

คณะจิตวิทยา

ความสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

นางสาวกันยารัตน์	ปลัดสิงห์	เลขประจำตัวนิสิต	5137404638
นางสาวพรชนก	ก้าวกิจประเสริฐ	เลขประจำตัวนิสิต	5137469438
นางสาวอัศรยา	แก้วเกต	เลขประจำตัวนิสิต	5137517938

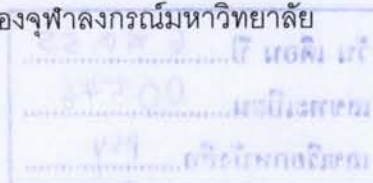
โครงการทางจิตวิทยานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาจิตวิทยา

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



RELATIONSHIPS AMONG CELEBRITY FANATICISM, SELF-ESTEEM, AND
BEHAVIORAL IMITATION IN FANCLUB ADOLESCENTS

Miss Kanyarat	Paladsing	ID	5137404638
Miss Pornchanok	Karwkijprasert	ID	5137469438
Miss Akaraya	Kaewket	ID	5137517938

A Senior Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Bachelor of Science in Psychology

Faculty of Psychology Chulalongkorn University

Academic Year 2011

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อโครงการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

โดย

กันยารัตน์ ปลัดสิงห์ พรรชนก ก้าวกิจประเสริฐและ
อัศรยา แก้วเกตุ

หลักสูตร

ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ต๋วยคำภีร์

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับโครงการวิจัยฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบโครงการวิจัย

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมโภชน์ เขียมสุภาษิต)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เรวดี วัฒนทกโกศล)

..... *อิม ญอนัล* อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ต๋วยคำภีร์)

กันยารัตน์ ปลัดสิงห์ พรรชนก ก้าวกิจประเสริฐและ อัครยา แก้วเกต : ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราร การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมใน แฟนคลับวัยรุ่น (RELATIONSHIPS AMONG CELEBRITY FANATICISM, SELF-ESTEEM, AND BEHAVIORAL IMITATION IN FANCLUB ADOLESCENTS) อ.ที่ปรึกษา: ผศ. ดร. อรัญญา ต้อยคำภีร์, 77 หน้า.

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้ศิลปินดาราร การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราร การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น 2. ศึกษาอิทธิพลของความคลั่งไคล้ศิลปินดารารและการเห็นคุณค่าในตนเองในการทำนายการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ คือ แฟนคลับวัยรุ่นไทย ช่วงอายุระหว่าง 12 ถึง 25 ปี จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปินดาราร แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง และ แบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมลอกเลียนแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. ความคลั่งไคล้ศิลปินดารารมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรม ลอกเลียนแบบใน แฟนคลับวัยรุ่น
2. การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความคลั่งไคล้และ การ ลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น
3. ความคลั่งไคล้ศิลปินดารารและการเห็นคุณค่าในตนเองร่วมกันทำนายความ แปรปรวนการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมได้ร้อยละ 33.7 อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ ที่ระดับ .01 โดยความคลั่งไคล้ศิลปินดารารสามารถทำนายการ ลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่การเห็นคุณค่าใน ตนเองไม่สามารถทำนายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

หลักสูตร...ปริญญาบัณฑิต จิตวิทยา...ลายมือชื่อนิสิต..... กันยารัตน์ ปลัดสิงห์
 หลักสูตร...ปริญญาบัณฑิต จิตวิทยา...ลายมือชื่อนิสิต..... พรรชนก ก้าวกิจประเสริฐ
 หลักสูตร...ปริญญาบัณฑิต จิตวิทยา...ลายมือชื่อนิสิต..... อัครยา แก้วเกต
 ปีการศึกษา.....2554..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก..... อ.กับกันยารัตน์

KANYARAT PALADSING, PORNCHANOK KARWKIJPRASERT AND AKARAYA
KAEWKET: RELATIONSHIPS AMONG CELEBRITY FANATICISM, SELF-ESTEEM,
AND BEHAVIORAL IMITATION IN FANCLUB ADOLESCENTS PROJECT ADVISOR:
ASSISTANT PROFESSOR ARUNYA TUICOMEPEE, PH.D, 77 PP.

This study was aimed to study the correlation among celebrity fanaticism, self-esteem and behavioral imitation in fanclub adolescents. The purposes of this study 1. Study the correlation among celebrity fanaticism, self-esteem and behavioral imitation in fanclub adolescents. 2. Study the influence of celebrity fanaticism and self-esteem to predict behavioral imitation in fanclub adolescents. Participants were 150 adolescent, aged 12-25. The research instruments were general data questionnaire, celebrity surway questionnaire, self-esteem questionnaire and behavioral imitation questionnaire. Data were analyzed by Descriptive Statistics, Pearson's correlation and Multiple Regression Analysis

The major findings are:

1. Celebrity fanaticism positive correlation with behavioral imitation in fanclub adolescents.
2. Self-esteem negative correlation with celebrity fanaticism positive and behavioral imitation in fanclub adolescents.
3. Celebrity fanaticism and self-esteem significantly predict behavioral imitation for 33.7 percent of total variance, with a statistical significance of .01. Self-esteem did not predict behavioral imitation.

Field of study	Psychology.....	Student's signature.....	กัญจรัตน์ ชัยจิตต์สินธุ์
Field of study	Psychology.....	Student's signature.....	พรพรรณ ทวีศิริประเสริฐ
Field of study	Psychology.....	Student's signature.....	อภิสรา แก้วใจเกษม
Academic year	2011.....	Advisor's signature ...	Arunya Tuicomepee

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ต้อยคำภีร์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำแนะนำ คำอธิบาย และข้อเสนอแนะ รวมทั้งพิจารณาตรวจแก้ ปรับปรุง เนื้อหาส่วนต่าง ๆ ของการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งให้กำลังใจแก่คณะผู้วิจัยเสมอมา คณะผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกคนที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาในการเก็บข้อมูลครั้งนี้

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะจิตวิทยาทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานต่าง ๆ เป็นอย่างดี

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวที่ให้ความสนับสนุนในการศึกษา ให้ความรัก การดูแล และให้กำลังใจเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ทำให้การศึกษานี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

นางสาวกันยารัตน์ ปลัดสิงค์

นางสาวพรชนก ก้าวกิจประเสริฐ

นางสาวอัครยา แก้วเกต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
บทที่ 4 อภิปรายผล.....	57
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	61
รายการอ้างอิง.....	64
ภาคผนวก.....	67
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	77

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของเพศ	44
2	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของอายุ	45
3	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของสถาบันการศึกษา	46
4	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของเกรดเฉลี่ย	46
5	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของสถานภาพครอบครัว	47
6	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของรายได้ของครอบครัว	48
7	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของจำนวนศิลปินที่ชื่นชอบ	49
8	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของเหตุผลในการชื่นชอบศิลปิน	49
9	แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของจำนวนครั้งที่ติดตามศิลปิน	50
10	ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของจำนวนเพื่อนในกลุ่มที่เป็นแฟนคลับ	51
11	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนแบบวัดทัศนคติที่มีศิลปินดารารูปแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง และแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมของนักแสดงที่มีชื่อเสียง ของกลุ่มตัวอย่าง	52
12	คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าสัมประสิทธิ์การอนภาคแอลฟาของตัวแปรที่ศึกษา	53
13	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน และค่าสถิติทดสอบ t ของการทดสอบชุดตัวแปรต้นที่มีกับการลอกเลียนแบบ	54
14	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความคลั่งไคล้ศิลปินดารารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และนิสิตนักศึกษาด้วยค่าสถิติทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)	55
15	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนการเห็นคุณค่าในตนเองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และนิสิตนักศึกษาด้วยค่าสถิติทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)	55
16	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนการลอกเลียนแบบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และนิสิตนักศึกษาด้วยค่าสถิติทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว	56

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสังคมไทยเกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ มากมายและรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในสังคม การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการส่งต่อทางวัฒนธรรมที่ได้รับจากต่างประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและการแสดงออก และค่านิยมต่าง ๆ ในสังคม เช่น คลั่งไคล้ศิลปิน นักร้องเกาหลี และความคลั่งไคล้อาจส่งผลให้เกิด การแต่งกายเลียนแบบศิลปิน มีรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) เหมือนศิลปินที่ชื่นชอบ หรือแม้กระทั่งการไปทำศัลยกรรมเพื่อให้หน้าตาคล้ายคลึงกับศิลปินดาราที่ตนชื่นชอบ เป็นต้น ซึ่งความคลั่งไคล้นี้ อาจส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นในด้านลบได้ เช่น การฆ่าตัวตายตามศิลปินที่ชื่นชอบของแฟนคลับ การแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือการหาเงินด้วยวิธีที่ไม่ถูกต้องเพื่อนำไปซื้อบัตรชมคอนเสิร์ต การแสดงของศิลปินที่ตนชื่นชอบ อาจเป็นสาเหตุของปัญหาสังคม หรือการซึมซับเอาค่านิยมที่ไม่เหมาะสมตามมา (ชลธิชา ภัทรสิริวรกุล, 2550)

ความคลั่งไคล้ หมายถึง ระดับความชื่นชอบและความสนใจในบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กลุ่มคน งานศิลปะ หรือแนวความคิด (Thorne, 2006)

คนเรามีแนวโน้มที่จะสนใจเรื่องราวของศิลปิน ดารา และคนดัง ที่ตนชื่นชอบ ในช่วงที่บุคคลกำลังค้นหาเอกลักษณ์แห่งตน มองหาทิศทางหรือแนวทางในการดำเนินชีวิตของแต่ละคน เช่น ในช่วงวัยรุ่น และมีงานวิจัยพบว่าพฤติกรรมคลั่งไคล้ดาราศิลปิน มักเกิดขึ้นในช่วงวัยรุ่น หรือผู้ใหญ่ตอนต้นมากกว่าวัยอื่น ๆ (Maltby as cited in Ashe & McCutcheon, 2001; Giles, 2002; Larson, 1995) ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น

แฟนคลับ (Fanclub) หมายถึงกลุ่มคนที่คลั่งไคล้และอุทิศตนให้กับบุคคล กลุ่ม หรือแนวคิด โดยส่วนใหญ่จะ (Thorne, 2006) ทุ่มเทเวลาและสิ่งของเพื่อสนับสนุนบุคคล กลุ่มหรือแนวคิดที่ตนคลั่งไคล้ สำหรับด้านดีของแฟนคลับ คือ ทำให้มีสังคม มีเพื่อนใหม่ ๆ สามารถจะช่วยปลดปล่อยอารมณ์และนำไปสู่การทำกิจกรรมที่ดีและสร้างสรรค์ได้มากมาย แต่ในด้านลบ หากความคลั่งไคล้นั้นมีมากเกินไปและไม่สามารถจะจัดเวลาให้เหมาะสมแล้วอาจเกิดผลเสียต่อ การเรียน การงาน การใช้เงินเกินตัว หรืออาจร้ายแรงจนถึงขนาดรวมตัวเป็นกลุ่มศัตรูคู่แข่ง นำไปสู่การทะเลาะวิวาทได้ และในปัจจุบันสื่อมีอิทธิพลอย่างมากกับวัยรุ่น เพราะมีสื่อมากมาย ไม่ว่าจะเป็น

เป็น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับตัวศิลปิน และบุคคลดัง ๆ ที่มีชื่อเสียงอยู่เสมอ ในทุกเรื่อง ทุกแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นประวัติ ชีวิตส่วนตัว ค่านิยม ความคิด ความรู้สึก ความชื่นชอบ ทำให้ผู้บริโภคชาวรู้สึกว่าจะรู้จักศิลปินดารานั่นเป็นอย่างดี จนบางครั้งรู้สึกเหมือนรู้จักศิลปินดารานั่นดีทุกอย่าง เหมือนเป็นคนใกล้ชิดสนิทสนมกัน จนถึงขั้นรู้สึกเป็นเหมือนญาติกันก็ว่าได้ (สุทัศน์ ยกส้าน, 2550) การที่คนจะติดตามข่าวสารของศิลปินที่ตนเองชื่นชอบอาจไม่ใช่เรื่องแปลกอะไร บางคนมองว่าเป็นเรื่องธรรมดา สนุกสนาน แต่หากพิจารณาจะพบว่า ถ้าคนเรามีความอยากที่จะติดตามเรื่องราวของคนอื่นมาก ๆ อาจทำให้เกิดอาการซึมเศร้าและวิตกกังวลได้ เพราะการที่เราคนติดตามข่าวของคนอื่นมากเกินไปหมายถึง กำลังหาบุคคลตัวอย่างที่จะทำตามอยู่

กลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่นซึ่งเป็นช่วงแห่งการค้นหาตนเองรวม การคลั่งไคล้ศิลปินดาราคือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้วัยรุ่นเกิดการลอกเลียนแบบเพราะต้องการเป็นเหมือนศิลปินที่ตนชื่นชอบ เพราะมีความคิดว่าหากตนเองเป็นเหมือนศิลปินดาราก็จะเป็นที่ชื่นชอบและยอมรับของคนทั่วไป โดยการเลียนแบบนั้น หมายถึง การที่บุคคลเรียนรู้พฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำ ของบุคคลอื่น โดยจะเลียนแบบการกระทำ พฤติกรรม การแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่น ๆ การเลียนแบบเกิดขึ้นเพราะผู้เลียนแบบเห็นว่าจะนำไปสู่ผลในทางบวก แต่หากการเลียนแบบจะทำให้เกิดผลในทางลบก็จะทำการหลีกเลี่ยง (Frieman, 2002) แต่ระดับความคลั่งไคล้ อาจเข้ามามีบทบาทสำคัญ อาจทำให้วัยรุ่นละเลยที่จะคิดถึงผลเสียที่เกิดจากการเลียนแบบนั้น ทำให้ทำพฤติกรรมต่าง ๆ ตามศิลปินดาราคือตนชื่นชอบแม้บางครั้งสิ่งที่ทำตามไม่ถูกต้อง และไม่มีเหมาะสมก็ตาม

โดยระดับของความคลั่งไคล้นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับสนใจใคร่รู้เพื่อความบันเทิง (Entertainment-Social Celebrity Worship) เป็นระดับที่ชื่นชอบต่อศิลปินดาราคือเพื่อความบันเทิงและเพื่อการติดต่อทางสังคมกับกลุ่มผู้ชื่นชอบศิลปินดาราคือระดับผูกพันยึดติด (Intense-Personal Celebrity Worship) หมายถึง เป็นระดับที่ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราคือเข้มข้น มีลักษณะหลงใหล เติบโตศิลปินดาราคือชอบถึงขั้นเสพติด และระดับคลั่งไคล้ (Borderline-Pathological Celebrity Worship) คือระดับที่บุคคลแสดงอาการคลั่งไคล้ศิลปินดาราคืออย่างรุนแรงที่สุด เช่นการสะกดรอยตามศิลปินดาราคือมีความคิดเพ้อฝันเกี่ยวกับศิลปินดาราคือตนชื่นชอบ (McCutcheon, 2002) มีงานวิจัยพบว่าบุคคลที่มีความคลั่งไคล้ดาราคือในระดับสนใจใคร่รู้เพื่อความบันเทิง (Entertainment social celebrity worship) ในระดับปกติธรรมดา (Normal) ไม่มีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง แต่ความคลั่งไคล้ที่มีความเข้มข้นและรุนแรง (Intense) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเอง (North, 2007)

การเห็นคุณค่า (Self-esteem) คือ ความรู้สึก ความเชื่อที่บุคคลมีต่อตนเองว่ามี ความสามารถมีคุณค่า ใช้ความสามารถที่มีอยู่กระทำสิ่งต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ตาม เป้าหมาย ยอมรับนับถือตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเอง เคารพในตนและผู้อื่น และมีชีวิตอยู่อย่าง มีเป้าหมาย (Rosenberg, 1965) ดังนั้นคนที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำอาจจะรู้สึกว่าตนเองไม่มี ความสามารถ ไม่เป็นที่ยอมรับจากคนทั่วไป ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง จึงทำให้พยายามที่ จะหาบุคคลต้นแบบเพื่อเลียนแบบพฤติกรรมที่น่าพึงประสงค์และเป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วไป และ กลุ่มคนที่เป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับจากสังคมก็คือ บรรดาศิลปินดาราส่ง ทำให้กลุ่มคน เหล่านี้เป็นเหมือนตัวแบบให้กับวัยรุ่น และเมื่อวัยรุ่นทำเลียนแบบศิลปินจะทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็น เหมือนศิลปินดาราส่งเหล่านั้น สร้างความมั่นใจให้เพิ่มขึ้น แต่ในทางกลับกันคนที่มึระดับการเห็น คุณค่าในตนเองสูง จะมีความมั่นใจตนเอง เชื่อมั่นในตน จึงมีความภูมิใจในสิ่งที่ตนเองเป็นอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องเลียนแบบให้เป็นเหมือนคนอื่น ดังนั้นเป็นที่น่าสังเกตว่าการเห็นคุณค่าในตนเองและ ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราส่งจะส่งผลต่อ การลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมของวัยรุ่น

ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของความคลั่งไคล้ศิลปินดาราส่ง การเห็น คุณค่าในตนเอง ว่าส่งผลต่อการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมของวัยรุ่นอย่างไร ซึ่งสามารถ นำมาใช้เป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการลอกเลียนแบบในทางที่ผิดของวัยรุ่น ที่ นำมาซึ่งปัญหาต่าง ๆ มากมายในสังคม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้ศิลปินดาราส่ง การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น" คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่ เกี่ยวข้องในงานวิจัยครั้งนี้ จากเอกสารบทความและรายงานการวิจัยทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ โดยสรุปรวบรวมและนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น

1.1 นิยามและขอบเขต

คำว่า "วัยรุ่น" ตรงกับคำว่า "Adolescence" ในภาษาอังกฤษ ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษา ละตินว่า "Adolescere" ที่มีหมายถึง "การเจริญเข้าสู่ภาวะ" โดยมีนิยามของคำว่า วัยรุ่น ดังนี้ (Dusek, 1987)

วัยรุ่น หมายถึง เป็นวัยที่อยู่ระหว่างวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ จึงมีลักษณะที่เชื่อมต่อกันทั้ง ความเป็นเด็กและความเป็นผู้ใหญ่ เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา จึงทำให้วัยนี้ต้องมีการปรับตัว ปรับพฤติกรรมเพื่อให้เป็นผู้ใหญ่ภายใต้วัฒนธรรมที่

สังคมนั้น ๆ สามารถยอมรับได้ เพื่อที่วัยรุ่นจะได้มีการเจริญเติบโต ทั้งทางร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และไปสู่การบรรลุวุฒิภาวะ (Santrock, 1998; Dusek, 1987)

1.2 การแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นวัยที่สำคัญเพราะเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงและปรับตัว เพื่อจะเปลี่ยนจากวัยเด็กเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ จึงทำให้พบการเปลี่ยนแปลงมากมายในช่วงวัยนี้ และมีความจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

นักจิตวิทยาได้แบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะ ดังต่อไปนี้ (เพ็ญพิไล ฤทธาคณา นนท์, 2550; ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2545; Cole and Hall, 1970)

1. วัยรุ่นตอนต้น (early adolescence) อยู่ในช่วงอายุ 12-15 ปี เป็นระยะแรกที่เด็กเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น ระยะนี้จะพบกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทางร่างกาย และต้องปรับตัวกับปัญหาทางร่างกาย อารมณ์ สังคม
2. วัยรุ่นตอนกลาง (middle adolescence) อยู่ในช่วงอายุ 15-18 ปี เป็นระยะที่ผ่านการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้แล้ว
3. วัยรุ่นตอนปลาย (late adolescence) อยู่ในช่วงอายุ 18-25 ปี เป็นระยะสุดท้ายก่อนที่จะเข้าสู่วัยผู้ใหญ่

Steinberg (1996) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัยรุ่น ว่าเป็นช่วงชีวิตที่ต่อจากวัยเด็ก โดยนักสังคมศาสตร์ได้จำแนกวัยรุ่นออกเป็น 3 ช่วงวัยได้แก่ ตอนต้นมีช่วงอายุระหว่าง 11-14 ปี วัยรุ่นตอนกลางมีอายุระหว่าง 15 -18 ปี และวัยรุ่นตอนปลายมีช่วงอายุระหว่าง 19- 21 ปี ซึ่งตรงกับวัยที่กำลังจะเข้าเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และมหาวิทยาลัย

กองทุนเพื่อกิจกรรมประชากรแห่งสหประชาชาติ หรือ UNFPA (United Nations Fund for Population Activities) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัยรุ่น ไว้ว่า วัยรุ่น (Adolescence) คือ บุคคลในช่วงอายุตั้งแต่ 10-19 ปี โดยแบ่งเป็น วัยรุ่นตอนต้นอายุ 10 ถึง 14 ปี และวัยรุ่นตอนปลายอายุ 15 ถึง 19 ปี และเยาวชน (Youth) มีช่วงอายุตั้งแต่ 15 ถึง 24 ปี (UNFPA, 2005)

จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรรณ และคณะ (2541) ระบุในรายงานการทบทวนองค์ความรู้ด้านเด็กเยาวชน และครอบครัวว่า เด็กและเยาวชนมีอายุตั้งแต่ 0 - 24 ปี แต่เยาวชนวัยรุ่นจะมีอายุตั้งแต่ 15 - 24 ปี

ศรีเรือน แก้วกังวาล กล่าวว่า ช่วงความเป็นวัยรุ่น (Adolescent) ในทศวรรษที่ผ่านมา คือ

ประมาณอายุ ตั้งแต่ 12-18 ปี แต่ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า ช่วงความเป็นวัยรุ่นได้ขยายออกไป โดยประมาณอย่างหลวม ๆ ตั้งแต่ 12-25 ปี โดยให้เหตุผลว่าเนื่องจากเด็กทุกวันนี้ต้องอยู่ในสถาบันการศึกษานานขึ้น การเป็นผู้ใหญ่ที่พึ่งตัวเองได้ทางเศรษฐกิจต้องยืระยะเวลาออกไปอีกทั้ง รูปแบบชีวิตสมัยใหม่ทำให้เด็กมีวุฒิภาวะทางจิตใจ (Maturity) ซ้ำกว่ายุคที่ผ่านมา อาจแบ่งช่วงวัยรุ่น เป็น 3 ระยะโดยใช้เกณฑ์ความเป็นเด็ก- ผู้ใหญ่ตัดสิน คือ

ช่วงอายุ 12-15 ปี เป็นช่วงวัยแรกรุ่น ยังมีพฤติกรรมค่อนข้างไปทางเป็นเด็กอยู่มาก

ช่วงอายุ 16-17 ปี เป็นระยะวัยรุ่นตอนกลาง มีพฤติกรรมก้ำกึ่งระหว่างความเป็นเด็ก – ผู้ใหญ่

ช่วงอายุ 18-25 ปี เป็นระยะวัยรุ่นตอนปลาย กระบวนพฤติกรรมค่อนข้างไปทางผู้ใหญ่

ช่วงเวลาวัยแรกรุ่นคือระยะอายุประมาณ 12-15 ปี คำว่า “วัยแรกรุ่น” แปลจากศัพท์ภาษาอังกฤษ “Puberty” คำนี้มาจากภาษาลาติน Puberta ซึ่งแปลว่าการเติบโตเป็นหนุ่มเป็นสาว เปลี่ยนสภาวะทางร่างกาย จากความเป็นเด็กชายเด็กหญิง ร่างกายเติบโตเป็นผู้ใหญ่เกือบเต็มทุกส่วน ลักษณะหัตถิยภูมิทางเพศก็เจริญสมบูรณ์และทำหน้าที่ของมันได้ตั้งแต่นี้เป็นต้นไป การเปลี่ยนแปลงทางกายของเด็กวัยรุ่นเป็นต้นเหตุให้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้าน อื่น ๆ ตามมา เช่น ด้านอารมณ์ ลักษณะสัมพันธภาพกับผู้อื่น สมรรถภาพทางสมอง ค่านิยม ทักษะคิด ความนึกคิด เกี่ยวกับตนเอง ฯลฯ

