



## พฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร The Imitating of Artists Behavior Through Social Media of Youth in Bangkok

ขวัญชนก ธนาสุวรรณ<sup>1\*</sup>, ศยามน อินสะอาด<sup>2</sup> และ สรัญญา เชื้อทอง<sup>3</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

<sup>2</sup>คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

<sup>3</sup>คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
ประเทศไทย

\*ผู้รับผิดชอบบทความ

Kwanchanok Tanasuwan<sup>1\*</sup>, Sayamon Insaard<sup>2</sup> and Saranya Chuathong<sup>3</sup>

E-mail: nookwan13@gmail.com<sup>1</sup>, dr.sayamon@gmail.com<sup>2</sup>, saranyachuathong@hotmail.com<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mass Communication Technology, Faculty of Mass Communication,  
Ramkhamhaeng University. Thailand

<sup>2</sup>Faculty of Education, Ramkhamhaeng University, Thailand

<sup>3</sup>Faculty of Industrial Education and Technology, KMUTT, Thailand

\*Corresponding author

Received: April 21, 2018 / Revised: February 21, 2019 / Accepted: February 21, 2019

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมของเยาวชนในกรุงเทพมหานครในการเปิดรับข้อมูลจากการเผยแพร่ข้อมูล เนื้อหา ของศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (2) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการแสดงออกและบุคลิกภาพต่อการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ (3) เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครจากพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า

1. เยาวชนในกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมพบว่ามีระยะเวลา ช่วงเวลา ความถี่ ปัจจัย ความสนใจ แรงจูงใจ และประสบการณ์ที่เคยเลียนแบบศิลปินที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเลียนแบบศิลปิน; สื่อสังคมออนไลน์



จะมีพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. เยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมพบว่า ในด้านรูปแบบการติดตามศิลปิน และการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. รูปแบบการติดตามข่าวสารศิลปินผ่านสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## Abstract

This study, the imitating of artists behavior through social media of youth in Bangkok, aimed: (1) to study about the behavior of the youth in Bangkok by observation the receiving information from the content dissemination of the artists through social media (2) to investigate the characteristics of the youth who has the imitation behavior in Bangkok. (3) to study the relationship of youth in Bangkok from the Imitating of artists through social media. Findings are as follows:

1. Most of the young people were received the news of the artists from social media. Overall, it shows that the duration, period, frequency, interest, motivation and experience of them that they used to imitate to different artists. The behavior of imitating artists through social media of youth in Bangkok is different. Statistically significant at the .05 level.

2. The youth in Bangkok, who have the different level of education and income per month, tend to imitate artists through social media in a different level. Overall, it shows that In the field of artist tracks. There was a statistically significant difference at the level of .05.

3. The pattern of follow-up the movement of artists lifestyle through online social networks and medias in Bangkok has a positive way of imitating and has the statistically significant at the .05 level.

**Keywords:** The imitating of artists behavior; Social media

## บทนำ

จากสภาพสังคมปัจจุบันที่เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมายอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา นั้นทำให้ ข้อมูลข่าวสาร เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจ ดังนั้นความต้องการการทางด้านการสื่อสารจึงเกิดขึ้น



