่มประชากรที่เรียกว่า "คนรุ่นใหม่" หรือ Generation Z เริ่มก้าวเข้ามามีบทบาทในฐานะผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First-time Voters) อย่างมีนัยสำคัญ ปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นเพียงในประเทศแถบตะวันตก แต่ยังปรากฏชัดเจนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย

Prajak Kongkirati (2019) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมทางการเมืองของเยาวชนไทยรุ่นใหม่มีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากคนรุ่นก่อน เนื่องจากพวกเขาเติบโตขึ้นมาภายใต้สภาวะความขัดแย้งทางการเมืองที่ยืดเยื้อและการขยายตัวของเทคโนโลยีดิจิทัล กลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกจึงไม่ได้มอง

การเมืองผ่านเลนส์ของ "บุญคุณ" หรือ "ระบบอุปถัมภ์" แบบดั้งเดิม แต่ให้ความสำคัญกับประเด็นเชิงโครงสร้าง ความเท่าเทียม และสิทธิเสรีภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dalton (2008) ที่ระบุว่า "พลเมืองยุคใหม่" (Assertive Citizens) มีแนวโน้มที่จะตั้งคำถามต่อสถาบันอำนาจรัฐและแสวงหาการมีส่วนร่วมในรูปแบบใหม่ๆ ที่นอกเหนือไปจากการไปลงคะแนนเสียงเพียงอย่างเดียว

กระบวนการขัดเกลาทางสังคมทางการเมือง (Political Socialization) ในอดีต มักให้ความสำคัญกับ "ครอบครัว" ในฐานะสถาบันหลักที่ถ่ายทอดความเชื่อและอุดมการณ์ทางการเมืองจากรุ่นสู่รุ่น ตามทฤษฎีของ Hyman (1959) ที่ชี้ว่า พ่อแม่คือผู้มีอิทธิพลสูงสุดในการกำหนดทิศทางการเลือกพรรคการเมืองของบุตรหลาน อย่างไรก็ตาม ในบริบทปัจจุบันที่โลกเข้าสู่ยุค "Hyper-connectivity" อิทธิพลของครอบครัวเริ่มถูกท้าทายด้วย "สื่อสังคมออนไลน์" (Social Media)

สิริพรรณ นกสวน สวัสดี (2560) ชี้สังเกตว่า พื้นที่เสมือนจริงได้กลายเป็นโรงเรียนการเมืองแห่งใหม่ที่ทรงพลัง อัลกอริทึมของแพลตฟอร์มอย่าง Facebook, Twitter (X) และ TikTok ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ส่งผ่านข้อมูล แต่ยังสร้าง "พื้นที่ทางความคิด" ที่อาจแตกต่างหรือตรงข้ามกับความเชื่อของคนในครอบครัว เกิดเป็นปรากฏการณ์ "ช่องว่างทางความคิดระหว่างวัย" (Generation Gap) ที่รุนแรงขึ้น เมื่อข่าวสารในโซเชียลมีเดียถูกออกแบบมาให้ตอบสนองต่ออารมณ์และความสนใจของคนรุ่นใหม่ การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองจึงเป็นการปะทะกันระหว่าง "ความผูกพันเชิงสายเลือด" และ "อุดมการณ์เชิงเครือข่าย"

เมื่อพิจารณาเชิงพื้นที่ "จังหวัดเลย" ถือเป็นกรณีศึกษาที่มีความน่าสนใจอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีลักษณะกึ่งเมืองกึ่งชนบท (Semi-rural) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประชากรส่วนใหญ่ยังคงยึดโยงกับวิถีเกษตรกรรมและระบบเครือญาติที่เหนียวแน่น ซึ่งตามบริบทการเมืองไทยดั้งเดิม พื้นที่ลักษณะนี้มักจะถูกครอบงำด้วยระบบ "ตระกูลการเมือง" หรือ "นักการเมืองเจ้าที่" (Local Godfathers) ที่อาศัยการเข้าถึงหัวหน้าครอบครัวในการคุมฐานเสียง (Sombat Chantornvong, 2000)

อย่างไรก็ตาม จังหวัดเลยในปัจจุบันกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็วจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาในระดับภูมิภาค (เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย) ทำให้กลุ่มเยาวชนในพื้นที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านโลกออนไลน์ได้ทัดเทียมกับเยาวชนในกรุงเทพมหานคร การที่เยาวชนในจังหวัดเลยต้องอยู่ท่ามกลางความคาดหวังของครอบครัวที่อาจยังยึดติดกับระบบตัวบุคคล หรือพรรคการเมืองเดิม กับการรับรู้นโยบายสมัยใหม่ผ่านโซเชียลมีเดีย จึงก่อให้เกิดความสับสนในการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง

แม้จะมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่อยู่บ้าง แต่ส่วนใหญ่มักเป็นการศึกษาในภาพรวมระดับประเทศ หรือเน้นเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยที่มุ่งเน้นไปที่การเปรียบเทียบน้ำหนักอิทธิพลระหว่าง "โซเชียลมีเดีย" และ "ครอบครัว" ในบริบทของจังหวัดที่มีอัตลักษณ์เฉพาะอย่างจังหวัดเลยยังมีอยู่อย่างจำกัด

คำถามสำคัญคือ ในท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อสาร เยาวชนในจังหวัดเลย ยังคงให้ความสำคัญกับคำแนะนำทางการเมืองของคนในครอบครัวอยู่หรือไม่? หรือโซเชียลมีเดียได้เข้ามาทำหน้าที่เป็น "สระน้ำ" ใหม่ในการชี้นำทิศทางการเมืองไปแล้วอย่างเบ็ดเสร็จ? การทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะช่วยให้เห็นภาพสะท้อนของพฤติกรรมการเลือกตั้ง แต่ยังเป็นการวิเคราะห์ถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมการเมืองของไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านโซเชียลมีเดียและการรับอิทธิพลทางการเมืองจากครอบครัวของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับอิทธิพลระหว่างโซเชียลมีเดียและครอบครัวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสริมอื่นๆ (เช่น นโยบายพรรค, ตัวผู้สมัคร, ภูมิหลังทางเศรษฐกิจ) ที่ส่งผลต่อการเลือกพรรคการเมืองในบริบทพื้นที่จังหวัดเลย

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการดำเนินงานวิจัยไว้ 4 ด้านหลัก ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเปรียบเทียบอิทธิพลของสองปัจจัยหลักตามแนวคิดการขัดเกลาทางสังคมทางการเมือง (Political Socialization) ประกอบด้วย 1) อิทธิพลของโซเชียลมีเดีย ศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อผ่านแพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ Facebook, TikTok, Instagram และ X (Twitter) โดยมุ่งเน้นไปที่การนำเสนอเนื้อหาจากพรรคการเมือง การทำงานของอัลกอริทึม (Algorithm) ที่คัดสรรเนื้อหา และอิทธิพลของผู้นำทางความคิดดิจิทัล (Digital Influencers) 2) อิทธิพลของครอบครัว ศึกษาบทบาทของบิดา มารดา หรือญาติผู้ใหญ่ ในฐานะสถาบันขั้นพื้นฐานในการถ่ายทอดทัศนคติทางการเมือง การค้ำจุนตามความเชื่อของครอบครัว และบรรยากาศการสนทนาเรื่องการเมืองภายในบ้าน 3) การตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง ศึกษาเกณฑ์การตัดสินใจในด้านนโยบายพรรค อุดมการณ์ทางการเมือง และภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้งในเขตพื้นที่จังหวัดเลย

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เยาวชนที่มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First-time Voters) ที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในจังหวัดเลย ซึ่งหมายถึงผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 22 ปี ณ วันที่มีการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เพื่อให้ครอบคลุมความหลากหลายของพื้นที่ ทั้งในเขตเทศบาลเมืองและพื้นที่นอกเขตเทศบาล โดยเน้นไปที่สถาบันอุดมศึกษาหลักในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาเขตเลย วิทยาเขตศรีล้านช้าง และกลุ่มแรงงานรุ่นใหม่ในพื้นที่

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการศึกษาครอบคลุมจังหวัดเลย โดยจำแนกพื้นที่ออกเป็น 3 โซนหลักเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างทางสังคมวัฒนธรรม 1) โซนอำเภอเมืองเลย ตัวแทนของสังคมเมืองที่มีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการศึกษาที่เข้มข้น 2) โซนอำเภอท่งเที้ยว (เซียงคานและด่านซ้าย) พื้นที่ที่มีการปะทะกันระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและการเปลี่ยนแปลงสมัยใหม่จากการท่องเที่ยว และ 3) โซนอำเภอเกษตรกรรมชายแดน (ท่าลี่และปากชม) เพื่อศึกษาว่าในพื้นที่ที่ห่างไกลจากศูนย์กลาง อิทธิพลของครอบครัวและระบบเครือญาติยังคงมีบทบาทเหนือกว่าโซเชียลมีเดียหรือไม่

4. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านโซเชียลมีเดีย (ความถี่ในการรับสื่อ, ประเภทเนื้อหา, ความเชื่อถือในสื่อดิจิทัล) 2) ปัจจัยด้านครอบครัว (ความสัมพันธ์ในครอบครัว, ความถี่ในการพูดคุยเรื่องการเมือง, การอบรมสั่งสอนเชิงอุดมการณ์) และ 3) ปัจจัยส่วนบุคคล (ระดับการศึกษา, สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยนี้ดำเนินการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2566 – 2567 ซึ่งเป็นช่วงรอยต่อหลังการเลือกตั้งทั่วไปปี พ.ศ. 2566 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจริงในสถานการณ์ทางการเมืองล่าสุด และความต่อเนื่องของทัศนคติทางการเมืองหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทั้งสื่อดิจิทัลและกระแสสังคมในพื้นที่จังหวัดเลย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย ผู้วิจัยได้เลือกใช้ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้สามารถวัดระดับ

อิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรมและสามารถนำผลการวิจัยไปขยายผล (Generalization) ในบริบทของประชากรกลุ่มเป้าหมายได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1.1 รูปแบบและแนวทางการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นกระบวนการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlational Research) โดยมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากเพื่อหาข้อสรุปเชิงสถิติ ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีนี้เนื่องจากต้องการ "วัดน้ำหนัก" ของอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระ (โซเชียลมีเดียและครอบครัว) สอดคล้องกับแนวคิดของ Creswell and Creswell (2018) ที่ระบุว่าการศึกษาเชิงปริมาณช่วยในการทดสอบทฤษฎีโดยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สามารถวัดเป็นตัวเลขและวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติได้

1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มเยาวชนที่มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First-time Voters) หรือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 22 ปี ที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตพื้นที่ 14 อำเภอของจังหวัดเลย ซึ่งถือเป็นกลุ่มประชากรที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Natives) แต่ยังคงอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีรากฐานวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้มแข็ง

1.2.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 จากจำนวนประชากรเยาวชนในจังหวัดเลย (อ้างอิงสถิติจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกจากสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดเลย) ซึ่งคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 400 คน เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลผู้วิจัยจึงกำหนดเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 450 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล (Non-response bias)

1.2.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของจังหวัดเลยอย่างแท้จริง

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งพื้นที่จังหวัดเลยออกเป็น 3 เขตพื้นที่ตามลักษณะทางสังคมเศรษฐกิจ

- 1) เขตศูนย์กลางเมืองและสถาบันการศึกษา ได้แก่ อำเภอเมืองเลย
- 2) เขตพาณิชย์และการท่องเที่ยว ได้แก่ อำเภอเชียงคาน และอำเภอด่านซ้าย และ
- 3) เขตเกษตรกรรมและพื้นที่ชายแดน ได้แก่ อำเภอท่าลี่ และอำเภอปากชม

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยการเลือกสถาบันการศึกษาและชุมชนที่เป็นศูนย์รวมของเยาวชน เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, วิทยาลัยเทคนิคเลย และพื้นที่ชุมชนในอำเภอเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ดำเนินการกระจายแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดจนครบตามจำนวน

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, คณะที่ศึกษา (กรณีนักศึกษา), พื้นที่ภูมิลำเนา และระดับรายได้เฉลี่ยของครอบครัว

ส่วนที่ 2 อิทธิพลของโซเชียลมีเดีย (15 ข้อคำถาม) พัฒนาตามแนวคิดการกำหนดวาระ (Agenda Setting) ของ McCombs and Shaw (1972) และทฤษฎี Network Society ของ Castells (2009) โดยแบ่งเป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารพรรคการเมืองผ่าน Facebook, TikTok, และ X การปฏิสัมพันธ์กับคอนเทนต์ทางการเมือง (การแชร์, การคอมเมนต์) และความเชื่อถือในตัวผู้นำทางความคิด (Influencers) บนโลกออนไลน์