ส่วนในช่วงวัยรุ่นแท้จริง (Adolescence) ประมาณอายุ 15-18, 19-25 นั้น เด็กเติบโตเป็นผู้ใหญ่ทางร่างกายเต็มที่ เป็นช่วงเปลี่ยนวัย ชีวิตทางสังคม อารมณ์ จิตใจ ค่านิยม อุดมคติ ฯลฯ เด็กกำลังเรียน เลียน และ ทดลองบทบาท เพื่อจะเป็นผู้ใหญ่ในแง่ต่าง ๆ เช่น อารมณ์ สังคม จิตใจ ความใฝ่ฝัน ปรารถนา ฯลฯ ความเปลี่ยนแปลงและความเป็นไปต่าง ๆ ในขณะนั้นล้วนเป็นรากฐานของความสนใจ ความมุ่งหมายในชีวิต อาชีพ ลักษณะของเพื่อน ลักษณะของคู่ครอง ฯลฯ

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการของวัยรุ่น

วัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ได้แก่

ด้านการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ สังคม ผลจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายจะทำให้เกิดผลกระทบต่ออารมณ์และจิตใจได้อย่างตรงไปตรงมา ทั้งความวิตกกังวล หงุดหงิด หมกมุ่น ไม่พอใจในรูปร่างที่เปลี่ยนไป

1. ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย เด็กผู้ชายที่เข้าสู่วัยรุ่นช้า จะมี ความวิตกกังวลสูงเกี่ยวกับความแข็งแรงของร่างกาย ซึ่งอาจจะไม่มั่นใจในความเป็นชาย รู้สึกว่าตัวเองไม่สมบูรณ์มักถูกล้อเลียน กลั่นแกล้งจากเพื่อน ๆ ที่รูปร่างใหญ่โตกว่า มี

ความภาคภูมิใจในตนเองในระดับต่ำและรู้สึกว่าตัวเองมีปมด้อยฝังใจไปได้อีกนาน วัยรุ่นหญิงที่โตเร็วกว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน (Early mature) มักจะรู้สึกอึดอัดและรู้สึกเคอะเขินประหม่าอายุต่อสหายตาและคำพูดของเพศตรงข้าม ในขณะที่สภาพอารมณ์ จิตใจยังเป็นเด็ก

2. ความวิตกกังวลกับอารมณ์เพศที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงของระดับฮอร์โมนทางเพศ ซึ่งจะส่งผลทำให้วัยรุ่นเกิดอารมณ์เพศขึ้นมาได้บ่อย วัยรุ่นหลายคนที่มีกิจกรรมส่วนตัวที่เบี่ยงเบนความสนใจ ทำให้สามารถควบคุมอารมณ์ได้อย่างดี โดยเฉพาะในวัยรุ่นที่ชอบเล่นกีฬาากลางแจ้งเป็นประจำวัยนี้จะมีความสนใจ อยากรู้อยากเห็นอยู่แล้วเป็นทุน และเมื่อมาผสมกับการที่มีระดับฮอร์โมนทางเพศเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้เด็กเรียนรู้ที่จะหัดสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง อยากรู้อยากเห็นกิจกรรมทางเพศผู้ใหญ่ควรเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิดร่วมกับความอยากรู้อยากเห็นของวัยรุ่น ควรให้ความรู้ในเรื่องเพศที่ถูกต้อง และถือว่าการรู้สึกรู้สึกในวัยนี้เป็นเรื่องธรรมดา เป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งการที่วัยรุ่นจะสำเร็จความใคร่ด้วยตนเองนั้น ไม่มีอันตรายต่อร่างกาย และไม่ถือว่าเป็นเรื่องที่ไม่ดีศีลธรรม ถ้ากระทำอย่างระมัดระวังเป็นส่วนตัว และไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน เป็นต้น
3. ความวิตกกังวลกลัวการเป็นผู้ใหญ่ วัยนี้จะมีความคิดวิตกกังวล กลัวจะไม่เป็นที่ยอมรับจากคนรอบข้าง มักจะกลัวความรับผิดชอบ ซึ่งจะรู้สึกว่าป็นภาระที่หนักหนา ยุ่งยาก บางครั้งอยากจะเป็นเด็ก อยากแสดงอารมณ์สนุกสนาน ร่าเริง เบิกบาน
4. ความวิตกกังวลในความมั่งคั่งทางร่างกาย ไม่ว่าจะวัยรุ่นหญิงหรือชายก็จะมีความรู้สึกต้องการให้คนรอบข้าง ชื่นชมเกี่ยวกับรูปลักษณ์ภายนอกของตน สมเพศ สมวัย นั้นเป็นเพราะว่าเด็กจะสำนึกว่าความสวยงามทางกายเป็นแรงจูงใจ ทำให้คนยอมรับ ทำให้เพื่อนยอมรับเข้าไปในกลุ่มได้ง่าย เป็นวิถีทางหนึ่งที่จะเข้าสู่สังคมและเป็นที่ยอมรับของเพศตรงข้าม ช่วงนี้ก็จะเห็นว่าวัยรุ่นจะสนใจสนใจ พิถีพิถันในการเลือกเสื้อผ้า การหวีผม เอาใจใส่ต่อการออกกำลังกาย สนใจคุณค่าทางอาหาร เครื่องประดับ สุขภาพอนามัย การวางตัวให้สมบทบาททางเพศ การวางตัวในสังคม และความสนใจในแต่ละเรื่องอาจอยู่ได้ไม่นาน

ด้านจิตใจ

1. ความรักและความห่วงใย ความรู้สึกอยากที่จะถูกรัก และยังคงอยากได้รับความเอาใจใส่ห่วงใยจากบุคคลที่มีความสำคัญต่อเด็ก แต่มักจะมีข้อแม้ว่าจะต้องไม่ใช่การแสดงออกของพ่อแม่ที่ทำกับเขาราวกับเด็กเล็ก ๆ ไม่ต้องการความเจ้ากี้เจ้าการ ไม่ต้องการให้แสดงความห่วงใยอยู่ตลอดเวลา

2. เป็นอิสระอยากทำอะไรได้ด้วยตัวของตัวเอง อยากทำในสิ่งที่ตัวเองคิดแล้วว่าดี อยากมีส่วนในการตัดสินใจ อยากที่จะทำตัวห่างจากพ่อแม่ ห่างจากคำสั่งการเจริญเติบโตในการทำงานของสมอง ทำให้เด็กวัยนี้เริ่มมีความคิดอ่านเป็นของตนเอง เริ่มมีความคิดแบบนามธรรม (Abstract thinking) การแยกจากพ่อแม่ในเกือบทุกรูปแบบ บางครั้งอาจทำให้วัยรุ่นเกิดความรู้สึกสับสน สองจิตสองใจ และอาจมีความรู้สึก "สูญเสีย" ในความรัก ความเอาใจใส่จากพ่อแม่ แต่ถ้าพวกเขาขอรับการดูแลหรือยอมทำตามคำสั่งของพ่อแม่ ก็จะไปขัดกับความต้องการที่จะเป็นเด็กโต เป็นอิสระของตนเองที่ต้องการพึ่งพาตนเอง การให้การเลี้ยงดูจึงต้องอาศัยความเข้าใจ และเคารพในสิทธิส่วนบุคคลด้วย
3. ต้องการเป็นตัวของตัวเอง ความต้องการที่ยอมรับในสิ่งที่มาจากตัวของตัวเขาทำให้พวกเขามั่นใจในตัวเอง พ่อแม่คงต้องส่งเสริมให้เด็กได้ช่วยเหลือตัวเองให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ตามวัย เพราะในการฝึกเด็กนั้น นอกจากจะทำให้เด็กได้ใช้มือได้อย่างคล่องแคล่วแล้วยังช่วยทำให้เด็กได้หัดคิด หัดตัดสินใจในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ด้วย
4. อยากรู้, อยากเห็น, อยากลอง การลองผิดลองถูก และคอยสังเกตดูจากปฏิกิริยาของคนรอบข้าง เพื่อตัดสินใจว่าสิ่งที่ทำนั้น ดีเลวเป็นอย่างไรวัยที่โตขึ้น เมื่อความสามารถเพิ่มขึ้นร่างกายเจริญเติบโตขึ้นมา สิ่งรอบตัวต่าง ๆ ที่น่าสนใจ และท้าทายความสามารถก็จะเริ่มเข้ามาเพื่อทดลองการสนับสนุนส่งเสริมเด็กให้คงสภาพอยากรู้ อยากเห็น อยากลองและได้มีโอกาสทดลองสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ในขอบเขตที่เหมาะสมเพิ่มขึ้นตามวัย จะทำให้เด็กก้าวเข้าสู่วัยรุ่นด้วยความภาคภูมิใจที่ตนเองเคยมีประสบการณ์ต่าง ๆ มาบ้างสิ่งเหล่านี้จะมาเสริมความภาคภูมิใจในตนเองดังนั้นจะเห็นว่าการฝึกสอนและให้โอกาสเด็กได้ทดลองทำในสิ่งที่ถูกต้อง ควรฝึกสอนมาตั้งแต่เด็ก และควรค่อย ๆ สอนถึงอันตรายในหลายสิ่งหลายอย่างที่มีอยู่ในสังคม และวิธีการแก้ไข เรียนรู้ทั้งสิ่งที่ดีและเลว การฝึกให้เด็กได้ลองในสิ่งที่น่าลอง แต่สอนให้หัดยังตัวเองในสิ่งที่อันตรายจึงเป็นวิธีที่สำคัญมาตั้งแต่วัยเรียน แต่ในทางตรงกันข้ามในกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยถูกฝึกให้ลองคิด ลองทำก่อน จะเกิดความสับสน วุ่นวายใจขาดความรู้ ขาดทักษะ ขาดการฝึกฝน ขาดการลองทำผิดพลาดมาก่อน จึงทำให้กลุ่มนี้ตกอยู่ในกลุ่มที่มีอันตรายสูง และในกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่พ่อแม่ปล่อยให้ปละละเลย หรือไม่เคยสอนให้ยับยั้งชั่งใจมาก่อน นี้อาจทำอะไรก็ทำได้ ไม่เคยต้องผิดหวัง ไม่เคยสนใจว่าการกระทำของตัวเองจะส่งผลกระทบต่อผู้คนรอบข้างอย่างไร พฤติกรรมอยากรลองของ มักจะมีสูงสุดในช่วงวัยรุ่นตอนกลาง เป็นเด็กก็ไม่ใช่ เป็นผู้ใหญก็ไม่เชิง แนวความคิดและการยับยั้งตัวเองมีไม่มากพอ
5. ความถูกต้อง ยุติธรรม โดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่วัยรุ่นตอนกลาง มักจะถือว่าความยุติธรรมเป็นลักษณะหนึ่งของความเป็นผู้ใหญ่ วัยรุ่นจึงให้ความสำคัญอย่างจริงจังกับความถูกต้อง

ยุติธรรมตามทัศนคติของตนเองเป็นอย่างดี และอยากจะทำอะไรหลาย ๆ อย่าง เพื่อเรียกร้อง
ความยุติธรรม ทั้งในแง่บุคคลและสังคมส่วนรวม จึงมักจะเห็นภาพวัยรุ่นถกเถียงกันเรื่อง
ของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

6. ความตื่นเต้น ทำทนาย ความต้องการหาประสบการณ์แปลก ๆ ใหม่ ๆ เกลียดความจำเจ
ซ้ำซาก วัยรุ่นกลุ่มนี้จะสร้างความตื่นเต้นทำทนายกับการที่กระทำผิดต่อกฎเกณฑ์ต่าง ๆ
ของทางบ้านและกฎของสังคมนั้นเป็นเพราะว่าเป็นความตื่นเต้นและความรู้สึกว่าคุณทำ
ทนาย แนวทางการเลี้ยงดูเด็กฝึกให้เด็กได้มีโอกาสทำงานที่ทำทนายความสามารถที่ละน้อย
อยู่ตลอดเวลา จะส่งผลทำให้เด็กได้พัฒนาความเชี่ยวชาญขึ้นมาได้ แก้ปัญหาได้
7. ต้องการการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของบ้าน ของกลุ่มเพื่อน พื้นฐานการเลี้ยงดูที่ยอมรับ
และมีความรักความผูกพันระหว่างพ่อแม่เด็ก จะมีผลทำให้เด็กเกิดความรู้สึก ดังที่กล่าว
มานี้อย่างง่ายดาย จากการฝึกฝนให้โอกาสเด็กในการตัดสินใจลงมือกระทำหรือแสดง
ความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ และรับฟังพยายามทำความเข้าใจตาม ถ้าเบี่ยงเบนก็ช่วย
แก้ไข ถ้าถูกต้องก็ชมเชยและชื่นชม สิ่งเหล่านี้จะไปกระตุ้นให้เด็กเกิดความรู้สึกเป็นที่
ยอมรับจากบุคคลภายในบ้าน ซึ่งจะส่งผลทำให้เด็กอยากเป็นที่ยอมรับจากเพื่อน จากครู
และจากคนอื่น ๆ ต่อ ๆ ไป จึงเป็นเหตุผลจูงใจระทำความดีมากขึ้น ๆ

แต่ในกรณีตรงกันข้าม ถ้าเด็กคนใดเกิดมาในครอบครัวที่ยู่เหยิง ทำให้พ่อแม่ไม่มีปัญหา
พอที่จะดูแลเด็ก กลับจะต้องส่งเด็กมาฝากให้ญาติเลี้ยงเป็นภาระ ไม่มีใครเป็นธุระจัดการอะไรให้
อย่างออกนอกหน้า ถ้าไม่จำเป็นก็ไม่ค่อยอยากจะรับรู้ รับฟังเรื่องของเด็ก ถึงเวลาจะนานก็ไม่รู้ว่า
ใครจะให้ความอบอุ่นเมตตาหรือรักได้ มีความรู้สึกโดดเดี่ยว ไม่เป็นที่ต้องการของใครแม้แต่คน
เดียวในบ้านไม่ว่าจะถูกหรือทำผิด ทำดีหรือทำชั่วก็ไม่มีคนเห็นคนทัก หากคนที่หวังดีจริงจังในการ
แนะนำตักเตือนอดทนช่วยฝึกสอนก็ไม่มี ในลักษณะเช่นนี้เด็กจะมีชีวิตที่เลือนลอย ไม่รู้สึกว่าตัวเอง
เป็นสมาชิกภายในบ้าน เป็นคนหนึ่งในครอบครัว ไม่มีใครรับฟังปัญหา หรือไม่รู้ว่าจะปรึกษา
ใคร เมื่อเติบโตไปโรงเรียนก็มักจะพวพหาเอาความรู้สึกโดดเดี่ยว ว่าแหงนี้ไปที่โรงเรียน ความที่ทักษะ
ไม่ได้ถูกฝึกสอนมาตั้งแต่ที่บ้านจึงทำให้ผลการเรียนไม่ดี และมักจะแยกตัวออกจากกลุ่มเพื่อน

ปัญหาการปรับตัวในวัยรุ่น ความขัดแย้งในจิตใจของวัยรุ่น ที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง
ต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น เป็นสิ่งที่ปกติธรรมดาของการเจริญพัฒนาไปเป็นผู้ใหญ่ แต่จะไม่รุนแรง
มีผลกระทบต่อการศึกษา การงานหรือด้านสังคม ในกรณีที่ปัญหารุนแรงส่งผลกระทบต่อด้านต่าง ๆ
นั้น จึงจะจัดว่ามีปัญหาในการปรับตัว พบได้ร้อยละ 10-15 ของวัยรุ่นทั่วไป โดยเฉพาะปฏิกิริยาต่อ
การรับบทบาทหน้าที่ของความเป็นผู้ใหญ่ รู้สึกว่าการดูแลรับผิดชอบตัวเองเป็นภาระที่หนักหน่วง

ยากที่จะรับเอาไว้ได้เกิดความเคร่งเครียด บางรายมีอาการวิตกกังวล กลุ่มใจ ท้อแท้ ทานอาหารไม่ได้ นอนไม่หลับ ติดพ่อแม่ ครู หรือเพื่อนเหมือนเด็กเล็ก หรือมีอาการแสดงออกมาทางร่างกาย เช่น ปวดหัว ปวดท้อง หรือมีอาการฉุนเฉียว วู่วาม ก้าวร้าว ต่อต้าน ซึ่งอาการเหล่านี้จะมีอยู่ไม่นาน ในที่สุดจะสามารถพัฒนาต่อไปได้ในที่สุด ชีวิตนี้แท้จริงมีปัญหาที่ทำให้เราต้องปรับตัว และแก้ไขความขัดแย้งประจำวันอยู่ตลอดเวลาแต่ในระยะวัยรุ่นซึ่งมีลักษณะพิเศษเพราะเกิดผลต่อเนื่องลูกกลมได้ง่าย ทั้งนี้เนื่องจากวัยรุ่นมีอาการอ่อนไหวง่าย อยากเป็นอิสระ อยากเป็นผู้ใหญ่ ไม่อยากฟังเหตุผลของใคร เจ้าทิฐิ อดดี ถือดี แต่ในขณะที่เดียวกันก็ยังขาดความเชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหา ในการพูด การทำงาน จึงทำให้เปลืองพลังได้ง่าย วัยรุ่นผู้เข้าใจปัญหาประจำวัยของตน และสามารถปรับตัวดำเนินชีวิตอย่างเหมาะสม คือ วัยรุ่นที่มีความสุข มีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จในอนาคต

การสร้างบุคลิกภาพ

1. การค้นหาเอกลักษณ์ของตนเอง

พัฒนาทางด้านความนึกคิด ค้นหาสิ่งต่าง ๆ ทั้งท่าทาง คำพูด การแสดงออก การแต่งกาย การเข้าสังคม วัยรุ่นที่สามารถผ่านพ้นภาวะวิกฤติในการค้นหาตัวเองได้อย่างไม่ยุ่งยากนัก มักจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

- เป็นผู้ที่ใช้สติปัญญาเผชิญกับเหตุการณ์ในชีวิตมากกว่าการใช้อารมณ์
- เป็นผู้ que เลือกเผชิญหน้ากับปัญหามากกว่าเป็นผู้ที่จะยอมหลีกเลี่ยงปัญหา
- เป็นผู้ que รู้เท่าทันธรรมชาติของตนมาก่อน
- เป็นผู้ que ไม่มีความรู้สึก que ตนเองโดดเดี่ยวมีหนทางที่จะไปขอความช่วยเหลือจากผู้อื่นได้

วัยรุ่นที่สามารถผ่านวิกฤตการณ์และค้นหาตัวเอง ก็เท่ากับมีความสามารถที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มี บุคลิกภาพมั่นคง

2. การเอาชนะตัวเอง การควบคุมพฤติกรรม อารมณ์ให้ออกมาในรูปแบบที่เหมาะสมในระยะแรก ๆ จะพบลักษณะสองจิตสองใจระหว่างความอยากเป็นเด็กต่อไปกับความอยากเป็นผู้ใหญ่ จากความรู้สึกนึกคิดของวัยรุ่นมักจะมองว่าสภาวะผู้ใหญ่หมายความว่า ฟังตนเองได้ ตัดสินใจได้ถูกต้อง การที่จะเอาชนะใจตนเองนั้น เป็นสิ่งที่เด็กควรจะได้รับ การเรียนรู้ ได้รับโอกาสในการฝึกฝนมาตั้งแต่เด็ก ๆ ที่ละเล็กทีละน้อย ผ่านการที่พ่อแม่กำหนดขอบเขตต่าง ๆ ในชีวิต แต่ในวัยเด็กที่ไม่เคยเรียนรู้ที่จะยับยั้งชั่งใจมาก่อน ไม่เคยเอาชนะตัวเองโดยการทำให้เหมาะสมได้เลย หรือถูกเลี้ยงดูให้เอาแต่ใจตัวเอง อยากได้อะไรก็ได้ อยากทำอะไรก็จะทำ ครั้งเติบโตเข้าวัยรุ่นมี

อิสระมากขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมที่ไม่ยังคิดได้บ่อย ๆ และบางครั้งกลับเป็นอันตรายทั้งต่อตนเอง และผู้อื่นอีกด้วย

3. การแยกตัวเองเป็นอิสระ คำว่าอิสระในสายตาของวัยรุ่น ก็คือ มีสิทธิและเสรีภาพเท่าที่บุคคลหนึ่งพึงจะมี ซึ่งรวมทั้งการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจในเหตุการณ์ต่าง ๆ ขณะเดียวกัน พวกเขา ก็จะสังเกตดูการยอมรับจากพ่อแม่คนข้างเคียงด้วย

2. ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศา (Celebrity Fanatic)

2.1 นิยามและขอบเขต

Scott Thorne (2006) ได้ให้คำนิยามของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับความคลั่งไคล้ไว้ดังต่อไปนี้ Fan คือ คนที่มีความชื่นชอบหรือสนใจในบุคคลคนใดบุคคลหนึ่ง กลุ่มคน งานศิลปะ หรือแม้กระทั่งแนวความคิด โดยพฤติกรรมนั้นอยู่บนบรรทัดฐานของสังคมที่คนทั่วไปสามารถยอมรับได้

Fanatic คือ คนที่มีความชื่นชอบหรือสนใจในบุคคลคนใดบุคคลหนึ่ง กลุ่มคน งานศิลปะ หรือแม้กระทั่งแนวความคิดโดยพฤติกรรมมีความเข้มข้นและรุนแรง จนคนทั่วไปมองว่ามีความผิดปกติและละเมิดกฎเกณฑ์ของสังคม

Fandom คือ เป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มแฟนที่มีความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมกันภายในกลุ่มเนื่องจากมีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน

Fanaticism คือ ระดับความชื่นชอบและความสนใจในบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กลุ่มคน งานศิลปะ หรือแนวความคิด

Jenkins (1992) กล่าวว่า "Fan" มาจากคำว่า "Fanatic" หมายถึง คนที่หลงใหล คลั่งไคล้ในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นิยามของคำว่า "แฟน" มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งเกิดขึ้นครั้งแรกในศตวรรษที่ 19 เมื่อนักหนังสือพิมพ์ได้พยายามอธิบายถึงคนที่คอยติดตามที่มังกีฟ้าอาชีพ จึงกำหนดคำว่า "แฟน" ขึ้นมาเพื่อใช้เรียกคนกลุ่มนี้ และต่อมาได้ถูกขยายความโดยรวมถึงคนที่จงรักภักดีต่อผู้ที่อุทิศตนเพื่อการกีฬาและงานบันเทิงต่าง ๆ เข้าไปด้วย ซึ่งแฟนแต่ละกลุ่มก็จะมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เช่น แฟนเพลงฮิปฮอป (Hip Hop) ก็จะมีลักษณะการแต่งกายด้วยเสื้อกีฬาตัวใหญ่ กางเกงเอวใหญ่หลวมสะโพก แฟนเพลงร็อก (Rock) ก็จะมีลักษณะการแต่งกายด้วยเสื้อหนัง กางเกงหนัง คำว่าแฟน ยังรวมไปถึง แฟนกีฬา แฟนนักแสดง แฟนภาพยนตร์ เป็นต้น

คำว่า "แฟน" เป็นคำที่มีหลายความหมาย ได้ถูกนิยามขึ้นโดยมุมมองของคนหลายกลุ่ม กลุ่มแต่ละกลุ่มก็จะให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับว่าจะมองจากสายตา "คนนอก" หรือ "คนใน" หากมองจากสายตา "คนนอก" ตามแนวคิดแบบสังคมมวลชน (Mass Society) และแนวคิดของสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (The Frankfurt School) "แฟน" จะถูกมองในแง่ลบว่าเป็นกลุ่มคนที่คลั่งไคล้ ถูกหลอกโดยง่าย แต่หากมองจากสายตา "คนใน" ตามแนวคิดของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies) ความหมายของแฟนจะเปลี่ยนไป ขึ้นอยู่กับว่ายืนอยู่บนจุดยืนของใคร "คนนอก" หรือ "คนใน" (สุปรีดา ซอลำไย, 2549)

De Certeau (1984) ได้กล่าวถึง แฟนดอม (Fandom) หรือ "ความเป็นแฟน" ในฐานะเป็นชนกลุ่มย่อยเฉพาะ ถ้ามองในมิติความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค กลุ่มคนเหล่านี้จะมีกิจกรรมเฉพาะที่เป็นปากเสียงแทนกลุ่มของตน หรือเป็นปากเสียงแทนผู้บริโภค ซึ่งกิจกรรมหลาย ๆ อย่างจะมุ่งไปสู่การสร้างวัฒนธรรมที่เหมาะสมให้แก่ตัวเอง จะสร้างลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรมและสังคมของตนผ่านการยืมภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมมวลชน โดยโยนโย่ไปสู่กลุ่มสื่อที่มีอิทธิพลและครอบคลุมวัฒนธรรมมวลชนนั้น ๆ อยู่