และเป็นความจำเป็นที่ไม่อาจหยุดยั้ง ผู้คนมีการติดต่อสื่อสารกันที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น สามารถติดต่อกันได้ทุกที่ ทุกเวลา (พรรณรัตน์ จิระวัฒนาศักดิ์, 2550, หน้า 2) วงการมายนับได้ว่าเป็นอาชีพที่ใฝ่ฝันของคนรุ่นใหม่ใน เจนเนอเรชัน (Generation) นี้ ค่านิยมในสังคมไทยที่เปลี่ยนไปสู่ยุค โมเดิร์นไนเซชัน (Modernization) ที่มีแฟนคลับชอบดารา บ้านกร้อ ปกป้องศิลปินเกาหลี คงยอมรับว่ากระแสโลกโซเชียลเน็ตเวิร์ค เป็นยุคแห่งความเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วสูงมาก อาชีพดารา นักร้อง ไม่ได้เป็นเพียงอาชีพที่มีโอกาสในการเปิดเผยตัวต่อสาธารณะเพียงอย่างเดียว แต่อาชีพดารานักร้องนี้ ยังคงมีการรับความคาดหวังจากสังคมให้เป็นอาชีพที่เป็นแบบอย่างที่ดี เช่น พฤติกรรมไม่พึงประสงค์ พบว่า นักร้องสาว วงเกิร์ลลี่ เบอร์รี่ มีคดีมาแล้วนับ ทั้งที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นพรีเซ็นเตอร์ ในโครงการเมาไม่ขับ หรือเสก โลโซ ร็อกสตาร์ที่เกี่ยวข้องด้วยยาเสพติด เป็นต้น มีผลกระทบต่อค่านิยมและเจตคติของเยาวชนคนรุ่นใหม่ ทั้งในด้านบวกและลบ (อภิรักษ์ สิริรัตนจิตต์, 2556) วัยรุ่นเปรียบได้กับสะพานเชื่อมระหว่างวัยเด็กกับวัยผู้ใหญ่ เป็นวัยที่จะมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการคิด จะต้องเผชิญกับการเลือกตัดสินใจ ทางจิตวิทยาจะมองเด็กวัยรุ่น คือสภาวะหัวเลี้ยวหัวต่อแห่งชีวิตที่จะต้องการปรับตนเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ (ปรารักษ์สุทิพย์ ทรงวุฒิสกุล, 2553, หน้า 219) โดยจากการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551) ได้สรุปว่า ผลการสำรวจเด็กและเยาวชนอายุ 5-24 ปี มีอัตราการใช้คอมพิวเตอร์มากที่สุดสูง ร้อยละ 82.6 สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์ (2556) ศึกษาเกี่ยวกับค่านิยมที่ดารามีอิทธิพลต่อวัยรุ่น พบว่าวัยรุ่นมีพฤติกรรมเลียนแบบตัวละครหรือนักแสดงมาเป็นอันดับ 1 นอกจากนี้การนำเสนอข่าวสารในปัจจุบันมีหลายช่องทาง และหนึ่งในช่องทางเหล่านั้นคือการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งถือเป็นช่องทาง สื่อสารที่ได้รับความนิยมมาก (กมล เครื่องนันทา, 2553, หน้า 1-2)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน, 2559) หรือ ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2559 ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จากการสำรวจ กลุ่มเจนวาย (Gen Y) เป็นกลุ่มที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ที่ 48.9 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่พักอาศัยในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 29.3 ด้วยโครงสร้างพื้นฐานทางอินเทอร์เน็ตของคนกรุงเทพฯ ที่ดีและพร้อมกว่าต่างจังหวัด ในส่วนของสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยม 3 อันดับ พบว่า อันดับแรก ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมของเยาวชนในกรุงเทพมหานครในการเปิดรับข้อมูลจากการเผยแพร่ข้อมูล เนื้อหา ของศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์
3. เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครจากพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์



### สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรของเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน
2. ลักษณะการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครต่างกัน
3. ลักษณะของรูปแบบการติดตามข้อมูลข่าวสารของศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์เยาวชนในกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เยาวชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง อายุตั้งแต่ 16-20 ปี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคำนวณได้จากสูตรการคำนวณของ ยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 725) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ตัวอย่างง่าย (Sample Random Sampling --SRS) โดยการจับฉลาก จากประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 50 เขตเลือกเขตในการสุ่มตัวอย่างจำนวน 5 เขต ผลการจับฉลากได้เขตที่เป็นตัวแทน คือ (1) เขตบางเขน (2) เขตดอนเมือง (3) เขตบางกะปิ (4) เขตลาดพร้าว (5) เขตสายไหม

#### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ลักษณะประชากรที่เป็นผู้ที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน
2. ตัวแปรตาม (dependent variables)
  - 2.1 ลักษณะของการเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบของข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอเกี่ยวกับพฤติกรรมของศิลปิน
  - 2.2 ลักษณะการเปิดรับสื่อของประชากร ความบ่อยครั้ง ช่วงเวลา สถานที่ และปริมาณการเข้าถึงข่าวสาร
  - 2.3 พฤติกรรมการแสดงออกของประชากร ได้แก่ การแชร์เนื้อหา การกดไลก์ การอัปโหลดผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการเลียนแบบที่เกิดขึ้น จากรูปแบบการแต่งกาย การพูด ท่าทางการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น



### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การเปิดรับเนื้อหาของศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการติดตามเนื้อหาของศิลปินกับพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปิน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยทำให้ได้ข้อมูลใหม่ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรการเผยแพร่พฤติกรรมการแสดงออกและการแสดงบุคลิกภาพของเยาวชน
2. ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาในด้านการดูแลและใช้เป็นข้อมูลศึกษาการเผยแพร่พฤติกรรมของเยาวชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่อไปในอนาคต
3. ผลการวิจัยสามารถนำไปปรับปรุงการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ

### การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

#### ทฤษฎี ประชากร (demography characteristic)

ปัจจัยทางด้านประชากร เป็นสิ่งที่แสดงถึงความแตกต่างกันของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา และสถานะทางสังคมปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อ การตีความ การรับรู้ ความเข้าใจ ในการสื่อสาร ข้อมูล ด้านประชากรจะมีประสิทธิภาพและเข้าถึงมากที่สุดก็ต่อเมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งคนที่มีความแตกต่างทางประชากรต่างก็จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน และปัจจัยเหล่านี้ยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสาร ของผู้รับสาร ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ความคิด ค่านิยม ความเชื่อ และประสบการณ์ ของแต่ละบุคคลนั้น ๆ ด้วย (วศิณ สันทรณ์, 2557, หน้า 8-11)

#### แนวคิดด้านจิตวิทยาเด็กและวัยรุ่น

การแสวงหาอัตลักษณ์ของบุคคล และการเสริมสร้างความรับผิดชอบถือว่าเป็นเอกลักษณ์สำคัญของ วัยนี้ ซึ่งความรับผิดชอบดังกล่าวมีรากฐานมาจากการอบรมของพ่อแม่ และความรู้สึกรู้สึกไว้วางใจและความมั่นใจ ในตนเอง องค์ประกอบสำคัญของการสร้างความรู้สึกรู้สึกเป็น อัตลักษณ์ และผ่านพ้นความรู้สึกสับสนในตนเอง ได้แก่ ความเข้าใจในอัตลักษณ์และการแสวงหาสถานภาพทางสังคม ความเข้าใจในอัตลักษณ์ช่วยให้เด็กวัยรุ่นเกิดความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ และช่วยในการตัดสินใจ วางแผนเรื่องเกี่ยวกับอนาคต เช่น การเลือกอาชีพ การเลือกคู่ครอง เป็นต้น เด็กวัยรุ่นที่ประสบอุปสรรคในพัฒนาการขั้นนี้ จะขาดทักษะที่เหมาะสมในการแก้ไข



สถานการณ์ คือเมื่อเผชิญปัญหาหมักจะหลบเลี่ยงมากกว่าที่จะแก้ไข ในขณะที่สถานการณ์ หรือปัญหาหนึ่ง ยังไม่ได้รับการแก้ไข เมื่อปัญหาอื่น ๆ ประดังเข้ามา ก็เกิดการสังสม และซับซ้อนของปัญหา (ปรารักษ์สุทธิพิทย์ ทรงวุฒิสีล, 2553, หน้า 251-254)

### **ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร**

การเปิดรับข่าวสารนั้น มีโอกาสเข้าถึงการรับรู้ของผู้เปิดรับได้ไม่ง่าย เพราะต้องผ่านกระบวนการเลือกหลายขั้นตอน ในขณะที่มีข่าวสารต่าง ๆ มากมายให้ผู้เปิดรับได้เลือกดู เลือกฟัง เลือกสนใจ เลือกจำ จึงต้องพยายามข่าวสารให้มีจุดเด่นออกมา เพื่อให้สามารถผ่านการเลือกแต่ละขั้นตอนของผู้เปิดรับได้ โดยส่วนใหญ่คนเรามีแนวโน้มในการเลือกรับสารที่มีต่อเนื้อหาสอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่ตนมีอยู่ และจะเกิดความพึงพอใจ (วิไลพร จิตต์จุฬานนท์, 2543, หน้า 21)

### **แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์**

ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ให้บริการตามเว็บไซต์สามารถแบ่งขอบเขตตามการใช้งานโดยดูที่ วัตถุประสงค์หลักของการเข้าใช้งาน และคุณลักษณะของเว็บไซต์ที่มีร่วมกัน กล่าวคือ วัตถุประสงค์ของการเข้าใช้งานมีเป้าหมายในการใช้งานไปในทางเดียวกันมีการแบ่งประเภทของเครือข่ายสังคม ออนไลน์ออกตามวัตถุประสงค์ของการเข้าใช้งาน ได้ 7 ประเภท ประเภทหนึ่งคือ การสร้างและประกาศตัวตน (identity network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ใช้สำหรับให้ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์และสามารถที่จะ เผยแพร่เรื่องราวของตนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก อีกทั้งยังเป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่ (วนิษา แก้วสุข, 2557, หน้า 9)

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ**

การเลียนแบบเป็นกระบวนการเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรมและการกระทำของบุคคลอื่น โดยสิ่งมีชีวิตจะเลียนแบบการกระทำ พฤติกรรม การแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่น ๆ การยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติตามตัวแบบ (model) หรือจากกลุ่มเพื่อน ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมใหม่ ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 183)

การเรียนรู้ด้วยการสังเกตและเลียนแบบ เป็นการเชื่อมโยงพฤติกรรมเก่าของตนให้เข้ากับพฤติกรรมใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปเพราะแบบอย่างที่ท่านได้สังเกตเห็น โดยเน้นที่พฤติกรรมของตัวต้นแบบในเชิงสัญลักษณ์มากกว่าการเลียนแบบจากภายนอกเท่านั้น (วิไลลักษณ์ จิระญาวัลพร, 2552, หน้า 14)



## วิธีดำเนินการวิจัย

### วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) และได้จัดทำแบบสอบถามขึ้นมา แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน
2. ผู้วิจัยได้ขอหนังสือจากบัณฑิตศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม จำนวน 3 คน แล้วนำแบบสอบถามไปหาค่าความน่าเชื่อถือได้ (reliability) ด้วยวิธีของ Cronbach โดยผลการวิเคราะห์ได้ค่าความน่าเชื่อถือ (reliability) เท่ากับ 0.85 ถือว่าอยู่ในระดับที่มีความน่าเชื่อถือ
3. นำแบบสอบถามซึ่งมีความสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมจาก เยาวชนโดยแจกแบบสอบถามเฉพาะเจาะจงทั้งประชากร เพศชายและเพศหญิง อายุ ตั้งแต่ 16-20 ปี ที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ตามเขตพื้นที่จากการสุ่มตัวอย่างง่าย ทั้ง 5 เขต ได้แก่ (1) เขตบางเขน (2) เขตดอนเมือง (3) เขตบางกะปิ (4) เขตลาดพร้าว (5) เขตสายไหม ในช่วงเดือน ธันวาคม 2560 ถึง เดือนมกราคม 2561 จำนวน 400 ฉบับ

### วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้การแจกแจงความถี่แสดงตารางแบบร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอ้างอิง (inferential statistics) ค่าที่  $t$  test ค่า one-way ANOVA ถ้าพบว่า ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ การทดสอบรายคู่ (LSD) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
3. การทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบการติดตามข้อมูลข่าวสารของศิลปินผ่านสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์เยาวชนในกรุงเทพมหานคร ใช้สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

## ผลการวิจัย

1. เยาวชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 17-18 ปี (ร้อยละ 40.2) อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (คิดเป็นร้อยละ 40.8) โดยมีรายได้ต่อเดือน 5,001-7,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 41.5)
2. เยาวชนในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการติดตามศิลปิน

พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีระยะเวลาการใช้ 5-6 ชั่วโมงต่อวัน (คิดเป็นร้อยละ 35.2) ใช้งานช่วง 20.01-00.00 น. (คิดเป็นร้อยละ 47.7) โดยมีการใช้งานทุกวัน (คิดเป็นร้อยละ 76.5)

2.1 เยาวชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) (คิดเป็นร้อยละ 23.0) รองลงมา ยูทูบ (YouTube) (คิดเป็นร้อยละ 22.7) โดยจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ยูทูบ (YouTube) (คิดเป็นร้อยละ 34.8) ในการติดตามศิลปินบอยที่สุด แนวเพลงที่ได้รับการติดตามมากที่สุด คือ แนวเพลงไทยสากล (คิดเป็นร้อยละ 39.2) ปัจจัยที่ติดตามศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด เนื่องจากผลงานเพลง (คิดเป็นร้อยละ 59.0)

2.2 เยาวชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีความสนใจศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (คิดเป็นร้อยละ 33.3) และยังไม่แน่ใจว่าการเลียนแบบศิลปินหรือไม่ (คิดเป็นร้อยละ 34.5) โดยที่ไม่แน่ใจว่ามีแรงจูงใจที่ทำให้เลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (คิดเป็นร้อยละ 35.0)

3. เยาวชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ มีรูปแบบการติดตามข้อมูลข่าวสารของศิลปินผ่านสังคมออนไลน์ จากการติดตามศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์จากรูปโปรไฟล์ รองลงมาจากการที่ศิลปินขายของออนไลน์

4. เยาวชนในกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมพบว่า ระยะเวลา ช่วงเวลา ความถี่ ปัจจัย ความสนใจ แรงจูงใจ และประสบการณ์ที่เคยเลียนแบบศิลปินที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. เยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมพบว่า ในด้านรูปแบบการติดตามศิลปิน และการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. รูปแบบการติดตามข่าวสารศิลปินผ่านสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยอภิปรายผลจากการค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. อายุ การศึกษาและระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวความคิดของด้านประชากรศาสตร์ บุคคลที่อยู่ในชนชั้นทางสังคมเดียวกันก็จะตอบสนองถึง ข่าวสาร ความต้องการ ไปในทิศทางเดียวกันซึ่งปัจจัยทางอายุ การศึกษา และรายได้ เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจและพฤติกรรมในการใช้ชีวิต รวมถึง





พฤติกรรมและความคิดอีกด้วย ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมนอกจากนั้นแนวคิดด้านจิตวิทยาเด็กและวัยรุ่น พบว่า  
 ชั้นนี้อยู่ในช่วงอายุ 13-20 ปี การแสวงหาอัตลักษณ์ของบุคคล เนื่องจากระยะวัยรุ่นเป็นระยะ ที่มีความรู้สึก  
 สับสน ขาดความมั่นใจ เพราะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน  
 วัยเดียวกัน จะแสวงหาตามอุดมคติ และค้นหาอัตลักษณ์เพื่อปรับตัวให้เข้ากับบทบาทใหม่ในสังคม

2. ระยะเวลา ช่วงเวลา ความถี่ การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงประเภท ปัจจัย ผ่านสื่อ  
 สังคมออนไลน์ที่ติดตามศิลปิน และความสนใจ แรงจูงใจ ประสบการณ์ที่เคยเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคม  
 ออนไลน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
 ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่แสดงให้เห็นว่า  
 สื่อมีอิทธิพลในด้านต่าง ๆ ต่อผู้รับสาร เช่น สามารถชักจูงความคิด ความเชื่อ กระตุ้นความสัมพันธ์ทางสังคม  
 ในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกันและยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร  
 ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้น ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง  
 การบริโภคข่าวสารจากสื่อ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรม  
 บางอย่างได้

3. ลักษณะของรูปแบบการติดตามข้อมูลข่าวสารของศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกับพฤติกรรม  
 การเลียนแบบศิลปินผ่านสื่อสังคมออนไลน์เยาวชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
 สอดคล้องกับวิจัยของ ดวงอมร พิทักษ์ธรรม (2550, หน้า 92) ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของกลุ่ม  
 ตัวอย่าง ถึงการแสดงออกเยาวชน เมื่อคำนึงของดารา ณ ขณะนั้นกำลังเป็นที่นิยม เช่น การติดตามศิลปิน  
 ในรูปแบบของการขายของออนไลน์ เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพในอุดมคติที่วัยรุ่น  
 ชื่นชอบ ซึ่งวัยรุ่นโดยเฉพาะในระยะวัยรุ่นตอนต้น มักจะเลียนแบบบุคคลในอุดมคติ

### ข้อเสนอแนะ

พฤติกรรมแสดงออกของผู้นำทางสังคม ไม่ว่าจะเป็น ดารา นักแสดง หรือนักการเมือง เป็นต้น  
 ควรมีการแสดงออก และการเผยแพร่เนื้อหาในการนำเสนอ เพราะเยาวชนมักเลียนแบบบุคคลที่ตัวเองสนใจ  
 หรือสิ่งที่ตัวเองชอบ และมีการนำเอา พฤติกรรมของกลุ่มผู้นำทางสังคมมาเลียนแบบหรือทำตามค่อนข้างสูง  
 ดังนั้นการที่ผู้นำทางสังคม จะมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์หรือ  
 โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอื่น ๆ ความพิจารณาถึงความเหมาะสมก่อน เพื่อที่เยาวชนที่รับข่าวสารไปนั้น  
 จะได้เห็นภาพที่ไปในทางบวกมากกว่าทางลบ ต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาคำนึงเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับสื่อหลักเกี่ยวกับ  
 ข้อมูลการรับสารของเยาวชนที่มีต่อผู้นำทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมแสดงออก การวางตัว



ในสังคม ของเยาวชน เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ในภาพรวม ยังไม่มีการเปรียบเทียบถึงการรับข่าวสารของเยาวชน โดยส่วนใหญ่

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยการนำเสนอเนื้อหาของศิลปิน ดารา ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ยังไม่มีการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเนื้อหาที่ศิลปินได้เผยแพร่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของเยาวชน

### เอกสารอ้างอิง

- กมล เครื่องนันทา. (2553). *พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แบรด์เอง.
- ดวงอมร พิทักษ์ธรรม. (2550). *การเลียนแบบละครโทรทัศน์ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรารค์สุทิพย์ ทรงวุฒิสีล. (2553). *จิตวิทยาเด็กและวัยรุ่น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรรณรัตน์ จิระวัฒนาศักดิ์. (2550). *พฤติกรรมการใช้วิดีโอคลิป์มือถือ และผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในเรื่องเพศและความรุนแรง*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วนิษา แก้วสุข. (2557). *การศึกษาการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการบริจาค กรณีศึกษา มูลนิธิเพื่อสุนัขยกรไต้ปี 2557*. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วศิน สันทรกรณ์. (2557). *ลักษณะทางประชากรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ ประดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิไลพร จิตต์จุฬานนท์. (2543). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- วิไลลักษณ์ จิระญาวัลพร. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). *การสำรวจการมีการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ พ.ศ. 2551*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2559). *ETDA เผยพฤติกรรมผู้ใช้เน็ตปี 59 ชี้เทรนด์ใหม่มาแรง ชงรัฐ-เอกชน จับตา 3G/4G ยังต้องปรับปรุง*. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2559, จาก <https://www.etcha.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2016-conference.html>



- สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์. (2556). “วัยรุ่นไทยเลียนแบบดาราร” ค่านิยมที่สังคม  
ต้องตั้งคำถาม. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2559, จาก<http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9560000072681>
- อภิรักษ์ สิริรัตนจิตต์. (2556). บทความดาราร-นักร้อง คือ อาชีพแบบอย่างที่ดี. ค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2558,  
จาก<http://www2.manager.co.th/daily/ViewNews.aspx?NewsID=9560000009819>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3th ed.) New York: Harper & Row.