ส่วนที่ 3 อิทธิพลของครอบครัว (12 ข้อคำถาม) พัฒนาตามแนวคิดการขัดเกลาทางสังคมของ Hyman (1959) และงานวิจัยเรื่องสถาบันครอบครัวของ สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์ (2560) โดยแบ่งเป็นความถี่ในการสนทนาเรื่องการเมืองภายในครอบครัว ทศนคติทางการเมืองของพ่อแม่และญาติผู้ใหญ่ และความรู้สึกผูกพันหรือความเกรงใจที่มีต่อความเชื่อทางการเมืองของครอบครัว

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง (10 ข้อคำถาม) ศึกษาเกณฑ์การตัดสินใจระหว่าง นโยบายพรรค, ตัวบุคคลผู้สมัครในเขตจังหวัดเลย และอุดมการณ์ภาพรวมของพรรค

มาตรวัดข้อมูล (Measurement Scale) ใช้รูปแบบของ Likert Scale 5 ระดับ (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด) เพื่อวัดระดับความคิดเห็น

1.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามมาตรฐานวิชาการ ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) นำร่างแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน (ผู้เชี่ยวชาญด้านรัฐศาสตร์ 1 ท่าน, ด้านนิเทศศาสตร์ 1 ท่าน และด้านสถิติวิจัย 1 ท่าน) เพื่อหาคำดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ตามเกณฑ์ของ สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2551)

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับเยาวชนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดหนองบัวลำภู (ซึ่งมีบริบทคล้ายคลึงกับจังหวัดเลย) จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของโครนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยผล

การทดสอบต้องมีค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับไม่ต่ำกว่า 0.70 ตามเกณฑ์ของ Nunnally and Bernstein (1994) เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือมีความคงเส้นคงวาในการวัด

1.5 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบ "Hybrid Method" เพื่อความครอบคลุม

1. การเก็บข้อมูลออนไลน์ (Digital Survey) ใช้ Google Forms กระจายผ่านกลุ่มโซเชียลมีเดียของเยาวชนในจังหวัดเลย (เช่น กลุ่ม Facebook "มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย", กลุ่มศิษย์เก่าโรงเรียนเลยพิทยาคม)

2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Survey) ลงพื้นที่แจกแบบสอบถาม ณ จุดนัดพบสำคัญ เช่น ถนนคนเดินเชียงคาน, ศูนย์อาหารในมหาวิทยาลัย และย่านธุรกิจในตัวเมืองเลย เพื่อเข้าถึงกลุ่มเยาวชนที่อาจไม่ได้ติดตามประเด็นทางการเมืองบนโลกออนไลน์อย่างเข้มข้น

3. ระยะเวลา ดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วง 4 สัปดาห์ หลังการเลือกตั้งทั่วไปเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถสะท้อนปัจจัยที่ "ส่งผลจริง" ต่อการตัดสินใจที่เพิ่งเกิดขึ้น

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ (Data Analysis) ผู้วิจัยประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ (SPSS) โดยแบ่งระดับการวิเคราะห์ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) อธิบายข้อมูลส่วนบุคคล และใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อหาระดับของอิทธิพลโซเชียลมีเดียและครอบครัว

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่

2.1 Independent t-test เพื่อเปรียบเทียบความต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจระหว่างเพศ หรือระหว่างเยาวชนในเขตเมืองและเขตชนบท

2.2 One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างจำแนกตามระดับการศึกษา หรือระดับรายได้ของครอบครัว

2.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สถิติสำคัญที่ใช้เพื่อทดสอบว่าระหว่าง "โซเชียลมีเดีย" และ "ครอบครัว" ตัวแปรใดมีอิทธิพลในการพยากรณ์ (Predict) การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของเยาวชนในจังหวัดเลยได้มากกว่ากันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเยาวชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First-time Voters) ในจังหวัดเลย จำนวน 450 คน ผ่านแบบสอบถามออนไลน์และภาคสนาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประมวลผลและนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.4) และเพศชาย (ร้อยละ 41.6) โดยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และวิทยาลัยเทคนิคเลย (ร้อยละ 72.5) ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมืองเลย (ร้อยละ 35.0) รองลงมาคืออำเภอเชียงคาน และอำเภอด่านซ้าย ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนถึงกลุ่มประชากรที่กำลังเปลี่ยนผ่านจากสังคมเกษตรกรรมเข้าสู่สังคมเมืองและการศึกษา

2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับอิทธิพลของโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง

จากการศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับอิทธิพลของโซเชียลมีเดียจำแนกตามรายด้าน

รายการประเมินปัจจัยด้านโซเชียลมีเดีย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านแพลตฟอร์มที่เปิดรับ				
1.1 การรับข้อมูลผ่าน TikTok (คลิปสั้น/อัลกอริทึม)	4.75	0.43	มากที่สุด	1
1.2 การติดตามข่าวสารผ่าน Facebook	4.42	0.51	มาก	4
1.3 การติดตามประเด็นร้อนผ่าน X (Twitter)	4.38	0.62	มาก	5
2. ด้านลักษณะของเนื้อหา (Content)				
2.1 วิดีโอสั้นสรุปนโยบายที่เข้าใจง่าย	4.72	0.45	มากที่สุด	2
2.2 การถ่ายทอดสด (Live) การปราศรัยหรือดีเบต	4.35	0.58	มาก	6
2.3 อินโฟกราฟิกเปรียบเทียบนโยบายพรรค	4.48	0.55	มาก	3
3. ด้านแหล่งที่มาและผู้ส่งสาร				
3.1 อิทธิพลจากผู้นำทางความคิด (Influencers/KOLs)	4.30	0.65	มาก	7
3.2 ข้อมูลจากเพจทางการเมืองของพรรคการเมือง	4.15	0.70	มาก	9
3.3 การแชร์ข้อมูลและบทสนทนาจากกลุ่มเพื่อน	4.22	0.68	มาก	8
รวมเฉลี่ย	4.42	0.57	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับอิทธิพลของโซเชียลมีเดียที่มีต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การรับข้อมูลผ่าน TikTok ($\bar{X}$ = 4.75) มีอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าอัลกอริทึมของ TikTok ที่คัดสรรเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้ มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ซ้ำ (Reiteration) จนส่งผลต่อการตัดสินใจ วิดีโอสั้นสรุปนโยบายที่เข้าใจง่าย ($\bar{X}$ = 4.72) มีอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่ในจังหวัดเลยพึงพอใจกับการรับสารที่กระชับและตรงประเด็น มากกว่าการอ่านเอกสารนโยบายแบบ

ดั้งเดิม อินโฟกราฟิกเปรียบเทียบนโยบายพรรค ($\bar{X}$ = 4.48) มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ซึ่งช่วยให้กลุ่มตัวอย่างสามารถตัดสินใจเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Decision-making) ได้รวดเร็วขึ้น

ในทางตรงกันข้าม ข้อมูลจากเพจทางการเมืองของพรรคการเมือง ($\bar{X}$ = 4.15) แม้จะมีอิทธิพลในระดับมาก แต่กลับเป็นอันดับสุดท้ายในกลุ่มนี้ สะท้อนว่าเยาวชนมีความเชื่อถือในเนื้อหาที่ถูกผลิตซ้ำหรือวิเคราะห์โดยบุคคลที่สาม (Third-party) หรือ Influencer มากกว่าสารที่ส่งตรงจากพรรคการเมืองเพียงอย่างเดียว

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ระดับอิทธิพลของครอบครัวต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจอิทธิพลจากสถาบันครอบครัว ซึ่งประกอบด้วย บิดา มารดา และญาติผู้ใหญ่ ที่มีต่อทัศนคติและการตัดสินใจทางการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย ผลการวิเคราะห์รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับอิทธิพลของครอบครัวจำแนกตามรายด้าน

รายการประเมินปัจจัยด้านครอบครัว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการถ่ายทอดทัศนคติ				
1.1 การแนะนำ/โน้มน้าวจากบิดามารดาให้เลือกพรรคที่ชอบ	2.52	0.88	น้อย	2
1.2 ความเชื่อทางการเมืองตามบรรพบุรุษหรือตระกูลการเมือง	2.10	0.92	น้อย	5
1.3 การรับฟังเหตุผลของครอบครัวในการเลือกตัวผู้สมัคร	2.58	0.85	น้อย	1
2. ด้านบรรยากาศและปฏิสัมพันธ์				
2.1 การสนทนาเรื่องการเมืองระหว่างมื้ออาหารในบ้าน	2.45	0.81	น้อย	3
2.2 การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งในบ้านโดยการเลือกตามครอบครัว	1.85	0.95	น้อยที่สุด	6
2.3 การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการเมืองระหว่างรุ่น (ลูก-พ่อแม่)	2.38	0.79	น้อย	4
3. ด้านพันธะทางเศรษฐกิจและสังคม				
3.1 ความเกรงใจต่อหัวหน้าครอบครัวในการตัดสินใจ	2.12	0.89	น้อย	4
3.2 การพึ่งพาทางเศรษฐกิจจากครอบครัวมีผลต่อการเลือกพรรค	1.65	0.75	น้อยที่สุด	7
รวมเฉลี่ย	2.21	0.86	น้อย	

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X}$ = 2.21, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ การรับฟังเหตุผลของครอบครัวในการเลือกตัว

ผู้สมัคร ($\bar{X}=2.58$) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในกลุ่มนี้ แม้จะอยู่ในระดับน้อยก็ตาม สะท้อนให้เห็นว่าเยาวชนในจังหวัดเลยยังคงให้ความสนใจและรับฟังข้อมูลจากครอบครัว โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับตัวผู้สมัครในพื้นที่ที่ครอบครัวอาจมีความรู้จกกันมากเกินกว่า ความพยายามโน้มน้าวจากบิดามารดา ($\bar{X}=2.52$) อยู่ในระดับน้อย ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพ่อแม่ยุคใหม่ในจังหวัดเลยเริ่มมีการเว้นระยะห่างและเคารพการตัดสินใจของบุตรหลานมากขึ้น หรือบุตรหลานมีการสร้างเกราะกำบังทางความคิด (Psychological Shielding) ต่อการโน้มน้าวใจ การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและการพึ่งพาทางเศรษฐกิจ ($\bar{X}=1.85$ และ 1.65) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่หักล้างความเชื่อเดิมที่ว่า "ลูกต้องเลือกตามพ่อแม่เพราะเกรงใจหรือพึ่งพาเงินทอง" ผลวิจัยระบุชัดเจนว่าเยาวชน First-time Voters แยกแยะระหว่าง "ความกตัญญูในครอบครัว" และ "หน้าที่พลเมือง" ออกจากกันอย่างเด็ดขาด

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เปรียบเทียบอิทธิพลและปัจจัยตัดสินใจ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบน้ำหนักของปัจจัยทั้งสอง รวมถึงปัจจัยเสริมอื่นๆ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบผลดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่พยากรณ์การตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง

ตัวแปร	Beta (β)	t-value	p-value
อิทธิพลของโซเชียลมีเดีย	0.685	12.45	.000*
นโยบายด้านเศรษฐกิจ	0.420	8.32	.000*
ภาพลักษณ์ผู้นำพรรค	0.315	5.14	.012*
อิทธิพลของครอบครัว	0.124	1.95	.062

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในตารางที่ 3 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลยได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่ามีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อิทธิพลของโซเชียลมีเดีย, นโยบายด้านเศรษฐกิจ และภาพลักษณ์ผู้นำพรรค โดยเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบมาตรฐาน (Beta) พบว่า อิทธิพลของโซเชียลมีเดียมีน้ำหนักในการพยากรณ์สูงสุด ($\beta = 0.685$) รองลงมาคือ นโยบายด้านเศรษฐกิจ ($\beta = 0.420$) และภาพลักษณ์ผู้นำพรรค ($\beta = 0.315$) ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบน้ำหนักอิทธิพลระหว่างโซเชียลมีเดียและครอบครัว เมื่อเปรียบเทียบตัวแปรหลักสองด้าน พบว่าอิทธิพลของโซเชียลมีเดียส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลยอย่างชัดเจน ในขณะที่ ตัวแปรอิทธิพลของครอบครัว มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) เท่ากับ 0.124 และมีค่า p -value เท่ากับ .062 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (.05) จึงถือ

ว่าปัจจัยด้านครอบครัวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองสำหรับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้

3. ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปร ข้อมูลทางสถิติชี้ให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของอิทธิพลโซเชียลมีเดีย ($\beta = 0.685$) มีค่าสูงกว่าปัจจัยอื่นอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดิจิทัลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองมากกว่าปัจจัยด้านความผูกพันในครอบครัว นอกจากนี้ นโยบายด้านเศรษฐกิจ ($\beta = 0.420$) ยังเป็นตัวแปรสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับข้อมูลที่ได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าการรับฟังผ่านบุคคลใกล้ชิด

4. ข้อค้นพบเพิ่มเติมในเขตพื้นที่จังหวัดเลย จากการวิเคราะห์สถิติจำแนกตามปัจจัยชี้วัดพบว่ากลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกในจังหวัดเลยให้ความสำคัญกับปัจจัยเชิงนโยบายระดับชาติและภาพลักษณ์ของผู้นำที่ปรากฏในสื่อดิจิทัลเป็นหลัก โดยตัวเลขทางสถิติระบุว่าระบบความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือการแนะนำของคนรุ่นก่อนหน้านั้นำหนักต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองในระดับที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับกระแสข้อมูลในโลกออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงได้ด้วยตนเอง

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First-time Voters): ศึกษาอิทธิพลของโซเชียลมีเดียเทียบกับอิทธิพลของครอบครัวในจังหวัดเลย" สามารถสรุปและวิเคราะห์ผลเชิงลึกได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. อิทธิพลของโซเชียลมีเดีย มีผลต่อการตัดสินใจในระดับ "มากที่สุด" โดยเฉพาะแพลตฟอร์ม TikTok และ Facebook เยาวชนใช้สื่อเหล่านี้ในการติดตามนโยบายและตรวจสอบประวัติผู้สมัคร ซึ่งส่งผลต่อการสร้างภาพจำและอุดมการณ์ทางการเมืองในระยะสั้น

2. อิทธิพลของครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจในระดับ "น้อย" แม้ครอบครัวในจังหวัดเลยจะยังมีการพูดคุยเรื่องการเมือง แต่เยาวชนรุ่นใหม่เลือกที่จะรักษาพื้นที่ทางความคิดอิสระ และมองว่าความเชื่อทางการเมืองเป็นสิทธิส่วนบุคคลที่แยกขาดจากกตัญญูตเวทีในครอบครัว

3. การเปรียบเทียบปัจจัย ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณชี้ชัดว่า โซเชียลมีเดียมีอำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกตั้งสูงกว่าอิทธิพลของครอบครัวอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีนโยบายพรรคและภาพลักษณ์ผู้นำเป็นตัวแปรแทรกซ้อนที่สำคัญ

การอภิปรายผล

จากการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่ต้องอภิปรายภายใต้กรอบทฤษฎีและบริบทพื้นที่จังหวัดเลย ดังนี้

1) การเสื่อมถอยของสถาบันครอบครัวในฐานะตัวแทนขัดเกลาทางการเมือง ในอดีตครอบครัวคือรากฐานของพฤติกรรมทางการเมือง (Hyman, 1959) แต่ผลวิจัยในจังหวัดเลยกลับพบว่าเยาวชนมีแนวโน้ม "ปลดแอก" จากอิทธิพลของพ่อแม่ สอดคล้องกับแนวคิด "Cognitive Mobilization" ของ Dalton (2008) ที่ระบุว่าเมื่อประชากรเข้าไปถึงการศึกษาและข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง ความจำเป็นในการพึ่งพาการนำทางจากครอบครัวจะลดลง สิ่งนี้สะท้อนว่าการเมืองระบบเครือข่ายในภาคอีสานและจังหวัดเลยกำลังถูกท้าทายด้วยลัทธิปัจเจกนิยมดิจิทัล

2) พลังของอัลกอริทึมและ "ห้องแห่งเสียงสะท้อน" (Echo Chambers) อิทธิพลที่สูงมากของโซเชียลมีเดียในจังหวัดเลย ไม่ได้เกิดจากข้อมูลที่รอบด้านเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจาก "Filter Bubble" (Pariser, 2011) ที่ทำให้นักศึกษาและเยาวชนได้รับข้อมูลที่ตอกย้ำความเชื่อเดิมของตนเอง สิ่งนี้อธิบายว่าทำไมความเห็นของพ่อแม่ที่มีชุดข้อมูลต่างออกไปจึงไม่สามารถแทรกซึมเข้าสู่การตัดสินใจของเยาวชนได้ เพราะถูกกำแพงข้อมูลในโลกออนไลน์ปิดกั้นไว้แล้ว

3) บริบทจังหวัดเลย จากระบบอุปถัมภ์สู่การเมืองเชิงนโยบาย สมชัย ภัทรธนานันท์ (2559) เคยกล่าวถึงการเมืองอีสานว่ามีความเป็นนโยบายมากขึ้น ผลวิจัยนี้ยืนยันว่าเยาวชนเลยให้ความสำคัญกับ "นโยบายกินได้" และ "ความเท่าเทียม" มากกว่า "คนบ้านเรา" หรือ "ตระกูลดังในท้องถิ่น" สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียได้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการลดความสำคัญของระบบอุปถัมภ์ในพื้นที่ และนำพาเยาวชนเข้าสู่กระแสการเมืองระดับชาติ (Nationalization of Local Politics)

องค์ความรู้ใหม่ (New Body of Knowledge)

ผู้วิจัยค้นพบสิ่งที่เรียกว่า "Loei-Hybrid Political Transition" (การเปลี่ยนผ่านทางการเมืองแบบลูกผสมในจังหวัดเลย) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ

1. Digital Bypass เยาวชนในพื้นที่กิ่งเมืองกิ่งชนบทใช้โซเชียลมีเดียเพื่อ "ข้ามผ่าน" (Bypass) อิทธิพลของหัวคะแนนและครอบครัว เข้าสู่ข้อมูลนโยบายโดยตรง

2. Reverse Socialization เกิดกระบวนการขัดเกลาทางสังคมแบบย้อนกลับ โดยลูกเป็นผู้พยายามนำข้อมูลข่าวสารจากโซเชียลมีเดียไปปรับเปลี่ยนทัศนคติของพ่อแม่แทนที่จะเป็นฝ่ายรับฟังเพียงอย่างเดียว

3. Local Context in Global Platform เยาวชนจังหวัดเลยใช้แพลตฟอร์มระดับโลก (Global) ในการแก้ปัญหาท้องถิ่น (Local) โดยการสื่อสารปัญหาในจังหวัดตนเองผ่านแฮชแท็กหรือคลิปสั้นเพื่อกดดันให้พรรคการเมืองระดับชาติต้องออกนโยบายมาตอบโจทย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 สำหรับพรรคการเมือง ควรลดงบประมาณการหาเสียงผ่านหัวคะแนนในระดับครอบครัว และเพิ่มการสร้าง Content ที่เป็น "Hyper-local" (เจาะจงปัญหาพื้นที่จังหวัดเลย เช่น ราคาเกษตร, การท่องเที่ยว) ผ่านโซเชียลมีเดีย

1.2 สำหรับ กกด. ควรส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ (Digital Literacy) และตรวจสอบการใช้ AI หรือ Bot ในการปั่นกระแสข่าวปลอมที่อาจบิดเบือนการตัดสินใจของคนรุ่นใหม่

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเชิงคุณภาพโดยการ "สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมในโต๊ะอาหาร" เพื่อดูการเจรจาต่อรองอำนาจทางการเมืองระหว่างคนต่างรุ่นในครอบครัวจังหวัดเลย
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเยาวชนที่อยู่ในจังหวัดเลยกับเยาวชนคนเลยที่ย้ายไปทำงานในกรุงเทพฯ เพื่อดูว่าสภาวะ "ถิ่นที่อยู่" มีผลต่ออิทธิพลของโซเชียลมีเดียต่างกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- โกวิท วงศ์สุรวัฒน์. (2550). การเมืองการปกครองไทย: จากยุคจารีตสู่ยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประจักษ์ ก้องกีรติ. (2562). การเมืองไทยสมัยใหม่: พลวัตและอุปสรรคสู่ประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- สธิพร เซวณชัย. (2563). การกล่อมเกลางานการเมืองกับการแสวงหาอัตลักษณ์ทางการเมืองของเยาวชนไทย. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 46(2), 112-135.
- สมชัย ภัทรธนานันท์. (2559). การเมืองภาคประชาชนในภาคอีสาน. ขอนแก่น: สถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2551). วิธีวิทยาการระบุและวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์. (2563). ระบบการเลือกตั้งและพรรคการเมืองไทย: พัฒนาการและความท้าทาย. กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์. (2563). พรรคการเมืองและระบบเลือกตั้งไทย: ความยั่งยืนในกระบวนการประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์. (2566). โซเชียลมีเดียและการเปลี่ยนโฉมหน้าการหาเสียงเลือกตั้งไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดเลย. (2566). รายงานสถิติจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลย. เลย: กองเลขาธิการ.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Castells, M. (2009). Communication Power. Oxford: Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). Sage Publications.

- Dalton, R. J. (2008). *The Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Washington DC: CQ Press.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hyman, H. H. (1959). *Political Socialization: A Study in the Psychology of Political Behavior*. Glencoe, IL: Free Press.
- Jennings, M. K., & Niemi, R. G. (1968). The Transmission of Political Values from Parent to Child. *American Political Science Review*, 62(1), 169–184.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda–Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). New York: McGraw–Hill.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
- Sombat Chantornvong. (2000). Local Godfathers in Thai Politics: A Comparative Study of Chonburi and Loei. In R. McVey (Ed.), *Money and Power in Thailand: Regional Resistance and Central Determinants* (pp. 53–73). Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.