McQuail (1994) ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับแฟน และกลุ่มจงรักภักดีไว้ว่า

Fan เป็นกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน เปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ยึดติดกับเนื้อหาสาระที่มีผู้เสนอ ถ้าสาระเปลี่ยนแปลงไป กลุ่มแฟนก็จะสลายตัวทันที บุคคลทั่วไปมักไม่รู้ตัวว่าตนเองอยู่ในกลุ่มนี้ บางครั้งคนกลุ่มนี้อาจได้รับแรงกระตุ้นจากสื่อหรือด้วยความสมัครใจที่จะรวมกลุ่มอย่างจริงจัง

Medium Audience เป็นกลุ่มที่มีความจงรักภักดีต่อสื่อ นั้น ๆ อย่างจริงจัง อาจเกิดจากการกระตุ้นของสื่อหรือเหตุผลเชิงพาณิชย์ เช่นการโฆษณาชวนเชื่อ ลักษณะนี้เป็นพวกติดช่อง ติดสถานี ติดหนังสือหรือแมกกาซีน ติดองค์กรสื่อมวลชน ซึ่งสามารถบรรยายลักษณะของกลุ่มนี้ได้ เพราะยาวนานไม่สลายง่าย

เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ให้คำจำกัดความของคำว่า "แฟน" ถูกตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองระบบดารา กลุ่มคนที่ชื่นชอบ ชื่นชม หลงใหลในความเป็นผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง ที่ถูกนำเสนอผ่านกลุ่มของตนโดยสื่อมวลชน แฟนเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองระบบดารา และควมมีชื่อเสียง แบ่งเป็น 2 ลักษณะอาการ ลักษณะแรกคือบุคคลที่หลงใหลและชื่นชมเพียงลำพัง และลักษณะที่ 2 คือ กลุ่มของสมาชิกที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มที่ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างลึกซึ้ง และสามารถขยายกลุ่มออกไปได้ ตามความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับชีวิตที่ทันสมัย ซึ่งกลุ่มแฟนที่กล่าวมาข้างต้น มีลักษณะสำคัญดังนี้

1. แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง (Obsessed loner) จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่อยากให้ตนแตกต่างจากผู้อื่น ทำให้ความเป็นมวลชนน้อยลง ตัดตัวเองออกจากครอบครัวสังคม เพื่อน ชีวิต

จะถูกครอบงำมากขึ้นเรื่อย ๆ จากความมีชื่อเสียง ความโด่งดังของดารา หรือนักกีฬาที่ตนชื่นชอบ จนสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง คนพวกนี้จะถูกยั่วเย้าโดยสื่อมวลชน นำไปสู่โลกมายาจนเข้าไปสู่อาการทางจิตที่อยากจะฆ่าคนที่ตนถือว่าเป็นเจ้าของเพื่อให้สมความปรารถนาของตน

2. แฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ (Frenzied fan) เป็นกลุ่มของแฟนที่หลงใหลและบ้าคลั่งสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มีความจงรักภักดีต่อผู้มีชื่อเสียงนั้น ๆ เช่น แฟนฟุตบอล แฟนคอนเสิร์ต แฟนในกลุ่มนี้ได้รับการชักจูง หรือครอบงำโดยอิทธิพลจากภายนอกได้ง่าย

จากที่กล่าวมาข้างต้นนำไปสู่ "แฟนดอม" (Fandom) กลุ่มชนผู้คลั่งไคล้ เป็นลักษณะอาการทางจิต เป็นการทดแทนทางด้านจิตวิทยา มีความพยายามที่จะสร้างสิ่งเรียกร้องความสนใจต่าง ๆ ขึ้นเพื่อทดแทน ขาดเซยลักษณะของตน ที่ขาดความเป็นตัวของตัวเอง ไม่มีลักษณะเฉพาะของตน และขาดการยอมรับ โดยกลุ่มแฟนดอมจะแสวงหาลักษณะของตน เพื่อเชื่อมโยงไปสู่บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ตนคลั่งไคล้ โดยพยายามทำตัวให้เหมือนกับผู้ที่ตนชื่นชอบ เช่น การแต่งกายเลียนแบบ การเลียนแบบพฤติกรรม

ภาพของแฟนดอมเคยถูกมองอย่างตายตัวในแง่ลบมานาน ประการแรก แฟนเป็นวัฒนธรรมประชานิยม ที่แสดงออกถึงส่วนที่มีลักษณะวิพากษ์วิจารณ์ในระดับต่ำสุดและน้อยที่สุด ผู้รับสารถูกมองว่าสามารถถูกครอบงำและทำให้ไขว่เขวได้ง่ายและถูกผลักดันเพียงเพื่อการแสวงหาผลกำไรเท่านั้น วัฒนธรรมประชานิยมที่มีหลายรูปแบบ แสดงให้เห็นถึงความปรารถนาและความต้องการของผู้รับสารที่ทำให้พวกเขาเฉื่อยชา เพิกเฉยมากขึ้น ไม่ช่างวิพากษ์วิจารณ์เหมือนเช่นเคย แฟนไม่อาจยอมรับได้ว่า วัฒนธรรมที่พวกเขาพอใจนั้นถูกใช้เพื่อล่อลวงและทำให้สับสน ประการที่สอง มีผู้สันนิษฐานว่า แฟนเป็นกลุ่มผู้รับสารที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะยังต้องรอเวลาที่เติบโตและยังคงสนุกสนานกับการที่ไม่ต้องรับผิดชอบต่อการเป็นแฟนดอม

แต่ในความเป็นจริง แฟนเป็นกลุ่มคนที่มีความสร้างสรรค์และกระตือรือร้น แม้อยู่ในสภาพสังคมที่บีบรัดและยังเป็นผู้ผลิตวัฒนธรรมในแบบของตนขึ้นมาด้วย จากเดิมที่แฟนถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มแฟนที่มีขนาดใหญ่ และกลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็ก ซึ่งแฟนกลุ่มแรกเป็นส่วนที่ถูกมองว่า เป็นกลุ่มผู้บริโภคตัวบท (Text) ของวัฒนธรรมประชานิยม แต่แฟนในส่วนที่สองอยู่อย่างกระจัดกระจายกลับเป็นผู้ใช้ตัวบทที่มีลักษณะเฉพาะอย่างกระตือรือร้นและให้ความสำคัญกับความหมายดั้งเดิมและความหมายใหม่ นอกจากนี้กลุ่มแฟนขนาดเล็กยังเป็นกลุ่มที่ใช้วัฒนธรรมประชานิยม เพื่อแสดงออกถึงประสบการณ์ชีวิตของตนและคนอื่น อีกทั้งยังต้องต่อต้านสภาวะความตึงเครียดของคนในสังคมและสร้างลักษณะเฉพาะทางสังคมของตนขึ้น ลักษณะนี้จัดว่าเป็นแฟนที่แท้จริง เพราะถึงแม้ว่า กลุ่มแฟนกลุ่มนี้จะมีความเล็ก แต่ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมากกว่ากลุ่มแฟนที่มีขนาดใหญ่ แฟนจึงสามารถจำแนกโดยอาศัยรูปแบบวัฒนธรรมประชานิยม และผลของความพยายามของกระแสทางการค้าที่เตรียมไว้

แฟนจะผูกพันกับวัฒนธรรมประชานิยมเพราะเกิดจากความเพลิดเพลิน ปิติยินดี การผลิตวัฒนธรรมแห่งความพอใจเป็นตัวตัดสินความสัมพันธ์ของแฟนกับวัฒนธรรมนิยม ความเข้าใจในประเภทของแฟนต้องอาศัยความสัมพันธ์ของความรู้สึกที่ต่างกัน เช่น ความรู้สึกรักใคร่ (Effect) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผูกพันใกล้ชิดกับสิ่งที่เรารัก ซึ่งเราอธิบายได้ว่า เป็นความรู้สึกที่มีชีวิตชีวาเราสามารถเข้าใจชีวิตคนอื่นได้ โดยเข้าไปร่วมแบ่งความหมายและความพอใจในสิ่งเดียวกัน แต่เราอาจไม่รู้ว่าได้ให้ความรู้สึกกับเขาได้อย่างไร อารมณ์ความรู้สึก (Feeling) จะเป็นขอบเขตของผลทางวัฒนธรรมในสังคมที่สร้างขึ้น ประสบการณ์อย่างเดียวกันจะเปลี่ยนไปเมื่ออารมณ์ความรู้สึกเปลี่ยนแปลงไป วัตถุประสงค์เดียวกันที่มีความหมายเหมือนกันเคยให้ความพอใจเหมือนกัน แต่เมื่อความสัมพันธ์เชิงรักใคร่ของเราต่อสิ่งนั้นได้เปลี่ยนแปลงไป ก็จะเกิดความพอใจต่างกันได้ สำหรับแฟนนั้นรูปแบบของบริบททางวัฒนธรรมบางรูปแบบ กลายเป็นสิ่งที่ทำให้เขาเกิดความรู้สึกเต็มเปี่ยมด้วยรักความสัมพันธ์ ที่เกิดในบริบทสามารถนิยามได้โดยอาศัยความรู้สึกรักใคร่

2.2 ประเภทของแฟนคลับ

Jenson (1992 อ้างถึงใน เจษฎา รัตนเขมากร, 2541) ได้แบ่งลักษณะของแฟนออกเป็น 2 แบบได้แก่

1. แบบปัจเจกชน แฟนลักษณะนี้แยกตัวออกจากวงสังคม จากครอบครัว ชีวิตจะถูกครอบงำอย่างไรเหตุผล ถูกล่อลวงโดยสื่อมวลชน และคนมีชื่อเสียงได้ง่าย
2. แบบกลุ่ม มีลักษณะจงรักภักดีต่อสิ่งที่หลงใหล และหลังจากนั้นจะเกิดความจงรักภักดีต่อกลุ่มที่หลงใหลในสิ่งเดียวกัน นอกจากนั้นยังมีลักษณะจงรักภักดีต่อการมีชื่อเสียงของดาราและรายการ อากาเรเหล่านี้เป็นโรคติดต่อกันสมาชิกในกลุ่ม

เจษฎา รัตนเขมากร (2541) แบ่งประเภทของแฟนคลับโดยอาศัยเกณฑ์ ผู้ก่อตั้งแฟนคลับเป็นตัวแบ่ง สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท

1. แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเพลง เกิดขึ้นเนื่องจากบริษัทเพลงเห็นถึงความสำคัญของกระแสความนิยม จุดหมายถึงศิลปินดาราที่ถูกส่งเข้ามาโดยแฟนคลับ ทางบริษัทจึงจัดตั้งกลุ่มแฟนคลับขึ้นมาเพื่อให้แฟนเพลงได้ใกล้ชิดกับศิลปินดารา และยังเป็นการส่งเสริมการขายอีกรูปแบบหนึ่งด้วย
2. แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน เกิดจากการที่แฟนคลับชื่นชอบในตัวศิลปิน เขียนจดหมาย นำของต่าง ๆ มาให้ ติดตามไปงานต่าง ๆ ที่ศิลปินไป หรือแม้กระทั่งเดินทางไปยังบ้านของศิลปิน ทำให้ศิลปินทราบถึงความนิยมของตนเอง ดังนั้นศิลปินเหล่านี้จึงได้จัดตั้งแฟนคลับขึ้นมาด้วยตัวเอง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างศิลปินกับแฟนเพลงได้ส่งข่าวสารถึงกัน

3. แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการ เกิดจากแฟนเพลงที่ชื่นชอบในตัวศิลปินมารวมตัวกันและจัดตั้งกลุ่มแฟนคลับขึ้นมาให้ และใช้สื่อทันสมัยและแพร่หลายในวงกว้าง เช่น ประสงค์เพื่อให้บุคคลที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกัน ได้มีช่องทางในการติดต่อ พูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร รูปภาพ ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

4. แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนอย่างไม่เป็นทางการ เกิดจากการรวมตัวกันเองของแฟนเพลง โดยไม่มีการดำเนินการที่แน่นอน ซึ่งอาจจะรวมตัวกันตอนมีคอนเสิร์ต หรือการแสดงต่าง ๆ โดยไม่มีรายชื่อที่ชัดเจนแน่นอน

2.3. การประเมินระดับความคลั่งไคล้

McCutcheon และคณะ (2002) ได้จัดทำมาตรวัด Celebrity Worship Scale ขึ้น และแบ่งระดับความคลั่งไคล้ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับสนใจใคร่รู้เพื่อความบันเทิง (Entertainment-Social Celebrity Worship) หมายถึง บุคคลที่มีเจตคติที่ชื่นชอบต่อศิลปินดารา รับรู้ว่าเป็นการให้ความบันเทิงและเพื่อการติดต่อทางสังคมกับกลุ่มผู้ชื่นชอบศิลปินดาราเช่นเดียวกับตน เป็นบุคคลที่ติดตามข่าวสารของศิลปินดาราที่ตนเองชื่นชอบตามสื่อต่างอย่างใกล้ชิด โดยรู้สึกว่าการให้ความบันเทิงแก่ตนเองเท่านั้น

2. ระดับผูกพันยึดติด (Intense-Personal Celebrity Worship) หมายถึง บุคคลที่มีระดับความคลั่งไคล้ศิลปินดาราที่เข้มข้นขึ้น มีลักษณะหลงใหล เกิดทุนศิลปินดาราที่ชอบถึงขั้นเสพติด ความคลั่งไคล้นี้มีแนวโน้มที่จะครอบงำจิตใจ เช่น ถ้าศิลปินดาราที่เขาชื่นชอบประสบกับเรื่องเลวร้าย บุคคลนั้นจะรู้สึกเหมือนกับว่าเรื่องนั้นได้เกิดขึ้นกับตนด้วย

3. ระดับคลั่งไคล้ (Borderline-Pathological Celebrity Worship) หมายถึง บุคคลที่แสดงอาการคลั่งไคล้ศิลปินดาราอย่างรุนแรงที่สุด เช่นการสะกดรอยตามศิลปินดารารั้งความวิตกกังวลแก่ศิลปินดารา ซึ่งเรียกว่า Stalker บุคคลประเภทนี้ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรม ความคิด จินตนาการเกี่ยวกับศิลปินดาราที่เขาชื่นชอบได้ มีความคิดเพ้อฝันเกี่ยวกับศิลปินดาราที่ตนชอบ

3. การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem)

3.1 นิยามและขอบเขต

Rosenberg (1965) ได้ให้ความหมายของการมองเห็นคุณค่าในตนเองว่า เป็นการประเมินความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตนเองในด้านการยอมรับตนเอง การนับถือตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเองและความเชื่อมั่นในตนเองโดยจะประเมินทั้งทางด้านดีและด้านไม่ดี

Coopersmith (1992, อ้างถึงใน ปัทมา เรณูมาร 2539) กล่าวว่า การมองเห็นคุณค่าในตนเอง เป็นการตัดสินใจที่มีคุณค่าของตนเอง และแสดงถึงทัศนคติที่มีต่อตนเองในด้านการยอมรับหรือไม่ยอมรับเกี่ยวกับตนเอง ขอบเขตที่บุคคลมีความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถของเขาว่าเขามีความสำคัญและมีคุณค่า โดยจำแนกตามคุณลักษณะพื้นฐานของการมองเห็นคุณค่าในตนเองไว้ 4 ประการ คือ

1. ความสำคัญ (Significance) เป็นวิถีทางที่บุคคลรู้สึกว่าคุณค่าตนยังเป็นที่รัก ซึ่งพิสูจน์ได้ โดยการให้ผู้อื่นเห็นความสำคัญของตนเอง
2. ความสามารถ (Competence) เป็นวิถีการที่จะพิจารณาถึงความสำคัญโดยการกระทำ
3. คุณความดี (Virtue) เป็นการบรรลุซึ่งมาตรฐานตามศีลธรรมและจริยธรรม
4. พลังอำนาจ (Power) เป็นอิทธิพลที่บุคคลมีต่อชีวิตตนเองและผู้อื่น

McCrosky and Stewart (1986) กล่าวว่า การมองเห็นคุณค่าในตนเอง เป็นทัศนคติที่บุคคลมองตัวเองในเชิงคุณค่าโดยรวม ผู้ที่มองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะมีแนวโน้มขาดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและวัดสมรรถนะของตนเองทางลบแทบทุกด้าน ไม่ว่าจะพยายามมากเพียงใดมักจะคิดว่าตนเองล้มเหลว เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ที่มองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ จึงมักมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความหวั่นไหวในการสนทนาได้ตอบ มักตกอยู่ใต้อิทธิพลของผู้อื่น และมีการควบคุมตนเองไม่ค่อยได้ จึงมีแนวโน้มที่จะยอมและคล้อยตามกลุ่ม การที่ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นโดยง่าย เพราะมักคิดว่าความเห็นของตนเองมีคุณค่าน้อยกว่า ในขณะที่ผู้ที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูงมักจะเป็นผู้นำในการสนทนา มีความเชื่อมั่นและคาดหวังในความสำเร็จที่จะได้รับเป็นปกติ หากนำผู้ที่มีการมองเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกันมาทำกิจกรรมร่วมกัน ผู้ที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูงจะเป็นผู้ที่ผูกขาดการสนทนาแต่ผู้เดียว

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2531) ได้ให้ความหมายของการมองเห็นคุณค่าในตนเองว่า เป็นการแสวงหา และรักษาคำดีศรี เกียรติยศทั้งโดยตนเองและโดยสำนึก และผู้อื่นกล่าวขวัญยกย่องเชิดชู เช่น ความต้องการมีเกียรติ มีหน้ามีตา ความต้องการมีชื่อเสียงเป็นที่ยกย่องนับถือจากผู้อื่นที่มีใช้ลักษณะฉาบฉวยจอมปลอม

กล่าวโดยสรุป การมองเห็นคุณค่าในตนเอง หมายถึง การที่บุคคลมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง ในเรื่องของการยอมรับตนเอง ความเชื่อมั่นในตนเองที่จะประสบความสำเร็จ และการมีความสามารถเพียงพอในการกระทำสิ่งต่าง ๆ อันมีคุณค่าต่อตนเองและต่อสังคม

3.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตนเอง

การเห็นคุณค่าในตนเอง นั้น พิจารณาได้จากการเปรียบเทียบตนเองที่แท้จริง (Self-concept) กับตนในอุดมคติ (Ideal self) โดยคนที่มองเห็นตนเองในอุดมคติขัดแย้งกับตนเองตามความเป็นจริง จะมีความภาคภูมิใจในตนเองต่ำ (Low self-esteem) และคนที่มีความคิดเห็นตรงกันกับตนในอุดมคติ จะเป็นคนที่มีความภาคภูมิใจในตนเองสูง บุคคลจะรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองได้ก็ต่อเมื่อยอมรับตนเองได้ โดยที่การรับรู้ของบุคคลตามที่เขารับรู้สอดคล้องกับตนในอุดมคติหรือตามที่ตนเองคาดหวัง ทั้งในด้านความรู้สึก เจตคติ ความเชื่อในเอกลักษณ์และคุณค่า ความศรัทธาในตนเอง รวมทั้งการรับรู้สัมพันธภาพของตนเองกับบุคคลอื่น ถ้าบุคคลใดคิดว่าตนเองตามความเป็นจริงเท่าเทียมหรือใกล้เคียงกับตนเองในอุดมคติมากเพียงใด บุคคลก็จะมีภาคภูมิใจในตนเองมากขึ้น หรือกล่าวได้ว่าภาคภูมิใจในตนเองเป็นผลต่างของความคลาดเคลื่อนของตัวตนที่แท้จริงและตัวตนที่อยากจะเป็น นอกจากนี้เหตุการณ์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของบุคคลก็มีผลต่อภาคภูมิใจในตนเองของบุคคลด้วย กล่าวคือ ถ้าสถานการณ์เป็นไปในด้านดี มีความสำเร็จในสิ่งที่กระทำภาคภูมิใจในตนเองก็เพิ่มขึ้น

ในทางตรงกันข้ามการประสบความล้มเหลวก็จะทำให้บุคคลรู้สึกว่าตนไม่มีความสามารถ ไร้ประโยชน์ ภาคภูมิใจในตนเองย่อมลดลง มนุษย์ต้องการที่จะได้รับความนับถือยกย่อง ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นความต้องการนับถือตนเอง (Self-Respect) ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from others)

1 ความต้องการนับถือตนเอง (Self-Respect) คือ ความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความแข็งแรง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น และมีความเป็นอิสระ ทุกคนต้องการที่จะรู้สึกว่าเขามีคุณค่าและมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จในงานภารกิจต่าง ๆ และมีชีวิตที่เด่นดัง

2 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from others) คือ ความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับการยกย่อง ได้รับการยอมรับ ได้รับ ความสนใจ มีสถานภาพ มีชื่อเสียงเป็นที่กล่าวขาน และเป็นที่ยอมรับยินดี มีความต้องการที่จะได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขากระทำซึ่งทำให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าว่าความสามารถของเขาได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง ก็เป็นเช่นเดียวกับธรรมชาติของลำดับขั้นในเรื่องความต้องการด้านแรงจูงใจตามทัศนะของมาสโลว์ ในเรื่องอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นภายในจิตนั้นคือ บุคคลจะแสวงหาความต้องการได้รับการยกย่องก็เมื่อภายหลังจาก ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของได้รับการตอบสนองความพึงพอใจของเขาแล้ว และมาสโลว์กล่าวว่ามันเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ที่บุคคลจะย้อนกลับจากระดับขั้นความต้องการในขั้นที่ 4 กลับไปสู่ระดับขั้นที่ 3 อีกถ้าความต้องการระดับขั้นที่ 3 ซึ่งบุคคลได้รับไว้แล้วนั้นถูกกระทบกระเทือนหรือสูญเสียหายไปทันทีทันใด

ความพึงพอใจของความต้องการได้รับการยกย่องโดยทั่ว ๆ ไป เป็นความรู้สึกและทัศนคติของความเชื่อมั่นในตนเอง ความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า การมีพลังกำลัง การมีความสามารถ และความรู้สึกว่ามีชีวิตอยู่อย่างมีประโยชน์และเป็นบุคคลที่มีความจำเป็นต่อโลก ในทางตรงกันข้าม การขาดความรู้สึกต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ย่อมนำไปสู่ความรู้สึกและทัศนคติของปมด้อยและความรู้สึกไม่พอเพียง เกิดความรู้สึกอ่อนแอและช่วยเหลือตนเองไม่ได้ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นการรับรู้ตนเองในทางนิเสธ (Negative) ซึ่งอาจก่อให้เกิดความรู้สึกขลาดกลัวและรู้สึกว่าตนเองไม่มีประโยชน์และสิ้นหวังในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของชีวิต และประเมินตนเองต่ำกว่าชีวิตความเป็นอยู่กับการได้รับการยกย่อง และยอมรับจากผู้อื่นอย่างจริงจังมากกว่าการมีชื่อเสียงจากสถานภาพหรือการได้รับการประจบประแจง การได้รับความนับถือยกย่องเป็นผลมาจากความเพียรพยายามของบุคคล และความต้องการนี้อาจเกิดอันตรายขึ้นได้ถ้าบุคคลนั้นต้องการคำชมเชยจากผู้อื่นมากกว่าการยอมรับความจริงและเป็นที่ยอมรับกันว่าการได้รับความนับถือยกย่อง มีพื้นฐานจากการกระทำของบุคคลมากกว่าการควบคุมจากภายนอก

3.3 ลักษณะของบุคคลที่เห็นคุณค่าในตนเอง

Coopersmith (1991) กล่าวถึงคุณลักษณะพื้นฐานของการมองเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งบุคคลใช้ตัดสินว่าตนประสบความสำเร็จ คือ

1. ความสามารถ (Competence) เป็นวิธีการที่จะพิจารณาถึงความสำคัญโดยการกระทำให้สำเร็จตามเป้าหมาย สามารถเผชิญอุปสรรคต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาในชีวิตด้วยความมั่นใจปรับตัวได้ดี ใช้กลไกป้องกันตนเองน้อย สามารถดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ความสำคัญ (Significance) เป็นวิธีการที่บุคคลรู้สึกเกี่ยวกับการยอมรับการมีคุณค่าอย่างเหมาะสม ตนเองยังเป็นที่รักของบุคคลอื่น มีประโยชน์และเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวและสังคม
3. อำนาจในตัว (Power) เป็นอิทธิพลที่บุคคลมีต่อชีวิตตนเองและต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว มีความเชื่อมั่นในอำนาจการกระทำของตนเองว่าจะก่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ และมีความสามารถเพียงพอในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ด้วยตนเอง

Coopersmith (1981) ได้แบ่งลักษณะของบุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองไว้ 2 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. บุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูง คือ บุคคลที่มีลักษณะการมองเห็นคุณค่าในตนเองสูง จะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง มองตนเองในด้านบวก มีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ไม่

หวั่นไหวต่อการวิจารณ์หรือการตำหนิจากบุคคลอื่นได้ง่าย มีลักษณะยอมรับผิดตนเอง ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ใฝ่ใจและสามารถรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่นได้อย่างละเอียดอ่อน สามารถแสดงความคิดเห็นและความต้องการของตนเองได้อย่างตรงไปตรงมาตามความเป็นจริง ใช้กลไกการป้องกันตนเองน้อย มักเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์ สัมพันธภาพกับผู้อื่นก่อน มีความยืดหยุ่น มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ มีความกระตือรือร้น กล้าทำงานที่ทำทลายความสามารถ พอใจที่ได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ มีความวิตกกังวลน้อย ซึ่งโดยภาพรวมแล้ว บุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูงจะมีความสุขและใช้ชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. บุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ คือ บุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ จะมีลักษณะแตกต่างจากบุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูง คือ ขาดความมั่นใจในตนเอง รู้สึกไร้ค่า ไม่มีความสามารถ มีความวิตกกังวลสูง มีความเครียดไม่กล้าแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากคนอื่น ชอบเป็นผู้ฟังมากกว่าแสดงบทบาท ไม่มีความพยายามในการทำงานที่สลับซับซ้อน เมื่อพบอุปสรรคก็ละทิ้งงานหลีกเลี่ยงการแก้ไขปัญหา ไม่มีความยืดหยุ่น มักจะยึดติดกับสิ่งที่รู้จักหรือคุ้นเคย หลีกเลี่ยงการคบกับบุคคลอื่น พอใจที่จะอยู่เฉย ๆ ยอมรับสภาพที่เป็นอยู่และมักจะคล้อยตามผู้อื่น ยอมรับคำพูดที่กล่าวถึงตนเองในแง่ลบ ขาดความเชื่อมั่นที่จะปฏิเสธคำวิจารณ์ของผู้อื่น กลัวการทำให้ผู้อื่นโกรธหวั่นไหวต่ออิทธิพลของสังคม ขาดพลังความสามารถที่จะทำงานให้สำเร็จ ใช้กลไกการป้องกันตนเอง คิดว่าเพื่อน ๆ ไม่ยอมรับ ไม่สนใจ และเกิดความรู้สึกเสียใจบ่อย ๆ ลักษณะเหล่านี้จะพบบ่อยในบุคคลที่มีลักษณะเก็บกด ซ้ำอายุ และหลีกเลี่ยงปัญหา

Maslow (1970) กล่าวว่า การมองเห็นคุณค่าในตนเองบ่งบอกถึงลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของบุคคลช่วยให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างให้บุคคลมองเห็นคุณค่าในตนเองเป็นการตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่จะทำให้บุคคลมีความสุขมากขึ้น นอกจากจะปรับปรุงบุคลิกภาพเฉพาะตัวแล้ว ยังช่วยปรับปรุงคุณภาพของบุคคล ตลอดจนการสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน

Lindenfield (1995, อ้างถึงใน ปัทมา เรณูมาร, 2539) ได้กล่าวถึงลักษณะของบุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูงไว้ดังนี้

1. สงบและรู้สึกผ่อนคลาย (Calm and relaxed) สามารถควบคุมตนเองได้แม้ว่ากำลังเผชิญอยู่กับความยุ่งยาก ความท้าทายที่หวาดกลัวอยู่ก็ตามมักไม่ค่อยมีความเครียดปรากฏอยู่บนใบหน้าแม้จะผ่านการได้รับความกดดันอย่างสูงก็สามารถกลับคืนสู่ความสงบได้อย่างรวดเร็ว

2. ดูแลตนเองดี (Well – nurtured) มีความเป็นอยู่ที่ดีในเรื่องของการดูแลตนเองและการออกกำลังกาย ซึ่งรวมไปถึงการเลือกแบบการแต่งกาย และการไม่ทำลายตนเองด้วยการละเลยสุขนิสัยที่ดีในการรับประทานอาหาร การดื่มและการนอนหลับ นอกจากนี้ ยังดูแลร่างกายของตนเองเป็นพิเศษเมื่อตกอยู่ภายใต้ความกดดันหรือการเจ็บป่วย

3. มีพลังและจุดมุ่งหมาย (Energetic and purposeful) มีชีวิตชีวาทั้งร่างกายและจิตใจ สนุกสนานกับการทำงานในหน้าที่อย่างกระตือรือร้น มีแรงจูงใจสูง มีความคิดสร้างสรรค์ในการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปในทางที่ดี

4. เปิดเผยและแสดงความรู้สึก (Open and expressive) สามารถสื่อสารกันอย่างตรงไปตรงมา ทั้งภาษาพูดและภาษาท่าทาง ซึ่งชี้ชัดถึงความรู้สึกที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้นได้ทันที และสามารถควบคุมและหยุดความรู้สึกที่เกิดขึ้นได้เมื่อต้องการ

5. คิดในทางที่ดีและมองโลกในแง่ดี (Positive and optimistic) มักไม่ค่อยมีความวิตกกังวลและความกลัว เมื่อพบความผิดพลาดในขณะที่กำลังเรียนรู้หรือประสบการณ์ซึ่งไม่คุ้นเคยก็จะสังเกตกระบวนการนั้นอย่างเปิดเผยและรู้สึกปลอดภัยปลดปล่อยความเครียดและกลับมาแก้ปัญหาใหม่ด้วยความตื่นเต้น และมองเห็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในสิ่งที่ตนสนใจ

6. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self – reliant) สามารถกระทำสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างอิสระและเป็นตัวของตัวเอง พึ่งพาตนเองได้โดยไม่ต้องมีผู้อื่นชี้แนะ

7. มีความสามารถในการเข้าสังคมและร่วมมือกับผู้อื่นได้ (Sociable and co-operative) สามารถเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่ม และสามารถประนีประนอมเพื่อความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน บุคคลเหล่านี้สามารถชื่นชมความสำเร็จของผู้อื่นได้ อีกทั้งยังสนับสนุนให้กำลังใจในการพัฒนาของบุคคลอื่นอีกด้วย แม้จะก้าวไปสู่การเป็นผู้นำก็สามารถแบ่งปันพลังอำนาจได้อย่างเหมาะสม

8. มีพฤติกรรมกล้าแสดงออกได้อย่างเหมาะสม (Appropriately assertive) สามารถยืนกรานความต้องการและสิทธิของตนได้

9. มีการพัฒนาตนเอง (Self – developing) แม้ว่าบุคคลเหล่านี้จะมองเห็นคุณค่าในตนเองสูงแล้ว ก็ยังคงตรวจสอบตนเองอยู่เสมอ มีความสุขกับการได้รู้ข้อบกพร่องและความผิดพลาดของตนเอง อันจะสามารถพัฒนาพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้นได้ นอกจากนี้ Satir (1976, อ้างถึงใน ปีทมา เรณูมาร, 2539) ได้กล่าวถึงบุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูงไว้ว่า จะเป็นผู้ที่มีการสื่อสารอย่างเหมาะสม มีแนวคิดในการดำรงชีวิตที่สามารถรักตนเองและรักผู้อื่นได้ มีวิธีการดำรงชีวิตอย่างมีเหตุผลสามารถยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล มีความเชื่อมั่นในตนเอง ตระหนักในทางเลือกต่าง ๆ และมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงตนเอง

Branden (1966 ,อ้างถึงใน ภาวินี ธนบดีธรรมจารี, 2540) ได้สรุปพฤติกรรมที่แสดงออกทางร่างกายของบุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูง ไว้ดังนี้

1. มีความยินดีที่มีชีวิต มีความสนุกสนานรื่นเริง ปรองดองตาแจ่มใส
2. สามารถชมเชยหรือกล่าวอะไรอย่างตรงไปตรงมาด้วยความซื่อสัตย์
3. มีความสามารถในการวิจารณ์ ยอมรับความผิดพลาดของตนเองได้

4. มีความเป็นอิสระในการแสดงความรู้สึกและรับฟังคำแนะนำด้วยความพึงพอใจ
5. สามารถพูดหรือกระทำในสิ่งที่ยากและเป็นไปได้
6. มีความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างคำพูดและกิริยาท่าทาง
7. มีความเปิดเผยและกระตือรือร้นในการรับประสบการณ์และโอกาสใหม่ ๆ
8. การมีอารมณ์ขัน มองเห็นสิ่งในตนเองหรือผู้อื่น
9. มีความยืดหยุ่นในการตอบสนอง มีความคิดสร้างสรรค์และอารมณ์ดีอยู่เสมอสามารถทนต่อแรงกดดัน ความเครียดต่าง ๆ ได้อย่างมีศักดิ์ศรีในตนเอง

4. การลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรม (behavioral imitation)

4.1 นิยามและขอบเขต

Miller (1967) กล่าวว่า การเลียนแบบเป็นกระบวนการที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปแสดงพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน สามารถเข้ากันได้โดยใช้สื่อหรือเครื่องมือที่เหมาะสม การเลียนแบบจะเกิดขึ้นจากการพอใจในการเรียนรู้ ผลจากการเรียนรู้ที่น่าพอใจนี้เองทำให้เกิดแรงขับในการเลียนแบบขึ้น

การเลียนแบบ (imitation) หมายถึง พฤติกรรมการเอาอย่างตัวแบบ ซึ่งเกิดจากกระบวนการทางจิตวิทยา และสังคม โดยที่ผู้เลียนแบบ อาจรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ (จรรยา สุวรรณทัต, 2547)

การเลียนแบบเป็นกระบวนการเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำของบุคคลอื่น โดยสิ่งมีชีวิตจะเลียนแบบการกระทำ พฤติกรรม การแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่น ๆ (Frieman, 2002)

สรุปคือ การเลียนแบบ หมายถึง กระบวนการที่เกิดจากการเรียนรู้ สังเกตพฤติกรรมของผู้อื่น แล้วเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมนั้น ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว โดยตัวแบบอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้

4.2 ประเภทของการเลียนแบบ

1) การเลียนแบบชนิด Overt Modeling คือ การเลียนแบบที่ผู้บริโภคนั้นเห็นต้นแบบที่เป็น ตัวบุคคลจริง ๆ เช่น พนักงานขายกำลังทำการสาธิตสินค้าหรือโฆษณาตามโทรทัศน์หรือวิดีโอ ในร้านค้า

2) การเลียนแบบชนิด Covert Modeling คือ การที่บุคคลเลียนแบบพฤติกรรมที่เรา กำหนดให้โดยไม่มีการแสดงพฤติกรรมจริง ไม่มีการแสดงผลของพฤติกรรม แต่จะใช้การแจ้งให้ผู้บริโภคนี้ภาพ (Image) พฤติกรรมของต้นแบบในสถานการณ์ต่าง ๆ และการรับผลจาก

พฤติกรรมนั้น ๆ

4.3 องค์ประกอบการเลียนแบบ

การเลียนแบบเป็นกระบวนการขัดเกลาสมาชิกทางสังคมให้มีการปฏิบัติตนใน รูปแบบที่สังคมคาดหวัง บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องในกระบวนการเลียนแบบได้แก่ บุคคลต้นแบบ และผู้เลียนแบบ ซึ่งบุคคลเลียนแบบจะทำพฤติกรรมตามบุคคลต้นแบบนั้น จะต้องประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 อย่าง คือ แรงขับในการเลียนแบบ (Drive) พฤติกรรมของบุคคลต้นแบบซึ่งเป็นสิ่ง เร้าให้เกิดการเลียนแบบ (Cue) การตอบสนองหรือการแสดงพฤติกรรมเลียนแบบ (Response) และรางวัลที่ผู้เลียนแบบจะได้รับจากการเลียนแบบนั้น (Reward) (Miller&Dollard, 1953) ดัง รายละเอียดต่อไปนี้

1. แรงขับ (Drive) ได้แก่ แรงภายในที่กระตุ้นให้บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรมเมื่อร่างกายเกิด ความต้องการที่จำเป็น (Needs) ขึ้น แรงขับนี้แยกเป็นแรงขับปฐมภูมิ ซึ่งได้แก่แรงขับที่มีมาแต่เกิด ไม่สลับซับซ้อน ส่วนใหญ่มาจากความต้องการทางกาย ส่วนแรงขับทุติยภูมิค่อนข้างซับซ้อน เกิด จากการเรียนรู้หรือแรงจูงใจทางสังคม แรงขับสองชนิดนี้ทำให้คนพยายามเลียนแบบเพื่อให้เกิด การเรียนรู้ขึ้น มิลเลอร์สรุปว่าความต้องการทางสังคมมีรากฐานมาจากแรงขับในรูปแบบต่าง ๆ และแรงขับจะผลักดันให้บุคคลในสังคมแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา แต่แรงขับที่สำคัญต่อการ เลียนแบบ (Drive to Imitate) เป็นแรงขับที่มีผลต่อการเรียนรู้มากที่สุด

2. สื่อ (Cue) ได้แก่ เครื่องชี้บอกที่จะกำหนดว่าการตอบสนองของบุคคลที่เกิดในสภาวะ เช่นไร ที่ใด เมื่อใด และจะทำอย่างไรบ้าง สื่อนี้จะบอกแนวทางในการตอบสนองที่แน่ชัดและ เฉพาะเจาะจง สื่อจะเหมือนกับแรงขับเฉพาะส่วนที่ทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าแบบเดียวกันพฤติกรรมการ เลียนแบบจะเป็นเสมือนสื่อที่ใช้ในการเรียนรู้ทางสังคม สื่อจะนำไปสู่การได้รับรางวัลหรือการถูก ลงโทษ คุณค่าของสื่อจะมีต่อการเรียนรู้ทางสังคมของบุคคลเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความชัดเจนและ ความเหมาะสมตามพฤติกรรมของตัวแบบรวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแบบและผู้สังเกตด้วย

3. การตอบสนอง (Response) ขบวนการการตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบุคคลอาจเกิดขึ้น จากการตอบสนองภายใน ซึ่งไม่ต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องชี้แนวทางในการตอบสนองนั้นก็เช่น เด็ก อาจส่งเสียงร้องออกมาโดยไม่ต้องอาศัยสื่อ แต่ต่อมาเมื่อมีการตอบสนองเสียงนั้นทำให้เกิดรู้สึก สนุกหรือได้รับความสนใจจากผู้ใหญ่ การตอบสนองในตอนนี้จะแรงเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเสียงที่ รู้สึกสนุกจะเปรียบเหมือนสื่อ และความสนใจเอาใจใส่ที่ได้รับจากผู้ใหญ่เปรียบเสมือนรางวัล ในตอนนี้การเรียนรู้จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นขบวนการที่เกิดจากการตอบสนองเดิมรวมกับสิ่งที่เรียนรู้ใหม่ การเรียนรู้ทางสังคมของเด็กก็จะพัฒนาไปในทำนองเดียวกันนี้ คือการทำแบบลองถูกลองผิดของ การตอบสนองซึ่งอาจมาจากมีสื่อเป็นเครื่องชี้แนวทางหรือไม่ก็ตาม การเรียนรู้โดยการเลียนแบบ

หรือสังเกตจากบุคคลอื่นจะช่วยลดความผิดพลาดนั้นลงมิลเลอร์ได้แสดงให้เห็นว่าการตอบสนองของบุคคลนั้นเกิดจากการตอบสนองที่เคยทำโดยมีสื่อหรือไม่ก็ตามแต่ผลของการตอบสนองนี้จะเป็นสื่อชี้แนวทาง จากนั้นการตอบสนองภายในตัวบุคคลที่เกิดขึ้นจะทำให้เกิดเป็นแรงขับ ซึ่งเมื่อประกอบกับสื่อแล้วทำให้เกิดการตอบสนองภายนอก และเมื่อได้รางวัลก็จะเกิดการเรียนรู้ขึ้น

4. รางวัล (Reward) เมื่อเกิดการตอบสนองภายนอกแล้วและได้รับรางวัล รางวัลจะเป็นเครื่องมือที่ตัดสินว่าการตอบสนองนั้น ๆ เหมาะสมหรือไม่ การได้รับรางวัลจะทำให้แรงขับลดลง และเกิดการเรียนรู้ว่าการตอบสนองถูกวิธี คุณค่าของรางวัลจะมากน้อยเพียงใดก็อยู่ที่การสังเกต และการเรียนรู้โดยการเลียนแบบจากสังคมนั่นเอง

บุคคลจะได้รับการอบรมขัดเกลาการเป็นสมาชิกในสังคมผ่านกลไกการเลียนแบบ 3 รูปแบบ ได้แก่ การมีพฤติกรรมแบบเดียวกัน การมีพฤติกรรมเทียบเคียงกัน และการลอกเลียนแบบ (พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์, 2528)

1. การมีพฤติกรรมแบบเดียวกัน บุคคลอาจมีพฤติกรรมแบบเดียวกัน เพราะมีสิ่งเร้าแบบเดียวกัน พฤติกรรมที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากการเลียนแบบหรือปัจจัยอื่น ๆ

2. การมีพฤติกรรมเทียบเคียงกัน กระบวนการเลียนแบบที่เกิดขึ้นเมื่อตัวต้นแบบเป็นบุคคลที่น่าเลื่อมใส หรือเป็นผู้ที่มีความอาวุโสมากกว่าผู้เลียนแบบ

3. การลอกเลียนแบบ เป็นรูปแบบการเลียนแบบเช่นเดียวกันกับพฤติกรรมเทียบเคียง แต่จะเพิ่มในด้านพฤติกรรมเลียนแบบที่มีความเหมือน หรือต่างจากบุคคลต้นแบบในจุดใด เพื่อให้มีพฤติกรรมเหมือนบุคคลต้นแบบมากยิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพในการเลียนแบบพฤติกรรมจากบุคคลอื่น จะมีมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความละเอียดชัดเจน ความโดดเด่น และระดับความซับซ้อนของพฤติกรรมจากบุคคลต้นแบบ ระดับการเลียนแบบที่ตนนิยมชมชอบจะเพิ่มมากขึ้นในระยะวัยรุ่นมากกว่าวัยเด็ก เนื่องจาก (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2542)

1. ความต้องการรู้จักตนเอง การมีบุคคลที่ชื่นชอบเป็นแบบอย่างให้ยึดถือ และการเลียนแบบจะช่วยลดความขัดแย้งในด้านความไม่รู้จัก และไม่เข้าใจตนเอง

2. การแสวงหาแบบอย่างเพื่อการดำเนินชีวิตแบบผู้ใหญ่ โดยวัยรุ่นจะมีผู้ที่ยึดถือให้เป็นวีรบุรุษมากกว่า 1 คน ขึ้นอยู่กับความต้องการ บุคลิกภาพ ความไฝ่ฝัน สติปัญญา รวมถึงอิทธิพลของครอบครัว และสถานภาพเศรษฐกิจและสังคมด้วย

3. การเลียนแบบบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบของวัยรุ่นปัจจุบัน เห็นได้จากการพยายามทำตัวเองให้เหมือนดารานักแสดงที่ชื่นชอบในแง่ต่าง ๆ เช่น ทรงผม เสื้อผ้า บุคลิก เป็นต้น

Albert Bandura(1977) ผู้นำทฤษฎีปัญญาทางสังคมในปัจจุบัน เชื่อว่าการเรียนรู้ของมนุษย์ส่วนมากเป็นการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational learning) หรือการเลียนแบบจากตัวแบบ (Modeling) สำหรับตัวแบบไม่จำเป็นต้องเป็นตัวแบบที่มีชีวิตเท่านั้น แต่อาจจะ เป็นตัวแบบสัญลักษณ์ เช่น ตัวแบบที่เห็นในโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เกมส์คอมพิวเตอร์ หรืออาจจะ เป็นรูปภาพ การ์ตูน หนังสือ นอกจากนี้ คำบอกเล่าด้วยคำพูดหรือข้อมูลที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร ก็เป็นตัวแบบได้

4.4 กระบวนการเรียนรู้โดยการสังเกต

การเรียนรู้โดยการสังเกต หรือการเลียนแบบประกอบไปด้วย 4 กระบวนการ คือ กระบวนการใส่ใจ กระบวนการเก็บจำ กระบวนการกระทำ และกระบวนการจูงใจ

1. กระบวนการใส่ใจ (Attentional processes) เป็นกระบวนการที่มนุษย์ใส่ใจและสนใจ รับรู้พฤติกรรมของตัวแบบ การเรียนรู้โดยการสังเกต จะเกิดขึ้นได้มากก็ต่อเมื่อบุคคลใส่ใจต่อ พฤติกรรมของตัวแบบ แต่การจะใส่ใจได้มากน้อยเพียงไรขึ้น อยู่กับปัจจัยหลัก 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยเกี่ยวกับตัวแบบ และปัจจัยเกี่ยวกับผู้สังเกต

ปัจจัยเกี่ยวกับตัวแบบ ได้แก่

ความเด่นชัด ตัวแบบที่มีความเด่นชัดย่อมดึงดูดให้คนสนใจได้มากกว่าตัวแบบที่ไม่เด่น ความซับซ้อนของเหตุการณ์ เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวแบบถ้ามีความซับซ้อนมากจะทำให้ผู้สังเกตมีความใส่ใจน้อยกว่าเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนน้อย

จำนวนตัวแบบ พฤติกรรมหนึ่ง ๆ หากมีตัวแบบแสดงหลายคนก็เรียกความสนใจใส่ใจจากผู้สังเกตได้มาก หรือการมีตัวแบบที่หลากหลายก็เรียกความสนใจจากผู้สังเกตได้มากเช่นกัน คุณค่าในการใช้ประโยชน์ ตัวแบบที่แสดงพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สังเกตจะได้รับความสนใจมากกว่าตัวแบบที่เป็นไปในทางตรงข้าม เช่น ผู้ที่สนใจการทำอาหารก็จะให้ความใส่ใจเป็นพิเศษกับรายการโทรทัศน์ ที่สอนการทำอาหาร เป็นต้น

ความรู้สึกชอบ/ไม่ชอบ ถ้าผู้สังเกตมีความรู้สึกชอบตัวแบบอยู่แล้ว ผู้สังเกตก็จะให้การใส่ใจกับพฤติกรรมของตัวแบบมากกว่ากรณีที่ผู้สังเกตไม่ชอบตัวแบบนั้นเลย ฉะนั้น การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ จึงมักใช้ตัวแบบที่เป็นชื่นชอบของประชาชนมาเป็นตัวแบบเพื่อชักชวนให้ประชาชนใช้สินค้าที่โฆษณา โดยคาดหวังให้ประชาชนใส่ใจกับการโฆษณาของตน

ปัจจัยเกี่ยวกับผู้สังเกต ได้แก่

ความสามารถในการรับรู้ รวมถึงความสามารถในการเห็น การได้ยิน การอ่าน การรู้รส การรู้ กลิ่น และการสัมผัส ผู้สังเกตที่มีความสามารถในการรับรู้สูงก็มีโอกาสใส่ใจกับตัวแบบได้มากกว่าผู้สังเกตที่มีความสามารถในการรับรู้ต่ำ

ระดับความตื่นตัว การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าบุคคลที่มีความตื่นตัวระดับปานกลางมีโอกาสจะใส่ใจกับพฤติกรรมของตัวแบบได้มากกว่าบุคคลที่มีความตื่นตัวต่ำ เช่น กำลังง่วงนอน หรือมี ความตื่นตัวสูง เช่น กำลังตกใจหรือดีใจอย่างมาก

ความชอบ/รสนิยมที่มีมาก่อน ผู้สังเกตมักมีความชอบสังเกตตัวแบบบางชนิดมากกว่าตัวแบบบางชนิดอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นตัวแบบที่สอดคล้องกับความชอบของผู้สังเกตก็ทำให้ผู้สังเกตใส่ใจกับตัวแบบได้มาก เช่น เด็กเล็กชอบดูการ์ตูนมาก ตัวการ์ตูนก็มีโอกาสเป็นตัวแบบให้กับเด็ก ได้มาก ส่วนวัยรุ่นมักชอบตัวแบบที่เป็นนักร้อง นักแสดงยอดนิยมนั่น

2. กระบวนการเก็บจำ (Retention processes) เป็นขั้นที่ผู้สังเกตบันทึกสิ่งที่ตนสังเกตจากตัวแบบไปเก็บไว้ในความจำระยะยาว ซึ่งอาจจะ เก็บจำในรูปของภาพ หรือคำพูดก็ได้ แบบดูราพบว่า ผู้สังเกตที่สามารถอธิบายพฤติกรรมของตัวแบบ ออกมาเป็นคำพูด หรือสามารถมีภาพของสิ่งที่ตนสังเกตเห็นในใจจะเป็นผู้ที่สามารถจดจำสิ่งที่เรียนรู้โดย การสังเกตได้ดีกว่าผู้ที่เพียงแค่ดูเฉย ๆ หรือทำงานอื่นในขณะที่ดูตัวแบบไปด้วย สรุปแล้วผู้สังเกตที่สามารถระลึกถึงสิ่งที่สังเกตเป็นภาพพจน์ในใจ (Visual imagery) และสามารถเข้ารหัสด้วยคำพูด หรือถ้อยคำ (Verbal coding) จะเป็นผู้ที่สามารถแสดงพฤติกรรมเลียนแบบจากตัวแบบได้แม้ว่าเวลาจะผ่านไปนาน และนอกจากนี้ถ้าผู้สังเกตมีโอกาสที่จะได้เห็นตัวแบบแสดงสิ่งที่จะต้องเรียนรู้ซ้ำก็จะเป็น การช่วยความจำให้ดียิ่งขึ้น

3. กระบวนการกระทำ (Production processes) เป็นกระบวนการที่ผู้สังเกตเอาสิ่งที่เก็บจำมาแปลงเป็นการกระทำ ปัจจัยที่สำคัญของกระบวนการนี้คือ ความพร้อมทางด้านร่างกายและทักษะที่จำเป็นจะต้องใช้ในการเลียนแบบของผู้สังเกต ถ้าผู้สังเกตไม่มีความพร้อมก็ไม่สามารถที่จะแสดงพฤติกรรมเลียนแบบได้แบบดูรา กล่าวว่าการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการเลียนแบบไม่ใช่เป็นพฤติกรรมที่ลอกแบบอย่างตรงไปตรงมา การเรียนรู้โดยการสังเกตมีปัจจัยในเรื่อง กระบวนการทางปัญญา (Cognitive process) และความพร้อมทางด้านร่างกายของผู้สังเกต ฉะนั้นในขั้นกระบวนการกระทำ หรือขั้นของการแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบของแต่ละบุคคลจึงต่างกันไป ผู้สังเกตบางคนอาจจะทำได้ดีกว่าตัวแบบหรือบางคนก็สามารถเลียนแบบ ได้เหมือนมาก ในขณะที่บางคนก็อาจจะทำได้ไม่เหมือนกับตัวแบบเพียงแต่คล้ายคลึงเท่านั้น หรือบางคนอาจจะไม่สามารถแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบเลยก็ได้

4. กระบวนการจูงใจ (Motivation process) ตามที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อแนวคิดพื้นฐานข้อที่ 2 คือ แบนดูราแยกความแตกต่างระหว่าง การเรียนรู้ (Learning) ออกจาก การกระทำ (Performance) นั่นคือ เราไม่จำเป็นต้องแสดงพฤติกรรม ทุกอย่างที่ได้เรียนรู้ออกมา เราจะทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้น ๆ ก็ขึ้นอยู่กับว่าเรามีแรงจูงใจมากน้อย แค่ไหน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005) ได้ศึกษาการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่มีความคลั่งไคล้ระดับผูกพันยึดติด (Intense-Personal Celebrity Worship) และการรับรู้รูปลักษณ์ของตนเอง (body image) ในวัยรุ่นหญิง พบว่ามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้ระดับผูกพันยึดติดและการรับรู้รูปลักษณ์ของตนเองในวัยรุ่นหญิงอายุระหว่าง 14 - 16 ปี แต่ในบางหลักฐานงานวิจัยพบว่าความสัมพันธ์นี้ได้หายไปในช่วงอายุ 17-20 ปี เพราะมีความเครียดจากการเปรียบเทียบทางสังคมเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญ เมื่อรับรู้ถึงรูปร่างที่ดีของศิลปินดาราก็มีชื่อเสียงอาจนำไปสู่การรับรู้รูปลักษณ์ที่ไม่ดีของตนเองในวันรุ่นหญิงกลุ่มนี้

เจษฎา รัตนเขมากร (2541) วิจัยเรื่องศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับ ลักษณะของแฟนคลับ ลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ และปัจจัยในการทำให้แฟนเพลงสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับ เมื่อผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ "ผู้ก่อตั้งแฟนคลับ" เพื่อแบ่งประเภทของแฟนคลับพบว่า แฟนคลับของศิลปินในปัจจุบันมีอยู่ 4 ประเภทคือ แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเทปเพลง แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการ และแฟนคลับที่เกิดจากการรวมตัวกันของแฟนเพลงอย่างไม่เป็นทางการ สมาชิกแฟนคลับของศิลปินทั้ง 3 ประเภท มีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิด "fans" ที่ว่า แฟนคือกลุ่มที่ติดตามเนื้อหาหรือผลงานของสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้ก็คือ ศิลปินหรือข่าวคราวต่าง ๆ ของศิลปิน ซึ่งการติดตามด้วยความชื่นชอบที่มีต่อศิลปินนั้นพบว่า มีทั้งสมาชิกที่ติดตามไปคนเดียวและไปเป็นกลุ่ม ซึ่งแฟนแบบกลุ่มนี้ จะมีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Jensen ที่ว่า "เป็นกลุ่มที่มีลักษณะจงรักภักดีต่อสิ่งที่ตนหลงใหล และหลังจากนั้นก็เกิดความจงรักภักดีต่อกลุ่มที่หลงใหลในสิ่งเดียวกับตนเอง" ซึ่งในที่นี้ก็คือ เพื่อนสมาชิกแฟนคลับด้วยกันโดยสมาชิกมักจะยินยอม ทำตาม หรือมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกับเพื่อนสมาชิกนั่นเอง ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของสมาชิกแฟนคลับที่ถูกค้นพบ คือสมาชิกแฟนคลับจะรู้สึกไม่พอใจและต่อต้านเมื่อรู้ว่าแฟนคลับที่ตนเป็นสมาชิกอยู่นั้นทำขึ้นมาเพื่อการค้ามากกว่าการทำขึ้นมาด้วยใจ

วรรณุช ดันตวิวิทพงษ์ (2551) ทำการศึกษาพฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้อง

เกาหลีของวัยรุ่นไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นไทยมีพฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องเกาหลี โดยหาข้อมูลและติดตามข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินนักร้องเกาหลีที่คลั่งไคล้ โดยส่วนใหญ่ทางสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีพฤติกรรมการซื้อและการสะสมของที่ระลึกต่าง ๆ การไปชมคอนเสิร์ต การติดตามศิลปินนักร้องที่คลั่งไคล้ไปตามสถานที่ต่าง ๆ ทำของขวัญให้ การผลิตสินค้าที่เกี่ยวกับศิลปินเพื่อเป็นธุรกิจ การทำเว็บไซต์ของศิลปินนักร้องเกาหลีที่คลั่งไคล้การสร้างพื้นที่ส่วนตัวบนเว็บไซต์ เช่น Blog, Hi5, Myspace และ Multiply การอ่านหรือการแต่งนิยายโดยนำชื่อศิลปินดารามาใช้เป็นชื่อตัวละคร (Fiction) พฤติกรรมการการเลียนแบบท่าเต้น (Cover dance) และการฝึกฝนหรือเรียนภาษาเกาหลี วัยรุ่นไทย ส่วนใหญ่ มีทัศนคติเชิงบวกต่อศิลปินเกาหลี ในด้านรูปลักษณ์ของศิลปินเกาหลีมากที่สุด รองลงมา คือ ความสามารถทางด้านดนตรีของศิลปิน และด้านกระแสความนิยมเกาหลี ตามลำดับ และมีพฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องเกาหลีในระดับปานกลาง โดยมีพฤติกรรมด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมา คือ มีพฤติกรรมการแสดงออกเกี่ยวกับศิลปินนักร้องเกาหลี ตามลำดับ โดยมีระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินนักร้องเกาหลีจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อมวลชน และการเข้าร่วมกิจกรรมตามลำดับ

งานวิจัยของ German (1986, อ้างถึงใน สมพิศ ไชยกิจ 2536) ที่ได้ศึกษาบุคลิกภาพ การมองเห็นคุณค่าในตนเองและลักษณะครอบครัวของวัยรุ่นหญิงที่ถูกกระทำทารุณทางเพศ พบว่าการกระทำทารุณทางเพศจากบุคคลภายในครอบครัวจะส่งผลต่อบุคลิกภาพการมองเห็นคุณค่าในตนเองและสภาพครอบครัวของวัยรุ่นกลุ่มดังกล่าว โดยวัยรุ่นเหล่านี้ จะมีลักษณะต่าง ๆ เช่น หลีกหนีสังคม ซ้ำอาย มีความรู้สึกผิด ก้าวร้าว มีระดับการมองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำกว่ามาตรฐานปกติของวัยรุ่นทั่วไป นอกจากนี้ วัยรุ่นที่ถูกกระทำทารุณทางเพศเหล่านี้ จะไม่ค่อยมีความสุขและไม่พึงพอใจในตนเอง แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า วัยรุ่นเหล่านี้มีความต้องการที่จะศึกษาเล่าเรียนในโรงเรียนต่อไป แต่ก็จะมีปัญหาเกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างสมาชิกในครอบครัว

งานวิจัย Harris (1990) พบว่าคนที่มีระดับการนับถือตนเองต่ำ (Low self-esteem) จะมีปัญหาด้านอารมณ์มากกว่าคนที่มีการนับถือตนเองสูง (High self-esteem) และการนับถือตนเองจะเกิดขึ้นได้ง่ายเมื่อบุคคลเปรียบเทียบตนเองกับบุคคลอื่น และบางครั้งบุคคลที่นับถือตนเองต่ำจะแสดงจุดเด่นเฉพาะบางอย่าง เช่น (การแต่งกาย, การแสดงความคิดเห็น, การเล่นเกมกีฬา) เพื่อเป็นการชดเชย แต่บุคคลเหล่านี้ก็ไม่สามารถลดความรู้สึกพร่องในการนับถือตนเองหรือความภาคภูมิใจในตนเอง แม้จะพยายามสร้างจุดเด่นให้ตนเองแล้วก็ตาม แต่ในทางกลับกันบุคคลที่มีการนับถือตนเองสูง (High self-esteem) จะสามารถมีความสุขและพึงพอใจในชีวิต เพราะเขาจะมีแรงจูงใจในการดำเนินชีวิตให้ประสบความสำเร็จที่มีผลมาจากความปรารถนาที่จะทำให้เป้าหมายในชีวิตหรือการทำงานบรรลุผล ไม่ใช่จากแรงจูงใจที่จะชดเชยความรู้สึกที่ตนเองไม่ภาคภูมิใจใน

ตนเอง

งานวิจัยของ Coopersmith (1981, อ้างถึงใน ขวัญใจ พิมพิมล, 2543) ที่พบว่า การมองเห็นคุณค่าในตนเองนั้น ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของบิดามารดา การกำหนดกฎเกณฑ์และการจัดการดูแลให้เด็กปฏิบัติตามสิ่งที่บิดามารดากำหนดไว้ โดยการกำหนดและจำกัดขอบเขตของพฤติกรรมอย่างคงเส้นคงวา การสนับสนุนให้เด็กมีความต้องการด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถเป็นเลิศในด้านต่าง ๆ ครอบครัวยุคใหม่ที่ตั้งกฎเกณฑ์จะทำให้เด็กมีการมองเห็นคุณค่าในตนเองสูง อีกทั้งบิดามารดาที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูงจะมีทัศนคติที่ดีต่อเด็ก ให้การยอมรับเด็ก มีการยืดหยุ่นในข้อกำหนดที่ตั้งไว้ด้วยในช่วงวัยเด็กตอนกลาง การมองเห็นคุณค่าในตนเองของเด็กวัยนี้จะมีพัฒนาการมาจากสังคมภายนอกครอบครัว สังคมในวัยเด็กตอนกลางประกอบด้วยเพื่อน สถานภาพทางสังคมการคล้อยตามกลุ่ม เด็กต้องการมีคุณค่าในตนเอง โดยเด็กจะต้องเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองจากสิ่งที่เพื่อน ๆ คิดเกี่ยวกับตัวเอง เด็กจะเริ่มพัฒนาการทางสติปัญญา ทักษะทางสังคมและความมั่นใจในตนเองให้สูงขึ้น ถ้าสิ่งเหล่านี้ได้รับการเสริมแรงจากกลุ่มเพื่อนที่เขานิยมชมชอบ การมองเห็นคุณค่าในตนเองก็จะพัฒนาขึ้น อย่างไรก็ตาม ในเด็กกลุ่มอันธพาลอาจพบว่า ยิ่งเขาแสดงพฤติกรรมเชิงก้าวร้าวเพียงใดกลุ่มก็จะให้ความสำคัญกับเขามากขึ้น นั่นแสดงว่าภาพที่เกี่ยวกับตนเองของเด็กจะได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มเพื่อน ทำให้เด็กรู้สึกมีคุณค่าในตนเองถึงแม้ว่าจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ความต้องการมองเห็นคุณค่าในตนเองจึงสามารถผลักดันให้เด็กแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ทั้งทางด้านบวกและด้านลบออกมาได้ ดังนั้น การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนจึงส่งผลต่อการมองเห็นคุณค่าในตนเอง

งานวิจัยของ German (1986, อ้างถึงใน สมพิศ ไชยกิจ, 2536) ที่ได้ศึกษานุคลิกภาพ การมองเห็นคุณค่าในตนเองและลักษณะครอบครัวของวัยรุ่นหญิงที่ถูกกระทำทารุณทางเพศ พบว่าการกระทำทารุณทางเพศจากบุคคลภายในครอบครัวจะส่งผลต่อนุคลิกภาพการมองเห็นคุณค่าในตนเองและสภาพครอบครัวของวัยรุ่นกลุ่มดังกล่าว โดยวัยรุ่นเหล่านี้ จะมีลักษณะต่าง ๆ เช่น หลีกหนีสังคม ซื่อาย มีความรู้สึกผิด ก้าวร้าว มีระดับการมองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำกว่ามาตรฐานปกติของวัยรุ่นทั่วไป นอกจากนี้ วัยรุ่นที่ถูกกระทำทารุณทางเพศเหล่านี้ จะไม่ค่อยมีความสุขและไม่พึงพอใจในตนเอง แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า วัยรุ่นเหล่านี้มีความต้องการที่จะศึกษาเล่าเรียนในโรงเรียนต่อไป แต่ก็จะมีปัญหาเกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างสมาชิกในครอบครัวนอกจากนี้ยังพบว่า บิดาที่มีพฤติกรรมก้าวร้าวจะมีพฤติกรรมทารุณทางเพศกับบุตรสาวของตน

Hamachek (1978, อ้างถึงใน ขวัญใจ พิมพิมล, 2543)ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใหญ่ที่ให้การยอมรับให้ความนับถือและกำหนดขอบเขตการกระทำของเด็กอย่างชัดเจน มีความสัมพันธ์กับการมองเห็นคุณค่าในตนเองในวัยเด็ก การที่เด็กได้รับความรัก ความอบอุ่น การดูแลเอาใจใส่ การสนับสนุนให้กำลังใจ การให้เสรีภาพเด็กในการศึกษาค้นหา รวมทั้งให้ความสนใจกับระเบียบวินัย

อย่างจริงจัง จะทำให้เด็กมีการมองเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Coopersmith (1981, อ้างถึงใน ขวัญใจ พิมพ์มิล, 2543) ที่พบว่า การมองเห็นคุณค่าในตนเองนั้น ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของบิดามารดา การกำหนดกฎเกณฑ์และการจัดการดูแลให้เด็กปฏิบัติตามสิ่งที่บิดามารดากำหนดไว้ โดยการกำหนดและจำกัดขอบเขตของพฤติกรรมอย่างคงเส้นคงวา การสนับสนุนให้เด็กมีความต้องการด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถเป็นเลิศในด้านต่าง ๆ ครอบครัวยุคที่ดั่งกฎเกณฑ์จะทำให้เด็กมีการมองเห็นคุณค่าในตนเองสูง อีกทั้งบิดามารดาที่มองเห็นคุณค่าในตนเองสูงจะมีทัศนคติที่ดีต่อเด็ก ให้การยอมรับเด็ก มีการยืดหยุ่นในข้อกำหนดที่ตั้งไว้ด้วยในช่วงวัยเด็กตอนกลาง การมองเห็นคุณค่าในตนเองของเด็กวัยนี้จะมีพัฒนาการมาจากสังคมภายนอกครอบครัว สังคมในวัยเด็กตอนกลางประกอบด้วย เพื่อน สถานภาพทางสังคมการคล้อยตามกลุ่ม เด็กต้องการมีคุณค่าในตนเอง โดยเด็กจะต้องเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองจากสิ่งที่เพื่อน ๆ คิดเกี่ยวกับตัวเอง เด็กจะเริ่มพัฒนาการทางสติปัญญา ทักษะทางสังคมและความมั่นใจในตนเองให้สูงขึ้น ถ้าสิ่งเหล่านี้ได้รับการเสริมแรงจากกลุ่มเพื่อนที่เขานิยมชมชอบ การมองเห็นคุณค่าในตนเองก็จะพัฒนาขึ้น อย่างไรก็ตาม ในเด็กกลุ่มอันธพาล อาจพบว่า ยิ่งเขาแสดงพฤติกรรมเชิงก้าวร้าวเพียงใดกลุ่มก็จะให้ความสำคัญกับเขามากขึ้น นั่นแสดงว่าภาพที่เกี่ยวกับตนเองของเด็กจะได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มเพื่อน ทำให้เด็กรู้สึกมีคุณค่าในตนเองถึงแม้ว่าจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ความต้องการมองเห็นคุณค่าในตนเองจึงสามารถผลักดันให้เด็กแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ทั้งทางด้านบวกและด้านลบออกมาได้ ดังนั้น การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนจึงส่งผลต่อการมองเห็นคุณค่าในตนเอง

ผลการวิจัยของ Burnside (1979, อ้างถึงใน ขวัญใจ พิมพ์มิล, 2543) พบว่าระดับการมองเห็นคุณค่าในตนเองของแต่ละบุคคลจะพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งถึงวัยกลางคน การมองเห็นคุณค่าในตนเองจึงจะมีความคงที่และเสื่อมถอยลงจากเอกสารและงานวิจัยที่กล่าวมาแล้ว สามารถสรุปได้ว่า การมองเห็นคุณค่าในตนเองจะเริ่มพัฒนามาตั้งแต่วัยเด็ก โดยการอบรมสั่งสอนและการได้รับความรัก การดูแลเอาใจใส่จากครอบครัว จะส่งผลต่อการมองเห็นคุณค่าในตนเองของเด็กมากที่สุด และเมื่อเติบโตขึ้นสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ก็ส่งผลต่อการมองเห็นคุณค่าในตนเองเช่นกัน

Baron และ Byrne (1977, อ้างถึงใน เพชรชมพู เทพพิพิธ, 2533) ทำการศึกษาทดลองภาคสนาม ได้ทดลองกับเด็กชายวัยรุ่นอายุ 14-16 ปี นักเรียนโรงเรียนราษฎร์แห่งหนึ่งในเบลเยียม ให้ดูภาพยนตร์ 2 แบบ คือ เด็กกลุ่มหนึ่งดูภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาสาระก้าวร้าวมาก อีกกลุ่มหนึ่งดูภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาสาระไม่ก้าวร้าว โดยให้เด็กแต่ละกลุ่มดูภาพยนตร์วันละเรื่องเป็นเวลา 5 วัน ติดต่อกัน จากนั้นให้เด็กปฏิบัติตัวตามปกติ โดยมีผู้สังเกตคอยบันทึกพฤติกรรมก้าวร้าวที่เด็กแต่ละกลุ่มแสดงออกมา ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เด็กที่ดูภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาสาระ

ก้าวร้าวสูงแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวมากกว่าเด็กที่ได้ดูภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาสาระไม่ก้าวร้าว นอกจากนี้เด็กที่ดูภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาสาระก้าวร้าวสูงแสดงความก้าวร้าวหลังดูภาพยนตร์มากกว่าก่อนดูภาพยนตร์ ขณะที่เด็กในกลุ่มที่มีเนื้อหาสาระไม่ก้าวร้าวไม่ได้แสดงความก้าวร้าวหลังดูภาพยนตร์มากกว่าก่อนดูภาพยนตร์

ล้ำค่า โพร้กระแจง (2534) ได้ศึกษาเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจจากสื่อของเด็กและเยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน โดยศึกษาเด็กและเยาวชนในหน่วยงานของสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนกลาง 4 แห่ง คือ บ้านเมตตา บ้านกรุณา บ้านมุทิตา และบ้านปราณี จำนวน 352 คน พบว่า สื่อมวลชนที่เด็กเปิดรับสูงที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ รองลงมาได้แก่ วิทยุ หนังสือ ภาพยนตร์ และวิดีโอ ตามลำดับ บทบาทที่เด็กนิยมชมชอบมากที่สุด ได้แก่ ตัวเอกที่มีลักษณะก้าวร้าว หรือมีบทบาทการต่อสู้ ใช้กำลัง ส่วนผลกระทบจากการใช้สื่อ พบว่า เด็กส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อมาพอสมควร ผลกระทบที่ค่อนข้างเด่นชัดได้แก่ ผลกระทบด้านทัศนคติในทางก้าวร้าว และทัศนคติในเรื่องเพศ

Iscoe, William, and Harvey (1964) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเด็กอเมริกันผิวขาว และเด็กอเมริกันผิวดำ อายุ 7, 9, 12 และ 15 ปี โดยแบ่งเด็กออกเป็น 4 กลุ่ม ตามอายุ และให้เด็กเหล่านี้อยู่ในสถานการณ์คนเดียว และในสถานการณ์กลุ่มเพื่อน ให้เด็กได้ตอบต่อแสงไฟที่แวบขึ้น ในสถานการณ์กลุ่มนั้นก่อนจะมีแสงไฟแวบขึ้น เด็กแต่ละคนจะได้ยินเสียงที่เขาเชื่อว่าเป็นเสียงของเพื่อนอีก 3 คน ซึ่งเข้ามาในห้องพร้อมกับเขาแต่นั่งอยู่คนละที่ สำหรับสถานการณ์กลุ่มมี 12 การทดลอง สิ่งสำคัญของการทดลองคือ การสร้างคำตอบที่ผิดให้เปลี่ยนไปจาก 1, 2 และ 3 คำตอบ จากคำตอบที่แท้จริง แต่ในอีก 12 การทดลองมีคำตอบผิดกระจายอย่างสุ่มเพื่อดูผลการคล้อยตามกลุ่มของผู้รับการทดลอง ผลปรากฏว่า เด็กอเมริกันผิวขาว และเด็กอเมริกันผิวดำจะทำผิดตามเพื่อนที่เป็นตัวแบบเหมือน ๆ กันเด็กผู้หญิงอเมริกันผิวขาวทำผิดตามเพื่อนสูงกว่าเด็กผู้ชาย และคล้อยตามการทำผิดสูงกว่าเด็กผู้หญิงอเมริกันผิวดำ ที่สำคัญคือ การคล้อยตามกลุ่มเพื่อนมีระดับสูงสุดเมื่อเด็กอายุ 9 ปี และ 12 ปี แต่จะลดลงเมื่ออายุ 15 ปี

Boon & Lomore (2002) ได้ศึกษาอิทธิพลของการชื่นชมบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีต่อวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นมักจะเลียนแบบบุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งในเรื่องของการแต่งกายและพฤติกรรม เช่น การแสดงออก กีฬา การใช้สารเสพติด การทานม้งสวิริติ แต่การเลียนแบบดังกล่าวนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตเพียงแค่ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่ติดทนถาวร โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม รวมถึงศีลธรรม จริยธรรม มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นตัวตน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาว การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาวและการเห็นคุณค่าในตนเองในการทำนายการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

สมมติฐานการวิจัย

1. ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาวมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมลอกเลียนแบบในแฟนคลับวัยรุ่น
2. การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความคลั่งไคล้และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น
3. ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาวและการเห็นคุณค่าในตนเองสามารถทำนายการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่นได้

ตัวแปรในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ คือ
 - 1.1 ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาว
 - 1.2 การเห็นคุณค่าในตนเอง
2. ตัวแปรตาม คือ
 - 2.1 การลอกเลียนแบบ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

วัยรุ่น (Adolescent) หมายถึง เป็นระยะที่มีการพัฒนาทางจิตใจมาจากความเป็นเด็ก ไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ เป็นวัยที่อายุย่างเข้าสู่วัยรุ่นหนุ่มสาว เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงของระบบต่าง ๆ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจริยธรรม ซึ่งจะมีการเจริญเติบโตทางร่างกายสูงสุด ในที่นี้จะแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescent): อยู่ในช่วงอายุ 12-15 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น วัยตอนกลาง (Middle Adolescent): อยู่ในช่วงอายุ 15-18 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescent): อยู่ในช่วงอายุ 18-25 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา

ศิลปินดารา (Celebrities) คือ ดารา นักร้อง ที่มีผลงานเป็นที่นิยมของวัยรุ่นในปัจจุบันนี้

ความคลั่งไคล้ศิลปินดารา (Fanatic) หมายถึง เจตคติหรือความรู้สึกหลงใหล คลั่งไคล้ที่มีต่อศิลปินดารา โดยวัดได้จากคะแนนมาตรวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปินดารา ของ นภาพร ลัคไนท์ (2551) ที่ดัดแปลงจากมาตรวัดของ McCutcheon, Lange, และ Houran (2002) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ระดับคือ

1. ระดับสนใจใคร่รู้เพื่อความบันเทิง (Entertainment-social) หมายถึง บุคคลที่ติดตามข่าวสารของศิลปินดาราที่ตนเองชื่นชอบตามสื่อต่างอย่างใกล้ชิด โดยรู้สึกว่าการเหล่านั้นเป็นการให้ความบันเทิงแก่ตนเองเท่านั้น
2. ระดับผูกพันยึดติด (Intense-personal) หมายถึง บุคคลที่มีลักษณะหลงใหล เติบโตศิลปินดาราที่ชอบถึงขั้นเสพติด
3. ระดับคลั่งไคล้ (Borderline-pathological) หมายถึง บุคคลที่แสดงอาการคลั่งไคล้ศิลปินดารารายอย่างรุนแรงที่สุด ไม่สามารถควบคุมตนเองได้ มีความคิดเพ้อฝันเกี่ยวกับศิลปินดาราที่ตนชอบ

การลอกเลียนแบบทางด้านพฤติกรรม (behavioral Imitation) หมายถึง การที่บุคคลเรียนรู้พฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรมและการกระทำ ของบุคคลอื่น โดยจะเลียนแบบการกระทำ พฤติกรรม การแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่น ๆ การเลียนแบบเกิดขึ้นเพราะผู้เลียนแบบเห็นว่านำไปสู่ผลในทางบวก แต่หากการเลียนแบบจะทำให้เกิดผลในทางลบก็จะทำการหลีกเลี่ยง ทั้งนี้การเลียนแบบในงานวิจัยครั้งนี้คือค่าคะแนนจากแบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปินดารา (Celebrity Attitude Scale: CAS) พัฒนาโดย นภาพร ลัคไนท์ (2551) จากแนวคิด McCutcheon, Lange, & Houran, (2002)

การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem) หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อที่บุคคลมีต่อตนเองว่ามีความสามารถมีคุณค่า ใช้ความสามารถที่มีอยู่กระทำการต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ยอมรับนับถือตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเอง เคารพในตนและผู้อื่น และมีชีวิตอยู่อย่างมีเป้าหมาย ทั้งนี้การเห็นคุณค่าในตนเองในงานวิจัยครั้งนี้คือค่าคะแนนจากแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง ที่พัฒนาโดย ศิริวรรณ ทวีวัฒนปรีชา (2549) ซึ่งดัดแปลงมาจากแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง ฉบับของ รัชนีญ์ แก้วคำศรี (2545) ที่แปลเป็นภาษาไทยและปรับปรุงจาก the Coopersmith Self-Esteem Inventory: CSEI (1984)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศา การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบ ในแฟนคลับวัยรุ่น
2. เป็นแนวทางในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาที่เป็นโทษในวัยรุ่นต่อไป

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศา การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือ แฟนคลับวัยรุ่นไทย ช่วงอายุระหว่าง 12 ถึง 25 ปี ที่เป็นกลุ่มแฟนคลับที่ติดตามศิลปินดาราศาตามคอนเสิร์ตและการแสดงต่าง ๆ เหตุผลที่เลือกประชากรกลุ่มนี้เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยรุ่น เป็นวัยที่กำลังค้นหาความเป็นเอกลักษณ์แห่งตน ต้องการค้นหาตนเอง ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะกลุ่มเพื่อน ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้อาจทำให้วัยรุ่นเกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบศิลปิน ดาราที่ตนชื่นชอบ

จำนวน 150 คนแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

วัยรุ่นตอนต้น (Early adolescent): อยู่ในช่วงอายุ 12-15 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 50 คน

วัยรุ่นตอนกลาง (Middle adolescent): อยู่ในช่วงอายุ 15-18 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 50 คน

วัยรุ่นตอนปลาย (Late adolescent): อยู่ในช่วงอายุ 18-25 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา จำนวน 50 คน

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรด้วยวิธี แบบเก็บกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenient) และการเก็บข้อมูลแบบอ้างอิงต่อเรื่องปากต่อปาก (Snow ball sampling) คือเก็บให้บุคคลที่เป็นแฟนคลับแนะนำกลุ่มตัวอย่างคนอื่น ๆ ที่มีลักษณะตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปินดารา พัฒนาโดย นภาพร ลัคโนทัย (2551) จากแนวคิด McCutcheon, Lange, & Houran, (2002) แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง พัฒนาโดย ปิยะวดี ตันติขำนาฎกุล (2550) จากงานของ Coopersmith (1981) และแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง ดัดแปลงมาจากโดยทัศนีย์ เทอดธนากาญจน์ (2546) จำนวน 15 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นครอบคลุมเนื้อหา และปัจจัยต่าง ๆ ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 13 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เกรดเฉลี่ย สถานภาพครอบครัว รายได้ครอบครัว จำนวนศิลปินที่ชื่นชอบ เหตุผลที่ชื่นชอบศิลปิน เป็นต้น โดยเป็นคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด

2. แบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปินดารา (Celebrity Attitude Scale (CAS))

พัฒนาโดย นภาพร ลัคโนทัย (2551) จากแนวคิด McCutcheon, Lange, & Houran, (2002) จำนวน 33 ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า (Rating scale) ชนิด 5 ระดับ แบ่งทัศนคติที่มีต่อศิลปินดารารออกเป็น 3 ระดับมาตรวัดย่อย คือ

- 1) ระดับสนใจใคร่รู้เพื่อความบันเทิง (Entertainment-social) ติดตามข่าวสารของศิลปินดาราที่ตนเองชื่นชอบตามสื่อต่างอย่างใกล้ชิด เป็นการให้ความบันเทิงแก่ตนเองเท่านั้น จำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามข้อที่ 5, 8, 13, 17, 18, 19, 23, 24, 28, 30
- 2) ระดับผูกพันยึดติด (Intense-personal) มีลักษณะหลงใหล เติบโตศิลปินดาราที่ชอบถึงขั้นเสพติด จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามข้อที่ 1, 2, 3, 6, 9, 12, 14, 15, 16
- 3) ระดับคลั่งไคล้ (Borderline-pathological) แสดงอาการคลั่งไคล้ศิลปินดาราอย่างรุนแรงที่สุด ไม่สามารถควบคุมตนเองได้ เพื่อฝันเกี่ยวกับศิลปินดาราที่ตนชอบ จำนวน 14 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามข้อที่ 4, 7, 10, 11, 20, 21, 22, 25, 26, 27, 29, 31, 32, 33

วิธีตอบแบบสอบถาม

ให้ผู้ตอบพิจารณาข้อความในแต่ละข้อโดยละเอียดและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับทัศนคติที่มีต่อศิลปินคาราที่ชื่นชอบ

ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องเห็นด้วยอย่างยิ่ง	เมื่อผู้ตอบเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความ
ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องค่อนข้างเห็นด้วย	เมื่อผู้ตอบค่อนข้างเห็นด้วย กับข้อความ
ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน	เมื่อผู้ตอบเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กันกับข้อความ
ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เมื่อผู้ตอบค่อนข้างไม่เห็นด้วยกับข้อความ
ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เมื่อผู้ตอบไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความ

เกณฑ์การให้คะแนน

คะแนนของคำตอบในข้อกระทงของมาตรวัด 1 ถึง 5 คะแนน ดังนี้

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้างเห็นด้วย (4)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)
1. ถ้าฉันมีโอกาสได้พบกับศิลปินคนโปรดของฉัน เขาจะรู้ทันทีว่าฉันเป็นแฟนคลับตัวจริงของเขา	✓				

ตารางเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale)

คำตอบ	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
ค่อนข้างเห็นด้วย	4
เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน	3
ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การแปลผล

คะแนนรวมของแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง มีคะแนนสูงสุด เท่ากับ 155 คะแนน และ

คะแนน

ต่ำสุด เท่ากับ 33 คะแนน โดยที่

ค่าคะแนนสูง หมายถึง มีระดับความคลั่งไคล้สูง

ค่าคะแนนต่ำ หมายถึง มีระดับความคลั่งไคล้ต่ำ

การหาค่าความเที่ยงของแบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปินดาราศา

การหาค่าความเที่ยงผู้วิจัยนำแบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปินดาราศาไปดำเนินการทดลองใช้ใน
กลุ่มนิสิตนักศึกษาจำนวน 60 คน แล้วนำมาประเมินค่าความเที่ยงโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอล
ฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ได้ค่าความเที่ยงดังนี้

ข้อกระทง	ค่าความเที่ยง
ข้อกระทงที่ 1	.324
ข้อกระทงที่ 2	.597
ข้อกระทงที่ 3	.812
ข้อกระทงที่ 4	.540
ข้อกระทงที่ 5	.588
ข้อกระทงที่ 6	.656
ข้อกระทงที่ 7	.578
ข้อกระทงที่ 8	.456
ข้อกระทงที่ 9	.706
ข้อกระทงที่ 10	.509
ข้อกระทงที่ 11	.448
ข้อกระทงที่ 12	.575
ข้อกระทงที่ 13	.252
ข้อกระทงที่ 14	.491
ข้อกระทงที่ 15	.671
ข้อกระทงที่ 16	.559
ข้อกระทงที่ 17	.571
ข้อกระทงที่ 18	.766
ข้อกระทงที่ 19	.600

ข้อกระทง	ค่าความเที่ยง
ข้อกระทงที่ 21	.692
ข้อกระทงที่ 22	.466
ข้อกระทงที่ 23	.573
ข้อกระทงที่ 24	.700
ข้อกระทงที่ 25	.523
ข้อกระทงที่ 26	.488
ข้อกระทงที่ 27	.553
ข้อกระทงที่ 28	.467
ข้อกระทงที่ 29	.328
ข้อกระทงที่ 30	.607
ข้อกระทงที่ 31	.587
ข้อกระทงที่ 32	.564
ข้อกระทงที่ 33	.563
Cronbach's Alpha coefficient	.938

จากการทดสอบค่าความเที่ยงในครั้งแรกพบว่า ข้อ 13 มีค่าความเที่ยงเท่ากับ .252 ซึ่งไม่ผ่านเกณฑ์ จึงตัดในส่วนของข้อกระทงที่ 13 ออก
หลังจากตัดข้อกระทงที่ 13 ออก พบว่า

ข้อกระทง	ค่าความเที่ยง
ข้อกระทงที่ 1	.330
ข้อกระทงที่ 2	.603
ข้อกระทงที่ 3	.820
ข้อกระทงที่ 4	.552
ข้อกระทงที่ 5	.583
ข้อกระทงที่ 6	.660
ข้อกระทงที่ 7	.596
ข้อกระทงที่ 8	.450
ข้อกระทงที่ 9	.700
ข้อกระทงที่ 10	.521

ข้อกระทง	ค่าความเที่ยง
ข้อกระทงที่ 12	.561
ข้อกระทงที่ 14	.484
ข้อกระทงที่ 15	.671
ข้อกระทงที่ 16	.566
ข้อกระทงที่ 17	.548
ข้อกระทงที่ 18	.771
ข้อกระทงที่ 19	.593
ข้อกระทงที่ 20	.530
ข้อกระทงที่ 21	.697
ข้อกระทงที่ 22	.478
ข้อกระทงที่ 23	.566
ข้อกระทงที่ 24	.710
ข้อกระทงที่ 25	.533
ข้อกระทงที่ 26	.493
ข้อกระทงที่ 27	.562
ข้อกระทงที่ 28	.455
ข้อกระทงที่ 29	.329
ข้อกระทงที่ 30	.598
ข้อกระทงที่ 31	.589
ข้อกระทงที่ 32	.562
ข้อกระทงที่ 33	.567
Cronbach's Alpha coefficient	.939

3. แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง

ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง ที่พัฒนาโดย ศิริวรรณ ทวีวัฒนปรีชา (2549) ซึ่งดัดแปลงมาจากแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง ฉบับของ รัชนีญ์ แก้วคำศรี (2545) ที่แปลเป็นภาษาไทยและปรับปรุงจาก the Coopersmith Self-Esteem Inventory: CSEI (1984) จำนวน 57 ข้อ

ลักษณะของแบบวัด

แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า(Rating scale) ที่มี 2 ตัวเลือก จำนวน 57 ข้อ เป็น ข้อคำถามที่บอกเล่ารายงานตนเอง โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- ข้อกระทงที่ใช้วัดการตอบไม่ตรงกับความเป็นจริง (Lie scale) จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อ 25,31,35,40,44,49,52 และ57
- ข้อกระทงที่วัดทัศนคติเกี่ยวกับตนเอง จำนวน 49 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ
 1. ด้านตนเองโดยทั่วไป จำนวน 26 ข้อ ได้แก่ข้อ 1,3,4,7,10,12,13,15,18,19,23,24,26, 29, 30, 33, 34, 37, 38, 42, 46, 47, 50, 54, 55 และ 56
 2. ด้านสังคมและกลุ่มเพื่อน จำนวน 7 ข้อได้แก่ข้อ 5,8,14, 27, 39, 48 และ 51
 3. ด้านครอบครัว จำนวน 8 ข้อได้แก่ข้อ 6, 9, 11, 16, 20, 21, 28 และ 43
 4. ด้านการเรียน จำนวน 8 ข้อได้แก่ข้อ 2,17, 22, 32, 36, 41, 45 และ 53

ข้อกระทงทั้ง 57 ข้อ เป็นข้อกระทงที่ความหมายทั้งในทางบวกและทางลบ

- ข้อกระทงที่มีความหมายทางบวกได้แก่ข้อ1,4,5,8,9,14,19,20,26,27,28,32,36,37,38, 41,42,46, 48
- ข้อกระทงที่มีความหมายทางลบ ได้แก่ข้อ2, 3, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 29 , 30, 33, 34, 39, 43, 45, 47, 48, 50, 51, 53, 54, 55, 56

วิธีการตอบแบบสอบถาม

ให้ผู้ตอบแบบประเมินโดยการทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ "เหมือนตัวฉัน" ในกรณีที่ ข้อกระทงนั้นตรงกับความรู้สึก นึกคิด หรือลักษณะบางประการของตัวผู้ตอบแบบประเมิน หรือใน ช่อง"ไม่เหมือนตัวฉัน" ในกรณีที่ข้อกระทงนั้นไม่ตรงกับความรู้สึก นึกคิดและลักษณะบางประการ ของตัวผู้ตอบแบบประเมิน

เกณฑ์การให้คะแนน

เนื่องจากแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเองนี้มีลักษณะการรายงานตนเองทั้งทางด้านบวก และด้านลบ ดังนั้นจึงแบ่งการให้คะแนนออกเป็นดังนี้

	คำตอบ	
	เหมือนตัวฉัน	ไม่เหมือนตัวฉัน
ข้อกระทงทางบวก	1	0
ข้อกระทงทางลบ	0	1

หมายเหตุ: สำหรับข้อกระทงที่ใช้วัดการตอบไม่ตรงกับความเป็นจริง (Lie scale) ถ้ารวมคะแนนด้านนี้แล้วพบว่าได้คะแนนมากกว่า 4 คะแนน ผู้วิจัยจะคัดแบบสอบถามชุดนั้นออก และในการแปลผลจะไม่นำข้อกระทงด้านนี้มาใช้คิดคะแนน

การแปลผล

คะแนนรวมของแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง มีคะแนนสูงสุด เท่ากับ 49 คะแนน และ

ต่ำสุด เท่ากับ 0 คะแนน โดยที่

ค่าคะแนนสูง หมายถึง มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง

ค่าคะแนนต่ำ หมายถึง มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ

การหาค่าความเที่ยงของแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง

จากการประเมินค่าความเที่ยงโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ได้ค่าความเที่ยงดังนี้

ด้านที่วัด	ค่าความเที่ยง
1. ด้านตนเองโดยทั่วไป (26 ข้อ)	0.7805
2. ด้านการเรียน (8 ข้อ)	0.5136
3. ด้านสังคมและเพื่อน (7 ข้อ)	0.5245
4. ด้านครอบครัว (8 ข้อ)	0.6251
รวมทั้งฉบับ (49 ข้อ)	0.8474

4. แบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง

ในแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบนักแสดงที่มี

ชื่อเสียง ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามจาก ทศนีย์ เทอดธนากาญจน์. (2546) โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ

คำถาม โดยแบ่งการพัฒนาแบบสอบถามออกเป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บแบบสอบถามปลายเปิด

ผู้วิจัยได้คิดแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรม เพื่อหา Construct ของการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรม หลังจากนั้นนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ อิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง มีข้อกระทงทั้งหมด 15 ข้อกระทง

ขั้นตอนที่ 2 เก็บแบบสอบถามในกลุ่มทดลองเพื่อทดสอบหาค่าความเที่ยง นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลในกลุ่มทดลองจำนวน 60 คน ซึ่งมีลักษณะตรงกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย และนำมาทดสอบหาค่าความเที่ยง

วิธีตอบแบบสอบถาม

ให้ผู้ตอบพิจารณาข้อความในแต่ละข้อโดยละเอียดและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับทัศนคติที่มีต่อศิลปินดาราที่ชื่นชอบ

ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องเห็นด้วยอย่างยิ่งเมื่อผู้ตอบเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความ

ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องค่อนข้างเห็นด้วย เมื่อผู้ตอบค่อนข้างเห็นด้วย กับข้อความ

ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน เมื่อผู้ตอบเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กันกับข้อความ

ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องค่อนข้างไม่เห็นด้วย เมื่อผู้ตอบค่อนข้างไม่เห็นด้วยกับข้อความ

ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อผู้ตอบไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความ

เกณฑ์การให้คะแนน

คะแนนของคำตอบในข้อกระทงของมาตรวัด 1 ถึง 5 คะแนน ดังนี้

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยและเห็นด้วยพอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้างเห็นด้วย (4)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)
1. ฉันจะซื้อของใช้ เช่น กระเป๋า รองเท้า แว่นตา ให้เหมือนกับที่ศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบใช้	✓				

ตารางเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale)

คำตอบ	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
ค่อนข้างเห็นด้วย	4
เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน	3
ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การแปลผล

คะแนนรวมของแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง มีคะแนนสูงสุด เท่ากับ 75 คะแนน และคะแนนต่ำสุด เท่ากับ 15 คะแนน โดยที่

ค่าคะแนนสูง หมายถึง มีระดับการลอกเลียนแบบสูง

ค่าคะแนนต่ำ หมายถึง มีระดับการลอกเลียนแบบต่ำ

การหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง

การหาค่าความเที่ยงผู้วิจัยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียงไปดำเนินการทดลองใช้ในกลุ่มนิสิตนักศึกษาจำนวน 60 คน แล้วนำมาประเมินค่าความเที่ยงโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ได้ค่าความเที่ยงดังนี้

ข้อกระทง	ค่าความเที่ยง
ข้อกระทงที่ 1	.678
ข้อกระทงที่ 2	.682
ข้อกระทงที่ 3	.859
ข้อกระทงที่ 4	.697
ข้อกระทงที่ 5	.812
ข้อกระทงที่ 6	.597
ข้อกระทงที่ 7	.586
ข้อกระทงที่ 8	.721
ข้อกระทงที่ 9	.711
ข้อกระทงที่ 10	.601

ข้อกระทง	ค่าความเที่ยง
ข้อกระทงที่ 12	.742
ข้อกระทงที่ 13	.817
ข้อกระทงที่ 14	.773
ข้อกระทงที่ 15	.668
Cronbach's Alpha coefficient	.943

การเก็บรวบรวมข้อมูล

มีการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ติดตามกลุ่มแฟนคลับเพื่อติดตามไปในสถานที่ต่าง ๆ ที่มีการรวมตัวของกลุ่มตัวอย่าง เช่น คอนเสิร์ตและการแสดงต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง
2. ใ้บุคคลที่เป็นแฟนคลับแนะนำแฟนคลับคนอื่น ๆ ที่มีลักษณะตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการ เพื่อทำแบบสอบถามชุดเดียวกันจนครบ โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 150 คน แบ่งเป็น ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 50 คน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 50 คน ระดับอุดมศึกษา จำนวน 50 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจและให้คะแนน ตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดไว้ จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for social/Personal Computer Plus) โดยสถิติที่นำมาใช้มีดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อสรุปข้อมูลที่ได้มาบรรยายให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นต้น
2. วิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความคลั่งไคล้ศิลปินดารา การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่นด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation)
3. วิเคราะห์ความสามารถในการทำนายของความคลั่งไคล้ศิลปินดาราและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราร การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น และศึกษา อิทธิพลของความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเองในการทำนายนการ ลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น โดยผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เสนอลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ประกอบไปด้วยนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 50 คน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 50 คน และนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย จำนวน 50 คน รวมทั้งหมด 150 คน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปิน ดารา แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง และแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อ พฤติกรรมการเลียนแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอผลการ ทดลองตามข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับ การศึกษา และข้อมูลเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของเพศของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

เพศ	กลุ่มตัวอย่าง							
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอน ปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	2	4	7	14	12	24	21	14
หญิง	48	96	43	86	38	76	129	86
รวม	50	100	50	100	50	100	150	100

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 86 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 96 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 86 และ มหาวิทยาลัยร้อยละ 76) และเพศชายจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 4 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 14 และ มหาวิทยาลัยร้อยละ 24)

ตารางที่ 2 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของอายุของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

อายุ	กลุ่มตัวอย่าง							
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
13 ปี	5	10	-	-	-	-	5	3.33
14 ปี	25	50	-	-	-	-	25	16.67
15 ปี	19	38	7	14	-	-	26	17.33
16 ปี	1	2	16	32	-	-	17	11.33
17 ปี	-	-	19	38	1	2	20	13.33
18 ปี	-	-	7	14	6	12	13	8.67
19 ปี	-	-	-	-	12	24	12	8
20 ปี	-	-	1	2	7	14	8	5.33
21 ปี	-	-	-	-	8	16	8	5.33
22 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	16	32	16	10.67
รวม	50	100	50	100	50	100	150	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้นส่วนใหญ่อายุ 15 ปี เป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 กลุ่มมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่อายุ 17 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และกลุ่มมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67

ตารางที่ 3 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของสถาบันการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

	กลุ่มตัวอย่าง							
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถาบันการศึกษา								
เอกชน	34	68	21	42	21	42	76	50.67
รัฐบาล	16	32	29	58	29	58	74	49.33
รวม	50	100	50	100	50	100	150	100

จากตารางที่ 3 พบว่า สถาบันการศึกษาที่กลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้นส่วนใหญ่ศึกษาคือ โรงเรียนของเอกชนมีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และศึกษาในสถาบันการศึกษารัฐบาล จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ส่วนสถาบันการศึกษาที่กลุ่มมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ศึกษาคือโรงเรียนของรัฐบาลมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และศึกษาในสถาบันการศึกษาเอกชน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และสถาบันการศึกษาที่กลุ่มมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ศึกษาคือมหาวิทยาลัยของรัฐบาลมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และศึกษาในสถาบันการศึกษาเอกชน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42

ตารางที่ 4 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของเกรดเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

	กลุ่มตัวอย่าง							
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกรดเฉลี่ย								
ต่ำกว่า 2.00	-	-	1	2	2	4	3	2
2.00-2.50	6	12	13	26	15	30	34	22.67
2.51-3.00	13	26	12	24	14	28	39	26
3.01-3.50	20	40	12	24	14	28	46	30.67
3.5 ขึ้นไป	11	22	12	24	5	10	28	18.67

รวม	50	100	50	100	50	100	150	100
-----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

จากตารางที่ 4 พบว่า เกรดเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมัธยมศึกษาตอนต้นส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 3.01-3.50 มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือเกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 จำนวนน้อยที่สุดคือเกรดเฉลี่ย 2.00-2.50 มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ส่วนเกรดเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2.00-2.50 มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือเกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 , 3.01-3.50 และ 3.5 ขึ้นไปซึ่งมีจำนวนเท่ากันคือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 จำนวนน้อยที่สุดคือเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และเกรดเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2.00-2.50 มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือเกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 และ 3.01-3.50 มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 จำนวนน้อยที่สุดคือเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของสถานภาพครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

	กลุ่มตัวอย่าง							
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพครอบครัว								
บิดามารดา อยู่ด้วยกัน	40	80	38	76	24	48	102	68
บิดามารดา หย่าร้างกัน	4	8	4	8	9	18	17	11.33
บิดาหรือมารดา ถึงแก่กรรม หรือ ถึงแก่กรรมทั้งคู่	2	4	2	4	6	12	10	6.67
บิดามารดา แยกกันอยู่	4	8	6	12	11	22	21	14
รวม	50	100	50	100	50	100	150	100

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพครอบครัวบิดามารดาอยู่ด้วยกัน มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 68 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 80 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 76 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 48) รองลงมาคือบิดามารดาแยกกันอยู่จำนวน 21 คิดเป็น

ร้อยละ 14 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 8 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 12 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 22) บิดามารดาหย่าร้างกันจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 8 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 8 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 18) และลำดับสุดท้ายบิดาหรือมารดาถึงแก่กรรมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 4 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 4 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 12)

ตารางที่ 6 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของรายได้ของครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

	กลุ่มตัวอย่าง							
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ของครอบครัว (บาท/เดือน)								
20,000 – 30,000	12	24	10	20	14	28	36	24
30,001 – 40,000	9	18	11	22	12	24	32	21.33
40,000 – 50,000	11	22	10	20	7	14	28	18.67
50,001 ขึ้นไป	18	36	19	39	17	34	54	36
รวม	50	100	50	100	50	100	150	100

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่ารายได้ของครอบครัวพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวระหว่าง 50000 บาทขึ้นจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 36 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 39 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 34) รองลงมาคือรายได้ครอบครัวระหว่าง 20000 – 30000 บาทจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 24 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 20 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 28) รายได้ครอบครัวระหว่าง 30001 – 40000 บาทจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 18 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 22 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 24) และลำดับสุดท้ายมีรายได้ระหว่าง 40000 – 50000 บาทจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 22 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 20 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 14)

ตารางที่ 7 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของจำนวนศิลปินที่ชื่นชอบของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

	กลุ่มตัวอย่าง								
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
จำนวนศิลปินที่ชื่นชอบ									
1-5 คน	37	74	24	48	26	52	87	71.33	
6-10 คน	9	18	6	12	9	18	24	16	
11-15 คน	4	8	12	24	4	8	20	13.33	
16 คนขึ้นไป	0	0	8	16	11	22	19	12.67	
รวม	50	100	50	100	50	100	150	100	

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนศิลปินที่ชื่นชอบอยู่ระหว่าง 1-5 คน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 71.33 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 74 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 48 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 52) รองลงมาคืออยู่ระหว่าง 6-10 คนจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 18 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 12 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 18) จำนวนศิลปินที่ชื่นชอบอยู่ระหว่าง 11-15 คนจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 8 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 24 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 8) และลำดับสุดท้ายมีศิลปินที่ชื่นชอบมากกว่า 16 คนขึ้นไปจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 0 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 16 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 22)

ตารางที่ 8 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของเหตุผลในการชื่นชอบศิลปินของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

	กลุ่มตัวอย่าง								
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เหตุผลในการชอบศิลปิน									
ชื่นชอบผลงานและ	49	98	47	94	50	100	146	97.33	

ความสามารถ									
ขึ้นขอบรูปร่าง	30	60	22	44	28	56	80	53.33	
หน้าตา									
เพื่อจะได้มีกิจกรรม	3	6	13	26	10	20	26	17.33	
ทำร่วมกับเพื่อน									
เพื่อเป็นการผ่อนคลาย	23	46	17	34	17	34	57	38	
คลายความเครียด									
เพื่อที่จะได้พบกับเพื่อนใหม่	5	10	10	20	7	14	22	44	
เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา	4	8	1	2	2	4	7	4.67	

หมายเหตุ: แบบสอบถามนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเหตุผลในการขึ้นขอบศิลป์ได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการขอบศิลป์ในด้านขึ้นขอบผลงานและความสามารถจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 97.33 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 98 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 94 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 100) รองลงมาคือเหตุผลด้านขึ้นขอบรูปร่างหน้าตาจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 60 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 44 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 56) เหตุผลเพื่อเป็นการผ่อนคลายมีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 46 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 34 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 34) เหตุผลเพื่อจะได้มีกิจกรรมทำร่วมกับเพื่อนจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 6 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 26 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 20) เหตุผลเพื่อที่จะได้พบกับเพื่อนใหม่จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 10 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 20 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 14) และเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกน้อยที่สุดคือเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหามีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 8 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 2 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 4)

ตารางที่ 9 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของจำนวนครั้งที่ติดตามศิลป์ของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

	กลุ่มตัวอย่าง							
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่ติดตาม (ต่อเดือน)								
1 ครั้ง	16	32	10	20	14	28	40	26.67
2-3 ครั้ง	12	24	11	22	7	14	30	20
4-5 ครั้ง	0	0	4	8	3	6	7	4.67
มากกว่า 5 ครั้ง	22	44	25	50	26	52	73	48.67
รวม	50	100	50	100	50	100	150	100

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่ติดตามต่อเดือนมากกว่า 5 ครั้ง เป็นจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 48.67 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 44 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 50 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 52) รองลงมาคือติดตาม 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 32 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 20 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 28) ติดตาม 2-3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 24 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 22 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 14) และลำดับสุดท้ายคือ 4-5 ครั้งต่อเดือนจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 0 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 8 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 6)

ตารางที่ 10 แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน และร้อยละของจำนวนเพื่อนในกลุ่มที่เป็นแฟนคลับของกลุ่มตัวอย่าง (N=150)

	กลุ่มตัวอย่าง							
	มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		มหาวิทยาลัย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนเพื่อนในกลุ่มที่เป็นแฟนคลับ (คน)								
0	10	20	1	2	11	22	22	14.67
1-5	21	42	22	44	14	28	57	38
6-10	12	24	14	28	13	26	39	26

11-15	2	4	7	14	5	10	14	9.33
16-20	0	0	2	4	4	8	6	4
มากกว่า 20	5	10	4	8	3	6	12	8
รวม	50	100	50	100	50	100	150	100

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนเพื่อนในกลุ่มที่เป็นแฟนคลับด้วย 1-5 คน เป็นจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 42 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 44 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 28) รองลงมาคือ 6-10 คน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 24 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 28 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 26) ไม่มีเพื่อนในกลุ่มเป็นแฟนคลับเลย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 20 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 2 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 22) 11-15 คน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 4 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 14 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 10) มากกว่า 20 คน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 10 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 8 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 6) และน้อยที่สุดคือ 16-20 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4 (เป็นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 0 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 4 และมหาวิทยาลัยร้อยละ 8)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนแบบวัดทัศนคติที่มีศิลปะ ดารา แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง และแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมของนักแสดงที่มีชื่อเสียง ของกลุ่มตัวอย่าง (N=100)

ตัวแปร	มัธยมศึกษาตอนต้น (n = 50)		มัธยมศึกษาตอน ปลาย (n = 50)		มหาวิทยาลัย (n = 50)	
	M	SD	M	SD	M	SD
ความคลั่งไคล้ศิลปิน ดารา	109.02	26.88	98.98	25.81	95.32	21.66
การเห็นคุณค่าในตนเอง	29.98	7.11	29.56	7.20	42.12	12.96
การลอกเลียนแบบ	44.70	16.32	42.60	11.55	32.76	7.05

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมัธยมศึกษาตอนต้น ตัวแปรความคลั่งไคล้ศิลปิน ดารามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 109.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 26.88 ตัวแปรการเห็นคุณค่าในตนเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 29.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.11 ตัวแปรการลอกเลียนแบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 44.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 16.32 ในกลุ่มตัวอย่างมัธยมศึกษาตอนปลาย ตัวแปรความคลั่งไคล้ศิลปินดารามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 98.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 25.81 ตัวแปรการเห็นคุณค่าในตนเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 29.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.20 ตัวแปรการลอกเลียนแบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 11.55 ในกลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัย ตัวแปรความคลั่งไคล้ศิลปินดารามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 95.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 21.66 ตัวแปรการเห็นคุณค่าในตนเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 12.96 ตัวแปรการลอกเลียนแบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 32.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.05

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า ความคลั่งไคล้ศิลปินดารามีสหสัมพันธ์ทางบวกกับ พฤติกรรมลอกเลียนแบบในแฟนคลับวัยรุ่น

จากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้ การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบ โดยใช้การคำนวณค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่า ความคลั่งไคล้และการลอกเลียนแบบมีสหสัมพันธ์ทางบวกกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ($r = .576, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า ความคลั่งไคล้ศิลปินดารามีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมลอกเลียนแบบในแฟนคลับวัยรุ่น

สมมติฐานข้อที่ 2 การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความคลั่งไคล้ และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

จากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้และการเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ($r = -.017, p < .01$) การเห็นคุณค่าในตนเองและการลอกเลียนแบบมีสหสัมพันธ์ทางลบกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = -.021, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความคลั่งไคล้และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

ตารางที่ 12 คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม

เนื่องจากอะไร ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อตรวจสอบว่า ความคลั่งไคล้ศิลปิน ดาราในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลายและนิสิตนักศึกษาใน มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความคลั่งไคล้ศิลปิน ดาราของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และนิสิตนักศึกษาด้วยค่าสถิติทดสอบ ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	5031.45	2	2515.73	4.06*
ภายในกลุ่ม	91030.84	147	619.26	
รวม	96062.29	149		

* $p < .05$

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วยการทดสอบสถิติ One-way ANOVA พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคลั่งไคล้ศิลปิน ดาราในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ($M=109.02$, $SD=26.88$) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ($M=98.98$, $SD=25.81$) และนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัย ($M=95.32$, $SD=21.66$) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F(2,147)=4.062$, $p>.05$)

ตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนการเห็นคุณค่าในตนเองของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และนิสิตนักศึกษาด้วยค่าสถิติทดสอบ ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	302.41	2	151.21	2.98
ภายในกลุ่ม	7449.420	147	50.670	
รวม	7750.83	149		

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วยการทดสอบสถิติ One-way ANOVA พบว่าค่าเฉลี่ยของการเห็นคุณค่าในตนเองในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ($M=29.98$, $SD=7.11$) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ($M=29.56$, $SD=7.20$) และนิสิตนักศึกษา

มหาวิทยาลัย ($M=32.76$, $SD=7.05$) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F(2,147)=2.98$, $p>.05$)

ตารางที่ 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนการลอกเลียนแบบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และนิสิตนักศึกษาด้วยค่าสถิติทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	188.280	2	94.14	.497
ภายในกลุ่ม	27823.78	147	189.28	
รวม	28012.06	149		

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วยการทดสอบสถิติ One-way ANOVA พบว่าค่าเฉลี่ยของการเห็นคุณค่าในตนเองในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ($M=44.70$, $SD=16.32$) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ($M=42.60$, $SD=11.55$) และนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย ($M=42.12$, $SD=12.96$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F(2,147)=.497$, $p>.05$)

บทที่ 4

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น และศึกษาอิทธิพลของความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเองในการทำนายนการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ดังนี้

- | | |
|------------------|---|
| สมมติฐานข้อที่ 1 | ความคลั่งไคล้ศิลปินดารามีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมลอกเลียนแบบในแฟนคลับวัยรุ่น |
| สมมติฐานข้อที่ 2 | การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความคลั่งไคล้และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น |
| สมมติฐานข้อที่ 3 | ความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเองสามารถทำนาย การลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่นได้ |

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 คือ ความคลั่งไคล้ศิลปินดารามีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมลอกเลียนแบบในแฟนคลับวัยรุ่น

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 คือ การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความคลั่งไคล้และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 บางส่วน คือ ความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเองร่วมกันทำนายการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมได้ โดยความคลั่งไคล้ศิลปินดารามีความสำคัญทางสถิติ แต่การเห็นคุณค่าในตนเองไม่สามารถทำนายการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 1 ความคลั่งไคล้ศิลปินดารามีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมลอกเลียนแบบในแฟนคลับวัยรุ่น

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ระดับความคลั่งไคล้ศิลปินดารายิ่งสูง มีแนวโน้มว่าทำให้การลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมสูง ในทางตรงกันข้าม ถ้าความคลั่งไคล้ศิลปินดารายิ่งต่ำ การลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมจะต่ำด้วย ซึ่งผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม คือ มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และมหาวิทยาลัย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจจะเป็นไปได้ว่า กลุ่มที่คลั่งไคล้ (Fandom) จะมีความพยายามที่จะสร้างสิ่งที่เรียกร้องความสนใจต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อทดแทน ขาดเซย์ลักษณะของตน ที่ขาดความเป็นตัวเอง ไม่มีลักษณะเฉพาะ และขาดการยอมรับ โดยกลุ่มแฟนดอมจะแสวงหาลักษณะของตน เพื่อเชื่อมโยงไปสู่บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ตนคลั่งไคล้ โดยพยายามทำตัวให้เหมือนกับคนที่ตนชื่นชอบ เช่น การแต่งตัว การเลียนแบบพฤติกรรม เป็นต้น ซึ่งตรงกับลักษณะของกลุ่มแฟนที่ได้ให้คำจำกัดความโดย เจษฎา รัตนเขมากร (2541) นอกจากนี้ยังพบว่าผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างเนื่องจากทั้ง 3 กลุ่มอยู่ในช่วงวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยแห่งการค้นหาเอกลักษณ์ของตัวเอง ค้นหาสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นท่าทาง คำพูด การแสดงออก การเข้าสังคม โดยวัยรุ่นในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเลียนแบบบุคคลที่ตนชื่นชอบ สิ่งเกิดได้จากการพยายามทำตัวเองให้เหมือนดารานักแสดงที่ชื่นชอบในแง่ต่าง ๆ เช่น ทรงผม เสื้อผ้า บุคลิก (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2542)

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรนุช ตันติวิทิตพงศ์ (2551) ซึ่งศึกษาพบว่าวัยรุ่นไทยที่มีพฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปิน จะมีพฤติกรรม การเลียนแบบท่าเต้น (Cover Dance) และการฝึกฝนหรือเรียนภาษาเกาหลี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boon & Lomore (2002) ได้ศึกษาอิทธิพลของการชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีต่อวัยรุ่นพบว่า วัยรุ่นมักจะเลียนแบบบุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งในเรื่องของการแต่งกายและพฤติกรรม เช่น การแสดงออก กีฬา การใช้สารเสพติด การทานมังสวิรัต นอกจากนี้ จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (social learning theory) ของ Albert Bandura พบว่า บุคคลในสังคมโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นมักจะเรียนรู้และลอกเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารา นักแสดง นักร้อง เพราะบุคคลเหล่านี้จะเป็นตัวแบบที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นค่อนข้างมาก

สมมติฐานข้อที่ 2 การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความคลั่งไคล้ และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่า ระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง จะมีความคลั่งไคล้และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมต่ำ ในขณะที่บุคคลที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ จะมีความคลั่งไคล้และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมสูง สาเหตุที่เป็นเช่นนี้

อาจเป็นเพราะว่า บุคคลที่มองเห็นคุณค่าในตนเอง มักจะมองตนเองในด้านบวก ไม่เห็นไหวต่อการวิพากษ์วิจารณ์หรือคำตำหนิของผู้อื่นง่าย ๆ และยอมรับตนเอง (Coopersmith, 1981) อาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มคนเหล่านี้จะภูมิใจและพอใจในความเป็นตัวเองอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องเลียนแบบใคร เพื่อให้คนอื่นยอมรับ ในขณะที่คนที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ จะมีลักษณะตรงกันข้ามคือ ขาดความมั่นใจในตนเอง รู้สึกไร้ค่าไม่มีความสามารถ คิดว่าตนเองไม่เป็นที่ยอมรับจากคนรอบข้าง (Coopersmith, 1981) ทำให้คนกลุ่มนี้ไม่พอใจกับสิ่งที่ตัวเองเป็นอยู่ อาจเป็นไปได้ว่า คนที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะพยายามทำให้คนรอบข้างยอมรับเพื่อสร้างการเห็นคุณค่าในตนเองให้มากขึ้น เพราะการยอมรับจากคนรอบข้างเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนต้องการ และยิ่งวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการการยอมรับเป็นอย่างมากทั้งจากครอบครัว เพื่อน สังคม จึงอาจส่งผลให้คนที่เห็นคุณค่าในตนเองต่ำมีความพยายามที่จะค้นหาบุคคลต้นแบบเพื่อเลียนแบบพฤติกรรมที่น่าพึงประสงค์ เป็นที่ชื่นชอบยอมรับของคนทั่วไป และบุคคลต้นแบบเหล่านี้ก็คือ ศิลปินดารา บุคคลที่ชื่อเสียง ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้เป็นเหมือนตัวแบบให้กับวัยรุ่น และเมื่อวัยรุ่นเลียนแบบศิลปินดาราก็จะทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นเหมือนศิลปินดาราเหล่านั้น เพิ่มความมั่นใจ

นอกจากนี้ การวิจัยที่พบว่าคนที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะมีการคลั่งไคล้สูง อาจจะ เป็นเพราะว่า กลุ่มแฟนคลับมีระดับการคลั่งไคล้สูง หรือที่เรียกว่า “แฟนดอม” (Fandom) จะมีลักษณะขาดความเป็นตัวของตัวเอง จะพยายามสร้างสิ่งเรียกร้องความสนใจเพื่อทดแทน ขาดเขยลักษณะของตัวเอง รู้สึกว่าตนเองไม่เป็นที่ยอมรับ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2542) ซึ่งตรงกับลักษณะของคนที่เห็นคุณค่าในตนเองต่ำ และกลุ่มแฟนดอมเหล่านี้จะพยายามแสวงหาลักษณะเพื่อเชื่อมโยงไปสู่บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ตนคลั่งไคล้ โดยการทำให้เหมือนกับคนที่ตนชื่นชอบ จึงอาจกล่าวได้ว่า คนที่เห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะมีการคลั่งไคล้ศิลปินดาราและมีการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมสูง

แต่สำหรับคนที่มีการเห็นคุณค่าในตัวเอง แม้จะมีความสัมพันธ์ทางลบกับการคลั่งไคล้ศิลปินดารา แต่ค่าความสัมพันธ์นั้นไม่สูงมากนัก อาจเป็นเพราะว่า ไม่จำเป็นว่าคนที่การเห็นคุณค่าในตนเองต่ำเท่านั้นที่จะคลั่งไคล้ศิลปินดารา คนที่เห็นคุณค่าในตนเองสูงก็อาจจะมี ความชื่นชอบและคลั่งไคล้ศิลปินดาราได้เช่นกัน อาจจะไม่ใช่เพื่อลอกเลียนแบบพฤติกรรมหรือเพื่อสร้างความมั่นใจให้ตัวเอง แต่อาจมาจากความชื่นชอบในตัวบุคคลนั้นจริง ๆ หรือเพราะปัจจัยอื่นที่เข้ามา มีผลซึ่งต้องศึกษาต่อไป

ผลการวิจัยนี้ยังไม่มียานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังไม่มียานวิจัยที่พูดถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสามตัวนี้ แต่เป็นประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราและการเห็นคุณค่าในตนเองสามารถทำนาย การลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่นได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาว การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาว การเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น และศึกษาอิทธิพลของความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาวและการเห็นคุณค่าในตนเองในการทำนายการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

สมมติฐานในการวิจัย

1. ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาวมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมลอกเลียนแบบในแฟนคลับวัยรุ่น
2. การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความคลั่งไคล้และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น
3. ความคลั่งไคล้ศิลปินดาราศาวและการเห็นคุณค่าในตนเองสามารถทำนายการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่นได้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือ แฟนคลับวัยรุ่นไทย ช่วงอายุระหว่าง 12 ถึง 25 ปี ที่เป็นกลุ่มแฟนคลับที่ติดตามศิลปินดาราศาวตามคอนเสิร์ตและการแสดงต่าง ๆ เหตุผลที่เลือกประชากรกลุ่มนี้เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยรุ่น เป็นวัยที่กำลังค้นหาความเป็นเอกลักษณ์แห่งตน ต้องการค้นหาตนเอง ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะกลุ่มเพื่อน ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้อาจทำให้วัยรุ่นเกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบศิลปิน ดาราที่ตนชื่นชอบ จำนวน 150 คนแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 50 คน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 50 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัย 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปิน แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง และแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมลอกเลียนแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นครอบคลุมเนื้อหา และปัจจัยต่าง ๆ ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 13 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เกรดเฉลี่ย สถานภาพครอบครัว รายได้ครอบครัว จำนวนศิลปินที่ชื่นชอบ เหตุผลที่ชื่นชอบศิลปิน เป็นต้น โดยเป็นคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด

2. แบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปิน

เป็นมาตรประเมินค่า (Rating scale) ชนิด 5 ระดับ มีทั้งหมด 33 ข้อ แบ่งทัศนคติที่มีต่อศิลปินดารารออกเป็น 3 ระดับมาตรวัดย่อย คือ

- 1) ระดับสนใจใคร่รู้เพื่อความบันเทิง (Entertainment-social) ติดตามข่าวสารของศิลปินดาราที่ตนเองชื่นชอบตามสื่อต่างอย่างใกล้ชิด เป็นการให้ความบันเทิงแก่ตนเองเท่านั้น จำนวน 10
- 2) ระดับผูกพันยึดติด (Intense-personal) มีลักษณะหลงใหล เกิดทุนศิลปินดาราที่ชอบถึงขั้นเสพติด จำนวน 9 ข้อ
- 3) ระดับคลั่งไคล้ (Borderline-pathological) แสดงอาการคลั่งไคล้ศิลปินดาราอย่างรุนแรงที่สุด ไม่สามารถควบคุมตนเองได้ เพื่อฝันเกี่ยวกับศิลปินดาราที่ตนชอบ จำนวน 14 ข้อ

3. แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง

แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า (Rating scale) ที่มี 2 ตัวเลือก จำนวน 57 ข้อ เป็นข้อคำถามที่บอกเล่ารายงานตนเอง โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- ข้อกระทงที่ใช้วัดการตอบไม่ตรงกับความเป็นจริง (Lie scale) จำนวน 8 ข้อ
 - ข้อกระทงที่วัดทัศนคติเกี่ยวกับตนเอง จำนวน 49 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ
 1. ด้านตนเองโดยทั่วไป จำนวน 26 ข้อ
 2. ด้านสังคมและกลุ่มเพื่อน จำนวน 7 ข้อ
 3. ด้านครอบครัว จำนวน 8 ข้อ
 4. ด้านการเรียน จำนวน 8 ข้อ

4. แบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง

ในแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเล่นแบบนักแสดงที่มีชื่อเสียง จำนวน 15 ข้อ เป็นมาตรประเมินค่า (Rating scale) ชนิด 5 ระดับ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ติดตามกลุ่มแฟนคลับเพื่อติดตามไปในสถานที่ต่าง ๆ ที่มีการรวมตัวของกลุ่มตัวอย่าง เช่น คอนเสิร์ตและการแสดงต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง
2. ให้นำบุคคลที่เป็นแฟนคลับแนะนำแฟนคลับคนอื่น ๆ ที่มีลักษณะตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการ เพื่อทำแบบสอบถามชุดเดียวกันจนครบ โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 150 คน แบ่งเป็น ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 50 คน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 50 คน ระดับอุดมศึกษา จำนวน 50 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจและให้คะแนน ตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดไว้ จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for social/Personal Computer Plus) โดยสถิติที่นำมาใช้ได้แก่ วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อสรุปข้อมูลที่ได้มาบรรยายให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation) วิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเอง และการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่นด้วยการ และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิเคราะห์ความสามารถในการทำนายของความคลั่งไคล้ศิลปินดารากับการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการลอกเลียนแบบด้านพฤติกรรมในแฟนคลับวัยรุ่น

ประโยชน์และการนำไปใช้

1. ควรให้ความรู้แก่ผู้ปกครอง เพื่อที่จะดูแลบุตรหลานได้อย่างเหมาะสม
2. โรงเรียน มหาวิทยาลัย จัดกิจกรรม เพื่อดึงความสนใจไปยังกิจกรรมอื่น เพื่อเพิ่มการเห็นคุณค่าในตนเอง
3. เสนอให้สื่อจัดเรทศิลปินดาราส่งให้วัยรุ่นได้เลียนแบบบุคคลที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่าตัวแปรการเห็นคุณค่าในตนเองอาจมีอิทธิพลต่อการลอกเลียนแบบน้อยเกินไป ไม่สามารถทำนายการลอกเลียนแบบได้ แต่อาจจะมีตัวแปรอื่นที่เข้ามามีอิทธิพลมากกว่า เช่น อัตลักษณ์แห่งตน ดังนั้น จึงควรศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- อรพินท์ มุสิกนนวนุตร. (2547). *คุณภาพชีวิตการทำงาน ความสำเร็จทางการบริหาร กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงแรม : กรณีศึกษาโรงแรมแห่งหนึ่งในเขตเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วัชรานันท์ รัตนกุสุมภ์. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างความขัดแย้งระหว่างการทำงานกับครอบครัว การสนับสนุนทางสังคม กับความเครียดในการทำงานของพนักงานหญิง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รสสุคนธ์ ฤชาเกียรติกุล. (2550). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการธนาคาร HSBC ประเทศไทย ที่มีผลต่อความจงรักภักดีในองค์กร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรสวรรค์ นิตติธรรมยง. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองโดยยึดหลักความขัดแย้งในครอบครัวที่เกิดจากการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชาติ ศิริรินทร์. (2551). *ความขัดแย้งระหว่างงานกับครอบครัวของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรชา เศษภาวนาพร. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างความขัดแย้งระหว่างการทำงานกับครอบครัว ความฉลาดทางอารมณ์ กับสุขภาวะทางจิต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณกรกรรดา ไวกาสี. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ความขัดแย้งระหว่างการทำงานกับครอบครัวและความเครียดที่เกิดจากการทำงานและครอบครัว*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัริษา เบญจสาร. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศขององค์กร ความยุติธรรมในองค์กรตามการรับรู้ และคุณภาพชีวิตการทำงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชญานันท์ นันทเศรษฐ์พงศ์. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความตั้งใจในการลาออกจากงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพจน์ พันธุ์ณะ. (2542). *อิทธิพลของความขัดแย้งในงานและครอบครัวที่มีต่อความพึงพอใจในชีวิตของครูสังกัดสำนักงานการประถมศึกษากรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประสาร หงษ์ทอง. (2553). *สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยว ปี 2552. คัดมาเมื่อ 15 ธันวาคม 2553*, จาก <http://www.ryt9.com/s/prg/775187>

ภาษาอังกฤษ

Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. New Jersey: Prentice-Hall.

Boon, S., & Lomore, C. (2002). Fan Club Confessions: Teens Underestimate Influence of Celebrity Idols. *Psychology Today*. (January – February, 2002): 18

Cole, L., & Hall, I. (1970). *Psychology of adolescence*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Coopersmith, S. (1981). *The antecedents of self-esteem*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Coopersmith, S. (1984). *Self-esteem inventories*, San Francisco: Consulting Psychologist Press.

De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.

Dusek, B. J. (1987). *Adolescent development and behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Iscoe, I., Williams, M., & Harvey, J. (1964). Age, Intelligence, and Sex as Variables in the Conformity Behavior of Negro and White Children. *Child Development*, 35, 451-460.

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: television fans & participatory culture*. New York: Routledge.

Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 37, 1475-1482. doi: 10.1016/j.paid.2004.02.004

Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10, 17-32. doi: 10.1348/135910704x1525

- MaQuail, D. (1994). *The media audience – alternative concepts of the audience, and introduction of mass communication theory* (3rd ed). London: Sage.
- McCroskey, J. C., Richmond, V. P., & Stewart, R. A. (1986). *One on one: the foundations of interpersonal communication*: Prentice-Hall.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93, 67-87. doi: 10.1348/000712602162454
- North, A. C., Sheridan, L., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Attributional Style, Self-Esteem, and Celebrity Worship. *Media Psychology*, 9, 291-308. doi: 10.1080/15213260701285975
- Pope, Alice W., Mctale, Susan M., & Craighead, E. (1988). *Self-esteem enhancement with children and adolescents*. New York: Pergamon.
- Roger, Dorathy. (1981). *Adolescents and youth* (4 th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Santrock, J. W. (1998). *Adolescence* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Thorne, S., Bruner, C. G. (2006). "An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9, 51-72, doi: 10.1108/13522750610640558

ภาคผนวก

แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละข้อโดยละเอียด และเติมข้อความ หรือทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับตัวท่าน

1. เพศ ชาย หญิง อายุ ปี
2. ศึกษาในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย เอกชน รัฐบาล
3. ระดับการศึกษา
 มัธยมศึกษาตอนต้น ชั้นมัธยมศึกษาปีที่
 มัธยมศึกษาตอนปลาย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่
 อุดมศึกษา ชั้นปีที่ คณะ.....
4. เกรดเฉลี่ย ต่ำกว่า 2.00 2.00-2.50 2.51-3.00 3.01-3.50 3.5 ขึ้นไป
5. สถานภาพครอบครัว
 บิดามารดาอยู่ด้วยกัน บิดามารดาหย่าร้างกัน
 บิดาหรือมารดาถึงแก่กรรม หรือถึงแก่กรรมทั้งคู่ บิดามารดาแยกกันอยู่
6. รายได้ของครอบครัว
 20,000 – 30,000 บาท/เดือน 30,001 – 40,000 บาท/เดือน
 40,000 – 50,000 บาท/เดือน 50,001 บาท/เดือนขึ้นไป
7. จำนวนศิลปินที่ท่านชื่นชอบ คน
โปรดระบุ
8. เหตุผลในการชื่นชอบศิลปินของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 ชื่นชอบผลงานและความสามารถ ชื่นชอบรูปร่างหน้าตา
 เพื่อจะได้มีกิจกรรมทำร่วมกับเพื่อน เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียด
 เพื่อที่จะได้พบกับเพื่อนใหม่ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ
9. ท่านติดตามศิลปินคนโปรดของท่านมานาน ปี
10. จำนวนครั้งที่ท่านติดตามศิลปิน
 1 ครั้ง/เดือน 2-3 ครั้ง/เดือน 4-5 ครั้ง/เดือน มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน
11. ท่านซื้อของฝาก/ของที่ระลึกให้กับศิลปิน
 ทุกครั้ง บางครั้ง นาน ๆ ครั้ง ไม่เคย
12. จำนวนครั้งที่ท่านซื้อสินค้าที่ระลึกของศิลปิน
 1 ครั้ง/สัปดาห์ 1 ครั้ง/เดือน 2-3 ครั้ง/เดือน ไม่เคย
13. จำนวนเพื่อนในกลุ่มในกลุ่มของท่านที่เป็นแฟนคลับ คน (โปรดระบุ)

แบบวัดทัศนคติที่มีต่อศิลปินคารา

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละข้อโดยละเอียดและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับทัศนคติที่ท่านมีต่อศิลปินคนโปรดของท่าน

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยและเห็นด้วยพอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้างเห็นด้วย (4)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)
1. ถ้าฉันมีโอกาสได้พบกับศิลปินคนโปรดของฉัน เขาจะรู้ทันทีว่าฉันเป็นแฟนคลับตัวจริงของเขา					
2. ฉันและศิลปินคนโปรดของฉันมีความผูกพันต่อกันเป็นพิเศษ ที่ไม่สามารถบรรยายเป็นคำพูดได้					
3. ฉันเฝ้าแต่คิดถึงเรื่องราวในชีวิตของศิลปินคนโปรดของฉันตลอดเวลา					
4. ฉันพร้อมที่จะสละชีวิตเพื่อปกป้องศิลปินคนโปรดของฉัน					
5. ฉันและเพื่อนชอบพูดคุยกันเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ที่ศิลปินคนโปรดของฉันทำ					
6. เมื่อมีสิ่งที่ดีเกิดขึ้นกับศิลปินคนโปรดของฉัน ฉันจะรู้สึกเหมือนว่ามันเกิดขึ้นกับตัวฉันเอง					
7. ฉันและศิลปินคนโปรดของฉันมีรหัสลับในการสื่อสารกันเป็นส่วนตัวโดยที่คนอื่นไม่มีทางรู้(เช่น ศิลปินส่งรหัสผ่านมาถึงฉันในขณะที่ออกรายการโทรทัศน์ หรือใช้คำพิเศษในรายการวิทยุ)					
8. การทุ่มเทความสนใจให้ศิลปินคนโปรด ทำให้ฉันหนีจากปัญหาชีวิตของตนเองได้ชั่วคราว					
9. ฉันมีภาพและของที่ระลึกของศิลปินคนโปรดของฉัน ซึ่งฉันมักจะเก็บไว้ในที่เดียวกันตลอดเวลา					
10. ถ้าศิลปินคนโปรดของฉันลองใช้ยาอันตรายที่ถูกกฎหมายเพื่อทำให้ฉันรู้สึกสบายใจขึ้นฉันก็จะใช้ยานั้น					

ข้อความ	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยและ เห็นด้วย พอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้าง เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
11. ในสายตาของฉัน ศิลปินคนโปรดของฉันทำทุกอย่างได้ดีสมบูรณ์แบบ					
12. ถ้าศิลปินคนโปรดของฉันประสบความสำเร็จ ฉันจะรู้สึกประสบความสำเร็จไปกับเขาด้วย					
13. ความสุขของฉันคือการที่ได้ ดู อ่าน หรือฟังเสียงศิลปินคนโปรดของฉัน					
14. ฉันคิดว่าศิลปินคนโปรดของฉันคือเนื้อคู่ของฉัน					
15. ฉันมักจะคิดถึงศิลปินคนโปรดของฉันบ่อย ๆ แม้ในเวลาที่ไม่ได้ตั้งใจจะคิดถึง					
16. ถ้าศิลปินคนโปรดของฉันตาย ฉันจะรู้สึกเหมือนอยากจะตายตามไปด้วย					
17. ฉันชอบพูดคุยกับคนที่ชื่นชอบศิลปินคนโปรดของฉัน					
18. เมื่อมีสิ่งเลวร้ายเกิดขึ้นกับศิลปินคนโปรดของฉัน ฉันจะรู้สึกเหมือนเกิดขึ้นกับตัวเอง					
19. การได้เรียนรู้เรื่องราวในชีวิตของศิลปินคนโปรดของฉันเป็นเรื่องที่สนุกมาก					
20. ถ้าฉันต้องการความช่วยเหลือ ศิลปินคนโปรดของฉันจะมาช่วยฉันทันที					
21. ฉันพยายามทุกวิถีทางที่จะได้เรียนรู้นิสัยส่วนตัวของศิลปินคนโปรดของฉันในทุก ๆ เรื่อง					
22. ถ้าฉันโชคดีได้พบกับศิลปินคนโปรดของฉัน และเขาขอให้ฉันช่วยทำบางสิ่งที่มีดีกฎหมาย ฉันคิดว่าฉันอาจจะทำ					
23. แค่อายุใกล้ ๆ กับคนที่ชื่นชอบศิลปินคนโปรดคน					

ข้อความ	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยและ เห็นด้วย พอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้าง เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
เดียวกันกับฉัน ฉันก็มีความสุขได้					
24. ถ้าศิลปินคนโปรดของฉันประสบความสำเร็จล้มเหลวหรือสูญเสียบางอย่าง ฉันก็รู้สึกสูญเสียตามไปด้วย					
25. ถ้าฉันบุกไปหาศิลปินคนโปรดถึงบ้าน โดยไม่ได้รับเชิญ เขาจะดีใจที่ได้พบฉันอย่างแน่นอน					
26. ถ้าศิลปินคนโปรดพบฉันในร้านอาหาร เขาจะเชิญให้ฉันนั่งคุยกับเขาในร้าน					
27. ถ้ามีคนให้เงินฉันเพื่อทำอะไรก็ได้ที่ฉันชอบ ฉันจะนำเงินนั้นไปซื้อของใช้แล้วที่เป็นของส่วนตัวของศิลปินคนโปรด (เช่น กระดาษหรือผ้าเช็ดหน้าที่เขาเคยใช้มาแล้ว)					
28. เมื่อฉันอยู่ท่ามกลางคนหมู่มาก ฉันชอบดู และชอบฟังคนอื่น ๆ พูดถึงศิลปินคนโปรดของฉัน					
29. ถ้าศิลปินคนโปรดของฉันถูกกล่าวหาว่าทำผิดกฎหมาย ฉันคิดว่าต้องเป็นเรื่องไม่จริง					
30. ช่วงเวลาที่ฉันรู้สึกสนุกสนาน ก็คือการติดตามข่าวคราวของศิลปินคนโปรดของฉัน					
31. ข่าวเกี่ยวกับศิลปินคนโปรด เป็นสิ่งที่ช่วยให้ฉันหนีจากโลกส่วนตัวที่วุ่นวายได้					
32. ฉันรักศิลปินคนโปรดของฉันตั้งแต่เริ่มรู้จักเขา					
33. คงจะวิเศษมาก ถ้าฉันและศิลปินคนโปรดได้อยู่ในห้องด้วยกันสองต่อสอง ตลอดเวลาสัก 2-3 วัน					

แบบสอบถามการเห็นคุณค่าในตนเอง

คำแนะนำในการตอบ

กรุณาอ่านข้อความแต่ละข้อแล้วพิจารณาว่า แต่ละข้อ เหมือน หรือ ไม่เหมือน กับ ความรู้สึก นึกคิด หรือลักษณะบางประการของตัวท่าน ซึ่งแต่ละข้อไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เพราะแต่ละคนย่อมมีความรู้สึก นึกคิดที่แตกต่างกัน ข้อสำคัญขอให้ท่านตอบแบบวัดนี้ให้ตรงตามจริงกับตัวท่านให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โปรดอ่านข้อความแต่ละข้ออย่างรอบคอบ จากนั้นทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ท่านเลือก กรุณาตอบทุกข้อ

ข้อความ	คำตอบ	
	เหมือนตัวฉัน	ไม่เหมือนตัวฉัน
1. โดยทั่วไปไม่มีอะไรทรมานใจฉัน		
2. ฉันรู้สึกลำบากใจมาก ที่ต้องออกไปพูดหน้าชั้น		
3. ถ้าเป็นไปได้ฉันอยากเปลี่ยนหลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับตัวเอง		
4. ฉันสามารถตัดสินใจได้โดยไม่รู้สึกรังเกียจเกินไป		
5. ใครอยู่กับฉันแล้วจะสนุก		
6. เมื่ออยู่ที่บ้านฉันหงุดหงิดง่ายมาก		
7. ฉันต้องใช้เวลานานที่จะทำให้คุ้นเคยกับสิ่งใหม่ๆ		
8. ฉันเป็นที่นิยมชมชอบของกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกัน		
9. พ่อแม่คำนึงถึงความรู้สึกของฉันเสมอ		
10. ฉันยอมแพ้อย่างง่ายดาย		
11. พ่อแม่คาดหวังในตัวฉันมากเกินไป		
12. เป็นเรื่องลำบากใจที่เกิดเป็นตัวฉัน		
13. ชีวิตฉันช่างยุ่งเหยิงไปหมด		
14. เพื่อน ๆ มักคล้อยตามความคิดของฉัน		
15. ฉันรู้สึกว่าตัวเองต่ำต้อย		
16. หลายครั้งที่ฉันอยากหนีออกจากบ้าน		
17. เมื่ออยู่ที่มหาวิทยาลัยฉันหงุดหงิดบ่อย ๆ		
18. ฉันหน้าตาไม่ค่อยดีเมื่อเทียบกับคนส่วนมาก		
19. ถ้ามีบางอย่างที่จะต้องพูด ฉันจะพูดออกมาเลย		
20. พ่อแม่เข้าใจในตัวฉัน		

ข้อความ	คำตอบ	
	เหมือนตัวฉัน	ไม่เหมือนตัวฉัน
21. ฉันรู้สึกอยู่เสมอว่าพ่อแม่รักฉัน		
22. ที่มหาวิทยาลัย ฉันรู้สึกท้อแท้บ่อย ๆ		
23. บ่อยครั้งที่ฉันอยากเป็นคนอื่น		
24. ฉันไม่สามารถเป็นที่พึ่งของใครได้		
25. ฉันไม่เคยกังวลเกี่ยวกับสิ่งใดเลย		
26. ฉันค่อนข้างมั่นใจในตัวเอง		
27. ฉันเป็นที่รักใคร่ของผู้อื่นได้ง่าย		
28. ฉันกับพ่อแม่สนุกร่วมกันอย่างมาก		
29. ฉันใช้เวลาผินกลางวันมากทีเดียว		
30. ถ้าเป็นไปได้ฉันอยากเป็นเด็กกว่านี้		
31. ฉันทำสิ่งที่ถูกต้องเสมอ		
32. ฉันภูมิใจกับการเรียนของฉัน		
33. ต้องมีคนคอยบอกฉันว่า ฉันต้องทำอะไรบ้าง		
34. ฉันมักเสียใจกับสิ่งที่ทำไปแล้ว		
35. ฉันไม่เคยมีความสุขเลย		
36. ฉันจะทำอะไรอย่างเต็มความสามารถ		
37. ฉันสามารถดูแลตัวเองได้		
38. ฉันเป็นคนค่อนข้างจะมีความสุข		
39. ฉันชอบพบปะพูดคุยกับคนที่เด็กกว่าฉัน		
40. ฉันชอบทุกคนที่ฉันรู้จัก		
41. ฉันชอบแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน		
42. ฉันเข้าใจตนเอง		
43. ที่บ้านไม่มีใครใส่ใจกับฉันมากนัก		
44. ฉันไม่เคยถูกละเลย		
45. ที่มหาวิทยาลัย ฉันทำอะไรได้ไม่ดีเท่าที่อยากทำ		
46. ฉันตัดสินใจได้เองและมั่นใจกับสิ่งนั้น		
47. โดยแท้จริงแล้วฉันไม่อยากเป็นชาย/หญิง อย่างที่เป็นอยู่		

ข้อความ	คำตอบ	
	เหมือนตัวฉัน	ไม่เหมือนตัวฉัน
48. ฉันไม่ชอบรวมกลุ่มกับคนอื่น		
49. ฉันไม่เคยประหม่าเลย		
50. ป้อยครั้งฉันรู้สึกว่าคุณน่าอาย		
51. เพื่อน ๆ วิพากษ์วิจารณ์ฉันบ่อย ๆ		
52. ฉันพูดความจริงเสมอ		
53. อาจารย์ทำให้ฉันรู้สึกว่าฉันไม่ดีพอ		
54. ฉันไม่ค่อยใส่ใจว่าอะไรจะเกิดขึ้นกับฉัน		
55. ฉันเป็นคนล้มเหลว		
56. ฉันจะรู้สึกหงุดหงิดง่ายเมื่อถูกตำหนิ		
57. ฉันรู้อยู่เสมอว่าควรพูดอะไรกับผู้อื่น		

แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นแบบศิลปะป็นดาราที่ฉันชื่นชอบ

คำชี้แจง จงกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่มีความเห็นสอดคล้องกับตัวท่านมากที่สุด

ข้อความ	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (1)	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยและ เห็นด้วย พอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้าง เห็นด้วย (4)	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (5)
1. ฉันจะซื้อของใช้ เช่น กระเป๋า รองเท้า แว่นตา ให้เหมือนกับที่ศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบใช้					
2. บุคลิกภาพของฉันเกิดจากการสังเกตพฤติกรรมต่าง ๆ ของศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบ					
3. ฉันแต่งกายตามศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบ					
4. ฉันมั่นใจเมื่อการแต่งกายเลียนแบบศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบ แม้คนอื่นมองว่าไม่เหมาะสมก็ตาม					
5. ฉันจะตัดผมตามศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบ เพราะทำให้รู้สึกดีและมั่นใจ					
6. ฉันเลียนแบบคำแสลง หรือคำศัพท์แปลกใหม่ที่ศิลปินดารานิยมพูด					
7. ฉันจะเดิน cover ตามศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบ					
8. ฉันมั่นใจว่าหากทำพฤติกรรมตามศิลปินที่ฉันชื่นชอบ ฉันจะได้รับการยอมรับจากคนในสังคม					
9. ฉันมั่นใจว่าหากทำพฤติกรรมตามศิลปินที่ฉันชื่นชอบ จะทำให้ฉัน					
10. ศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบเป็นฮีโร่ของฉัน และฉันพยายามทำตัวฉันให้เหมือนพวกเขามากที่สุด					
11. ฉันพยายามที่จะมีความสามารถพิเศษ เช่น ร้องเพลง เต้น เล่นดนตรี อย่างที่ศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบทำได้					
12. ฉันจะทำสัมผัสดีเดียวกับที่ศิลปินดาราที่ฉันชื่นชอบทำ					
13. ฉันทำทุกวิถีทางเพื่อให้มีรูปร่างหน้าตาเหมือนศิลปิน					

ข้อความ	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (1)	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยและ เห็นด้วย พอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้าง เห็นด้วย (4)	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (5)
ดาราที่ฉันชื่นชอบ					
14. ฉันใช้เครื่องประดับ รูปแบบเดียวกับที่ศิลปินดาราที่ ฉันชื่นชอบใช้					
15. ฉันไปรับประทานอาหารร้านเดียวกับที่ศิลปินดาราที่ ฉันชื่นชอบไป					

ประวัติผู้เขียนโครงการวิจัย

นางสาวกันยารัตน์ ปลัดสิงห์ เกิดวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ.2533 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนศึกษานารี เมื่อปี พ.ศ.2548 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต จากคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาวพรชนก ก้าวกิจประเสริฐ เกิดวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ.2531 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนศึกษานารี เมื่อปี พ.ศ.2548 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต จากคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาวอัศรญา แก้วเกตุ เกิดวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2532 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนกาญจนาอนุเคราะห์ เมื่อปี พ.ศ.2548 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต จากคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย