

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ตไอดอลของวัยรุ่น” ได้พิจารณาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้กำหนดกรอบแนวความคิดตลอดจนแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลียนแบบ
5. แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

จากการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ พบว่า มีผู้กล่าวถึงความหมายและแนวคิดของการเปิดรับสื่อหรือเปิดรับข่าวสารไว้หลายหลาย ทั้งที่มีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ดังนี้

Samual L. Becker (1987, อ้างถึงใน สิริวรรณ ประสิทธิ์ศักดิ์ 2547) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ เพื่อความอยากรู้ เช่น การเปิดดูรายการโทรทัศน์ หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจใฝ่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำ หรือความต้องการเรียนรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

แต่ผู้รับสื่อจะไม่ได้รับข้อมูลทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาในประสาทสัมผัส แต่ละเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเท่านั้น ดังที่ สุมนา วรสูตร (2540: 23) ได้กล่าวว่าแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมีการเลือกรับสื่อนั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของบุคคลนั้น
2. องค์ประกอบทางด้านสังคมสภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางสังคม

นอกจากนี้ อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553: 52) ได้อธิบายกระบวนการในการเลือกรับสาร ซึ่งประกอบด้วย การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ หรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือใช้สื่อของบุคคล

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ จะหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกละเลยทำให้บุคคลรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และการตีความหมาย (Selective Correction And Selective Interpretation) หลังจากเลือกเปิดรับสื่อหรือเลือกตีความเหมาะสมตามความต้องการของตนเองแล้ว ในขั้นต่อไปคือบุคคลเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากทีบุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจและเลือกตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และพยายามลืมข่าวสารในส่วนที่ต้องการจะลืมหรือข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเองอีกด้วย

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2533: 21) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไว้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล กล่าวคือ คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน เป็นต้น ซึ่งส่งผลไปถึงสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการทางจิตใจในการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ กล่าวคือ คนเราจะสร้างรูปแบบความคิดเห็น ความเชื่อ ทัศนคติ รวมทั้งค่านิยม ประกอบกันขึ้นมาเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคล และสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดรูปแบบการสื่อสารของตน โดยเฉพาะในด้านของการเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์กับสังคม เนื่องจากคนเรายึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิงในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ เรามักจะคล้อยตามกลุ่มสมาชิกของกลุ่มในด้านความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มของตน

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร จากแนวความคิดว่าปัจเจกบุคคลมักรวมกันเป็นกลุ่มทางสังคมมากกว่า และนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการของแต่ละคน

เหมือนกันมาจัดเข้าไว้เป็นกลุ่ม ลักษณะพื้นฐานดังกล่าว ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมจะรับเนื้อหาของการสื่อสารคล้ายคลึงกัน และย่อมมีการตอบสนองต่อเนื้อหาไม่แตกต่างกัน โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลจัดว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเปิดรับข่าวสารของบุคคล

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ/เปิดรับข่าวสารข้างต้น พบว่า บุคคลจะเลือกเปิดรับข้อมูลที่ตนเองมีความสนใจเพื่อสนองความต้องการของตน โดยบุคคลจะมีการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามประสบการณ์และลักษณะทางประชากร โดยมีกระบวนการในการเปิดรับข่าวสาร ตั้งแต่การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ โดยการวัดการเปิดรับข่าวสารนั้นสามารถวัดได้จากชนิดของสื่อที่เปิดรับ และความถี่รวมถึงระยะเวลาในการใช้สื่อนั้นๆ ซึ่งการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ/เปิดรับข่าวสารจะทำให้ได้ทราบถึงการใช้สื่อของวัยรุ่นในการติดตามเน็ตไอดอลที่ตนเองสนใจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับผู้เกี่ยวข้องในการดูแลให้มีการเปิดรับสื่อที่เหมาะสม อีกทั้งยังทำให้ทราบถึงช่องทางที่วัยรุ่นจะติดตามเน็ตไอดอลในฐานะการเป็นผู้มีอิทธิพล (Influencer) ซึ่งนักการตลาดและผู้ประกอบการสามารถใช้วางแผนการตลาดต่อไป

2.แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

จากการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้พบว่า มีผู้ให้คำจำกัดความการรับรู้ไว้หลากหลาย ทั้งที่มีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ดังนี้

Schiffman & Kanuk (2004 อ้างถึงใน สราวุธ อนันตชาติ 2554 : 165) ได้ให้คำจำกัดความของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ (Perception) คือ การที่บุคคลเลือกสรร รวบรวม และตีความสิ่งเร้าทางการตลาดต่างๆ ที่เข้ามากระทบกับประสาทสัมผัส (senses) ทั้งห้าประการของตน ซึ่งได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง

สิทธิโชค วรรณสันติกุล (2546: 84) ได้ให้คำจำกัดความของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้คือ กระบวนการที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัส กระบวนการนี้เริ่มต้นจากการใช้อวัยวะสัมผัสจากสิ่งเร้าและจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในระบบการคิดในสมอง ภายหลังจากนั้นจึงจะแปลความหมายจากสิ่งเร้าที่รับสัมผัสเข้ามานั้นคืออะไร ขึ้นแปลความหมายนี้เป็นขั้นที่อินทรีย์จะใช้ประสบการณ์เก่าเป็นพื้นฐานของการแปลความหมาย

วิไลวรรณ ศรีสงคราม (2549: 121) ได้กล่าวถึงความหมายของการรับรู้ว่า การรับรู้เป็นผลของความรู้เดิมบวกเข้ากับการรับสัมผัส สัมผัสอย่างเดียวนั้นมักไม่มีความหมาย ผู้รับสัมผัสจะต้องแปลความหมายของการสัมผัสนั้นออกมา โดยอาศัยประสบการณ์เดิม หรือความรู้เดิมเป็นพื้นฐาน เพื่อที่ได้แปลความได้ว่า สิ่งเร้าที่มาสัมผัสประสาทสัมผัสของเรานั้นมีความหมายเป็นอย่างไร การแปลความหมายความรู้สึกจากการสัมผัสนี้เองที่เรียกว่า "การรับรู้" (Perception) ฉะนั้น การรับรู้จึงเป็นผลของความรู้เดิม หรือประสบการณ์เดิมที่เรามีรวมเข้ากับการรับรู้สัมผัสใหม่ที่ได้รับ ส่วนในแง่ของ

พฤติกรรม พบว่าการรับรู้เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการมีสิ่งเร้าเข้าไปเร้าอินทรีย์แล้ว ทำให้อินทรีย์เกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้น

นอกจากนั้นยังกล่าวว่า การรับรู้เกิดได้ตามลำดับ ดังนี้

1. สิ่งเร้าเข้ามากระทบอวัยวะรับสัมผัสของเราซึ่งอาจเป็น หู ตา จมูก ลิ้น และกาย อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง

2. กระแสประสาทสัมผัสก็จะวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่สมอง

3. มีการแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ โดยอาศัยความจำความรู้เดิม (Past Knowledge) ประสบการณ์เดิม (Past experiences) ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่ามีมากน้อยแค่ไหน ถ้าบุคคลใดมีความจำดี การเร้าใหม่จะทำให้รับรู้ได้เร็วและชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความต้องการ ค่านิยม ทักษะ และบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไปด้วย

Julia T. Wood (2012: 25) ได้กล่าวว่าการรับรู้คือกระบวนการเลือก จัดระบบ และการตีความทั้งที่เกี่ยวกับบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ และกิจกรรมต่างๆ สิ่งแรกที่จะสังเกตค่านิยามว่าการรับรู้เป็นกระบวนการที่แสดงออก ดังนั้น หากเราเพ่งความสนใจในยังสิ่งของบางอย่าง ซึ่งเราจะจัดระบบและตีความสิ่งที่เห็น ความหมายของสิ่งนั้นขึ้นอยู่กับมุมมองที่จะให้ความใส่ใจและจัดระบบรวมทั้งตีความหมายออกมาอย่างไร ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การเลือก (Selection) เป็นการหยุดชั่วขณะหนึ่งและสังเกตสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวในขณะนั้น เช่น บรรยากาศภายในห้อง ขนาดของห้องที่ยืนอยู่ ความสว่างภายในห้อง สิ่งที่เกิดขึ้นภายในห้องเช่นได้ยินเสียงพูดคุยหรือได้ยินเสียงเพลง หรือกระทั่งการเปิดหนังสือ สิ่งที่เราจะสามารถสังเกตเห็นได้ เช่น ขนาดของตัวอักษรแบบใดที่อ่านง่ายและสบายสายตา สีที่ใช้ การออกแบบหนังสือ หรือแม้กระทั่งการสังเกตภายในร่างกายตัวเองว่ากำลังอยู่ในภาวะของความหิว ว่าง หรือความรู้สึกสบาย ซึ่งคนเราจะไม่สามารถทำให้ความสนใจหรือตั้งใจรับสัมผัสทุกสิ่งได้ทั้งหมดภายในขณะเดียวกันเนื่องจากสิ่งเร้านั้นมีจำนวนมากและบางอย่างไม่ได้มีความสำคัญสำหรับบุคคลในขณะนั้น

2. การจัดระบบ (Organization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากการเลือก ซึ่งบุคคลจะมีการจัดระบบจากการเลือกสังเกตสิ่งที่มีความหมายและมีความสำคัญต่อ โดยมีการแบ่งประเภทของกระบวนการคิดเป็น 4 ประเภท ได้แก่

2.1 สิ่งที่เป็นต้นแบบ (Prototypes) เป็นโครงสร้างความรู้ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีที่สุด ตัวอย่างเช่น หากบุคคลมีลักษณะครูที่ดี เพื่อนแท้ นักพูดที่ยอดเยี่ยม และคู่รักที่สมบูรณ์แบบ แต่ละหมวดเป็นตัวอย่างจากบุคคลซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดีเลิศ

2.2 Personal Constructs เป็นมาตรฐานในการตัดสินตำแหน่งของบุคคลหรือสถานการณ์ ตัวอย่างเช่น บุคคลผู้นั้นเป็นคนที่ฉลาด-ไม่ฉลาด ใจดี-ใจร้าย หรือ กระตือรือร้น-เฉื่อยชา

2.3 Stereotypes เป็นการคาดเดาหรือทำนายเกี่ยวกับบุคคลหรือสถานการณ์ ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้องก็ได้

2.4 Scripts เป็นการจัดระบบสิ่งที่สังเกตเห็น ซึ่งจะต้องใช้บทพูด (Scripts) เป็น การนำทางในการแสดงพฤติกรรมบนพื้นฐานประสบการณ์และการสังเกต

3. การตีความ (Interpretation) เป็นการกำหนดความหมาย บุคคลต้องตีความสิ่งที่ สังเกตและจัดระบบ การตีความจึงเป็นกระบวนการของการอธิบายการรับรู้เพื่อกำหนดความหมาย ของสิ่งของหรือสถานการณ์นั้นๆ

ซึ่งสอดคล้องกับ Kory Floyd (2009: 123) ได้กล่าวไว้ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการที่จะ สร้างความหมายจากประสบการณ์ซึ่งมาจากสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล เมื่อมีการประยุกต์ใช้ กระบวนการกับบุคคลหรือการสร้างความสัมพันธ์ ก็จะมีการสร้างการรับรู้ระหว่างบุคคลได้ ซึ่ง กระบวนการดังกล่าวแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเลือก (Selection) การจัดลำดับ (Organization) และการตีความ (Interpretation)

Cutlip, Center & Broom (1994, อ้างถึงใน รสขงพร โกมลเสวิน 2552: 3-63) กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ไว้ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคลนั้นๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร (เพศ อายุ การศึกษา ฯลฯ) บุคลิกภาพ สภาพทางจิตวิทยา แบบแผนการดำเนินชีวิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ลักษณะทางประชากร การประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลสูงกว่ากับผู้หญิง ผู้ที่อายุน้อย และมีการศึกษาในระดับต่ำ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองได้รับอิทธิพลจากการประชาสัมพันธ์มากกว่าในเขตชนบท

1.2 บุคลิกภาพ การประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลสูงกว่ากับผู้ที่ชอบสังคม (Extrovert) เป็นมิตร (Friendly) ชอบเข้าสังคม (Sociable) และอยากรู้อยากเห็น (Curious) มากกว่าผู้ที่ชอบเก็บตัว (Introvert) ไม่เป็นมิตร (Unfriendly) และไม่ใส่ใจผู้อื่น (Uncaring)

1.3 สภาพทางจิตวิทยา ผู้ที่มีสภาพทางจิตวิทยาเชิงลบ เช่น มีความวิตกกังวล (Anxiety) หรือซึมเศร้า (Depressed) ในระดับสูงย่อมได้รับอิทธิพลจากการประชาสัมพันธ์สูงกว่าผู้ที่มีสภาพทางจิตวิทยาเชิงบวก

1.4 แบบแผนการดำเนินชีวิต ผู้ที่ชอบใช้ชีวิตกับสังคมภายนอก (outgoing) ย่อมได้รับอิทธิพลจากการประชาสัมพันธ์สูงกว่าผู้ที่ชอบใช้ชีวิตอยู่ในบ้านและ/หรือที่ทำงานเท่านั้น

2. สภาพแวดล้อมของบุคคล หมายถึง สถานภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนเทคโนโลยี โดยที่สภาพแวดล้อมนี้มีทั้งในระดับจุลภาค (Micro) และระดับมหภาค (Macro) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 สถานภาพทางเศรษฐกิจ

2.1.1 ระดับมหภาค หมายถึงระบบและโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยรวมและปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศ เช่น สภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ราคาสินค้าอุปโภคบริโภค ราคาเชื้อเพลิงพลังงาน ฯลฯ ในสภาวะที่ สถานภาพทางเศรษฐกิจระดับมหภาคมีความแปรปรวนและไม่เสถียร ประชาชนจะเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์สูงกว่าปกติเพื่อติดตามข่าวสารและแนวทางการดำเนินชีวิตเพื่อให้รับมือกับสภาวะเศรษฐกิจในขณะนั้น

2.1.2 ระดับจุลภาค หมายถึง โครงสร้างทางเศรษฐกิจของบุคคลและในครัวเรือน เช่น สภาวะด้านการเงิน รายรับ รายจ่าย การออมเงิน การลงทุนในรูปแบบต่างๆ ฯลฯ โดยปกติแล้วสถานภาพทางเศรษฐกิจระดับมหภาคจะมีผลกระทบโดยตรงกับระดับจุลภาค โดยประชาชนจะเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์มากขึ้นเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวทางสภาวะเศรษฐกิจระดับมหภาค เพื่อปรับเปลี่ยนกิจกรรมทางเศรษฐกิจจุลภาคของตนเองและครอบครัวให้สอดคล้องกัน

2.2 สภาวะการณ์การเมือง

2.2.1 ระดับมหภาค หมายถึง ระบบและโครงสร้างทางการเมืองของประเทศ พรรคการเมืองและหัวหน้าทางการเมือง การตั้งรัฐบาล การเลือกตั้ง ความขัดแย้งในสังคม กฎหมาย การออกกฎหมาย การบังคับใช้ ฯลฯ ในสภาวะที่สภาวะการณ์ทางการเมืองระดับมหภาคมีความปรวนแปรและไม่เสถียร ประชาชนจะเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์สูงกว่าปกติ เพื่อติดตามข่าวสารและแนวทางการดำเนินชีวิตให้เหมาะสม

2.2.2 ระดับจุลภาค หมายถึง อำนาจและความขัดแย้งของบุคคล ระหว่างบุคคล และในองค์กร หากบุคคลพัวพันกับอำนาจในระดับจุลภาคสูง ก็จะเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์สูงกว่าปกติ เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสม

2.3 สังคมและวัฒนธรรม

2.3.1 ระดับมหภาค หมายถึง โครงสร้างทางวัฒนธรรมของประเทศ ซึ่งรวมถึงวัฒนธรรมย่อย ความเชื่อและค่านิยมของสังคม วิถีชีวิต ระเบียบและประเพณี ฯลฯ ในสังคมที่มีโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่ยืดหยุ่น (Flexible) เช่นในสังคมไทย อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์จะสูง เพราะคนในสังคมพร้อมที่จะเปิดรับข่าวสารใหม่ๆ อยู่เสมอ

2.3.2 ระดับจุลภาค หมายถึง โครงสร้างทางวัฒนธรรมระดับบุคคล ครอบครัว และองค์กร ซึ่งรวมถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ ทศนคติ ปทัสถาน ค่านิยม ตลอดจนบทบาทและอิทธิพลของกลุ่มที่มีความสำคัญต่อบุคคล บุคคลที่มีโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่ยืดหยุ่นจะได้รับอิทธิพลจากการประชาสัมพันธ์สูงกว่าบุคคลที่มีโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่เข้มงวด นอกจากนั้น บทบาทของกลุ่มสำคัญและการให้ความสำคัญกับบทบาทก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลเปิดรับการประชาสัมพันธ์ในระดับต่างกัน

2.4 เทคโนโลยี

2.4.1 ระดับมหภาค หมายถึง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของสังคม/ประเทศ ค่าใช้จ่าย/การลงทุน ด้านเทคโนโลยีของรัฐ การแพร่หลายด้านเทคโนโลยีในสังคม การเข้าถึงและการยอมรับเทคโนโลยี ตลอดจนบทบาทและอิทธิพลของเทคโนโลยีต่อบุคคลและสังคม ในสังคมที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยี/การแพร่กระจาย/การยอมรับในระดับสูง อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์จะมีสูง เพราะข่าวสารประชาสัมพันธ์สามารถส่งผ่านเทคโนโลยีอย่างกว้างขวาง

2.4.2 ระดับจุลภาค หมายถึง ระดับการใช้เทคโนโลยีของบุคคล และการยอมรับบทบาทของเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน บุคคลที่มีการใช้เทคโนโลยีในระดับสูงจะได้รับอิทธิพลของการประชาสัมพันธ์สูงกว่าผู้ใช้เทคโนโลยีในระดับต่ำ

3. พฤติกรรมการรับสื่อ

อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการรับสื่อของบุคคล โดยบุคคลที่มีพฤติกรรมการรับสื่อในระดับสูงก็จะได้รับอิทธิพลของการประชาสัมพันธ์สูงกว่าบุคคลที่เปิดรับสื่อในระดับปานกลาง ระดับต่ำ หรือไม่เปิดรับสื่อเลย ดังนี้

3.1 ทำให้บุคคลได้รับรู้ความเคลื่อนไหวของสังคมผ่านข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับองค์การทั้งภาครัฐและเอกชนซึ่งรวมถึงนโยบาย รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

3.2 ทำให้บุคคลได้รับรู้ประเด็นปัญหาที่สำคัญในสังคม

3.3 ทำให้บุคคลสร้างทัศนคติทางบวกแก่สินค้า/บริการ องค์การ บุคคล และประเด็นปัญหาของสังคม

3.4 ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ หรือให้ความร่วมมือกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่จัดขึ้น

3.5 ทำให้บุคคลปรับเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม และวิถีชีวิตอย่างถาวร

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2553: 14-10) ได้กล่าวถึงกระบวนการเลือกสรรข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ทฤษฎีนี้พบว่าบุคคลมักแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้น การลดหรือการหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารเลือกเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน และเมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความเสียเปรียบได้เปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่จะสนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

2. การเลือกรับรู้และการตีความ กระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อได้ไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงมีได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง หรือตามแรงจูงใจ เป็นต้น การเลือกรับรู้เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ความรู้ใหม่สอดคล้องกัน

3. การเลือกจดจำ เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมภาพลักษณ์หรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมากขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ดังกล่าว พบว่า การรับรู้ประกอบไปด้วยการเลือกที่จะเปิดรับหรือเลือกที่จะสนใจ การจัดระบบ การแปลความหมาย และการจดจำ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับเน็ตไอดอลของวัยรุ่น เมื่อวัยรุ่นมีกระบวนการรับรู้เน็ตไอดอลที่ตนเองสนใจก็จะส่งผลต่อไปยังทัศนคติ และสุดท้ายก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงในลักษณะต่างๆ ทั้งพฤติกรรมที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม ซึ่งปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กระบวนการรับรู้มีความแตกต่างกันคือลักษณะบุคลิกภาพเฉพาะตัวของวัยรุ่นแต่ละคน ดังนั้นหากเข้าใจถึงความแตกต่างเหล่านี้จะสามารถสร้างความเข้าใจให้วัยรุ่นมีการรับรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลให้วัยรุ่นเหล่านั้นมีพฤติกรรมที่เหมาะสมอีกด้วย

3.แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

Richard M. Elliott and other (1967: 2) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ คือ จิตใจและระบบประสาท การจัดระบบของประสบการณ์ การใช้ความพยายามในการสั่ง หรือพลังและความคิดสร้างสรรค์ในการตอบสนองของแต่ละบุคคลต่อสิ่งของหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง และได้กล่าวว่า ทัศนคติไม่ได้ทำให้เกิดพฤติกรรมที่มีความชัดเจน ทัศนคติไม่ใช่ความคิดเห็นที่มุ่งไปทางใดทางหนึ่ง และไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่จะนำไปใช้ในการทำงาน ตัวอย่างเช่น อาจารย์ที่มีทัศนคติทางบวกในเรื่องเกี่ยวกับวิชาการที่เป็นอิสระอาจหมายความว่าเขาเชื่อว่าหากจำกัดความอิสระในด้านวิชาการจะทำให้เกิดการสูญเสียมาตรฐานทางการศึกษา การศึกษาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจึงเป็นการศึกษาทั้งการเปลี่ยนแปลงความคิดและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่าง

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานต์ (2548: 158) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความคิดซึ่งอาจเป็นความรู้หรือความเชื่อก็ตาม และความรู้สึกที่ทนทานและได้รับการจัดระเบียบ อันเป็นตัวชักนำให้เราปฏิบัติไปในทิศทางต่างๆ ทัศนคติจึงมิได้เป็นเพียงแต่ความคิดเห็นเท่านั้น แต่มีลักษณะที่ ฝังลึกมากกว่านั้น จากคำนิยามนี้สามารถแบ่งองค์ประกอบของทัศนคติได้เป็น 3 ส่วน คือส่วนที่เป็นความคิด (ความรู้, ความเชื่อ) ส่วนที่เป็นอารมณ์ (ความรู้สึก) และส่วนที่เป็นพฤติกรรม (การปฏิบัติ)

ส่วนเอกณรงค์ วรสีหะ (2552: 228) กล่าวว่า ทัศนคติ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Attitude แปลว่า เป็นการประเมินความพอใจและความไม่พอใจของบุคคล ความรู้สึกและแนวโน้มของการปฏิบัติที่มีต่อสิ่งของหรือความคิด หรือหมายถึงการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่พอใจและ/หรือไม่พอใจ หรือนอกจากนั้นอาจมีความหมายว่าท่าทีหรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

วิรัช ลภีรัตนกุล (2553: 200) แบ่งประเภทของทัศนคติเป็น 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่

1. ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น ต่อเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง ต่อนโยบายหรือองค์กร
2. ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) จะเกิดขึ้นได้ในบุคคลทุกคน ได้แก่ มีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อองค์กรหรือสถาบัน ทัศนคติในทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความรู้สึกระแหง (unpleasantness) หรือความไม่พอใจ (dissatisfaction)

3. ทักษะคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) เป็นทัศนคติที่บุคคลมีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อบุคคลหรือองค์การสถาบัน อาจเป็นทัศนคติที่นิ่งเฉยก็ได้ ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลผู้นั้นไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ โดยสิ้นเชิง

สุนทรีย์ โคมิน (2545: 395) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบทางด้านการรู้คิดหรือความรู้ (Cognitive Component) ทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดจะประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นเป็นประการแรก ตั้งแต่การรับรู้ว่าเป็นสิ่งใดอะไร มีความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้นมากน้อยเพียงใด รู้ว่าสิ่งนั้นมีคุณมีโทษอย่างไร หากไม่รู้ก็จะไม่มีทัศนคติเกิดขึ้น ปริมาณความรู้ที่จำเป็นในการให้เกิดทัศนคตินั้นอยู่ที่ลักษณะของคนแต่ละคน ดังนั้นองค์ประกอบทางด้านความรู้จึงสำคัญมากทั้งในแง่ของการมีทัศนคติ (attitude formation) และการเปลี่ยนทัศนคติ เพราะผู้ที่ขาดความรู้ย่อมจะถูกเปลี่ยนได้ง่ายกว่าผู้ที่มีความรู้กว้าง ความรู้เป็นฐานของความเชื่อที่ทำให้บุคคลผู้นั้นเชื่อว่าข้อมูลนั้นๆ เป็นจริงหรือไม่จริง

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของทัศนคติ เพราะเป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. องค์ประกอบด้านความพร้อมที่จะกระทำ (Action Tendency หรือ Behavioral Component) เมื่อคนมีความรู้เชิงประเมินและมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดแล้ว ความพร้อมที่จะกระทำในทางใดทางหนึ่งที่สอดคล้องกับความรู้เชิงประเมินและความรู้สึกต่อสิ่งนั้น ซึ่ง จูซาร์ตัน เอื้ออำนวย (2553: 171) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าพฤติกรรมจะแสดงออกได้ 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมทางบวก ได้แก่ การยอมรับ สนับสนุน เข้าใกล้ ช่วยเหลือ ส่งเสริม และพฤติกรรมทางลบ ได้แก่ การทำลาย ขัดขืน ต่อสู้ ถอยหนี เป็นต้น

ส่วนอรรถธรณ ปิรันธน์โอวาท (2546: 48) กล่าวว่า สามารถใช้ทัศนคติเป็นตัวทำนายพฤติกรรมได้ หากทัศนคติดีลักษณะต่อไปนี้

1. ทัศนคติที่ฝังรากลึกและมีความชัดเจน การเปลี่ยนทัศนคติใดๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นโดยการวิเคราะห์สารอย่างเป็นระบบจะเป็นการเปลี่ยนทัศนคติที่ค่อนข้างคงทนถาวร เมื่อเปรียบกับการเปลี่ยนทัศนคติที่เป็นไปอย่างผิวเผิน เพราะการเปลี่ยนทัศนคติที่มาจากการวิเคราะห์สารอย่างเป็นระบบเป็นการเปลี่ยนในด้านการรับรู้ซึ่งเชื่อมโยงกับความเชื่อ ค่านิยม ความรู้

2. ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกัน วัตถุหรือแนวคิดที่จะดึงดูดทัศนคติให้เกิดขึ้นได้ที่เราเรียกว่า Attitude Objects มักปรากฏอยู่ในสภาพการณ์ที่สลับซับซ้อนอยู่เสมอ ผลที่ตามมาคือ ทัศนคติที่ต้องการให้เกิดอาจจะไม่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดทัศนคติอื่นในสถานการณ์เดียวกัน ดังนั้นจึงอาจมีทัศนคติและความเชื่อหลายอย่างมาเกี่ยวข้องกันในการที่จะนำไปสู่พฤติกรรมหนึ่งๆ ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมากที่สุดคือทัศนคติที่เด่นชัดมากที่สุด (Most Salient) ในสถานการณ์เฉพาะนั้นๆ

3. ทัศนคติที่มีรากฐานบนความรู้สึกและทัศนคติที่มีรากฐานอยู่บนความรู้ กล่าวคือทัศนคติบางอย่างมีรากฐานอยู่บนความรู้สึก เช่น การชอบดารา นักร้อง นักกีฬา สัตว์เลี้ยง ในขณะที่หากมีความชอบหลักสูตรปรัชญาเอกของคณะหนึ่งมีรากฐานบนความรู้

4. ทักษะคิดต่อเรื่องต่างๆ ซึ่งผู้คนสนใจหรือเห็นว่าเป็นผลประโยชน์ของเขาเอง สารซึ่งเป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับคนๆ หนึ่งก็ย่อมจะได้รับการพิจารณาไตร่ตรองจากผู้รับสารมากกว่าสารที่มีความสำคัญน้อยกว่า ซึ่งก็แน่นอนว่าสารเหล่านั้นย่อมนำไปสู่ทัศนคติซึ่งผลักดันไปสู่พฤติกรรมได้มากกว่าสารซึ่งมีความสำคัญน้อย

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติข้างต้น พบว่าทัศนคติประกอบไปด้วยองค์ประกอบทางด้านการรู้คิดหรือความรู้ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบด้านความพร้อมที่จะกระทำ ซึ่งหากวัยรุ่นมีความรู้หรือความรู้สึกที่ดีต่อเน็ตไอดอลคนใดก็จะเกิดพฤติกรรมใด พฤติกรรมหนึ่งตามแบบเน็ตไอดอลคนนั้นๆ ไปด้วย ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นกรอบการศึกษาทัศนคติของวัยรุ่นซึ่งมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล ดังนั้นการทราบถึงทัศนคติเบื้องต้นของวัยรุ่นที่มีต่อเน็ตไอดอลจะเป็นข้อมูลให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถสร้างหรือเปลี่ยนทัศนคติของวัยรุ่นให้เป็นไปในทางที่เหมาะสม และข้อมูลดังกล่าวยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการสร้างทัศนคติที่ดีที่มีต่อเน็ตไอดอลของวัยรุ่น เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

4.แนวคิดเกี่ยวกับการเลียนแบบ

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย (2553: 122) ได้กล่าวไว้ว่า อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) นักจิตวิทยาชาวแคนาดา ได้อธิบายไว้ว่า การเรียนรู้ส่วนใหญ่ของคนเกิดจากการสังเกตตัวแบบ (model) หรือการเลียนแบบ (imitation) จากตัวแบบซึ่งแตกต่างจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่ต้องอาศัยการลองผิดลองถูก เพราะเสียเวลาและอาจประสบอันตรายได้ การเรียนรู้แบบนี้พบว่า ตัวแบบเพียงคนเดียวสามารถที่จะถ่ายทอดทั้งความคิดและการแสดงออกได้พร้อมๆ กัน และการเรียนรู้ทางสังคมจากประสบการณ์ของผู้อื่นสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วผ่านทางสื่อต่างๆ ซึ่งจากการสังเกตทำให้เรียนรู้ได้ว่าพฤติกรรมนั้นได้รับผลกระทบอย่างไร ถ้าเห็นว่าผลกระทบที่ได้รับเป็นที่น่าสนใจ ผู้สังเกตก็มีแนวโน้มที่จะลอกเลียนแบบพฤติกรรมนั้น โดยจากงานวิจัยของแบนดูรา พบว่า การให้รางวัลแก่ตัวแบบที่แสดงพฤติกรรมก้าวร้าวมีผลทำให้เด็กลอกเลียนแบบพฤติกรรมก้าวร้าวมากขึ้น โดยได้แบ่งประเภทของตัวแบบออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ตัวแบบที่เป็นบุคคลจริงๆ (live model) คือตัวแบบที่บุคคลได้มีโอกาสสังเกตและปฏิสัมพันธ์โดยตรง
2. ตัวแบบที่เป็นสัญลักษณ์ (symbolic model) คือตัวแบบที่เสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ การ์ตูน หรือหนังสืออนิเมะ เช่น ดารานักแสดงที่ได้รับการยกย่องให้เป็นสัญลักษณ์คนรุ่นใหม่ในการเล่นกีฬาและไม่ข้องเกี่ยวกับยาเสพติด หรือซูเปอร์แมนซึ่งมีจิตใจดีงามในการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ หรือในทางตรงกันข้าม เด็กอาจเลียนแบบพฤติกรรมยวอาชญากรที่ลงข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์ เนื่องจากได้รับความสนใจจากประชาชนอย่างไม่เคยได้รับมาก่อนเมื่อทำตัวเรียบร้อย เพราะสังคมมักสนใจเด็กดี เด็กเก่ง และเด็กเกเร เมื่อไม่สามารถเป็นที่หนึ่งทางบวกได้ก็เลือกแสดงออกตามตัวแบบด้านลบซึ่งได้รับความสนใจเช่นกัน

พรหมทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ (2556: 149) กล่าวถึงต้นกำเนิดของพฤติกรรม (Origins of Behavior) จากแนวคิดของอัลเบิร์ต แบนดูรา ในเรื่องการเรียนรู้ตัวแบบ (Learning through modeling) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์อาจเกิดจากการเลียนแบบในกระบวนการสังเกตต่างๆ กัน ซึ่งกระบวนการสังเกต มีกระบวนการได้ 4 กระบวนการ ดังนี้

1. กระบวนการความตั้งใจ (attentional process) ได้แก่ การตั้งใจสังเกตเพื่อให้ได้การรับรู้ที่ถูกต้อง เพราะคนเราจะไม่สามารถเลียนแบบจากการสังเกตได้ ถ้าขาดความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของตัวแบบและกิจกรรมของตัวแบบ เพราะจะทำให้ไม่สามารถเกิดแบบแผนในการเลียนแบบตัวแบบได้

2. กระบวนการจดจำ (retention process) ได้แก่ การคงความจำในกิจกรรมที่เลียนแบบการเรียนรู้โดยการสังเกตซึ่งประกอบด้วยการวาดภาพในใจ (imaginal) และคำพูด (verbal) การเรียนรู้จากการสังเกตที่ได้นั้น ผู้สังเกตจะต้องทบทวนดูแบบอย่างพฤติกรรมของตัวแบบอย่างมีระบบ แล้วจึงลอกเลียนพฤติกรรมให้ถูกต้องจึงจะเกิดการเรียนรู้

3. กระบวนการสร้างพฤติกรรมทางอวัยวะการเคลื่อนไหว (motor reproduction process) กระบวนการนี้ที่สำคัญคือการแปรสภาพพฤติกรรมของตัวแบบเป็นการกระทำ พฤติกรรมที่แสดงออกสามารถแยกตามกระบวนการความรู้ความเข้าใจในการตอบสนองตามพื้นฐานข้อมูลที่ป้อนกลับ ฉะนั้น การเลียนแบบทักษะต่างๆ เช่น การว่ายน้ำ การตีกอล์ฟนั้นจะต้องเป็นไปตามลักษณะเรียนรู้แก้ไขไปทุกๆ วัน

4. กระบวนการจูงใจ (motivational process) มนุษย์นั้นไม่จำเป็นต้องเกิดพฤติกรรมทุกอย่างที่ตนเรียนรู้เสมอไป ฉะนั้น การจูงใจให้เกิดการเรียนรู้จึงมีบทบาทสำคัญในการเลียนแบบจากการสังเกต มนุษย์จะเลียนแบบพฤติกรรมที่ให้ผลดีกับเขามากกว่าพฤติกรรมที่ให้โทษกับเขา และเขามีแนวโน้มจะเลียนแบบพฤติกรรมที่เขาพอใจมากกว่าพฤติกรรมที่เขาทำแล้วไม่สบายใจ

สอดคล้องกับ สิริอร วิชชาวุธ (2554: 93) ได้กล่าวว่าการเรียนรู้จากการสังเกตมีกระบวนการทางปัญญา 4 ขั้น คือ

1. ช่วงความตั้งใจ (Attention Span) ความตั้งใจจะเป็นตัวกำหนดในการเลือกรับรู้สิ่งเร้าถ้าผู้เรียนตั้งใจที่จะรับรู้สิ่งเร้าหนึ่ง ผู้เรียนจะรู้ว่ามิใช่สิ่งเร้าอื่นปรากฏ ถ้าผู้เรียนไม่ตั้งใจรับรู้สิ่งเร้า ผู้เรียนจะไม่รู้ว่ามิใช่สิ่งเร้าอื่นปรากฏอยู่ในขณะนั้น สิ่งที่มีอิทธิพลทำให้ผู้เรียนเกิดการตั้งใจรับรู้เพื่อการเลียนแบบมีดังนี้

1.1 ตัวแบบ (Model) ตัวแบบจะเป็นบุคคลตัวอย่างหรือสิ่งที่เป็นตัวอย่าง ตัวแบบที่สามารถดึงดูดให้ผู้เรียนตั้งใจรับรู้จะต้องมีบุคลิกลักษณะที่น่าประทับใจ ผู้มีอำนาจในตำแหน่ง มีความน่าสนใจและความชื่นชอบของตัวแบบ เป็นผู้มีความสามารถ เป็นผู้เชี่ยวชาญและประสบความสำเร็จในด้านใดด้านหนึ่ง มีความสอดคล้องกับค่านิยมของผู้สังเกต มีความน่าเชื่อถือ มีบุคลิกลักษณะคล้ายกับผู้สังเกต และมีความอบอุ่นเป็นกันเอง

1.2 บุคลิกลักษณะของผู้สังเกต (Observer's Characteristics) บุคลิกลักษณะของผู้สังเกตมีอิทธิพลต่อการสังเกตตัวอย่างหรือเหตุการณ์ต่างๆ รวมถึงการตีความเหตุการณ์หรือสภาพเงื่อนไขต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ดังนี้

1.2.1 ความสามารถที่จะรับรู้สีกได้ ตัวแบบที่อยู่ในบริเวณหรือของเขตที่ผู้สังเกตจะสามารถรับรู้สีกได้จะทำให้ผู้สังเกตสามารถรับรู้ตัวแบบได้

1.2.2 ระดับความไวในการถูกกระตุ้นเร้าให้เกิดความสนใจในตัวแบบของผู้เรียน

1.2.3 การรับรู้ที่มีอยู่ก่อนแล้ว ถ้าผู้เรียนเคยรับรู้สิ่งเร้ามาก่อนแล้ว จะมีการรับรู้สีกสิ่งเร้านั้นเร็วกว่าสิ่งเร้าที่ตนไม่เคยรับรู้มาก่อน

1.2.4 ประวัติการได้รับแรงเสริม หากเคยได้รับการเสริมแรงทางบวกจากการทำตามตัวแบบก็จะเป็นตัวกระตุ้นให้สนใจและทำตามตัวแบบได้มากกว่าการที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การเก็บข้อมูลไว้เป็นความจำ (Retention) เมื่อผู้เรียนรับรู้เหตุการณ์ว่าสถานการณ์ใด ใคร ทำอะไร ได้อะไร ผู้เรียนจะเก็บสิ่งที่ตนรับรู้ไว้เป็นความจำ ซึ่งผู้เรียนจะต้องจำได้ว่าสิ่งที่ตนตั้งใจคืออะไร จากนั้นมีการจัดระเบียบประเภทของการคิดตามรูปแบบจินตนาการและภาษาที่ใช้สร้างเป็นสัญลักษณ์เก็บไว้ในความจำระยะยาว (Long Term Memory : LTM) และมีการทบทวนสิ่งที่ตนจำ

3. การทำพฤติกรรม (Motor Reproduction หรือ Behavioral Product) ผู้เรียนจะมีคำจำกัดความของสัญลักษณ์ที่แปลจากสิ่งที่ตนสังเกต แล้วนำมาสร้างรูปแบบในการกระทำที่เหมาะสม การจะเกิดพฤติกรรมได้นั้นผู้เรียนจะจับคู่เปรียบเทียบเหตุการณ์ที่ตนประสบในขณะนั้นกับภาพเหตุการณ์หรือมโนทัศน์ที่อยู่ในความจำเดิม และผู้เรียนจะปรับพฤติกรรมของตนตามมโนทัศน์ที่มีอยู่ในความจำ ผู้เรียนจะทำพฤติกรรมเลียนแบบที่ตนจำได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับสมรรถภาพทางกายที่จะทำได้ เมื่อทำพฤติกรรมเลียนแบบแล้วจะตรวจสอบดูว่าพฤติกรรมที่ตนทำไปนั้นทำได้ถูกต้องหรือไม่จากการสังเกตและการรับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับพฤติกรรมนั้นๆ

4. แรงจูงใจในการทำพฤติกรรม (Motivation) ความปรารถนาในการทำพฤติกรรมของผู้เรียน จะทำให้เขาทำพฤติกรรมที่ได้สังเกตเห็นไว้ ผู้เรียนจะไม่ได้แสดงพฤติกรรมที่ตนสังเกตเห็นจากตัวแบบหมดทุกพฤติกรรม ผู้เรียนจะแสดงพฤติกรรมตามพฤติกรรมของตัวแบบหรือไม่ขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจ 3 แบบ คือ สิ่งจูงใจโดยตรง สิ่งจูงใจจากการสังเกต และสิ่งจูงใจที่ตนเป็นผู้สร้างขึ้นเอง ถ้าตัวแบบทำพฤติกรรมแล้วได้รับรางวัลจากการทำพฤติกรรมนั้น ผู้เรียนจะมีแรงจูงใจในการเลียนแบบพฤติกรรมนั้นด้วย ถ้าตัวแบบทำพฤติกรรมแล้วได้รับการลงโทษ ผู้เรียนจะมีแรงจูงใจที่จะไม่เลียนแบบพฤติกรรม

Fischer & Gochros (1975 อ้างถึงใน สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต 2539: 51) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของตัวแบบไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. สร้างพฤติกรรมใหม่
เป็นการสร้างให้เกิดพฤติกรรมใหม่สำหรับผู้สังเกตที่ยังไม่เคยมีพฤติกรรมนั้นมาก่อน
2. เสริมพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น
ตัวแบบจะเป็นแรงจูงใจส่งเสริมให้ผู้สังเกตพัฒนาทักษะของตนเองให้ดีขึ้น
3. ยับยั้งการเกิดพฤติกรรม
ตัวแบบจะช่วยให้พฤติกรรมลดลงหรือไม่เกิดขึ้นเลย

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงอิทธิพลหรือหน้าที่ของตัวแบบมีหลายลักษณะ ซึ่งแต่ละลักษณะเกิดจากปัจจัยที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย

1. ผู้สังเกตจะแสดงพฤติกรรมใหม่ที่ยังไม่เคยเรียนรู้พฤติกรรมนั้นๆ มาก่อน โดยตัวแบบสาธิตให้เห็น แล้วผู้สังเกตเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบ
2. การสังเกตพฤติกรรมและผลที่ตามมาในทางบวกของตัวแบบจะเป็นการเพิ่มพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น
3. การยับยั้งการเกิดพฤติกรรมเก่า เมื่อผู้สังเกตมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ ตัวแบบจะช่วยให้การแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของตัวแบบลดลง
4. พฤติกรรมของตัวแบบช่วยให้ผู้สังเกตแสดงพฤติกรรม ช่วยให้ผู้สังเกตพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะแสดงออก ให้แสดงออกได้ง่ายขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเลียนแบบข้างต้นจะพบว่ากระบวนการเลียนแบบประกอบไปด้วย กระบวนการความตั้งใจ กระบวนการจดจำ กระบวนการสร้างพฤติกรรมทางอวัยะ การเคลื่อนไหว และกระบวนการจูงใจ ซึ่งเน็ตไอดอลเป็นตัวแบบที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นอย่างมาก การแสดงออกของเหล่าเน็ตไอดอลทั้งการแสดงความสามารถและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตลอดจนการแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างกระแสหรือก่อให้เกิดการยอมรับอื่นๆ จะทำให้วัยรุ่นผู้รับสารเกิดการตั้งใจติดตาม จดจำ และเริ่มเลียนแบบพฤติกรรมที่สนใจ ซึ่งเน็ตไอดอลในปัจจุบันมีทั้งประเภทเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การแสดงความสามารถของตนเองที่มีลักษณะเฉพาะและมีความโดดเด่น เช่น การร้องเพลง การทำอาหาร การประดิษฐ์สิ่งต่างๆ เป็นต้น และประเภทที่ไม่สร้างสรรค์ และอาจเป็นการทำลายวัฒนธรรมอันดี เช่น การนำเสนอรูปร่างในลักษณะที่ก่อให้เกิดความไม่เหมาะสมทางเพศ การแสดงออกถึงเรื่องเพศสัมพันธ์ หรือการแสดงออกถึงความก้าวร้าวรุนแรง เป็นต้น ซึ่งไม่ว่าจะโดดเด่นในด้านลบหรือด้านบวก พฤติกรรมของเน็ตไอดอลแต่ละคนก็ส่งผลทำให้พวกเขาได้รับความสนใจและเป็นที่ถูกกล่าวขวัญถึงจากคนจำนวนมาก ส่งผลให้วัยรุ่นบางส่วนที่ติดตามเน็ตไอดอลเกิดการลอกเลียนแบบพฤติกรรมด้านใดด้านหนึ่งจากคนที่ตนเองให้ความสนใจ หากเป็นพฤติกรรมด้านบวกก็จะทำให้วัยรุ่นเหล่านั้นพัฒนาทักษะความสามารถของตนให้ดียิ่งขึ้น แต่หากเป็นพฤติกรรมด้านลบก็จะทำให้วัยรุ่นเหล่านั้นเกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และอาจเกิดผลเสียระยะยาวต่อตนเองและคนใกล้ชิดได้ จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลตามลักษณะของบุคลิกภาพ เพื่อใช้ในการทำนายและป้องกันไม่ให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในอนาคต

5.แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ประกอบไปด้วย (Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555 และนิภาพร พวงมี 2554)

1. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism)

เป็นผู้ที่มีความวิตกกังวล (Anxiety) เป็นคนโกรธง่าย (Anger) ความท้อแท้ (Discouragement) การคำนึงถึงแต่ตนเอง (Self-Consciousness) การมีความกระตุ้นรุนแรง (Impulsiveness) และมีอารมณ์เปราะบาง (Vulnerability)

1.1 มีความวิตกกังวล (Anxiety) หมายถึง บุคคลที่มีความว่าุ่นหวาดกลัว มีแนวโน้มที่จะวิตกตื่นกลัว ตึงเครียด กระสับกระส่าย

1.2 โกรธง่าย (Anger) เป็นลักษณะที่บ่งชี้แนวโน้มของความโกรธ และภาวะที่เกี่ยวข้อง เช่น ความหงุดหงิดและความขุ่นเคือง

1.3 ความท้อแท้ (Discouragement) เป็นผู้ที่มีความรู้สึกผิด เศร้า สิ้นหวัง และว่าเหว เป็นผู้ที่มีความท้อแท้ง่าย

1.4 การคำนึงถึงแต่ตนเอง (Self-Consciousness) เป็นลักษณะผู้ที่มีอารมณ์ความรู้สึกเต็มไปด้วยความละอาย รู้สึกไม่สบายใจที่จะมีผู้อื่นอยู่แวดล้อม ไวต่อการแสดงออกที่ผู้อื่นมีต่อตนเอง และมีแนวโน้มที่จะรู้สึกต่ำต้อย เป็นลักษณะที่รู้สึกอาย หรือรู้สึกกังวลกับการเข้าสังคม

1.5 การมีความกระตุนรุนแรง (Impulsiveness) หมายถึง การไม่สามารถที่จะควบคุมแรงกระตุ้น และความต้องการของตนเอง

1.6 มีอารมณ์เปราะบาง (Vulnerability) หมายถึง ความอ่อนแอต่อความเครียด ไม่สามารถเผชิญกับความเครียดได้ เป็นผู้ที่ต้องพึ่งพาผู้อื่น เป็นคนสิ้นหวังตื่นตระหนกเมื่อประสบกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนต่ำสุดในบุคลิกภาพแบบนี้ คือ เป็นผู้ที่มีลักษณะยึดหยุ่น หมายถึง ผู้ที่มีแนวโน้มมีประสบการณ์ชีวิตในระดับของความมีเหตุผลมากกว่าคนส่วนใหญ่และดูเหมือนว่าในบางครั้งจะไม่ถูกกระทบกระเทือนจากสิ่งรอบตัวที่เกิดขึ้น ผู้ที่มีความยึดหยุ่นมากกว่าจะรู้สึกกังวลใจต่อสิ่งเร้าเพียงเล็กน้อยจากสภาพแวดล้อมรอบกาย แต่สิ่งเร้าจะต้องมีปริมาณมากพอให้เขารู้สึกกังวลใจ เช่น ผู้ควบคุมการจราจรทางอากาศ นักบินสอดแนมของกองทัพ ผู้จัดการทางการเงิน และวิศวกร เป็นต้น

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนสูง คือ ผู้ที่มีปฏิกิริยาโต้ตอบทันทีต่อสิ่งเร้า หมายถึง ผู้ที่มีความหวั่นไหวทางอารมณ์มากกว่าคนส่วนใหญ่ และรายงานว่ามีความพึงพอใจในชีวิตน้อยกว่าคนทั่วไป และพบว่าผู้ที่มีความรู้และมีระดับการศึกษาสูงความหวั่นไหวทางอารมณ์ที่อยู่ในระดับสูงจะเข้ามารบกวนหรือเป็นอุปสรรคต่อการทำงานได้ ตัวอย่างบทบาททางสังคมของบุคคลที่มีบุคลิกภาพเช่นนี้ คือ นักสังคมสงเคราะห์ นักวิชาการ ผู้ทำหน้าที่ให้บริการลูกค้า สมาชิกสภา เป็นต้น

ตาราง 2.1 ลักษณะองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว

บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนสูง
ความวิตกกังวล	สงบ	วิตกกังวล
ความโกรธ	โกรธช้า	โกรธเร็ว
ความท้อแท้	ท้อแท้อยาก	ท้อแท้ง่าย
การคำนึงถึงแต่ตนเอง	รู้สึกอึดอัดยาก	รู้สึกอึดอัดง่าย

บุคลิกภาพแบบห้วนใจ	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนสูง
การมีความกระตือรือร้นแรง	ทนต่อสิ่งที่มากกระตุ้นได้	ถูกยั่วได้ง่าย
อารมณ์แปรปรวน	เผชิญความเครียดได้ดี	รับมือกับความเครียดอย่างลำบาก

ที่มา: Costa & McCrae, 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน, 2555.

2. บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion)

การเป็นผู้มีความอบอุ่น (Warmth) ความชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น (Gregariousness) การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา (Assertiveness) การชอบมีกิจกรรม (Activity) ชอบแสวงหาความตื่นเต้น (Excitement Seeking) การมีอารมณ์ด้านบวก (Positive Emotions)

2.1 การเป็นผู้มีความอบอุ่น (Warmth) หมายถึง การเป็นผู้ที่มีความรักและเป็นมิตรต่อผู้อื่น เป็นผู้ที่มีความรักผู้อื่นอย่างแท้จริง

2.2 ความชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น (Gregariousness) หมายถึง ความชอบที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นเป็นหมู่คณะ

2.3 การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา (Assertiveness) หมายถึง ผู้ที่กล้าที่จะแสดงความเป็นผู้นำหรือเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในสังคม

2.4 การชอบมีกิจกรรม (Activity) หมายถึง ผู้ที่มีความว่องไว ตื่นตัว มีความต้องการทำกิจกรรมอยู่เสมอ

2.5 ชอบแสวงหาความตื่นเต้น (Excitement Seeking) หมายถึง ผู้ที่ชอบสิ่งแวดล้อมที่มีสีสันสดใส

2.6 การมีอารมณ์ด้านบวก (Positive Emotions) หมายถึง ผู้ที่มีความสนุกสนาน มีความสุข มีความหวัง และมองโลกในแง่ดี

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนต่ำในบุคลิกภาพแบบนี้ คือ เป็นผู้ที่มีลักษณะเก็บตัว หมายถึง ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะชอบความอิสระ สงบเสถียร มั่นคง และชอบทำอะไรคนเดียวมากกว่าอาชีพที่มีลักษณะพื้นฐานดังกล่าว เช่น ผู้จัดการฝ่ายผลิต นักฟิสิกส์ นักวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนสูง คือ ผู้ที่มีลักษณะแสดงตัว ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้นำมากกว่า มีความเป็นมิตร และชอบการแสดงออกต่อหน้าคนอื่น ๆ มีกิจกรรมทางกายภาพ และการพูดมากกว่าคนส่วนใหญ่ อาชีพที่มีลักษณะพื้นฐานดังกล่าวเช่น นักแสดง พนักงานขาย นักการเมือง นักสังคมศาสตร์

ตาราง 2.2 ลักษณะองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบแสดงตัว

บุคลิกภาพแบบแสดงตัว	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนสูง
ความอบอุ่น	ไว้ตัว เป็นพิธีการ	เป็นมิตรและสนิทสนม
การชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น	ไม่ชอบเข้าสังคม	ชอบเข้าสังคม
การแสดงออกตรงไปตรงมา	ชอบอยู่เบื้องหลัง	ชอบแสดงออก เป็นผู้นำ
การชอบมีกิจกรรม	ทำกิจกรรมอย่างไม่เร่ร่อน	ทำกิจกรรมอย่างกระฉับกระเฉง
การชอบแสวงหาความตื่นเต้น	ไม่ค่อยต้องการความตื่นเต้น	กระหายความตื่นเต้น
การมีอารมณ์ด้านบวก	ไม่ค่อยร่าเริง	ร่าเริง มองโลกในแง่ดี

ที่มา: Costa & McCrae, 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน, 2555.

3. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

การเป็นคนช่างฝัน (Fantasy) ความสุนทรีย์ (Aesthetics) การเปิดเผยความรู้สึก (Feelings) การปฏิบัติ (Actions) การมีความคิด (Ideas) การยอมรับค่านิยม (Values)

3.1 การเป็นคนช่างฝัน (Fantasy) หมายถึง ผู้ที่มีชีวิตไปด้วยจินตนาการและความฝัน มีความคิดสร้างสรรค์ภายในตนเอง

3.2 ความสุนทรีย์ (Aesthetics) หมายถึง ผู้ที่หวั่นไหวกับงานและความงดงามในศิลปะ บทกวี

3.3 การเปิดเผยความรู้สึก (Feelings) หมายถึง การเป็นผู้ที่รับรู้อารมณ์และความรู้สึกภายในตนเอง

3.4 การปฏิบัติ (Actions) หมายถึง ผู้ที่พร้อมที่จะลองทำกิจกรรมใหม่ๆ เช่น รับประทานอาหารใหม่ๆ ชอบความแปลกใหม่หลากหลายกว่าความเคยชินที่ปฏิบัติอยู่

3.5 การมีความคิด (Ideas) หมายถึง การมีความคิดที่จะเปิดรับเหตุการณ์หรือเรื่องใหม่ๆ

3.6 การยอมรับค่านิยม (Values) หมายถึง การมีความพร้อมที่จะตรวจสอบค่านิยมต่างๆ เช่น ค่านิยมทางสังคม การเมือง และศาสนา

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนต่ำในบุคลิกภาพแบบนี้ คือ การเป็นนักอนุรักษ์ (Preserver) หมายถึง ผู้ที่มีความสนใจแคบ เป็นนักอนุรักษ์นิยม ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง รู้สึกสะอวใจเมื่ออยู่ร่วมกับครอบครัวคนรู้จัก อาชีพที่มีลักษณะพื้นฐานดังกล่าว เช่น ผู้จัดการทางการเงิน ผู้ปฏิบัติงานประจำ ผู้จัดการโครงการ นักวิทยาศาสตร์ประยุกต์

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนสูงในบุคลิกภาพแบบนี้ คือ การเป็นนักสำรวจ (Explorer) หมายถึง ผู้ที่มีความสนใจกว้าง หลงใหลไปกับประสบการณ์แปลกใหม่ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ หรือมีลักษณะเสรีนิยม อาชีพที่มีลักษณะพื้นฐานดังกล่าว เช่น สถาปนิก ศิลปิน นักบริหาร ตัวแทนแลกเปลี่ยน และนักวิทยาศาสตร์

ตาราง 2.3 ลักษณะองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์

บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนสูง
การเป็นคนช่างฝัน	ให้ความสำคัญกับปัจจุบัน	มีจินตนาการ ช่างฝัน
การซาบซึ้งในความสุข	ไม่สนใจในศิลปะ	ซาบซึ้งในศิลปะและความสวยงาม
การเปิดเผยความรู้สึก	เพิกเฉย ไม่สนใจในความรู้สึกต่างๆ	เห็นคุณค่าของอารมณ์ด้านต่างๆ
การปฏิบัติ	ชอบทำในสิ่งที่เคยชิน	ชอบความหลากหลาย ลองสิ่งใหม่ๆ
การมีความคิด	เน้นการใช้เหตุผลในมุมมองแคบ	เน้นการใช้เหตุผลในมุมมองกว้าง
การยอมรับค่านิยม	ไม่ยอมรับค่านิยมใหม่ๆ	พร้อมที่จะตรวจสอบค่านิยมต่างๆ

ที่มา: Costa & McCrae, 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน, 2555.

4. บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness)

การเป็นผู้ไว้วางใจผู้อื่น (Trust) ความตรงไปตรงมา (Straight Forwardness) ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ (Altruism) การยอมตามผู้อื่น (Compliance) ความสุภาพ (Modesty) และความมีจิตใจอ่อนโยน (Tender-Mindedness)

4.1 การเป็นผู้ไว้วางใจผู้อื่น (Trust) หมายถึง การที่เชื่อว่าผู้อื่นมีความซื่อสัตย์และเจตนาดี

4.2 ความตรงไปตรงมา (Straight Forwardness) หมายถึง การมีความจริงใจที่จะปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา

4.3 ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ (Altruism) หมายถึง ผู้ที่มีความห่วงใยในสวัสดิภาพของผู้อื่น เป็นผู้ที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น

4.4 การยอมตามผู้อื่น (Compliance) หมายถึง ผู้ที่มีลักษณะอ่อนโยนตอบสนองการกระทำของผู้อื่นอย่างสุขุม

4.5 ความสุภาพ (Modesty) หมายถึง ผู้ที่ถ่อมตน ไม่ชมว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่น

4.6 ความมีจิตใจอ่อนโยน (Tender-Mindedness) หมายถึง ผู้ที่ให้ความสำคัญต่อความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น มีความห่วงใยต่อความต้องการของผู้อื่น

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนต่ำในบุคลิกภาพนี้ คือ การเป็นนักท้าทาย (Challenger) หมายถึง ผู้ที่มุ่งไปยังความต้องการและบรรทัดฐานส่วนตัวของตนมากกว่าของกลุ่ม มีความเกี่ยวข้องกับอำนาจที่ได้มา อาชีพที่มีลักษณะพื้นฐานดังกล่าว เช่น ผู้นำทางทหาร ผู้จัดการ นักโฆษณา

ลักษณะสุดขีดของผู้ได้คะแนนสูง คือ การเป็นนักปรับตัว (Adapter) หมายถึง ผู้ที่มีแนวโน้มทำตามความต้องการของกลุ่ม ยอมรับตามบรรทัดฐานของกลุ่มมากกว่ายืนกรานตามบรรทัดฐานของตนเอง มีความกลมกลืนในการปรับตัว อาชีพที่มีลักษณะพื้นฐานดังกล่าว เช่น งานด้านสังคมสงเคราะห์ นักจิตวิทยา

ตาราง 2.4 ลักษณะองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบประนีประนอม

บุคลิกภาพแบบประนีประนอม	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนสูง
ความไว้วางใจผู้อื่น	ช่างเยาะเย้ย ถากถาง ขี้อิจฉา	เห็นว่าผู้อื่นเจตนาดี เชื่อสัจย์
ความตรงไปตรงมา	ระแวงระวัง พุดเกินจริง	จริงใจ ตรงไปตรงมา
ความเอื้อเฟื้อ	ไม่เต็มใจช่วยเหลือผู้อื่น	เต็มใจช่วยเหลือผู้อื่น
การยอมทำตามผู้อื่น	ก้าวร้าว ชอบแข่งขัน	ประนีประนอม คล้อยตาม
ความสุภาพ	รู้สึกว่าคุณเองเหนือผู้อื่น	สุภาพ
การมีจิตใจอ่อนโยน	ติดยึดอยู่กับเหตุผล	จิตใจอ่อนโยน พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง

ที่มา: Costa & McCrae, 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน, 2555.

5. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness)

การมีความสามารถ (Competence) ความเป็นระเบียบ (Order) การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ (Dutifulness) ความต้องการสัมฤทธิ์ผล (Achievement Striving) ความมีวินัยต่อตนเอง (Self-Discipline) และแนวคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน (Deliberation)

5.1 การมีความสามารถ (Competence) หมายถึง ผู้ที่สามารถจัดการกับชีวิตตนเองได้ มีความเป็นเหตุเป็นผล และมีประสิทธิภาพในตนเอง

5.2 ความเป็นระเบียบ (Order) หมายถึง ผู้ที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

5.3 การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ (Dutifulness) หมายถึง ผู้ที่ยึดมั่นในหลักการทางจริยธรรมและปฏิบัติตามคำมั่นที่ให้ไว้

5.4 ความต้องการสัมฤทธิ์ผล (Achievement Striving) หมายถึง การทำงานหนักเพื่อประสบความสำเร็จในงานตามเป้าหมาย

5.5 ความมีวินัยต่อตนเอง (Self-Discipline) หมายถึง ความสามารถที่จะเริ่มและปฏิบัติงานให้สำเร็จ แม้ว่าเต็มไปด้วยความเบื่อหน่ายหรืออุปสรรคก็ตาม

5.6 แนวคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน (Deliberation) หมายถึง การมีความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ มีความระมัดระวังในการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนต่ำของผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบนี้ คือ ผู้ที่สามารถปรับตัวยืดหยุ่นได้ (Flexible) เป็นผู้ที่ยืดหยุ่นต่อการรอกแวกออกจากเป้าหมาย และให้ความสนใจที่เป้าหมายน้อยกว่า นิยมหาความสุข โดยทั่วไปมักปล่อยปละละเลยที่จะใส่ใจในเป้าหมาย อาชีพที่มีลักษณะพื้นฐานดังกล่าว เช่น นักวิจัย ที่ปรึกษา นักสอบสวน

ลักษณะสุดขั้วของผู้ที่ได้คะแนนสูง คือ การเป็นผู้ที่มุ่งเป้าหมาย (Focused) จะมีการแสดงออกถึงผลของการควบคุมตนเองสูง ทั้งเป้าหมายส่วนตัวและอาชีพ ลักษณะทั่วไปจะเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ มีลักษณะบ้างาน มุ่งมั่น ยากต่อการทำให้ไขว่เขว อาชีพที่มีลักษณะพื้นฐานดังกล่าว เช่น ผู้บริหารระดับสูง ผู้นำ ที่ประสบความสำเร็จ

ตาราง 2.5 ลักษณะองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก

บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะผู้ที่ได้คะแนนสูง
การมีความสามารถ	รู้สึกว่าได้เตรียมพร้อมบ่อยครั้ง	รู้สึกว่ามีความสามารถและมีประสิทธิภาพ
ความเป็นระเบียบ	ไม่เป็นระเบียบ ไม่เป็นระบบ	เป็นระเบียบเรียบร้อย
การมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่	ไม่เอาใจใส่ต่อนหน้าที่	มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อนหน้าที่
ความต้องการสัมฤทธิ์ผล	มีความต้องการสัมฤทธิ์ผลต่ำ	มีความพยายามเพื่อให้สำเร็จเป้าหมาย
ความมีวินัยในตนเอง	ผัดวันประกันพรุ่ง วอกแวก	มุ่งเน้นการปฏิบัติภารกิจให้สำเร็จ
ความคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน	ปฏิบัติโดยปราศจากการไตร่ตรอง	คิดอย่างรอบคอบก่อนปฏิบัติ

ที่มา: Costa & McCrae 1992 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ศรีปาน 2555.

จากแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบข้างต้น ประกอบด้วย 1. บุคลิกภาพแบบหว้นไหว (Neuroticism) ซึ่งได้แก่ ความวิตกกังวล เป็นคนโกรธง่าย ความท้อแท้ การคำนึงถึงแต่ตนเอง การมีความกระตือรือร้นแรง และมีอารมณ์แประบาง 2.บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) ซึ่งได้แก่ การเป็นผู้ที่มีความอบอุ่น ความชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา การชอบมีกิจกรรม ชอบแสวงหาความตื่นเต้น การมีอารมณ์ด้านบวก 3.บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) ซึ่งได้แก่การเป็นคนช่างฝัน ความสุนทรีย์ การเปิดเผยความรู้สึก การปฏิบัติ การมีความคิด การยอมรับค่านิยม 4.บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) ซึ่งได้แก่ การเป็นผู้ไว้วางใจผู้อื่น ความตรงไปตรงมา ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ การยอมตามผู้อื่น ความสุภาพ และความมีจิตใจอ่อนโยน และ 5.บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) ซึ่งได้แก่ การมีความสามารถ ความเป็นระเบียบ การมีความรับผิดชอบใน

หน้าที่ ความต้องการสัมฤทธิ์ผล ความมีวินัยต่อตนเอง และแนวคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน ซึ่งบุคลิกภาพในแต่ละลักษณะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้บุคคลมีความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงเป็นตัวแปรสำคัญในการศึกษาในครั้งนี้

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนกร กิจจันทร์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบประนีประนอม และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่วนบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์ทางลบกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ภาณิน กมลสุนทร (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ” โดยผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ และบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์ทางลบกับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ ส่วนบุคลิกภาพแบบแสดงตัว แบบเปิดรับประสบการณ์ แบบมีจิตสำนึกไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ และบุคลิกภาพทั้งห้าองค์ประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้จากองค์กร

ธนวุฒิ เศรษฐฤทธิ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเล่นแบบศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ” โดยการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันทางด้านเพศและการรับชมโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเล่นแบบศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์ บทบาทศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์ทางด้านกระบวนการเรียนรู้จากตัวแบบมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นแบบศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์ของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตุล อัครนิบุตร และ นรฤกต วันตะเมธ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของการโฆษณาที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ตแก๊สต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของวัยรุ่นหญิงในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า 1. การเปิดรับโฆษณาที่ใช้แก๊สเป็นฟรีเซนต์ร็อกเก็ต 2. การเปิดรับโฆษณาที่ใช้แก๊สเป็นฟรีเซนต์ร็อกเก็ตสินค้ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของวัยรุ่นหญิงต่อตราสินค้าที่ใช้แก๊สเป็นฟรีเซนต์ร็อกเก็ต และ 3. ทัศนคติของวัยรุ่นหญิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นหญิงต่อตราสินค้าที่ใช้แก๊สเป็นฟรีเซนต์ร็อกเก็ต

วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล (2556 : 35) ได้ศึกษาเรื่อง “บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับการใช้เฟสบุ๊ค” โดยศึกษาพบว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบชอบแสดงตัวนิยมใช้เฟสบุ๊คเพื่อสร้างความสำคัญกับเพื่อน และเป็นผู้ที่มีเพื่อนในเฟสบุ๊คมาก ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบประนีประนอมไม่นิยมใช้เฟสบุ๊ค และไม่ค่อยมีกิจกรรมบนเฟสบุ๊ค ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกไม่นิยมใช้เฟสบุ๊คและชอบอัปโหลดรูปภาพ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวนิยมใช้เฟสบุ๊ค ชอบเขียนรายละเอียดส่วนตัวเพื่อแสดงตัวตนในโลก

ออนไลน์ และผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดใจรับประสบการณ์นิยมใช้เฟสบุ๊กเพื่อติดตามอ่านข้อความในโพสต์ของผู้อื่นและช่วยแสดงความคิดเห็น

ศศิมา อุดมศิลป์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ในธุรกิจร้านอาหาร” ผลการวิจัยพบว่า 1. ภาพรวมของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่มีคนติดตามจำนวนมากประกอบด้วยการให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อเท็จจริง การใช้ภาษาที่เป็นกันเอง การพูดคุยโต้ตอบกับผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ และการโพสต์ข้อความอย่างต่อเนื่อง การโพสต์ร้านอาหารที่มาจากสไตล์ความชอบส่วนบุคคลที่ตรงกับความสนใจของคนส่วนใหญ่ และมีการนำเสนอความคิดเห็นอย่างเป็นกลาง 2.ทัศนคติที่มีต่อคุณสมบัติของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่คนชื่นชอบและติดตาม และทัศนคติที่มีต่อข้อมูลรีวิวร้านอาหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการทำตามที่บล็อกเกอร์นำเสนอ

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

