

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง “ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น” มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอล (Net Idol) ของวัยรุ่น
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอล (Net Idol) กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน
2. วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน
3. วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน
4. วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลแตกต่างกัน
5. การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น
6. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น
7. ทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น

โดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบตัดขวาง (Cross - Sectional Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีใน มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 400 คน

แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิดแบบมีตัวเลือก และคำถามชนิดปลายเปิด และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี ภูมิลำเนา และอาชีพของผู้ปกครอง ความสนใจ การติดตามเน็ตไอดอล สาเหตุที่ติดตาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามด้านการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามด้านการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเพื่อประเมินทัศนคติที่มีต่อเน็ตไอดอล

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเพื่อประเมินพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีใน สถาบันการศึกษาขนาดกลางที่มีที่ตั้งหลักอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน

สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีใน มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 400 คน พบว่า

1. **เพศ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เป็นเพศหญิง จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 และเป็นเพศชาย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3

2. **อายุ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คือมีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปี มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 ปี มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 22 ปี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 22 ปี มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

3. **ชั้นปีที่ศึกษา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 คือมีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

4. **ภูมิลำเนา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล คือมีจำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด คือมีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

5. **อาชีพของผู้ปกครอง** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ปกครองประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ คือมีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ปกครองประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คือมีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ปกครองประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คือมีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพรับจ้าง คือมีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน คือมีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2

6. **ความสนใจ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจด้านเพลง คือ มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจด้านการท่องเที่ยว คือ มีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจด้านการถ่ายภาพ คือ มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจด้านแฟชั่นและการแต่งกาย คือมีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจด้านศิลปะ คือมีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจด้านศิลปะ คือมีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจด้านการแต่งหน้า คือมีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจด้านกีฬา คือมีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5

7. **ชื่อเสียงและความสามารถของเน็ตไอดอลที่สนใจ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ชื่อเสียงและความสามารถของเน็ตไอดอลว่ามีความสามารถด้านแฟชั่นและการแต่งกาย คือ มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างรับรู้ชื่อเสียงและความสามารถของเน็ตไอดอลว่ามีความสนใจด้านการถ่ายภาพ คือ มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ด้านการแต่งหน้า มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ด้านการร้องเพลง มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ด้านการท่องเที่ยว มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ด้านไลฟ์สไตล์ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ด้านศิลปะและด้านความเช่กซี่ มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และการทำอาหาร มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

8. **สื่อที่ใช้ในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ Facebook ในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล คือ มีจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ Instagram คือ มีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 YouTube มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ Website มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

9. **เหตุผลที่ติดตามเน็ตไอดอล** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ติดตามเน็ตไอดอล คือ สนใจในบุคลิกภาพ มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือกระแสใน Social

Network มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 สนใจในกิจกรรม มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 และเพื่อนแนะนำ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ลักษณะทั่วไปด้านประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีผู้ปกครองประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีความสนใจด้านเพลง รับรู้ชื่อเสียงและความสามารถของเน็ตไอดอลว่ามีความสามารถด้านแฟชั่นและการแต่งกาย ใช้ Facebook ในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล และเหตุผลที่ติดตามเน็ตไอดอลคือสนใจในบุคลิกภาพ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น

จากการศึกษาพบว่า

1. **ช่วงเวลาที่ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล 1 ครั้ง/สัปดาห์ คือ มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาคือใช้เวลา 1 ครั้ง/วัน มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ใช้เวลา 2-3 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 92 คน คิดเป็น ร้อยละ 23 ใช้เวลา 2-3 ครั้ง/วัน มีจำนวน 55 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.8 และทุกครั้งที่มีการโพสต์ข้อมูลจากเน็ตไอดอล มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

2. **ระยะเวลาที่ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่า 1 ปี คือ มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา คือ ระยะเวลามากกว่า 3 เดือนถึง 1 ปี มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ระยะเวลา 1-3 เดือน มีจำนวน 78 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.5 และระยะเวลาน้อยกว่า 1 เดือน มีจำนวน 77 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.3

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่าการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล 1 ครั้ง/สัปดาห์ และมีระยะเวลาที่ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่า 1 ปี

ตอนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 หมายถึงกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในระดับที่ดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เน็ตไอดอลมักใช้ Social Network เป็นเครื่องมือในการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.41 รองลงมาคือ เน็ตไอดอลบางคนมุ่งหวังในชื่อเสียงมากเสียจนพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้ได้รับการยอมรับในโลกโซเชียล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจุบันมีเน็ตไอดอลที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมเพิ่มขึ้น เช่น การตั้งใจโชว์เรือนร่างของตนเองในลักษณะนุ่งน้อยห่มน้อย การเดินท่ายั่วยวน การเปิดเผยการมีเพศสัมพันธ์กับคู่รัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เน็ตไอดอลบางคนมีคนติดตามเป็นแฟนคลับจนบางคนมีชื่อเสียงได้ และมีโอกาสเข้าวงการบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เน็ตไอดอลมักคิดว่าตนเองสามารถแสดงออกในพื้นที่สาธารณะได้อย่างเปิดเผยโดยที่ไม่ได้คำนึงถึงผลที่ตามมาทั้งดีและไม่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เน็ตไอดอลมีทั้งคนที่เป็นตัวอย่งที่ดีให้เยาวชนและมีพฤติกรรมไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เน็ตไอดอลคือคนที่มีความโดดเด่นด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ความสามารถ

หน้าตา บุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เน็ตไอดอลกลายเป็นค่านิยมที่ทำให้วัยรุ่นจำนวนมากเห็น ว่าดีและถือเป็นตัวอย่างทำตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เน็ตไอดอลบางคนสามารถสร้างชื่อเสียง ให้กับตนเองได้เพียงชั่วข้ามคืน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และเน็ตไอดอลเป็นตัวแทนสำคัญที่ทำให้ วัยรุ่นเกิดการอยากทำตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

ตอนที่ 4 ทศนคติที่มีต่อเน็ตไอดอล

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อเน็ตไอดอลโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 หมายถึงกลุ่ม ตัวอย่างมีทัศนคติในระดับที่ดี โดยพิจารณารายด้าน ดังนี้

ด้านความรู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความรู้โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 หมายถึงกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับที่ดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติว่า ปัจจุบันมีเน็ตไอดอลหลากหลายด้านมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.06 รองลงมา คือ เน็ตไอดอลคือคนที่ ได้รับความชื่นชมหรือคลั่งไคล้อย่างมากในโลกออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.86 เน็ตไอดอลเป็น แบบอย่างที่ทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตาม มีค่าเฉลี่ย คือ 3.54 เน็ตไอดอลมีความเชี่ยวชาญ ในสาขาที่ตนเองสนใจ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.50 และเน็ตไอดอลเป็นผู้นำความคิดของเยาวชน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.41 ซึ่งมีทัศนคติในระดับที่ดีเท่ากัน

ด้านความรู้สึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 หมายถึงกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับที่ดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ ว่าท่านรู้สึกว่เน็ตไอดอลเป็นกลุ่มคนที่ต้องการยกระดับตนเองให้เป็นที่รู้จักหรือเป็นหนทางไปสู่การ เป็นดารา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.80 รองลงมา คือ ท่านรู้สึกว่เน็ตไอดอลทำให้บุคคลกล้า แสดงออกมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย คือ 3.74 ท่านรู้สึกว่เน็ตไอดอลมีการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม มี ค่าเฉลี่ย คือ 3.53 ท่านรู้สึกชื่นชมบุคลิกภาพและพฤติกรรมของเน็ตไอดอล มีค่าเฉลี่ย คือ 3.47 ซึ่งมี ทัศนคติในระดับที่ดีเท่ากัน และรู้สึกว่เน็ตไอดอลเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเยาวชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ซึ่งมีทัศนคติในระดับปานกลาง

ด้านพฤติกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านพฤติกรรมโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 หมายถึงกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับที่ดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ ว่าบุคคลมักติดตามผลงานของเน็ตไอดอลทั้งใน Social Network และทางสื่ออื่นๆ มีค่าเฉลี่ยมาก ที่สุด คือ 3.96 รองลงมา คือ วัยรุ่นมักมีพฤติกรรมเลียนแบบเน็ตไอดอลที่ตนสนใจ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.82 บุคคลมักมีความคิดเห็นคล้ายตามเน็ตไอดอลที่ตนสนใจ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.73 บุคคลมักติดตาม ข่าวสารเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ตนสนใจอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย คือ 3.72 และบุคคลมักเปลี่ยนแปลง ตนเองตามเน็ตไอดอลที่ตนสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ซึ่งมีทัศนคติในระดับดีเท่ากัน

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่นโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 หมายถึงกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาราย ข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยเลียนแบบเน็ตไอดอลที่ติดตาม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.53 รองลงมา

คือ หากเน็ตไอดอลที่ติดตามใช้หรือแนะนำผลิตภัณฑ์ใดมักจะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นมาใช้ตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามเน็ตไอดอล เช่น การแต่งหน้า การถ่ายภาพ การท่องเที่ยว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 มีความสุขในการเลียนแบบพฤติกรรมตามเน็ตไอดอล ตามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 มีการเปลี่ยนรสนิยมตามเน็ตไอดอล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 อยากทำตามพฤติกรรมของเน็ตไอดอล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 เคยเลียนแบบเน็ตไอดอลเพื่อที่จะทำให้ตนเองมีความแตกต่างจากคนอื่น เคยโพสต์หรือแสดงออกทาง Social Network เหมือนกับเน็ตไอดอลที่ติดตามอยู่ เคยมีพฤติกรรมตามเน็ตไอดอลโดยไม่รู้ตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 เคยแต่งกายเลียนแบบเน็ตไอดอลที่ติดตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 เคยคล้อยตามและเปลี่ยนความคิดตามเน็ตไอดอล และอยากเป็นเน็ตไอดอลเหมือนกับคนที่ติดตามอยู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 และเคยเลียนแบบพฤติกรรมตามเน็ตไอดอลเพื่อให้ตนเองเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

เมื่อพิจารณาระดับลักษณะบุคลิกภาพ โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มคะแนนระดับบุคลิกภาพสูงสุด (เกณฑ์ระดับสูงสุดที่สุด คือ 4.21-5.00) กลุ่มคะแนนระดับบุคลิกภาพสูง (เกณฑ์ระดับสูงสุดที่สุด คือ 3.41-4.20) กลุ่มคะแนนระดับบุคลิกภาพปานกลาง (เกณฑ์ระดับสูงสุดที่สุด คือ 2.61-3.40) กลุ่มคะแนนระดับบุคลิกภาพต่ำ (เกณฑ์ระดับสูงสุดที่สุด คือ 1.81-2.60) และ กลุ่มคะแนนระดับบุคลิกภาพต่ำที่สุด (เกณฑ์ระดับสูงสุดที่สุด คือ 1.00-1.80)

กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนระดับลักษณะบุคลิกภาพสูงสุด

ในลักษณะบุคลิกภาพแต่ละแบบ พบว่า บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนระดับลักษณะบุคลิกภาพสูง

ในลักษณะบุคลิกภาพแต่ละแบบ พบว่า บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) มีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 และบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) มีจำนวน 65คน คิดเป็นร้อยละ 16.25

กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนระดับลักษณะบุคลิกภาพปานกลาง

ในลักษณะบุคลิกภาพแต่ละแบบ พบว่า บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) มีจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนระดับลักษณะบุคลิกภาพต่ำ

ในลักษณะบุคลิกภาพแต่ละแบบ พบว่า บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ .75 และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .50

กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนระดับลักษณะบุคลิกภาพต่ำที่สุด

ในลักษณะบุคลิกภาพแต่ละแบบ พบว่า มีเพียงบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) เท่านั้นที่มีคะแนนต่ำที่สุด คือ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ส่วนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยนี้ มีการกำหนดนัยสำคัญที่ 0.01 และ 0.05 โดยสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้มีทั้งหมด 7 ข้อ ซึ่งสามารถสรุปสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐานทางการ วิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข้อมูลโดยรวมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐานทางการ วิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบ ประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ต ไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมี ความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ แตกต่างกันจะมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวนไวมมี ความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมี ความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับ ประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมี ความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมี ความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐานทางการ วิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวนไทม์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวนไทม์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐานทางการ วิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับ ประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบ ประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมี ความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ แตกต่างกันจะมีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวนไทม์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมี ความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับ ประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบ ประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมี ความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเล่นแบบเน็ตไอดอลแตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐานทางการ วิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 5 วัยรุ่นที่มีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 5.1 การใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 5.2 ระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 6 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 6.1 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐานทางการ วิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 6.2 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 6.3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 7 ทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 7.1 ทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 7.2 ทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
สมมติฐานการวิจัยที่ 7.3 ทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น	ยอมรับ สมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์เพิ่มเติมตามลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

จากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจงกับนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันการศึกษานานาชาติที่มีที่ตั้งหลักอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน ซึ่งมีลักษณะบุคลิกภาพประเภทละ 4 คน ตามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความชัดเจนและเพิ่มเติมข้อมูลเชิงปริมาณข้างต้น ซึ่งมีผลสรุปดังนี้

1. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 5.2 การเปิดรับสื่อตามลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	ช่องทางในการรับสื่อ	เน็ตไอดอลที่สนใจ	เหตุผลที่ติดตาม	ระยะเวลาในการติดตาม
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism)	เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และยูทูบ	• พลอยชมพู- ญานนีน ภารวี • โมเม- นภัสสร บุรณศิริ	1. ชอบเสียงการร้องเมื่อฟังแล้วทำให้รู้สึกสบายใจ 2. ชื่นชมกับการดำเนินชีวิตที่สามารถเลือกได้เองและมีความแตกต่าง 1. ต้องการฝึกการแต่งหน้า 2. มีทัศนคติที่ดี	ไม่น้อยกว่า 1 ปี
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion)	เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และยูทูบ	• โมเม- นภัสสร บุรณศิริ • แพร่พวย- อมตา จิตตะเสนีย์ • เอ็นจอย – ธิติรัตน์ ปรีทอง • พิมพ์-ฐานิดา มานะเลิศเรื่องกุล	1. มีลักษณะการพูดและพฤติกรรมที่เป็นกันเอง 2. ชอบทัศนคติ 3. สอนเรื่องของการใช้ชีวิต การวางตัวในสังคม 1. บุคลิกภาพ การแสดงออก ทัศนคติ 1. ความน่ารัก โลฟสไตล์ 2. การถ่ายภาพ 1. โลฟสไตล์และกิจกรรม 2. ชอบมุมมองการถ่ายภาพในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	ไม่น้อยกว่า 3 ปี และมักจะเปิดดูบ่อยๆ ในช่วงวันในชั้ววัน
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และยูทูบ	• โมเม- นภัสสร บุรณศิริ • แพร่พวย- อมตา จิตตะเสนีย์	1. มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ทั้งครีมบำรุงและเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ๆ รวมทั้งการทำทรงผมใหม่ๆ 1. ชอบบุคลิกภาพ การแต่งหน้า การแต่งตัว	ไม่น้อยกว่า 3 ปี และมักจะติดตามบ่อยๆ โดยจะเปิดดูภาพ

ลักษณะบุคลิกภาพหัวข้อประกอบ	ช่องทางในการรับสื่อ	เน็ตไอดอลที่สนใจ	เหตุผลที่ติดตาม	ระยะเวลาในการติดตาม
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และยูทูบ	• โบกี้ โลออน – พิษณุสินี วีระสุทธิมาศ • นิ่งบู๊ก้า – ชัญญา สวัสดิวิชัยกุล • ชิม – จุฬารัตน์ หาญรุ่งโรจน์	2. ชื่นชอบที่มีความฝันและพยายามทำความฝันของตนเองให้เป็นจริง 3. ชอบสไตล์การแต่งหน้าซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ 4. เปรียบเทียบข้อเด่นข้อด้อยของเครื่องสำอาง 5. ร้องเพลงไพเราะ 1. มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร 2. ชอบที่มีความมุ่งมั่น ตั้งใจตามความฝันของตนเอง 3. ชอบบุคลิกภาพและการแต่งตัว 1. ชอบบุคลิกภาพการแต่งกายที่ไม่เหมือนใคร 2. มีความคิดสร้างสรรค์ผ่านการบรรยายประกอบภาพ (caption) ที่เล่นคำคล้องจองและพยัญชนะสัมผัส 1. ชอบการแต่งกายที่มีการผสมผสานหรือมิกซ์แอนด์แมตช์เสื้อผ้าในสไตล์ต่างๆ 2. มีมุมมองในการถ่ายภาพใหม่ๆ ซึ่งจะเป็นแรงบันดาลใจให้คนที่ติดตามอยากทำอะไรใหม่ๆ	และเรื่องราวต่างๆ เมื่อมีเวลาว่าง

ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	ช่องทางในการรับสื่อ	เน็ตไอดอลที่สนใจ	เหตุผลที่ติดตาม	ระยะเวลาในการติดตาม
บุคลิกภาพแบบ ประนีประนอม (Agreeableness)	เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และยูทูบ	•พิมฐา-ฐานิดา มานะเลิศเรื่องกุล •แพร์พาย-อมตา จิตตะเสนีย์ •โมเม-นภัสสร บุรณศิริ •นิกกี้-ณัฐนิชา สกุลจารุพงษ์	1. รูปร่างหน้าตาที่น่ารัก สดใส ดูเป็นธรรมชาติ 2. มีไลฟ์สไตล์น่ารักๆ มีสไตล์ การแต่งกาย การแต่งหน้าเป็นของตนเอง 1. เป็นเมคอัพอาร์ทิสต์ที่มีชื่อเสียงมาก 1. ชอบติดตามวิธีการแต่งหน้าในรูปแบบต่างๆ และการใช้เครื่องสำอางแบรนด์ต่างๆ 1. ชอบบุคลิกภาพที่มั่นใจในตัวเอง 2. การโพสต์รูปภาพที่สวยงามน่ารัก 3. ไม่สร้างภาพ ไม่โกหก เคยทำศัลยกรรมก็ยอมรับและเปิดเผย	ไม่น้อยกว่า 2 ปี และส่วนใหญ่ก็จะติดตาม โดยจะเปิดดูภาพและเรื่องราวต่างๆ เมื่อมีฟีดขึ้นมา
บุคลิกภาพแบบมี จิตสำนึก (Conscientiousness)	เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และยูทูบ	•แพร์พาย-อมตา จิตตะเสนีย์ •อลิส-อริสรา กาพย์เดโช	1. ชอบไลฟ์สไตล์ 2. การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกมุมถ่ายภาพซึ่งภาพจะเป็นภาพที่สวยงามไม่ใช่ภาพที่ซีด 3. มีแนวคิดคำคมที่น่าสนใจ 1. ชอบความมุ่งมั่นในการลดน้ำหนักจนกระทั่งทำสำเร็จในที่สุด	ไม่น้อยกว่า 2 ปี และเปิดดูภาพและเรื่องราวต่างๆ บนอินสตาแกรม แต่ก็ได้เข้าดูทุกวัน

2. การรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล จำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 5.3 การรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลตามลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	การรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลตาม
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism)	เป็นคนที่มีความเสี่ยง มีความสามารถที่โดดเด่นเฉพาะตัว มีความมั่นใจในตัวเองสูง ไม่กลัว กล้าแสดงออก มีไลฟ์สไตล์ที่แปลกใหม่ และเป็นเหมือนเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีการพูดคุย ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ อย่างเป็นกันเอง ทำให้มีผู้ให้ความสนใจและติดตามมากมาย
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion)	เป็นคนที่มีความโดดเด่น มีความสามารถ มีหน้าตาที่ดีโดดเด่นทำให้มีคนติดตามเยอะ และมีคนอยากทำตาม มีความคิดที่แปลกใหม่ทั้งไลฟ์สไตล์ และมุมมองที่ไม่เหมือนใคร มีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างกิจกรรมต่างๆ ที่มีความสนใจตลอดเวลาบางครั้งก็มีกิจกรรมให้คนที่ติดตามได้เข้าร่วมกิจกรรมนั้นด้วยทำให้คนที่ติดตามอยากติดตามตลอดเวลา มีความกล้าแสดงออก รวมทั้งเป็นผู้มีอิทธิพล (Influencer) ซึ่งจะส่งผลไปยังผู้ที่ติดตาม
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	คนที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปคล้ายกับดารานักแสดงแต่มีชื่อเสียงเฉพาะในอินเทอร์เน็ตเท่านั้น เป็นที่นิยม มีคนติดตามจำนวนมาก มีมุมมองและวิธีการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนคนอื่นเป็นลักษณะเฉพาะตัว กล้าริเริ่มทำในสิ่งแปลกใหม่ที่คนอื่นคิดไม่ถึงหรือไม่กล้าทำ เป็นคนที่สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ติดตามกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงและเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ ให้กับชีวิต ซึ่งสุดท้ายเน็ตไอดอลเหล่านี้อาจจะมีผลงานในวงการบันเทิงหรือไม่ก็ได้
บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness)	คนที่มีชื่อเสียง มีความโดดเด่น มีความสามารถด้านใดด้านหนึ่ง เป็นผู้นำแพชชันนำสมัยทำให้มีผู้ติดตามจำนวนมาก ส่วนมากจะใช้ความสามารถของตนเองในการแสดงออกให้คนได้ติดตาม เน็ตไอดอลอาจจะหน้าตาดีหรือไม่ก็ได้ แต่จะมีจุดยืนหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจ แม้ว่าบางคนอาจมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมแต่เชื่อว่าเน็ตไอดอลคนนั้นมีความสามารถแต่แสดงออกไม่ถูกต้อง
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness)	คนที่สื่อยอมรับ เป็นคนที่มีลักษณะเฉพาะ มีบุคลิกภาพที่โดดเด่นแตกต่างกับคนทั่วไป มีแรงบันดาลใจและสร้างแรงบันดาลใจให้คนที่ติดตาม มีความฝันและความมุ่งมั่นที่จะไปถึงและให้ได้ในสิ่งที่ฝันไว้ มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนและแสดงออกถึงความสามารถส่งผลให้มีคนติดตามและชื่นชมจำนวนมาก

3. ทักษะเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

กลุ่มตัวอย่างมีทักษะเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 5.4 ทักษะเกี่ยวกับเน็ตไอดอลตามลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	ทักษะเกี่ยวกับเน็ตไอดอลตาม
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism)	ว่าเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนมาก เนื่องจากเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการเป็นเน็ตไอดอล ไม่ว่าจะเป็นการสร้างชื่อเสียงหรือการได้รับการยอมรับจากคนในสังคม รวมทั้งเป็นช่องทางในการหารายได้เสริม ซึ่งส่วนใหญ่ไม่สนใจกระแสหรือความเห็นของสังคม
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion)	เน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนมาก เนื่องจากเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีการใช้สื่อเพื่อสร้างชื่อเสียงและสร้างตัวตนให้กับตนเอง หรือบางคนก็ใช้เป็นช่องทางหารายได้ โดยใช้ความสามารถเฉพาะตัวที่แตกต่างจากคนอื่น แต่ในบางครั้งอาจมีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	เน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนมาก เนื่องจากอุปกรณ์และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพแตกต่างกัน ซึ่งทำให้ง่ายต่อการถ่ายของเน็ตไอดอลสมัยก่อนและปัจจุบันมีความแตกต่างกันไปด้วย นั่นคือ ในปัจจุบันมีการใช้แอปพลิเคชัน (application) ในการปรับภาพทั้งการแต่งหน้าและปรับรูปร่าง ทรวดทรง ค่านิยมในการรับแต่งภาพทำให้ภาพถ่ายที่เผยแพร่ไปในสื่อโซเชียลดูดีกว่าความเป็นจริง แต่อย่างไรก็ตามเน็ตไอดอลในปัจจุบันก็เปิดกว้างให้กับคนที่มีความสามารถที่หลากหลายขึ้น คนที่จะเป็นเน็ตไอดอลจึงขยายวงกว้างขึ้น
บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness)	เน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนมาก เนื่องจากเน็ตไอดอลในปัจจุบันเพียงแค่ต้องทำให้มีคนติดตามตนเองจำนวนมากๆ โดยการแต่งกายที่วาบหวีว หรือทำในสิ่งใดก็ได้ที่เรียกความสนใจจากผู้คนได้เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสังคม และยังเป็นช่องทางในการหาเงินอีกด้วย
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness)	เน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนอย่างมาก เนื่องจากเน็ตไอดอลส่วนใหญ่ในปัจจุบันต้องการเพียงชื่อเสียง หรือความโด่งดัง ซึ่งมีวิธีการที่ค่อนข้างง่ายเนื่องจากใช้วิธีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ซึ่งวิธีการเหล่านี้ทำให้เกิดการแชร์อย่างแพร่หลาย โดยไม่ได้คำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะทำให้ผู้ติดตามเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม แต่อย่างไรก็ตามก็ยังไม่เน็ตไอดอลบางส่วนที่ใช้ความสามารถของตนเองในการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก

4. พฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล จำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพ ห้าองค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 5.5 พฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลตามลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	ทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลตาม
บุคลิกภาพแบบหวุ่นไหว (Neuroticism)	เน็ตไอดอลมีอิทธิพลกับตนเอง โดยมีการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตาม อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพตามเน็ตไอดอลที่ตนชื่นชอบด้วย
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion)	เน็ตไอดอลมีอิทธิพลกับตนเอง โดยมีการนำทัศนคติ ความคิด และพฤติกรรมของเน็ตไอดอลเข้ามาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและความคิดของตนเอง และมีการติดตามอย่างสม่ำเสมอ
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	เน็ตไอดอลมีอิทธิพลกับตนเอง โดยเฉพาะในเรื่องของแรงบันดาลใจ เช่น การนำมุมมองในการเลือกเสื้อผ้าของเน็ตไอดอลมาปรับใช้กับตนเอง ซึ่งพบว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบนี้ไม่ได้เลียนแบบหรือทำตามทั้งหมด แต่จะเลือกในสิ่งที่เหมาะสมกับตนมาประยุกต์และดัดแปลงให้มีความเหมาะสม
บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness)	เน็ตไอดอลมีอิทธิพลกับตนเอง เช่น การซื้อเสื้อผ้า การแต่งกาย การแต่งหน้าทำผม รวมทั้งการเอามุมมองของเน็ตไอดอลในการถ่ายภาพมาใช้กับตนเองทำให้มีมุมมองแปลกใหม่
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness)	เน็ตไอดอลมีอิทธิพลกับตนเอง เนื่องจากความชื่นชมในความสามารถของเน็ตไอดอลที่ตนเองสนใจจึงนำส่วนที่ดีของพวกเขา来ปรับใช้กับตนเอง เช่น การแต่งหน้า การถ่ายภาพ รวมไปถึงทัศนคติที่ดี

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น” ได้ผลการศึกษาที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาในด้านลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีใน มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และมีผู้ปกครองประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีความสนใจด้านเพลง รับรู้ชื่อเสียงและความสามารถของเน็ตไอดอลว่ามีความสามารถด้านแฟชั่นและการแต่งกาย ใช้ Facebook ในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล มีเหตุผลที่ติดตาม

ผลการศึกษากการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ Facebook และ Instagram ในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล มีเหตุผลที่ติดตามเน็ตไอดอล คือ สนใจในบุคลิกภาพ และ Social Network โดยใช้เวลาในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 1 ครั้งต่อวัน และมีระยะเวลาที่ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่า 1 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการติดตามเมื่อมีการพีดข้อมูลขึ้นมา บางส่วนมักใช้เวลาว่างในการดูกิจกรรมของเน็ตไอดอลที่เกิดขึ้นต่อเนื่องทั้งสัปดาห์เนื่องจากทำให้เพลิดเพลินไม่รู้สึกลำบากตอนสอดคล้องกับงานวิจัยของ มทนา วิบูลยเสข (2556) พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน และมีค่าเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 60 นาที ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่างๆ และใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ Social Network ได้แก่ Facebook Media Sharing ได้แก่ Youtube และ Online Forum ได้แก่ เว็บไซต์กระปุก ดอทคอม ส่วนการวิจัยของ ไพรัชภา รักการดี (2554) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อออนไลน์แคมฟร็อกอาทิตย์ละ 2-3 วัน และมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อออนไลน์แคมฟร็อก 1-2 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมแคมฟร็อกเพื่อได้ผ่อนคลายความเครียด ส่วนฐานทัศน์ ชมพูพล (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยการใช้เครื่องสำอางผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเข้าชมเว็บไซต์หรือบล็อกที่เกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอาง 1 ครั้งต่อสัปดาห์ สำหรับระยะเวลาในการดูรายละเอียดโดยเฉลี่ย 30 นาทีต่อครั้ง และมีการเปิดรับข้อมูลการใช้เครื่องสำอางผ่านเว็บไซต์ www.pantip.com (ห้องโถงเครื่องสำอาง) และงานวิจัยของศิริพร สุขุไสย (2556) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับจากสื่อ Facebook เปิดรับสื่อผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยมีระยะเวลา 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ เปิดรับสื่อต่ำกว่า 30 นาที เปิดรับสื่อในช่วง 18.01-21.00 น. มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อเพื่อติดตามข่าวสาร โปรโมชั่น สอดคล้องกับผลการสำรวจของ We Are Social ซึ่งสำรวจและจัดทำรายงานชื่อ Digital in 2016 พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันถึง 86% และ ใช้สัปดาห์ละครั้งถึง 11% (TANA, 2016) ดังที่อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553: 52) ได้กล่าวว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือใช้สื่อของบุคคล ดังนั้นกลุ่มวัยรุ่นจึงเลือกที่จะเปิดรับสื่อเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่มีบุคลิกภาพและการดำเนินชีวิตตามที่

ตนเองมีความสนใจเพื่อสนองความต้องการบางสิ่งบางอย่างในขณะนั้น แต่เมื่อมีความเปลี่ยนแปลง ความสนใจหรือความต้องการก็อาจทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย

การรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล

ผลการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในระดับที่ดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ว่าเน็ตไอดอลมักใช้ Social Network เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร และ เน็ตไอดอลบางคนมุ่งหวังในชื่อเสียงมากเสียจนพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้ได้การยอมรับในโลก โซเชียล ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของเน็ตไอดอลที่จะใช้โซเชียลมีเดียต่างๆ ในการเข้าถึงบุคคล เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือ ยูทูบ ซึ่งช่องทางเหล่านี้เป็นสื่อที่เข้าถึงคนได้ง่ายและตรงที่สุดเนื่องจาก คนในปัจจุบันใช้เวลาส่วนใหญกับการใช้อินเทอร์เน็ต การรับเรื่องราวต่างๆ จากเน็ตไอดอลจึงเป็น การรับสารโดยตรง ไม่มีผู้ปกครองหรือคนที่มีวุฒิภาวะที่สูงกว่าให้คำแนะนำ การรับสารเหล่านี้จึงอาจ กลายเป็นดาบสองคมซึ่งถึงแม้ว่าจะได้รับประโยชน์ต่างๆ จากเน็ตไอดอลที่แสดงออกถึงความสามารถ แต่ก็อาจได้รับโทษจากเน็ตไอดอลบางคนที่มีรูปแบบการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมเช่นกัน นอกจากนี้ การรับรู้ว่าเน็ตไอดอลพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อให้ได้รับการยอมรับอาจสะท้อนให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่ มองเน็ตไอดอลในปัจจุบันด้วยภาพหรือมุมมองที่ไม่ดีนักเมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมและการ แสดงออก ซึ่งสอดคล้องกับที่ชลลิวณได้กล่าวไว้ว่าวัยรุ่นตอนปลายจะเป็นช่วงที่บุคคลมี ความสามารถทางสติปัญญาถึงขีดสูงสุด สามารถเรียนรู้วิชาการต่างๆ ได้ดี รู้จักคิดในทุกรูปแบบของ การคิด รู้จักรับผิดชอบต่อชีวิตของตนเองและต่อความเป็นไปของสังคม (ศรีเรือน แก้วกังวาน 2539:72) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่มีการรับรู้และความเข้าใจความ เหมาะสม และสามารถแยกแยะการรับรู้พฤติกรรมของเน็ตไอดอลได้

ทัศนคติที่มีต่อเน็ตไอดอล

ผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อเน็ตไอดอล พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับ ที่ดีต่อเน็ตไอดอล โดยมีทัศนคติด้านพฤติกรรมสูงที่สุด กล่าวคือ บุคคลมักติดตามผลงานของ เน็ตไอดอลทั้งใน Social Network และทางสื่ออื่นๆ และวัยรุ่นมักมีพฤติกรรมเลียนแบบเน็ตไอดอล ที่ตนสนใจ รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความรู้ในระดับที่ดี โดยมีทัศนคติว่าปัจจุบันมี เน็ตไอดอลหลากหลายด้าน และเน็ตไอดอลคือคนที่ได้รับความชื่นชมหรือคลั่งไคล้อย่างมากในโลก ออนไลน์ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความรู้สึกในระดับที่ดี โดยมี ความรู้สึกว่าเน็ตไอดอลเป็นกลุ่มคนที่ต้องการยกระดับตนเองให้เป็นที่รู้จักหรือเป็นหนทางไปสู่การ เป็นดารา และรู้สึกว่เน็ตไอดอลทำให้บุคคลกล้าแสดงออกมากขึ้น จากผลการศึกษาจะพบว่า เน็ตไอดอลมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นอย่างมากทั้งทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและการเลียนแบบพฤติกรรม ดังที่ วิรัช ลิธิรัตนกุล (2553: 200) ได้แบ่งประเภทของทัศนคติเป็น 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ ทัศนคติ ทางบวก (Positive Attitude) จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น ต่อเรื่องราวใด เรื่องราวหนึ่งตอนโยบายหรือองค์กร ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) จะเกิดขึ้นได้ในบุคคลทุก คน ได้แก่ มีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดปัญหา หนึ่งต่อองค์กรหรือสถาบัน ทัศนคติในทางลบมักจะทำให้เกิดขึ้นร่วมกับความรู้สึกระหองระแหง

(unpleasantness) หรือความไม่พอใจ (dissatisfaction) และทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) เป็นทัศนคติที่บุคคลมีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อบุคคลหรือองค์การสถาบัน อาจเป็นทัศนคติที่นิ่งเฉยก็ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากบุคคลผู้นั้นไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ โดยสิ้นเชิง ซึ่งจะพบว่าวัยรุ่นที่ติดตามเน็ตไอดอลในฐานะของผู้มีอิทธิพล (Influencer) จะชื่นชอบลักษณะนิสัย บุคลิกภาพและการใช้ชีวิต อีกทั้งยังรับความเป็นเน็ตไอดอลคนนั้นๆ มาปรับกลายเป็นลักษณะนิสัยของตนเอง เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ หรือการถ่ายภาพ หรือแม้กระทั่งการนำมาเป็นแรงบันดาลใจ ซึ่งในขณะเดียวกัน การเกิดทัศนคติที่ดีกับเน็ตไอดอลที่มีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์เช่นการบอกรักคู่รักประกอบกับท่าทางการแสดงออกที่ไม่สมควร ส่งผลให้มีเยาวชนเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบมากมาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นอย่างมาก

พฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่นในระดับปานกลาง โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยเลียนแบบเน็ตไอดอลที่ติดตามมากที่สุด รองลงมาคือการซื้อผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำของเน็ตไอดอลที่ติดตามสอดคล้องกับงานวิจัยของปัทมกร ปรีดาชัชวาล และคณะ (2013 :17) ที่พบว่าวัยรุ่นไทยมีพฤติกรรมเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีในระดับปานกลาง ส่วน มนทินาถ คำทิพย์ (2554) พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเลียนแบบของวัยรุ่น เพราะในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเรา ในแต่ละวันต้องใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทั้งในการเรียน การแสวงหาความรู้ต่างๆ ความบันเทิง และผ่อนคลายความเครียด ดังนั้นคนเราจึงเกิดการเลียนแบบ ประกอบกับผลการสนทนากลุ่ม พบว่าการที่วัยรุ่นจะเลียนแบบพฤติกรรมใดๆ จะมีการพิจารณาความเหมาะสมกับตนเองด้วย กล่าวคือมีการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเองไม่ได้เลียนแบบทั้งหมด ส่วนทิพยา สุขพรสิทวัส (2550) โดยพบว่าผู้ชมมีการเลียนแบบด้านค่านิยมจากละครซีรีส์เกาหลีในภาพรวมระดับมาก ขณะเดียวกันก็เลียนแบบค่านิยมเกี่ยวกับความฟุ่มเฟือย บทบาททางสังคมตามลักษณะเพศ และการรักษานวลสงวนตัวในระดับปานกลาง ส่วนการเลียนแบบพฤติกรรมเชิงบวก พบว่า ผู้ชมเลือกเลียนแบบพฤติกรรมเชิงบวกจากละครในระดับมาก สำหรับการทำศัลยกรรมความงาม การรักษานวลสงวนตัว และความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ผู้ชมเลือกเลียนแบบในระดับปานกลาง และการเลียนแบบพฤติกรรมเชิงลบของผู้ชมละครซีรีส์ พบว่า ในภาพรวมผู้ชมเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมเชิงลบในระดับน้อย ขณะที่พฤติกรรมเชิงลบเกี่ยวกับการอยู่ด้วยกันก่อนแต่ง และมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานนั้นผู้ชมเลือกเลียนแบบในระดับปานกลาง และงานวิจัยของอุริษางามวุฒิวร (2553) พบว่า ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะเลียนแบบทรงผมและการแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ ธิษณิน อินทรหุต (2545) พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลียนแบบตัวละครทางโทรทัศน์โดยเลียนแบบท่าทาง คำพูด การแต่งกาย สาเหตุที่เลียนแบบเนื่องจากอยากเด่นเหมือนดาราที่ชอบ อยากเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของเพื่อนๆ อยากเป็นคนทันสมัยเหมือนดาราที่แสดงในโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอัลเบิร์ต แบนดูรา ในเรื่องการเรียนรู้ตัวแบบ (Learning through modeling) ประกอบไปด้วย กระบวนการความตั้งใจ (attentional process) ได้แก่ การตั้งใจสังเกตเพื่อให้ได้การรับรู้ที่ถูกต้อง กระบวนการจดจำ

(retention process) ได้แก่ การคงความจำในกิจกรรมที่เลียนแบบการเรียนรู้โดยการสังเกตซึ่งประกอบด้วยภาพในใจ (imaginal) และคำพูด (verbal) กระบวนการสร้างพฤติกรรมทางอวัยวะการเคลื่อนไหว (motor reproduction process) คือการแปรสภาพพฤติกรรมของตัวแบบเป็นการกระทำ และกระบวนการจูงใจ (motivational process) มนุษย์จะเลียนแบบพฤติกรรมที่ให้ผลดีกับเขามากกว่าพฤติกรรมที่ให้โทษ และมีแนวโน้มจะเลียนแบบพฤติกรรมที่พอใจมากกว่าพฤติกรรมที่ทำแล้วไม่สบายใจ (พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ 2556: 149) ดังนั้นการที่วัยรุ่นมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลจึงเกิดจากการตั้งใจติดตามกิจกรรมของเน็ตไอดอลที่ตนเองรู้สึกชื่นชอบและรับรู้ว่าเป็นคนที่มีบุคลิกภาพหรือพฤติกรรมที่ตรงกับความคิดเห็นและความชอบของตนเอง สามารถจดจำเรื่องราวของเน็ตไอดอลได้จนมีการแสดงพฤติกรรมเช่นเดียวกัน เช่น ถ่ายภาพในมุมมองเดียวกัน ถ่ายคลิปเผยแพร่ในลักษณะเดียวกัน หรือแม้กระทั่งเปลี่ยนกายแต่งกายให้เหมือนกัน และหากการเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่นได้รับผลตอบแทนที่ดีมีคนชื่นชม วัยรุ่นก็จะคงพฤติกรรมการเลียนแบบนั้น แต่หากมีผลตอบแทนที่ไม่ดี ได้รับการตำหนิหรือไม่เห็นด้วยพฤติกรรมนั้นอาจเปลี่ยนแปลงไป

ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ผลการวิเคราะห์ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พบว่า ผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกจะเป็นผู้ที่สามารถจัดการกับชีวิตตนเองได้ มีความเป็นเหตุเป็นผล และมีประสิทธิภาพในตนเอง มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ยึดมั่นในหลักการทางจริยธรรมและปฏิบัติตามคำมั่นที่ให้ไว้ ทำงานหนักเพื่อประสบความสำเร็จในงานตามเป้าหมาย มีความระมัดระวังในการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย และมีความสามารถที่จะเริ่มและปฏิบัติงานให้สำเร็จ แม้ว่าเต็มไปด้วยความเบื่อหน่ายหรืออุปสรรคก็ตาม ซึ่งลักษณะบุคลิกภาพดังกล่าวเหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวัยรุ่นตอนปลายและกำลังศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

บุคลิกภาพที่รองลงมาในลำดับที่สองคือ บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์จะเป็นผู้ที่มีชีวิตไปด้วยจินตนาการและความฝัน มีความคิดสร้างสรรค์ภายในตนเอง ผู้ที่หัวนไหวกับงานและความงดงามในศิลปะ บทกวี ผู้ที่รับรู้อารมณ์และความรู้สึกภายในตนเอง ผู้ที่พร้อมที่จะลองทำกิจกรรมใหม่ๆ ชอบความแปลกใหม่หลากหลายกว่าความเคยชินที่ปฏิบัติอยู่ มีความคิดที่จะเปิดรับเหตุการณ์หรือเรื่องใหม่ๆ และมีความพร้อมที่จะตรวจสอบค่านิยมต่างๆ เช่น ค่านิยมทางสังคม การเมือง และศาสนา ซึ่งบุคลิกภาพเช่นนี้จะทำให้วัยรุ่นกล้าที่จะทดลองหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ก่อให้เกิดผลงานใหม่ๆ ซึ่งเป็นการพัฒนาตนเองและสังคมได้เป็นอย่างดี

บุคลิกภาพที่รองลงมาในลำดับที่สาม คือ บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวจะเป็นผู้ที่มีความรักและเป็นมิตรต่อผู้อื่น เป็นผู้ที่มีความรักผู้อื่นอย่างแท้จริง มีความชอบที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นเป็นหมู่คณะ ผู้ที่กล้าที่จะแสดงความเป็นผู้นำหรือเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในสังคม ผู้ที่มีความว่องไว ตื่นตัว มีความต้องการทำกิจกรรมอยู่

เสมอ ผู้ที่ชอบสิ่งแวดล้อม ผู้ที่มีความสนุกสนาน มีความสุข มีความหวัง และมองโลกในแง่ดี ซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับวัยรุ่นที่เป็นช่วงวัยที่สดใส สามารถทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างดี

บุคลิกภาพที่รองลงมาในลำดับที่สี่ คือ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบประนีประนอมจะเป็นผู้ที่เชื่อว่าผู้อื่นมีความซื่อสัตย์และเจตนาดี มีความจริงใจที่จะปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา ผู้ที่มีความห่วงใยในสวัสดิภาพของผู้อื่น เป็นผู้ที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ผู้ที่มีลักษณะอ่อนโยนตอบสนองการกระทำของผู้อื่นอย่างสุขุม ผู้ที่ถ่อมตน ไม่ข่มขู่ตนเองเหนือกว่าผู้อื่น และเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญต่อความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น มีความห่วงใยต่อความต้องการของผู้อื่น ซึ่งลักษณะบุคลิกภาพเช่นนี้จะทำให้วัยรุ่นเติบโตเป็นวัยผู้ใหญ่ที่ดำเนินชีวิตอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม

บุคลิกภาพที่รองลงมาในลำดับที่ห้า คือ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวจะเป็นผู้ที่มีความว้าวุ่นหวาดกลัว มีแนวโน้มที่จะวิตกกังวล ตึงเครียด กระสับกระส่าย มีลักษณะที่บ่งชี้แนวโน้มของความโกรธ และภาวะที่เกี่ยวข้อง เช่น ความหงุดหงิดและความขุ่นเคือง เป็นผู้ที่มีความรู้สึกผิด เศร้า สิ้นหวัง และว่าเหว่ เป็นผู้ที่มีความท้อแท้ง่าย เป็นผู้ที่มีอารมณ์ความรู้สึกเต็มไปด้วยความละอาย รู้สึกไม่สบายใจที่จะมีผู้อื่นอยู่แวดล้อม ไวต่อการแสดงออกที่ผู้อื่นมีต่อตนเอง และมีแนวโน้มที่จะรู้สึกต่ำต้อย เป็นลักษณะที่รู้สึกอาย หรือรู้สึกกังวลกับการเข้าสังคม ไม่สามารถที่จะควบคุมแรงกระตุ้น และความต้องการของตนเอง มีความอ่อนแอต่อความเครียด ไม่สามารถเชื่องกับความเครียดได้ เป็นผู้ที่ต้องพึ่งพาผู้อื่น และเป็นคนสิ้นหวังตื่นตระหนกเมื่อประสบกับสถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งการที่วัยรุ่นมีบุคลิกภาพเช่นนี้อาจเกิดจากการเลี้ยงดูและสภาพแวดล้อมรอบตัว และอาจส่งผลต่อการรับรู้เรื่องราวต่างๆ ในแง่มุมที่แตกต่างออกไปจากที่ควรเป็น ดังนั้นจึงควรที่จะได้รับคำแนะนำที่เหมาะสมและสามารถเข้าใจชีวิตและดำเนินชีวิตได้อย่างราบรื่น

วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่ต่างกันจะมีการเปิดรับข้อมูลโดยรวมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2533: 21) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ปัจจัยหนึ่งคือ ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์กับสังคม เนื่องจากคนเรายึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิงในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือเรามักจะคล้อยตามกลุ่มสมาชิกของกลุ่มในด้านความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มของตน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงวัยรุ่นจะมีการใช้เวลาส่วนใหญ่กับเพื่อน มีกิจกรรมนอกบ้านมากกว่าการสนิทสนมคลุกคลีกับพ่อแม่เหมือนในวัยเด็ก เริ่มมีความสนใจเพศตรงข้าม สนใจสังคมสิ่งแวดล้อม ปรับตนเองให้เข้ากับกิจกรรมของกลุ่ม และวัยรุ่นมักเลือกผู้ใหญ่ที่ไม่ใช่พ่อแม่มาเป็นแบบอย่างที่มีความหมายและเป็นที่ยอมรับ (ศรีเรือน แก้วกังวาน 2539) จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้

วัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพทั้งห้าองค์ประกอบมีการเปิดรับข้อมูลโดยรวมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่แตกต่างกัน โดยผลจากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลในแต่ละวันโดยมีทั้งการติดตามเมื่อมีฟีดข้อมูลของเน็ตไอดอลที่ตนเองชื่นชอบขึ้นมา และติดตามดูความเคลื่อนไหวของเน็ตไอดอลที่ตนสนใจตลอดเวลา ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลและระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล พบว่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวรั้นไหวมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวรั้นไหวไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากการทดสอบสมมติฐานข้างต้น พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพทั้งห้าองค์ประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีอายุและการศึกษาที่ใกล้เคียงกันจึงส่งผลให้ลักษณะบุคลิกภาพทั้งห้าประเภทไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพเช่นนี้เป็นผู้ที่มีความหวั่นไหวทางอารมณ์มากกว่าคนส่วนใหญ่ (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555 และนิภาพร พวงมี 2554) ส่งผลให้ในบางครั้งก็มีความต้องการในการติดตามเน็ตไอดอลที่สนใจติดต่อกันเป็นระยะเวลานาน แต่ในบางครั้งก็เปลี่ยนความต้องการเลิกหรืออาจเปลี่ยนเน็ตไอดอลที่สนใจ

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูงจะมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย สอดคล้องกับ Costa & McCrae (1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555 และนิภาพร พวงมี 2554) ที่กล่าวถึงผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูงจะมีแนวโน้มที่จะเป็นคนชอบการแสดงออก ชอบเข้าสังคม และกระหายความตื่นเต้น สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่มีการติดตามเน็ตไอดอลที่ตนชื่นชอบไม่น้อยกว่า 3 ปี และมักจะเปิดดูและติดตามบ่อยๆ ในแต่ละช่วงวัน ส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบนี้มีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สูงจะมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tim Bogg และ Phuong T. Vo (2014) ที่พบว่า วัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในระดับสูงจะมีความถี่ในการสืบค้นข้อมูลด้านสุขภาพในอินเทอร์เน็ตสูง ซึ่งวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์จะเป็นผู้ที่พร้อมจะลองทำกิจกรรมใหม่ๆ และพร้อมที่จะเปิดรับเหตุการณ์หรือเรื่องใหม่ๆ (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555 และนิภาพร พวงมี 2554) ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่น้อยกว่า 3 ปี และมักจะติดตามบ่อยๆ โดยจะเปิดดูภาพและเรื่องราวต่างๆ

เมื่อมีเวลาว่าง ส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบนี้มีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอม มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมสูง จะมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย ซึ่งวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบประนีประนอมจะเป็นผู้ที่พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง และมีแนวโน้มทำตามความต้องการของกลุ่ม (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555 และนิภาพร พงษ์มี 2554) ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่น้อยกว่า 2 ปี และส่วนใหญ่ก็จะติดตามโดยจะเปิดดูภาพ ข้อมูลข่าวสาร และเรื่องราวต่างๆ เมื่อมีฟีดขึ้นมา ส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบนี้มีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกสูงจะมีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย ซึ่งวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกจะเป็นผู้ที่มุ่งเป้าหมาย สามารถจัดการกับชีวิตตนเองได้ มีความเป็นเหตุเป็นผล และมีประสิทธิภาพในตนเอง (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555 และนิภาพร พงษ์มี 2554) จึงมีการติดตามเน็ตไอดอลที่ตนเองมีความชื่นชอบซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคนที่ประสบความสำเร็จในชีวิตในด้านใดด้านหนึ่งบ่อยครั้ง เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับตนเอง ส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบนี้มีระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูง

ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิริยา เชาวลิทวงศ์ (2554) ซึ่งพบว่าบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเอง และงานวิจัยของนิภาพร พงษ์มี (2554) ซึ่งพบว่าบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์การในแต่ละมิติไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไม่ว่าวัยรุ่นจะมีบุคลิกภาพแบบใดก็ตาม แต่ลักษณะของวัยรุ่นตอนปลายที่สามารถคิดวิเคราะห์ มีมุมมองการคิดที่รอบด้านมากขึ้น และรู้จักรับผิดชอบต่อตัวเองและสังคมมากขึ้นจะส่งผลและมีอิทธิพลในการรับรู้ข้อมูลมากกว่า ทำให้วัยรุ่นส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวสูงจะมีความเข้าใจเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาพร พวงมี (2554) ซึ่งพบว่า บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์การในมิติหลักถึงความไม่แน่นอน ซึ่งวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวสูงจะมีความวิตกกังวล ตึงเครียด ว้าวุ่น ท้อแท้ง่าย รู้สึกไม่สบายใจที่จะมีผู้อื่นอยู่แวดล้อม ไวต่อการแสดงออกที่ผู้อื่นมีต่อตนเอง และมีแนวโน้มที่จะรู้สึกต่ำต้อย รู้สึกอาย หรือรู้สึกกังวลกับการเข้าสังคม และเป็นผู้ที่ต้องพึ่งพาผู้อื่น (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่รับรู้ว่าเน็ตไอดอลเป็นคนที่มีความสามารถที่โดดเด่นเฉพาะตัว มีความมั่นใจในตัวเองสูง ไม่กลัว กล้าแสดงออก มีไลฟ์สไตล์ที่แปลกใหม่ และเป็นเหมือนเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีการพูดคุย ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ อย่างเป็นกันเอง ทำให้มีผู้ให้ความสนใจและติดตามมากมาย ดังนั้นวัยรุ่นกลุ่มนี้จึงเลือกที่จะติดตามเน็ตไอดอลและมีการรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูง เพราะการติดตามเน็ตไอดอลเสมือนมีเพื่อนหรือมีที่พึ่งที่ไม่จำเป็นต้องพูดหรือทำความรู้จักกันจริงๆ มีเพียงปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์ เช่น การกดไลค์ (Like) กดแชร์ (Share) จึงไม่ทำให้วัยรุ่นกลุ่มนี้รู้สึกกลัวหรือกังวลที่จะมีสังคมใหม่ๆ และการติดตามเน็ตไอดอลก็ยังเติมเต็มความรู้สึก ไม่ทำให้เหงาหรือว้าวุ่นอีกด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูงจะมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย ซึ่งวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความเป็นมิตร ชอบแสวงหาความตื่นเต้น ชอบการแสดงออก มีกิจกรรมทางกายภาพและการพูดมากกว่าคนส่วนใหญ่ (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน) และจากผลการสัมภาษณ์ที่วัยรุ่นรับรู้ว่เน็ตไอดอลเป็นคนที่มีความโดดเด่น มีความสามารถ มีหน้าตาที่โดดเด่นทำให้มีคนติดตามเยอะ และมีความคิดที่แปลกใหม่ทั้งไลฟ์สไตล์และมุมมองที่ไม่เหมือนใคร มีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างกิจกรรมต่างๆ ที่มีความสนใจตลอดเวลาบางครั้งก็มีกิจกรรมให้คนที่ติดตามได้เข้าร่วมกิจกรรมนั้นด้วยทำให้มีคนอยากติดตามตลอดเวลา มีความกล้าแสดงออก รวมทั้งเป็นผู้มีอิทธิพล (Influencer) ซึ่งจะส่งผลไปยังผู้ที่ติดตาม ดังนั้นวัยรุ่นกลุ่มนี้จึงมีการรับรู้เน็ตไอดอลที่สูงเพราะเน็ตไอดอลทำให้พวกเขาได้เปิดโลกทัศน์ ได้เห็นมุมมอง ความคิด และกิจกรรมใหม่ๆ ที่มีความน่าสนใจ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สูงจะมีความเข้าใจเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย ซึ่งวัยรุ่นที่มีลักษณะแบบเปิดรับประสบการณ์จะเป็นนักสำรวจ เป็นผู้ที่มีความสนใจหลงใหลไปกับประสบการณ์แปลกใหม่ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ พร้อมทั้งจะลองทำกิจกรรมใหม่ๆ ชอบความแปลกใหม่หลากหลายกว่าความเคยชินที่ปฏิบัติอยู่ (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) และดังผลการสัมภาษณ์พบว่าวัยรุ่นรับรู้ว่ามีเน็ตไอดอลเป็นคนที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปคล้ายกับดารานักแสดงแต่มีชื่อเสียงเฉพาะในอินเทอร์เน็ตเท่านั้น เป็นที่นิยม มีคนติดตามจำนวนมาก มีมุมมองและวิธีการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนคนอื่นเป็นลักษณะเฉพาะตัว กล้าริเริ่มทำในสิ่งแปลกใหม่ที่คนอื่นคิดไม่ถึงหรือไม่กล้าทำ เป็นคนที่สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ติดตามกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงและเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ ให้กับชีวิต ซึ่งสุดท้ายเน็ตไอดอลเหล่านี้อาจจะมีผลงานในวงการบันเทิงหรือไม่ก็ได้ ดังนั้นการติดตามเน็ตไอดอลจึงทำให้วัยรุ่นกลุ่มนี้มีแรงบันดาลใจที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองในด้านต่างๆ ทั้งการดำเนินชีวิต มุมมอง หรือแม้กระทั่งการปรับบุคลิกภาพของตนเอง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมสูงจะมีความเข้าใจเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย ซึ่งวัยรุ่นที่มีลักษณะแบบประนีประนอมสูงจะเป็นนักปรับตัว หมายถึง ผู้ที่มีแนวโน้มทำตามความต้องการของกลุ่ม ยอมรับตามบรรทัดฐานของกลุ่มมากกว่า ยืนกรานตามบรรทัดฐานของตนเอง มีความกลมกลืนในการปรับตัว และเป็นผู้ที่มีความอ่อนโยน ชอบช่วยเหลือคนอื่น มองโลกในแง่ดี และรู้จักให้อภัย (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) ดังผลการสัมภาษณ์ที่พบว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะเช่นนี้รับรู้ว่ามีเน็ตไอดอลเป็นคนที่มีชื่อเสียง มีความโดดเด่น มีความสามารถด้านใดด้านหนึ่ง เป็นผู้นำแฟชั่นน่าสมัทำให้มีผู้ติดตามจำนวนมาก ส่วนมากจะใช้ความสามารถของตนเองในการแสดงออกให้คนได้ติดตาม เน็ตไอดอลอาจจะหน้าตาดีหรือไม่ก็ได้ แต่จะมีจุดยืนหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจ แม้ว่าบางคนอาจมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมแต่เชื่อว่าเน็ตไอดอลคนนั้นมีความสามารถเพียงแต่แสดงออกไม่ถูกต้องเท่านั้น ดังนั้นวัยรุ่นกลุ่มนี้จึงเชื่อว่าการที่เน็ตไอดอลแต่ละคนมีชื่อเสียงและมีคนชื่นชอบมาก จากความสามารถและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความน่าสนใจ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกสูงจะมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

ความเข้าใจเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย ซึ่งวัยรุ่นที่มีลักษณะแบบมีจิตสำนึกจะเป็นผู้ที่มุ่งเป้าหมาย มีความสามารถที่จะเริ่มและปฏิบัติงานให้สำเร็จ แม้ว่าเต็มไปด้วยความเบื่อหน่ายหรืออุปสรรคก็ตาม มีการควบคุมตนเองสูง ทั้งเป้าหมายส่วนตัวและอาชีพ มุ่งมั่น ยากต่อการทำให้ไขว่เขว (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) และจากผลการสัมภาษณ์พบว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพเช่นนี้รับรู้ว่าเป็นเน็ตไอดอลเป็นคนที่สื่อยอมรับ เป็นคนที่มีลักษณะเฉพาะ มีบุคลิกภาพที่โดดเด่นแตกต่างกับคนทั่วไป มีแรงบันดาลใจและสร้างแรงบันดาลใจให้คนที่ติดตาม มีความฝันและความมุ่งมั่นที่จะไปให้ถึงและให้ได้ในสิ่งที่ฝันไว้ มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน และแสดงออกถึงความสามารถส่งผลให้มีคนติดตามและชื่นชมจำนวนมาก ดังนั้นวัยรุ่นกลุ่มนี้จึงมีความรู้สึกชื่นชมเน็ตไอดอลที่ส่วนใหญ่เป็นคนที่มีความฝันหรือมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน และบางส่วนก็ได้ประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้แล้ว

วัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพห้าวหังค์ประกอบกับทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าวหังค์ประกอบที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าวหังค์ประกอบที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน โดยวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากที่สุด คือมากกว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหว และแบบเปิดประสบการณ์ ส่วนวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบจิตสำนึกมีทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหว และแบบเปิดประสบการณ์ และวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริรัตน์ สุรอมรัตน์ (2555) ซึ่งพบว่า คุณลักษณะของผู้นำทางความคิดของบล็อกเกอร์ด้านความงามมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับทัศนคติของผู้บริโภค โดยคุณลักษณะด้านความเชี่ยวชาญของบล็อกเกอร์ด้านความงามส่งผลต่อทัศนคติผลิตภัณฑ์ด้านความงามมากที่สุด โดยสามารถอธิบายโดยจำแนกรายด้านของทัศนคติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าวหังค์ประกอบที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าวหังค์ประกอบที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายบุคลิกภาพพบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหว ลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัว ลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอม และลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล ดังที่ สุนทรี โคมิน (2545: 395) กล่าวถึงองค์ประกอบทางด้านการรู้คิดหรือความรู้ (Cognitive Component) ว่าเป็นทัศนคติของคนที่มิต่อสิ่งใดจะประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น ปริมาณความรู้ที่จำเป็นในการให้เกิดทัศนคตินั้นอยู่ที่

ลักษณะของคนแต่ละคน นั่นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ที่มีบุคลิกภาพทั้งห้าองค์ประกอบมีทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไห้วมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไห้วไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพัฒน์ สุขประสิทธิ์ (2548) โดยศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับทัศนคติด้านความรักของคู่สมรสที่มีความสุขในชีวิตสมรส พบว่า บุคลิกภาพแบบห้วนไห้วไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรัก และจากผลการสัมภาษณ์ พบว่า วัยรุ่นมีทัศนคติด้านความรู้ว่าเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนมาก เนื่องจากเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการเป็นเน็ตไอดอล ไม่ว่าจะเป็นการสร้างชื่อเสียงหรือการได้รับการยอมรับจากคนในสังคม รวมทั้งเป็นช่องทางในการหารายได้เสริม ซึ่งส่วนใหญ่ไม่สนใจกระแสหรือความเห็นของสังคม ดังที่ Costa & McCrae (1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไห้วเป็นผู้ที่มีความห้วนไห้วทางอารมณ์มากกว่าคนส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเช่นนี้จึงมีทั้งทัศนคติที่ดีและไม่ดีต่อเน็ตไอดอลขึ้นอยู่กับภาวะอารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูงจะมีทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย ดังผลการสัมภาษณ์ พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะเช่นนี้จะมีทัศนคติด้านความรู้ว่าเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีการใช้สื่อเพื่อสร้างชื่อเสียงและสร้างตัวตนให้กับตนเอง หรือบางคนก็ใช้เป็นช่องทางหารายได้ โดยใช้ความสามารถเฉพาะตัวที่แตกต่างจากคนอื่น แต่ในบางครั้งอาจมีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ดังที่ Costa & McCrae (1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวจะมีการแสดงออกแบบตรงไปตรงมาค่อนข้างมีอารมณ์ด้านบวก ดังนั้นกลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะเช่นนี้จึงมีทัศนคติด้านความรู้ต่อเน็ตไอดอลในเชิงบวกถึงแม้จะมองว่าการแสดงออกเหล่านั้นมีจุดประสงค์แต่ก็เป็นการแสดงออกที่มาจากความสามารถเฉพาะตัวของแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล ดังผลการสัมภาษณ์ พบว่า วัยรุ่นจะมีทัศนคติด้านความรู้ว่าเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนมาก เนื่องจากอุปกรณ์และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพแตกต่างกัน ซึ่งทำให้ภาพถ่ายของเน็ตไอดอลสมัยก่อนและปัจจุบันมีความแตกต่างกันไปด้วย นั่นคือ ในปัจจุบันไม่มีการใช้แอปพลิเคชัน (application) ในการปรับภาพ ทั้งการแต่งหน้าและปรับรูปร่าง ทรวงทรง ค่านิยมในการรับแต่งภาพทำให้ภาพถ่ายที่เผยแพร่ไปในโซเชียลมีเดียดูดีกว่า

ความเป็นจริง แต่อย่างไรก็ตามเน็ตไอดอลในปัจจุบันก็เปิดกว้างให้กับคนที่มีความสามารถที่หลากหลายขึ้น คนที่จะเป็นเน็ตไอดอลจึงขยายวงกว้างขึ้น ดังที่ Costa & McCrae (1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์จะเป็นผู้ที่พร้อมที่จะลองทำกิจกรรมใหม่ๆ และยอมรับค่านิยม จึงมีความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากบุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมสูงจะมีทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย ดังผลการสัมภาษณ์ พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะเช่นนี้จะมีทัศนคติด้านความรู้ว่าเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนมาก เนื่องจากเน็ตไอดอลในปัจจุบันเพียงแค่ต้องทำให้มีคนติดตามตนเองจำนวนมากๆ โดยการแต่งกายที่วาบหวิว หรือทำในสิ่งใดก็ได้ที่เรียกความสนใจจากผู้คนได้เพื่อให้ได้การยอมรับจากสังคม และยังเป็นช่องทางในการหาเงินอีกด้วย ดังที่ Costa & McCrae (1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความจริงใจที่จะปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา มีความห่วงใยในสวัสดิภาพของผู้อื่น ให้ความสำคัญต่อความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น มีความห่วงใยต่อความต้องการของผู้อื่น และเป็นผู้ที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น วัยรุ่นกลุ่มนี้จึงมีความคิดเห็นที่ตรงไปตรงมาเกี่ยวกับเน็ตไอดอล และมีความเข้าใจพฤติกรรมที่แสดงออกของเน็ตไอดอลเป็นอย่างดี

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกสูงจะมีทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย ดังผลการสัมภาษณ์ พบว่า วัยรุ่นจะมีทัศนคติด้านความรู้ว่าเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีความแตกต่างกับเน็ตไอดอลในยุคก่อนอย่างมาก เนื่องจากเน็ตไอดอลส่วนใหญ่ในปัจจุบันต้องการเพียงชื่อเสียง หรือความโด่งดัง ซึ่งมีวิธีการที่ค่อนข้างง่ายเนื่องจากใช้วิธีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ซึ่งวิธีการเหล่านี้ทำให้เกิดการแพร่หลาย โดยไม่ได้คำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะทำให้ผู้ติดตามเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมียุติไอดอลบางส่วนที่ใช้ความสามารถของตนเองในการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับ ดังที่ Costa & McCrae (1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกเป็นผู้ที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความเป็นเหตุเป็นผล และเป็นผู้ที่ยึดมั่นในหลักการทางจริยธรรมและปฏิบัติ วัยรุ่นกลุ่มนี้จึงมีทัศนคติว่าเน็ตไอดอลมีลักษณะที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนเองจึงมีมุมมองต่อพฤติกรรมของเน็ตไอดอลค่อนข้างเป็นไปในทางลบ แต่ก็ยังมีเหตุผลที่จะมองต่างมุม ซึ่งทำให้วัยรุ่นกลุ่มนี้มีความเข้าใจพฤติกรรมที่เหล่าเน็ตไอดอลแสดงออกด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน นั่นคือ วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากที่สุด คือ มากกว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้าว แบบเปิดประสบการณ์ แบบประนีประนอม และแบบแสดงตัว ส่วนวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้าว และแบบเปิดประสบการณ์ และ แบบประนีประนอม ส่วนวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้าว และแบบเปิดประสบการณ์ และผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์มีทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้าว ดังที่ สุนทรี โคมิน (2545: 395) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของทัศนคติ เพราะเป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้าวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้าวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลทั้งในมุมมองเชิงบวกและเชิงลบขึ้นอยู่กับภาวะของอารมณ์ในแต่ละช่วงเวลาและแต่ละคน จึงไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากบุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูงจะมีทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย เนื่องจากวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวจะมีความเป็นมิตร ชอบเข้าสังคม ชอบแสดงออก และชอบทำกิจกรรมจึงมีความรู้สึกว่เน็ตไอดอลเป็นคนที่มีความสามารถเฉพาะตัวที่มีความแตกต่างจากคนอื่นๆ ทั่วไป ซึ่งทำให้มีคนสนใจติดตามเป็นจำนวนมาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับ เน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากบุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบจิตสำนึกสูงจะมีทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่ดีตามไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลแตกต่างกัน โดยวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากที่สุด คือมากกว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหว แบบเปิดประสบการณ์ แบบประนีประนอม และแบบมีจิตสำนึก ส่วนผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบจิตสำนึกมีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหว และแบบเปิดประสบการณ์ และวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมากกว่าผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริรัตน์ สุรอมรรตน์ (2555) ซึ่งพบว่า คุณลักษณะของผู้นำทางความคิดของบล็อกเกอร์ด้านความงามมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านความงามของผู้บริโภค โดยคุณลักษณะด้านความเชี่ยวชาญของบล็อกเกอร์ด้านความงามส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านความงามมากที่สุด โดยสามารถจำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพ ดังมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบห้วนไหวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบนี้มักจะวิตกกังวลกับสิ่งแปลกใหม่หรือความเปลี่ยนแปลง มีความรู้สึกทางลบกับตัวเอง ดังนั้นแม้วัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบห้วนไหวจะมีการติดตามเน็ตไอดอลมากเท่าใดก็ไม่ได้หมายความว่าพวกเขาจะมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงตามเน็ตไอดอลเหล่านั้น เช่น การติดตามเน็ตไอดอลที่สอนวิธีการแต่งหน้า กลุ่มวัยรุ่นกลุ่มนี้ก็จะเป็นผู้ติดตามและชื่นชม แต่จะค่อนข้างกลัวและกังวลหากจะต้องนำมาปฏิบัติกับตนเอง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากบุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูงจะมีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย สอดคล้องกับการวิจัยของ กรกช ภูด้วง (2549) ซึ่งพบว่าบุคลิกภาพด้านการแสดงออกของพนักงานบริษัทแอดโค่ (ประเทศไทย) จำกัด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กล่าวคือ เมื่อพนักงานมีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรก็จะสูงขึ้นด้วย ซึ่งทัศนคติด้านพฤติกรรมเป็นองค์ประกอบด้านความพร้อมที่จะกระทำ ผู้ที่มีบุคลิกภาพ

แบบแสดงตัวจะเป็นคนที่แสวงหาความตื่นเต้น ชอบการแสดงออกต่อหน้าคนอื่น ๆ มักจะมีกิจกรรมและมองโลกในแง่ดี กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมตามทัศนคติด้านความรู้และความรู้สึก กล่าวคือ หากคิดว่าเน็ตไอดอลที่ตนเองติดตามอยู่มีความน่าสนใจ ในบุคลิกภาพหรือพฤติกรรมด้านใดด้านหนึ่งก็จะมีความรู้สึกชื่นชอบและประทับใจจนกระทั่งส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเช่นนั้นไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สูงจะมีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย ดังนั้นวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์จึงพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองไม่ว่าจะเป็น การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ ความคิด หรือมุมมอง รวมไปถึงการดำเนินชีวิตของตนเอง หากมีความเชื่อและรู้สึกว่เน็ตไอดอลที่ตนเองติดตามอยู่มีลักษณะบางสิ่งบางอย่างที่ตรงกับความสนใจของตนเอง เช่น การเริ่มแต่งหน้า การเปลี่ยนแปลงลักษณะการแต่งกาย

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบประนีประนอมจะเป็นผู้ที่ม่แนวโน้มทำตามความต้องการของกลุ่ม ยอมรับตามบรรทัดฐานของกลุ่มมากกว่ายืนกรานตามบรรทัดฐานของตนเอง ดังนั้นแม้วัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพกลุ่มนี้จะติดตามหรือชื่นชอบเน็ตไอดอล แต่พฤติกรรมหรือบุคลิกภาพของเน็ตไอดอลนั้นๆ ไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมที่พวกเขาอยู่ แนวโน้มการมีพฤติกรรมตามเน็ตไอดอลเหล่านั้นจึงเกิดขึ้นได้ยาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกสูงจะมีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไป ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกจะเป็นผู้ที่มุ่งเป้าหมาย ต้องการประสบความสำเร็จในอาชีพ มีลักษณะมุ่งมั่น สามารถจัดการกับชีวิตตนเองได้ และมีเหตุผล ดังนั้นก่อนที่กลุ่มวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกจะมีพฤติกรรมตามเน็ตไอดอล จะต้องผ่านการคิดพิจารณาความเหมาะสมของพฤติกรรมของเน็ตไอดอลก่อน หากว่ามีความเหมาะสมและสามารถทำให้ตนเองมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นหรือมีการพัฒนาตนเองไปในทางที่ดีขึ้นจึงจะตัดสินใจมีพฤติกรรมตาม

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลแตกต่างกัน โดยวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล คือมากกว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอม แบบหัวนัไหว แบบมีจิตสำนึก และแบบเปิดประสบการณ์ ส่วนผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์ มีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลมากกว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอม แบบหัวนัไหว และแบบจิตสำนึก ส่วนวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก มีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลมากกว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแบบประนีประนอม และแบบหัวนัไหว และวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวนัไหว มีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลมากกว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศยามล นิสักรกุล (2557) ซึ่งพบว่า นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการเลียนแบบการแต่งกายตามสื่อของนักแสดงหญิงในด้านกระบวนการใส่ใจมากที่สุดโดยคิตัวนักแสดงหญิงมีการแต่งกายที่ทันสมัย ซึ่งสามารถจำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวนัไหวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวนัไหวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่นกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่ไม่สามารถจัดการกับภาวะอารมณ์ของตนเองได้ มีอารมณ์แปรปรวน เปลี่ยนแปลงง่าย ซึ่งบุคลิกเช่นนี้อาจส่งผลต่อทัศนคติและความคิดบางประการ แต่ไม่ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากบุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูงจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย เนื่องจากผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบชอบแสดงตัวเป็นคนช่างพูดช่างคุย มีการแสดงออกที่ตรงไปตรงมา ชอบทำกิจกรรม ส่งผลให้เมื่อเห็นเน็ตไอดอลที่ตนเองชื่นชอบทำกิจกรรมใดก็มักสนใจและลองทำตาม เช่น เน็ตไอดอลแนะนำเครื่องสำอางและแต่งหน้าก็จะเกิดความรู้สึกอยากซื้อผลิตภัณฑ์และอยากลองแต่งหน้าตาม

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล ซึ่งถึงแม้ว่าวัยรุ่นกลุ่มนี้จะมีทัศนคติด้านพฤติกรรมที่จะทำตามเน็ตไอดอลที่ตนเองชื่นชอบตามลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นผู้ที่เต็มใจรับฟังแนวคิดใหม่ๆ มีความกระตือรือร้น และใจกว้าง แต่เป็นเพียงความคิดเห็นว่าจะทำซึ่งไม่สัมพันธ์กับการมีพฤติกรรมการเลียนแบบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.4 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นลบ หมายความว่าวัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบประนีประนอมต่ำจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลที่ต่ำตามไปด้วย ซึ่งวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบนี้จะเป็นผู้ที่มุ่งไปยังความต้องการและบรรทัดฐานส่วนตัวของตนมากกว่าของกลุ่ม (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555) จึงไม่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบตามเน็ตไอดอลที่ติดตาม

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.5 วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล ซึ่งถึงแม้ว่าวัยรุ่นกลุ่มนี้จะมีทัศนคติด้านพฤติกรรมที่จะทำตามเน็ตไอดอลที่ตนเองชื่นชอบ แต่เป็นเพียงความคิดเห็นว่าจะทำซึ่งไม่สัมพันธ์กับการมีพฤติกรรมการเลียนแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับหน้าที่และความรับผิดชอบที่ต้องทำในขณะนั้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูงจะมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย ดังมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 5.1 การใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล ดังที่ สิริอร วิชชาวุธ (2554: 93) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจจะเป็นตัวกำหนดในการเลือกรับรู้สิ่งเร้า ดังนั้นจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับเวลาในการติดตามมากหรือน้อยแต่ต้องพิจารณาด้วยว่าในแต่ละครั้งที่ติดตามมีความตั้งใจเพียงใด ซึ่งการที่จะทำให้ความสนใจต้องพิจารณาหลายประการ เช่น การหากิจกรรมที่น่าสนใจหรือหาประเด็นที่ทำให้สนใจจนต้องติดตาม เป็นต้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 5.2 ระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากระยะเวลาการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูงจะมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย ดังที่ สราวุธ

อนันชาติ (2554 : 167) กล่าวว่าผู้บริโภคอาจจะเลือกเปิดรับเฉพาะสิ่งเร้าที่อยู่ในความต้องการของตน หากมีระยะการติดตามยาวนานย่อมส่งผลให้คนมีความเข้าใจเน็ตไอดอลคนนั้นๆ ดีมากขึ้นเรื่อยๆ

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูงจะมีทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย ดังการวิจัยของ อาริรัตน์ สุรอมรัตน์ (2555) ซึ่งพบว่า คุณลักษณะในฐานะผู้นำความคิดของผู้เขียนบล็อกด้านความงามมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อ และคุณลักษณะด้านความสามารถในการสร้างเนื้อหา ส่งผลต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ด้านความงามมากที่สุด และสอดคล้องกับสายฤติ พัฒนพจนานท์ (2555) ซึ่งพบว่า การรับรู้การส่งเสริมการขายบนเฟซบุ๊กแฟนเพจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการขายบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 6.1 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูงจะมีทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 6.2 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูงจะมีทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 6.3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลสูงจะมีทัศนคติด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้นจะพบว่าความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับเน็ตไอดอลจะส่งผลให้มีทัศนคติในทุกด้านดีตามไปด้วย ดังที่พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2553: 14-10) ได้กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อได้ไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจ และทัศนคติของตนเอง ดังนั้นหากมีความเข้าใจและมีมุมมองที่ดีกับเน็ตไอดอลที่ตนเองติดตามก็จะมีทัศนคติที่ดีตามไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 7 ทักษะเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทักษะเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากทักษะโดยรวมสูงจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย สอดคล้องงานวิจัยของ บงกช ชุนวิทยา (2556) ซึ่งพบว่า ทักษะต่อเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเชิงบวก ส่วน กันตภา ศิริวงศ์ (2557) พบว่า ทักษะต่อโทษของคลิป์วิดีโอที่มีเนื้อหาความรุนแรงจากสื่อคลิป์วิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง กับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบความรุนแรงของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันเชิงบวก ในระดับต่ำ กล่าวคือ ทักษะที่มีต่อโทษของคลิป์วิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง จะส่งผลต่อพฤติกรรมการลอกเลียนแบบความรุนแรง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 7.1 ทักษะด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทักษะด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากทักษะด้านความรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 7.2 ทักษะด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทักษะด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากทักษะด้านความรู้สึกเกี่ยวกับเน็ตไอดอลจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยที่ 7.3 ทักษะด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทักษะเกี่ยวกับเน็ตไอดอลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากทักษะด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับเน็ตไอดอลจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลที่สูงตามไปด้วย

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้นจะพบว่าทักษะที่ดีในทุกด้านเกี่ยวกับเน็ตไอดอลจะส่งผลให้มีพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น ดังที่ศศิมา อุดมศิลป์ (2557) พบว่าทักษะที่มีต่อคุณสมบัติของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่คนชื่นชอบและติดตาม และทักษะที่มีต่อข้อมูลรีวิวร้านอาหาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการทำตามที่บล็อกเกอร์นำเสนอ ดังนั้น การที่มีทักษะทั้งความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ดีจะส่งผลต่อพฤติกรรมเลียนแบบเน็ตไอดอลไปด้วย เช่น หากมีความรู้สึกร่วมมองการถ่ายภาพที่เน็ตไอดอลใช้มีคนติดตามและชื่นชมมากก็จะรู้สึกว่เน็ตไอดอลถ่ายรูปสวย แปลกใหม่ และมักจะนำมาใช้เวลาตนเองถ่ายภาพด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษา “ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น” มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัว เปิดรับประสบการณ์ ประนีประนอม และมีจิตสำนึกมีการเปิดรับข้อมูลสูง ซึ่งเป็นบุคลิกภาพ 4 แบบจากทั้งหมด 5 แบบ จึงแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นโอกาสของเน็ตไอดอลเอง หรือแม้กระทั่งผู้ผลิตที่จะเข้าถึงและโน้มน้าวให้เกิดความสนใจในกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ได้

2. ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับการรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการวิจัย พบว่า บุคลิกภาพทั้ง 5 แบบ มีความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับเน็ตไอดอล ดังนั้นในช่วงนี้ผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ควรตระหนักถึงความสำคัญและอิทธิพลของเน็ตไอดอลต่อกลุ่มวัยรุ่น การใช้เน็ตไอดอลเป็น Influencer จะสามารถเข้าถึงผู้ที่ติดตาม (follower) เนื่องจากมีความสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่

3. ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการวิจัย พบว่า บุคลิกภาพแบบหัวนโหดไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติทุกด้าน บุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในทุกด้าน

บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้ และด้านความรู้สึก แต่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรม

บุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม

บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้ และด้านความรู้สึก แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านพฤติกรรม

ดังนั้น จึงเห็นว่าบุคลิกภาพของวัยรุ่นส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านใดด้านหนึ่ง เจ้าของผลิตภัณฑ์จึงสามารถใช้การโปรโมทผลิตภัณฑ์ผ่านเน็ตไอดอล ในฐานะที่เป็น Influencer หรือผู้ทรงอิทธิพล ซึ่งจะมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค และมีความน่าเชื่อถือต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

4. ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล

จากผลการวิจัย พบว่า บุคลิกภาพแบบหัวนโหด แบบเปิดรับประสบการณ์ และแบบมีจิตสำนึกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล ส่วนบุคลิกภาพแบบแสดงตัว และแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล

ดังนั้นการที่จะทำให้กลุ่มวัยรุ่นมีพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือเป็นไปในทิศทางที่เจ้าของผลิตภัณฑ์อยากให้เป็นจึงอาจใช้วิธีกระตุ้น หรือจูงใจให้กระทำพฤติกรรมเหล่านั้น

5. การเปิดรับข้อมูลกับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการวิจัย พบว่า การใช้เวลาในการค้นหา/ติดตามข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล แต่ระยะเวลาการติดตามข้อมูลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

ดังนั้นควรสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มวัยรุ่นมีการติดตามเป็นระยะเวลานาน โดยอาจมีการหากิจกรรมใหม่ๆ ทำให้เกิดความน่าสนใจในการติดตาม หรือมีการเสนอข้อมูลอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มวัยรุ่นมีความเข้าใจเน็ตไอดอลที่ดี

6. การรับรู้ข้อมูลกับทัศนคติเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ข้อมูลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติทุกด้านเกี่ยวกับเน็ตไอดอล

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการมีความเข้าใจที่ดีจะทำให้วัยรุ่นมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับเน็ตไอดอล จึงจำเป็นที่เน็ตไอดอลจะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเอง ทำตนเองให้เป็นที่น่าเชื่อถือ เป็นแบบอย่างที่ดี ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มวัยรุ่นที่ติดตามมีทัศนคติด้านความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ดี

7. ทัศนคติกับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล

จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติทุกด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล

ดังนั้น การสร้างทัศนคติที่ดีในทุกด้านให้กับกลุ่มวัยรุ่นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอล ในส่วนของผู้ปกครองควรมีการชี้แจงหรืออธิบายให้วัยรุ่นมีทัศนคติที่ดีกับเน็ตไอดอลที่มีพฤติกรรมเหมาะสมเพื่อให้มีพฤติกรรมการเลียนแบบที่เหมาะสมไปด้วย ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ต้องการให้เน็ตไอดอลเป็น Influencer ควรให้เน็ตไอดอลสร้างทัศนคติที่ดีเพื่อให้กลุ่มวัยรุ่นมีความรู้สึกที่ดี มีความน่าเชื่อถือ และมีความรู้สึกอยากทำตามพฤติกรรมของเน็ตไอดอล

ข้อเสนอแนะการศึกษาต่อไปในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์สินค้าของเน็ตไอดอลเพื่อเป็นการยืนยันฐานะผู้ทรงอิทธิพลของเน็ตไอดอล ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

2. ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาซึ่งเป็นช่วงอายุที่สามารถรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้เร็ว และมีพฤติกรรมเลียนแบบเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก