

RELATIONSHIPS AMONG NARCISSISM, LONELINESS,
SELF-ENHANCEMENT AND CLICKING 'LIKE'
ON FACEBOOK

MISS CHANYAMON	DISSAKULNORAPAT	5137482538
MISS VASIMON	PORNATTANAKUL	5137491138
MISS WATCHAPORN	RAITIM	5137492838

This Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Bachelor in Psychology
Faculty of Psychology
Chulalongkorn University
Academic Year 2011
Copy Right of Chulalongkorn University

หัวข้อโครงการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา
การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง และพฤติกรรมการกดขี่ใจใน
เฟซบุ๊ก

โดย

ชัญญมน ดิษกุลนรภัทร

วศิมน พรพัฒน์กุล

วิชาชาภรณ์ ไร่ทิม

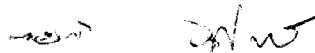
หลักสูตร

ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

อาจารย์หยกฟ้า อิศรานนท์

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับโครงการวิจัยฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบัณฑิต



..... อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย


(อาจารย์หยกฟ้า อิศรานนท์)

CHANYAMON DISSAKULNORAPAT, VASIMON PORNPATTANAKUL and
WATCHAPORN RAITIM : RELATIONSHIPS AMONG NARCISSISM,
LONELINESS, SELF-ENHANCEMENT AND CLICKING 'LIKE' ON FACEBOOK.
ADVISOR : YOKFAH ISARANON, 88 pp.

This research examined the relationships among narcissism, loneliness, self-enhancement including the mediating effects of loneliness and self-enhancement on narcissism in predicting clicking 'like' on Facebook .Two hundred and five undergraduate students, 60 males and 145 females completed measures of narcissism, loneliness, self-enhancement scale and Facebook using questionnaire.

The results showed that narcissism was positively correlated with emotional loneliness and self-enhancement ($p < .01$). Some of narcissism's factors could predict the desire to have other click like one's own status on Facebook. However,no mediating effects had been found .


Field of Study : Bs.c. in Psychology

Student's Signature.....

Student's Signature.....

Student's Signature

Academic Year :.....2011.....

Advisor's Signature ...

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณา และความเอาใจใส่ของอาจารย์หยกฟ้า อิศรานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ผู้ซึ่งช่วยดูแล ให้ความรู้แก่นิสิต พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่นิสิต ทำให้นิสิตได้รับความรู้ใหม่ๆ มากขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

กราบขอบพระคุณ อาจารย์ธนวัต ปุณยกนก ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจาก นิสิต ในวิชามนุษยสัมพันธ์ ทำให้การเก็บข้อมูลเป็นไปได้อย่างราบรื่น

กราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยตลอดมา จนสามารถนำ ความรู้มาใช้ในการทำโครงการวิจัยเล่มนี้จนสำเร็จ

ขอบพระคุณเพื่อนๆ และน้องๆ ทุกคนที่ช่วยสละเวลาในการทำแบบสอบถาม และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการเก็บข้อมูลในการพัฒนามาตรวัดหรือการเก็บข้อมูลจริง จนได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ยิ่งต่อการทำโครงการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และทุกคนในครอบครัว ที่คอยดูแลเอาใจใส่นิสิตเสมอมา ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่ดี ทำให้โครงการวิจัยนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา.....	1
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	3
บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง.....	3
ความเหงา.....	8
งานวิจัยเกี่ยวกับ ความเหงาและการใช้อินเทอร์เน็ต.....	11
การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง.....	13
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	16
ขอบเขตของการวิจัย.....	16
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	16
สมมติฐานการวิจัย.....	18
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย.....	19
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	21
บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
กลุ่มตัวอย่าง.....	22
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	22
ขั้นตอนการวิจัย.....	28
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29

บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
การทดสอบสถิติเบื้องต้น.....	30
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย.....	32
การทดสอบสมมติฐาน.....	35
การทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา ทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง.....	35
การทดสอบอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน.....	36
ผลการวิจัยเพิ่มเติม.....	50
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	56
บทที่ 4 อภิปรายผลการวิจัย.....	57
ข้อจำกัดของงานวิจัย.....	61
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	63
ข้อเสนอแนะ.....	68
รายการอ้างอิง.....	69
ภาคผนวก.....	73
ภาคผนวก ก.....	74
ภาคผนวก ข.....	84
ภาคผนวก ค.....	87
ภาคผนวก ง.....	88

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนข้อกระทงในมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจำแนกตามองค์ประกอบ...	23
2	จำนวนข้อกระทงในการพัฒนามาตรวัดความเหงา.....	24
3	จำนวนข้อกระทงในการพัฒนามาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง.....	27
4	ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เข้าร่วมการวิจัย.....	30
5	คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ตัวแปรทั้งหมด.....	33
6	ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน....	34
7	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของบุคลิกภาพแบบ หลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตฤกใจสถานะของตนเอง... 37	
8	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการ ให้ผู้อื่นมากตฤกใจสถานะของตนเอง.....	37
9	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการ ให้ผู้อื่นมากตฤกใจไฟล์ที่แบ่งปัน.....	38
10	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการ ให้ผู้อื่นมากตฤกใจรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก.....	39

11	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รายองค์ประกอบของ บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตักใจทั้งสถานะไฟล์ที่แบ่งปันและรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก	40
12	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของบุคลิกภาพ แบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมการกตัญญูใจสถานะของตนเอง.....	41
13	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของความเหงาทางสังคมในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตักใจสถานะของตนเองได้....	41
14	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของความเหงาทางสังคม ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตักใจไฟล์ที่แบ่งปัน, พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตักใจรูปภาพที่อัปโหลดเฟซบุ๊กและพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตักใจทั้งสถานะ ไฟล์ที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก.....	42
15	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของความเหงาทางอารมณ์ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตักใจสถานะของตนเอง.....	43
16	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตักใจสถานะของตนเอง..	43
17	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมการกตัญญูใจสถานะของตนเอง.....	44
18	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตักใจสถานะของตนเอง.....	44
19	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมาต้องการกตัญญูใจรูป.....	45
20	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมาต้องการกตัญญูใจ ทั้งกตัญญูใจสถานะ ไฟล์ที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก.....	48
21	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมการกตัญญูใจสถานะของตนเอง.....	49

- 22 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของความเหงาทง
อารมณ์ ในการทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง..... 50
- 23 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมการ
กดถูกใจสถานะของตนเอง..... 51

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ภาพประกอบการตั้งสมมติฐานการวิจัย.....	19

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันกระแสเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) กำลังได้รับความนิยม เนื่องจากผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม โดยสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมทั้งในประเทศไทยและมีผู้ใช้มากกว่า 500 ล้านคนทั่วโลก คือ เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและทำกิจกรรมกับผู้ใช้ เฟซบุ๊ก คนอื่นๆ ได้ โดยมีรายละเอียดต่างๆ ให้ผู้ใช้สามารถเลือกเล่นได้ตามความชอบ เช่น การเล่นเกมส์ร่วมกับผู้อื่น การแนะนำเพื่อน การดูดวง การทำนายต่างๆ การพิมพ์สถานะของตนเอง การแสดงออกถึงสิ่งที่สนใจ การใส่รูปภาพ การใส่คลิปวิดีโอ สนทนาคุยกัน (chat) รวมถึงการบอกข้อมูลส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ประวัติการศึกษา เป็นต้น

นอกจากนี้ หน้าหลักของ เฟซบุ๊ก แต่ละคนนั้น จะสามารถพิมพ์สิ่งต่างๆ เพื่อแสดงออกให้ผู้อื่นได้เห็นถึงข้อความ เช่น การเขียนสิ่งที่ตนได้ประสบ การเขียนระบายความรู้สึก การเขียนบอกเล่าเรื่องราว การเขียนคำคมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งผู้อื่นจะสามารถเข้ามาอ่านและแสดงความคิดเห็นได้ นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือหนึ่ง ที่เรียกว่า “การกดถูกใจ (like)” เพื่อให้ผู้อ่านที่ชื่นชอบในข้อความดังกล่าวมากได้ โดยผู้ใช้จะรับทราบว่า มีผู้ใดมากดบ้าง ทั้งนี้การกดถูกใจนั้นไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่เพียงแต่ให้ผู้อื่นกดเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงตัวผู้ใช้เองก็สามารถกด “ถูกใจ” ของตนเองได้เช่นกัน

จากกระแสการใช้ อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น Perse และ Ferguson (2000; Hardie & Tee, 2007) ก็ได้ศึกษาพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ การแสวงหามิตรภาพ และมีงานวิจัยที่สนับสนุนอีกว่า กลุ่มวัยรุ่น รวมถึงผู้ใหญ่ตอนต้นมีแนวโน้มที่จะใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะแสวงหามิตรภาพ และคู่รัก นอกจากนี้กิจกรรมออนไลน์ยังเป็นการช่วยเหลือสนับสนุน ทั้งข้อมูลและโอกาสในการเข้าสังคม เช่น การหาเพื่อนกลุ่มเพศเดียวกัน กลุ่มคนที่มีความสนใจเหมือนกัน เป็นต้น (Hiller & Harrison, 2007; Hardie & Tee, 2007)

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Shaw และ Gant (2002) ยังศึกษาถึงความเชื่อมโยงระหว่าง การใช้อินเทอร์เน็ตและความเหงา พบว่า ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากช่วยลดความเหงา และเพิ่มการรับรู้การสนับสนุน

ทางสังคมอีกด้วย (อ้างถึงใน Hardie และ Tee, 2007) แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีความเหงาเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมออนไลน์ เพื่อที่จะแสวงหามิตรภาพและลดความเหงาที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัยของ Mehdizadeh (2010) พบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น เฟซบุ๊ก ช่วยให้บุคคลสามารถแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวให้กับกลุ่มเพื่อนได้รับรู้ โดยบุคคลมักจะนำเสนอตนเองด้วยความระมัดระวังและจะนำเสนอตนเองในด้านบวก หรือมักจะแบ่งปันรูปภาพให้ผู้อื่นได้ดูและต้องการให้ผู้อื่นแสดงความคิดเห็นต่อตนเองในด้านบวก เช่น การขึ้นชมรายละเอียดส่วนตัว(profile)ของแต่ละบุคคลจะถูกนำมาประเมินค่าการ โฆษณาตัวเอง โดยแบ่งเป็นห้าส่วนที่ประกอบด้วย 1) ส่วน About me ที่เขียนเล่าเกี่ยวกับตัวเอง 2)ภาพถ่ายหลักที่ใช้ภาพถ่าย 20 ภาพแรก(View photos of me) 3)การเขียนโน้ต และการอัปเดตสถานะ 4)การโพสต์ทำถ่ายภาพหรือการทำสีหน้าแบบต่างๆ หรือการดัดแปลงภาพ เช่น ใช้ซอฟต์แวร์ตกแต่งภาพถ่าย 5)การพูดถึงสิ่งที่เป็นเรื่องบวก การเขียนคติประจำใจในแบบที่ทำให้ตัวเองดูดี หรือการเขียนคติเปรียบเปรยต่างๆ การโฆษณาตัวเองผ่านการเขียนโน้ต อาจจะถูกประกอบไปด้วย การแสดงผลลัพธ์จากการใช้แอปพลิเคชันบน เฟซบุ๊ก เช่น แบบทดสอบคุณหน้าเหมือนดาราคณไหน ที่นำภาพถ่ายของคุณไปเปรียบเทียบกับภาพถ่ายของดาราดัง หรือแบบทดสอบออนไลน์อื่นๆ ซึ่งตรงกับทฤษฎีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองที่ว่าด้วย

งานวิจัยของ Ang และคณะ (2011) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองและการเปิดตัวของวัยรุ่นในการแสดงตัวตนใน เฟซบุ๊ก 4 ด้าน คือ รูปภาพส่วนตัว ความถี่ในการอัปเดตสถานะ ขนาดของเครือข่ายทางสังคม และจำนวนภาพ โดยทำการสุ่มเก็บข้อมูลกับวัยรุ่นที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการเปิดตัว คนที่เปิดเผยตนเองสูง ก็จะมีการแสดงตัวตนใน เฟซบุ๊ก 4 ด้านนั้นมากกว่าคนที่เปิดเผยตนเองต่ำ ส่วนด้านบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสัมพันธ์กับการแสดงตัวตนในด้านที่สร้างขึ้นด้วยตนเอง คือ รูปภาพส่วนตัว และความถี่ในการอัปเดตสถานะ แต่ไม่พบความเชื่อมโยงกับการแสดงตัวตนในด้านที่ระบบสร้างขึ้น คือ ขนาดของเครือข่ายทางสังคม และจำนวนภาพ โดยวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงจะให้ค่าคะแนนของรูปภาพส่วนตัวในด้านความดึงดูดใจทางกายภาพ, ความทันสมัย และเสน่ห์มากกว่าวัยรุ่นที่หลงตนเองน้อยกว่า ซึ่งชี้ให้เห็นว่า คนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมักจะเลือกใช้รูปที่ดึงดูดใจในการตั้งเป็นรูปภาพส่วนตัว ส่วนด้าน

ความถี่ในการอัปเดตสถานะ พบว่า วัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงจะอัปเดตสถานะของตนเองมากกว่าวัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ว่า วัยรุ่นที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในระดับสูงจะสนุกไปกับการแสดงตนเองในสังคมออนไลน์ (Bibby, 2008 ; Buffardi & Campbell, 2008 อ้างถึงใน Ang, et al., 2010) จากงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าระดับของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองที่ต่างกัน ก็ส่งผลให้คนมีพฤติกรรมการเล่น เฟซบุ๊ก ที่ไม่เหมือนกัน จึงเป็นที่น่าสนใจว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง จะส่งผลอย่างไรต่อพฤติกรรมการกดถูกใจใน เฟซบุ๊ก ทั้งการกดถูกใจสถานะของตนเอง และพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตน

งานวิจัยเรื่องนี้จึงต้องการศึกษาถึงบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ต่อพฤติกรรมการกดถูกใจใน เฟซบุ๊ก เพื่อให้ทราบว่า อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ส่งผลต่อทั้งพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตน และพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองอย่างไร รวมถึงพฤติกรรมดังกล่าว เกิดจากอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองโดยตรง หรือมีตัวแปรการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง หรือความเหงาเป็นตัวแปรส่งผ่าน หรือไม่และอย่างไร

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง

ความหมายของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง

สมาคมจิตแพทย์สหรัฐอเมริกาให้นิยามความหมายของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง (narcissism) ในหนังสือ คู่มือการวินิจฉัยและสถิติของความผิดปกติทางจิต ฉบับที่ 4 (Diagnostic and statistical manual of mental disorders IV หรือ DSM IV) ระบุว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะมีลักษณะที่ระบุไว้อย่างน้อย 5 ข้อ ดังนี้

1. รู้สึกถึงความสำคัญของตนเองอย่างเกินความเป็นจริง ในเรื่องของความสำเร็จ ความสามารถ ความคาดหวังที่จะจดจำว่าตนเองมีความเหนือกว่าผู้อื่น โดยไม่ได้เปรียบเทียบความสำเร็จจากเกณฑ์เดียวกัน

2. หมกมุ่นเกี่ยวกับความเพ้อฝันอย่างไม่มีขอบเขต ในเรื่องของความสำเร็จ อำนาจ ความรุ่งโรจน์ ความสวยงาม หรือความรักในอุดมคติ

3. มีความเชื่อว่า ตนเป็นคนพิเศษ และสามารถเข้าใจหรือควรจะมีเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นที่พิเศษ หรือคน หรือสถาบันที่มีสถานภาพสูง

4. ต้องการการชื่นชมจากผู้อื่นมากกว่าปกติ

5. มีความเชื่อว่าตนสมควรได้รับมากกว่าสิ่งที่มีอยู่และต้องการมากกว่าผู้อื่น

6. มีความเห็นแก่ตัวและมุ่งจะเอาเปรียบผู้อื่นเพื่อที่จะให้ตัวเองประสบความสำเร็จ

7. ขาดอารมณ์ร่วม ไม่สนใจที่จะรับรู้ความรู้สึกและความต้องการของผู้อื่น

8. มักอิจฉาผู้อื่นและคิดว่าผู้อื่นก็กำลังอิจฉาตน

9. มักแสดงความหยิ่งยโส อวดดี หรือมีพฤติกรรมหรือมีเจตคติที่ดูหมิ่นผู้อื่น

Morf และ Rhodewalt (2001) ได้ให้ความหมายของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองโดยอ้างอิงจากคู่มือการวินิจฉัยและสถิติของความผิดปกติทางจิต ฉบับที่ 4 (DSM IV) ไว้ว่า เป็นบุคลิกภาพของบุคคลที่หมกมุ่นเกี่ยวกับความเพ้อฝันในเรื่องของความสำเร็จ อำนาจ ความสวยงาม และความรุ่งโรจน์ มักชอบแสดงออกเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ต้องการให้ผู้อื่นมาสนใจและยกย่องชื่นชม แต่ตอบสนองการถูกคุกคามการเห็นคุณค่าในตนเองด้วยความโกรธ การต่อต้าน ความรู้สึกอับอาย และการดูถูกเหยียดหยาม นอกจากนี้ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงยังคิดว่าตนสมควรได้รับมากกว่าที่เป็นอยู่ และคาดหวังว่าจะได้รับการปฏิบัติที่เป็นพิเศษกว่าคนอื่น รวมถึงไม่เต็มใจที่จะตอบสนองความต้องการของผู้อื่น ขาดความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น และแสวงหาผลประโยชน์จากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

พรสวรรค์ ดันโชติศรีนนท์ (2547) ได้ให้นิยามของ ลักษณะผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองว่า หมายถึงลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลที่ให้ความสำคัญกับตนเองจนเกินความเป็นจริง หมกมุ่นกับความเพ้อฝันในเรื่องของอำนาจ ความรุ่งเรือง ความรักในอุดมคติ เขาเชื่อว่า ตนเองเป็นคนพิเศษจึงสมควรที่จะเกี่ยวข้องกับ คนพิเศษหรือคนที่มีสถานภาพสูงเท่านั้น และมีความต้องการการชื่นชมจากผู้อื่นอย่างมาก เขามีความเชื่อว่าตนเองสมควรได้รับสิ่งดี ๆ มากกว่าผู้อื่น มีความเห็นแก่ตัวและมุ่งเอาเปรียบผู้อื่น เขามักจะอิจฉาคนอื่นและคิดว่าตนเองกำลังถูกอิจฉา นอกจากนั้นเขายังชอบวางตัวอยู่เหนือผู้อื่นอีกด้วย

งานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง

Morf และ Rhodewalt (2001) ได้เสนอรูปแบบการกำกับตนเองแบบพลวัต (A Dynamic Self-Regulatory Processing Model) ของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ว่าเป็นกระบวนการทางบุคลิกภาพ โดย รูปแบบนี้มีข้อสันนิษฐานว่า การสร้างหรือรักษาโครงสร้างความเป็นตัวตนของผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง เกิดจากการใช้กระบวนการกำกับตนเองของความคิดความรู้สึก ซึ่งพื้นฐานของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองคือ ความรู้สึกว่าตนยิ่งใหญ่ (grandiose) แต่ในความเป็นจริงก็มีความเปราะบาง ซึ่งแรงผลักดันให้ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแสวงหาการยืนยันตนเองจากผู้อื่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจึงใช้

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกว่าตนยิ่งใหญ่ โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจึงต้องการการชื่นชม เป็นที่น่าประทับใจ มีอิทธิพลต่อผู้อื่น และการสรรเสริญยินยอม หรือทำทีใดๆ ก็ตามที่แสดงว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่น มากกว่าความคิดเห็นจริงของสังคม นอกจากนี้ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองยังเชื่อว่า ผู้อื่นให้การยอมรับพฤติกรรมของตนซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ทางบวก คือ การได้รับความเคารพและเป็นที่ยอมรับอีกด้วย

Bushman และ Baumeister (1998) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพแบบหลงตนเองและทฤษฎีการถูกคุกคามตัวตน (threatened egotism) ว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองเชื่อมโยงกับความก้าวร้าว เมื่อตนรับรู้ว่าถูกคุกคาม ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองเองอาจแสดงออกถึงความก้าวร้าวได้ เนื่องจากผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองคือคนที่รักตนเองมากจนเกินไป คิดว่าตนเองยิ่งใหญ่กว่าผู้อื่น รู้สึกพอใจกับภาพลักษณ์ของตนเอง กล่าวได้ว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองก็คือคนที่เห็นคุณค่าในตนเองที่สูงเกินไป ประกอบกับบุคลิกภาพแบบหลงตนเองนั้นสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง ดังนั้น ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจึงเป็นความพยายามที่จะควบคุมระดับการเห็นคุณค่าในตนเองไว้ (Raskin, Novacek, & Hogan, 1991; Morf & Rhodewalt, 1993) ซึ่งพฤติกรรมทางสังคมบางพฤติกรรมสามารถเพิ่มให้การเห็นคุณค่าในตนเองอยู่ในระดับสูงได้ โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต้องการเป็นที่ยอมรับ ได้รับการชื่นชมจากผู้อื่น ซึ่งถือว่าเป็นการแสวงหาการยืนยันภาพลักษณ์ของตนเอง (self-image) ในด้านของการเห็นว่าตนยิ่งใหญ่ (grandiose)

จากงานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะพยายามรักษาระดับของการเห็นคุณค่าในตนเอง เมื่อเทียบกับพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊ก การกดถูกใจในสถานะของตนเองที่ตั้งขึ้น เป็นการบ่งบอกถึงความพึงพอใจในข้อความของตน รวมถึงเป็นการเพิ่มให้การเห็นคุณค่า

ในตนเองอยู่ในระดับสูงได้ จึงนำไปสู่สมมติฐานว่า **“บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการตกใจสถานะของตนเองได้”**

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Campbell, และคณะ (2002) ที่ระบุว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะชอบให้คนอื่นชื่นชมและมีเจตคติทางบวกกับบุคคลที่ทำให้เขาเกิดการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-worth) ไม่ว่าจะผ่านทางตรงโดยการยกย่องชมเชย (praise) หรือทางอ้อมโดยการทำตามอย่าง (identification)

จากงานวิจัยข้างต้นสรุปได้ว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงต้องการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น เป็นที่ชื่นชมและสรรเสริญเยินยอ เมื่อเทียบกับพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊กการที่ผู้อื่นมากตกใจในสถานะที่ตนตั้งขึ้นนั้น แสดงว่า ข้อความที่เขียนขึ้นนั้นเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับจากผู้อ่าน นำไปสู่สมมติฐานว่า **“บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตกใจสถานะของตนเองได้”**

ในด้านการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองก็พบความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง จากงานวิจัยของ Raskin, Novacek, และ Hogan (1991) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเอง และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองในลักษณะป้องกันตน (defensive self-enhancement) จากนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเอง, การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองในลักษณะป้องกันตน (defensive self-enhancement) ประกอบ 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบของการรับรู้ว่าคุณยิ่งใหญ่และองค์ประกอบของความพึงปรารถนาทางสังคม ซึ่งบุคลิกภาพแบบหลงตนเองนั้นมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองในองค์ประกอบของการรับรู้ว่าคุณยิ่งใหญ่ แทนที่จะเป็นองค์ประกอบของความพึงปรารถนาทางสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Collins และ Stukas (2008) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะใช้การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเพื่อขยายขอบเขตตัวตนของตนเองด้วยการพยายามสร้างและรักษาตัวตนอันยิ่งใหญ่ของตนเอาไว้ โดยคนทั่วไปจะรู้ขอบเขตทางสังคมในการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองว่าควรเพิ่มในระดับเท่าใดที่สังคมยอมรับได้โดยไม่ดูน่าเกลียดจนเกินไป เช่น คนทั่วไปจะถ่อมตัวมากกว่าเมื่อสร้างความน่าเชื่อถือของตนเองต่อผู้อื่น แต่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะไม่สนใจขอบเขตทางสังคมดังกล่าวแต่กลับจะเพิ่มคุณค่าให้ตนเองมากกว่าคนทั่วไป

จากงานวิจัยข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีแนวโน้มที่จะใช้การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเพื่อขยายขอบเขตตัวตนมากกว่าคนทั่วไป ดังนั้นจึงนำไปสู่สมมติฐานว่า **“บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง”**

Robins และ John (1997) ได้ศึกษาในด้านบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง โดยให้มุมมองเรื่องบุคลิกภาพแบบหลงตนเองไว้ 3 ประการ ดังนี้ ประการแรก บุคคลจะถูกกระตุ้นให้เพิ่มคุณค่าในตน โดยไม่สนใจภาพที่ตนมองเห็นจากการประเมินตนเอง ประการที่ 2 บุคคลจะมีอัตราความลำเอียงในการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูง จะแสดงออกถึงความลำเอียงในระดับสูง และประการที่ 3 ขึ้นอยู่กับว่าบุคคลจะมีระดับของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแค่ไหน ความชื่นชอบในตนเองและการชอบवादเป็นลักษณะที่โดดเด่นของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ซึ่ง Robins และ John ได้ทำการทดลอง 2 ครั้ง โดยในการทดลองที่ 1 เมื่อให้ผู้ร่วมการทดลองเลือกระหว่างการดูตนเองหรือดูผู้อื่นในวิดีโอ พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงมักจะเลือกดูตนเองมากกว่า ซึ่งเหตุผลที่คนเหล่านี้เลือกดูตนเอง เป็นเพราะผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองคิดว่ามันเป็นเรื่องสนุกสนาน รวมถึงผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูง ก็มีแนวโน้มว่าจะมองตนเองในกระจกบ่อยครั้งกว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่ำ เนื่องจากคิดว่าตนเองเป็นที่สนใจ ซึ่งทำให้รู้สึกดีและเป็นการเพิ่มการเห็นคุณค่าให้ตนเอง นอกจากนี้ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองก็มักจะมองหาสถานการณ์ที่ทำให้รับรู้ตัวตนยิ่งใหญ่ เพื่อเป็นการชื่นชมและส่งเสริมความเชื่อมั่นในตนเอง ส่วนในการทดลองที่ 2 เป็นเรื่องเกี่ยวกับการรับรู้ตนเอง โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงจะมีความลำเอียงในการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองสูงกว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่ำ ผลที่ได้พบว่า การประเมินตนเองของผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแสดงให้เห็นความลำเอียงในการรับรู้ตนเอง ซึ่งผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงมักจะประเมินตนเองทางบวกมากกว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่ำ

นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Campbell และคณะ (2000) ยังพบอีกว่า การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเป็นลักษณะหลักของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ทั้งผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงและผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่ำจะใช้กลยุทธ์การประเมินความสำคัญของงานในการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงจะใช้กลยุทธ์อคติคิดเข้าข้างตนเองมากกว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่ำ คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงจะใช้กลยุทธ์

การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองทั้งแบบอคติเข้าข้างตนเองและการประเมินความสำคัญของงาน ขณะที่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่ำจะใช้เพียงกลยุทธ์การประเมินความสำคัญของงานมากกว่า

จากงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงสัมพันธ์กับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองและความลำเอียงในการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ซึ่งในการเล่นเฟชบุ๊กนี้จะขออนุมานพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง ว่าเป็นการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง นำไปสู่สมมติฐานว่า **“บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน”**

2. ความเหงา(Loneliness)

Weiss (1973) ทำการศึกษาถึงความหมายของ ความเหงา (Loneliness) ว่าหมายถึง ความบกพร่องทางการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เช่น ความใกล้ชิด การรวมกลุ่ม การเลี้ยงดู ในการสนับสนุน ช่วยเหลือ โดย Weiss ได้ให้นิยาม ความเหงาคือ ความผิดหวัง อัดอั้นเรื้อรังที่ไม่ได้ปลดปล่อยออกมา และบุคคลประเมินต่อตนเองว่าบกพร่องในเรื่องของสัมพันธภาพทางสังคม ตามมาตรฐานบางอย่างที่ตนได้ตั้งไว้ (Weiss, 1973 อ้างถึงใน Cacioppo & Hawkley, ไม่ระบุปีที่พิมพ์)

นิยามหนึ่งของความเหงามุ่งเน้นถึง การขาดทักษะทางสังคม และลักษณะนิสัยเฉพาะตัว บกพร่องในการรวมกลุ่มคงความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งมีงานวิจัยถึงทักษะทางสังคมพบว่า ความเหงา(Loneliness) เชื่อมโยงถึง Self-Focus, การมีคู่ครองที่ไม่สนใจต่อตัวบุคคล การไม่เปิดเผยตัวตนต่อคนใกล้ชิด โดยเฉพาะในเพศหญิง และมีส่วนร่วมในกลุ่มน้อยโดยเฉพาะในเพศชาย (Marangoni & Ickes,1989; Cacioppo & Hawkley, ไม่ระบุปีที่พิมพ์) เช่นเดียวกับ Peplau & Perlman,1982 (อ้างถึงใน Russel, Cutrona, Rose & Yurko, 1984) ได้ให้นิยามของความเหงาคือ ความรู้สึกเป็นทุกข์และไม่น่าพึงพอใจ ซึ่งบุคคลสามารถรับรู้ได้ด้วยตัวเองเมื่อตระหนักได้ว่า สัมพันธภาพทางสังคมที่ตนมีไม่สอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวังของตน โดย ความรู้สึกเหงาเกิดขึ้นได้ทั้งที่บุคคลอยู่คนเดียวตามลำพังหรืออยู่ในกลุ่มคนมากมายก็ได้

นอกจากนี้ Perlman และ Peplau (1998) ได้กล่าวไว้ว่า ความเหงาคือ ประสบการณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจที่เกิดขึ้น เมื่อเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลนั้นไม่มีคุณภาพ และระบุถึงความเหงาทางอารมณ์ (emotional loneliness) คือ รูปแบบหนึ่งของความเหงา ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลขาดความตระหนักถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิด เช่น เด็กขาดความตระหนักถึงความใกล้ชิดของพ่อแม่ หรือ เพื่อน คู่สมรส เป็นต้น และความเหงาทางสังคม (social loneliness) คือ ความเหงาที่เกิดขึ้น เมื่อบุคคลขาดการรับรู้ถึงการเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่ม ที่จะเกี่ยวข้องในส่วนของ การมีเพื่อน คนรอบข้าง หรือเพื่อนร่วมงาน

ความเหงา (Loneliness) ตามแนวคิดของ Weiss

Weiss (1973,1974; Russel, et al., 1984) ได้ทำการศึกษาถึงสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของประเภทของความเหงา ดังนี้

ความเหงาทางอารมณ์ (emotional loneliness) เป็นผลลัพธ์จากการขาดความใกล้ชิดกับบุคคลอื่น บุคคลที่เพ่งหย่าร้าง เป็นม่าย หรือจบความสัมพันธ์กับคู่รักมีโอกาสที่จะประสบกับความเหงาเช่นนี้

ความเหงาทางสังคม (social loneliness) เป็นผลลัพธ์จากการขาดความสัมพันธ์ทางสังคม สำหรับบุคคลที่เป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มที่มีความสนใจ หรือกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งบุคคลที่มีโอกาสประสบความเหงาลักษณะนี้ คือ บุคคลที่ย้ายที่อยู่ใหม่ ย้ายโรงเรียน เป็นต้น นอกจากนี้ Weiss (1974; Russel, et al., 1984) เสนอถึงการศึกษาว่าควรพิจารณาถึงบทบาทของบุคคลที่เกิดความเหงาที่เกิดจากลักษณะเฉพาะตัว หรือมีสาเหตุมาจากสถานการณ์ ซึ่งในบางบุคคลแล้วอาจเกิดความเหงา ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใดก็ตาม ในขณะที่บางคนอาจเกิดความรู้สึกเหงาอย่างมากเมื่ออยู่ในสถานการณ์คนแปลกหน้า

ในการคัดแยกประเภทของความเหงา (loneliness) Weiss (1974; Russel, et al., 1984) มีความเชื่อว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมที่แตกต่างกัน บุคคลจะมีความต้องการ หรือเสนอสิ่งที่แตกต่างกัน ซึ่ง Weiss ได้ทำการศึกษาและแบ่งประเภทของตัวแปรทางสังคม (social provision) ได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. ความใกล้ชิด (attachment) เป็นความสัมพันธ์ที่บุคคลได้รับความรู้สึกถึงความปลอดภัย
 2. การรวมกลุ่มทางสังคม (social integration) เครือข่ายความสัมพันธ์ที่บุคคลมีความสนใจเหมือนกัน
 3. การเลี้ยงดู (opportunity for nurturance) ได้รับจากความสัมพันธ์ที่บุคคลรับผิดชอบต่อความเป็นอยู่ของผู้อื่น
 4. ความรู้สึกมีคุณค่า (reassurance of worth) ความสัมพันธ์ที่ความสามารถ หรือทักษะของบุคคลเป็นที่รับรู้แก่ผู้อื่น และรับรู้ว่าคุณค่า
 5. มีผู้ที่พึ่งพาได้ (reliable alliance) ความสัมพันธ์ที่ได้รับจากการที่บุคคลมีผู้คอยเป็นที่พึ่งในสถานการณ์
 6. การชี้แนะ (guidance) ความสัมพันธ์ที่บุคคลมีผู้ที่คอยชี้แนะ ให้คำแนะนำต่างๆ
- เมื่อพิจารณาถึง ลักษณะประเภทของตัวแปรทางสังคม ได้นำมาสู่การเชื่อมโยง คือ การที่บุคคลขาด ความใกล้ชิด (attachment) มีความสัมพันธ์ต่อ ความเหงาทางอารมณ์ (emotional loneliness) และ การขาดการรวมกลุ่มทางสังคม (social integration) จะมีความสัมพันธ์ต่อความเหงาทางสังคม (social loneliness) ซึ่งความเหงาทางอารมณ์ จะนำไปสู่ความรู้สึกถึงความวิตกกังวล และการแบ่งแยก Weiss (1973) ได้ให้นิยามของ ผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ (emotionally lonely person) คือ การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับต่อศักยภาพของผู้อื่น ด้วยการชื่นชม เพื่อคงระดับความสัมพันธ์ไว้ ส่วนความเหงาทางสังคม คือ ลักษณะความรู้สึก เบื่อหน่าย ไม่มีเป้าหมาย และว่างเปล่า ซึ่งลักษณะของบุคคล คือ จะพยายามหากิจกรรมที่บุคคลสามารถเข้าร่วม พยายามแสวงหากลุ่มที่จะยอมรับหรือให้เข้าเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้นๆ
- ทั้งความเหงาทางสังคม และความเหงาทางอารมณ์ ต่างก็ต้องการการเยียวยาที่แตกต่างกัน การเยียวยาของผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ จะต้องการความสัมพันธ์ใหม่ที่ใกล้ชิดสนิทสนม ส่วนผู้ที่มีความเหงาทางสังคม ต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์ในกลุ่ม
- ผู้ที่มีความเหงาทางสังคม จะพยายามจูงใจตนเองในการออกไปหากกลุ่มเพื่อเข้าร่วมในขณะ

ผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ จะพยายามหาความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับบุคคลหนึ่ง ในส่วนของการแก้ปัญหาพบว่า ความเหงาทางอารมณ์ บุคคลจะพิจารณาถึงความเหงาของตน และจะพยายามแสวงหาพฤติกรรมในการเริ่มต้นความสัมพันธ์ใหม่ ในขณะที่ผู้ที่มีความเหงาทางสังคมจะอยู่เฉยๆ พิจารณาไตร่ตรองวิธีทางแก้ไขความเหงานี้ แต่ไม่มีการรายงานถึงพฤติกรรมต่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าว (Russel, et al., 1984)

นอกจากนี้ความเหงาทางสังคม ยังสัมพันธ์ต่อปริมาณ และคุณภาพของความสัมพันธ์แบบเพื่อน และเมื่อพิจารณาจากการศึกษาของ Weiss (1974; Russel, et al., 1984) พบว่าความสัมพันธ์แบบเพื่อนนั้นยังช่วยในส่วนของ การให้คำแนะนำ และให้คุณค่าแก่บุคคล และยังมี ความสัมพันธ์ต่อตัวแปรทางสังคม อีกหลายประเภท ไม่เพียงแต่เฉพาะ การรวมกลุ่มทางสังคม เท่านั้น

ผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ จะนำไปสู่ทั้งกิจกรรมการแก้ไขปัญหาทั้งทางพฤติกรรม และทางปัญญาของบุคคล ในขณะที่บุคคลที่มีความเหงาทางสังคม จะเกี่ยวข้องในส่วนของ กิจกรรมการแก้ไขปัญหาทางปัญญาเท่านั้น (Russel, et al., 1984)

โดยสรุปแล้ว บุคคลที่มีความเหงาทางสังคม จะเป็นผลลัพธ์จากการขาดความพึงพอใจ กับความสัมพันธ์แบบเพื่อน และบุคคลที่มีความเหงาทางอารมณ์ จะเป็นผลลัพธ์จากการขาด ความพึงพอใจกับความสัมพันธ์แบบคู่รัก (Russel, et al., 1984)

งานวิจัยเกี่ยวกับ ความเหงาและการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet Use)

การใช้อินเทอร์เน็ตบ่อย มีความสัมพันธ์กับความเหงาทางอารมณ์ในระดับที่สูง (Moody, 2001) โดยทำการศึกษาจากจำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตออนไลน์ พบว่ามีความเชื่อมโยง กับความเหงาทางอารมณ์ในระดับสูง แต่เชื่อมโยงกับความเหงาทางสังคมในระดับที่ต่ำ (Hardie & Tee, 2007)

การแสวงหาเพื่อนในสังคมออนไลน์ Anderson และ Malikiosi-Loizos (1999) ได้ ทำการศึกษาในกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัยในประเทศสหรัฐอเมริกา และระบุถึงประเภทของการหาเพื่อน 2 ประเภท คือ การแสวงหาความเป็นมิตร (accessible friendship) และ การแสวงหาการเข้ากลุ่ม (inclusive friendship) ดังนี้

1. การแสวงหาความเป็นมิตร (Accessible friendship) คือ การที่บุคคลรู้สึกเหงาถึงแม้จะมีเพื่อน

2. การแสวงหาการเข้ากลุ่ม (Inclusive friendship) คือ ความรู้สึกเหงาจะเกิดขึ้น เมื่อเพื่อนไม่ตอบสนองความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน บุคคลไม่รู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่ม หรือไม่ได้รับการเชิญชวนจากกลุ่ม

ซึ่งจากที่กล่าวข้างต้น พบว่า ประเภทของการหาเพื่อนทั้ง 2 ประเภทนั้นมีความสัมพันธ์กับความเหงาทางสังคมในระดับสูงในประเทศสหรัฐอเมริกา ขณะที่การสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์กับความเหงาทางอารมณ์ (Anderson & Malikiosi-Loizos, 1999)

จากทฤษฎีข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีความเหงาเกิดจากความบกพร่องทางการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งการแสวงหาเพื่อนในสังคมออนไลน์ก็เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยลดความเหงาได้ ในการเล่นเฟซบุ๊กนี้ผู้วิจัยจะขออนุมานพฤติกรรมการกดถูกใจ ว่าเป็นพฤติกรรมที่ใช้ปฏิสัมพันธ์และรักษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างกัน ทำให้ผู้ที่ได้รับการกดถูกใจรู้สึกว่ายังมีคนสนใจในตัวเขาอยู่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า ความเหงา สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้ โดยแบ่งเป็นสมมติฐาน 2 ข้อ ตามประเภทของความเหงา ดังนี้ **“ความเหงาทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้”** และ **“ความเหงาทางอารมณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้”**

นอกจากนี้งานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพแบบหลงตนเองของ Morf และ Rhodewalt (2001) กล่าวว่า การสร้างหรือรักษาโครงสร้างความเป็นตัวตนของผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง เกิดจากการใช้กระบวนการการกำกับตนเองของความคิดความรู้สึก ซึ่งมีความรู้สึกว่าตนยิ่งใหญ่ (grandiose) เป็นพื้นฐาน แต่ในความยิ่งใหญ่ก็มีความเปราะบางเป็นแรงผลักดันให้ผู้ที่ มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแสวงหาการยืนยันตนเองจากผู้อื่น จึงใช้การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกว่าตนยิ่งใหญ่ เพราะต้องการการชื่นชม มีอิทธิพลต่อผู้อื่น การสรรเสริญเยินยอ หรือทำทีใดๆ ก็ตามที่แสดงว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่น จากลักษณะดังกล่าว พบว่าสอดคล้องกับลักษณะของผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ ที่ Weiss (1973) ระบุว่า ผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ (emotionally lonely person) คือ การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับต่อศักยภาพของผู้อื่น ด้วยการชื่นชม เพื่อคงระดับความสัมพันธ์ไว้ ส่วนความเหงาทางสังคม คือ ลักษณะความรู้สึก เบื่อ

หมาย ไม่มีเป้าหมาย และว่างเปล่า ซึ่งลักษณะของบุคคล คือ จะพยายามหากิจกรรมที่บุคคลสามารถเข้าร่วม พยายามแสวงหากลุ่มที่จะยอมรับหรือให้เข้าเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้นๆ และเมื่อพิจารณาถึงลักษณะประเภทของตัวแปรทางสังคม (Weiss, 1974; Russel, et al., 1984) พบเชื่อมโยง คือ การที่บุคคลขาดความใกล้ชิด (attachment) มีความสัมพันธ์ต่อความเหงาทางอารมณ์ และการขาดการรวมกลุ่มทางสังคม (social integration) มีความสัมพันธ์ต่อความเหงาทางสังคม จึงสรุปได้ว่า จากความเหงาทั้งสองประเภทนี้ บุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีความเชื่อมโยงกับความเหงาทางอารมณ์มากกว่าความเหงาทางสังคม ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงผลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่อความเหงา จึงนำไปสู่สมมติฐานว่า **“บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความเหงาทางอารมณ์”**

3. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง (Self-enhancement)

แนวคิดนี้เริ่มโดยการตั้งข้อสันนิษฐานขึ้นมาว่า โดยทั่วไปบุคคลจะสนับสนุนความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง จากการรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความต้องการความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่านี้นี้มีความสำคัญและจำเป็นมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนที่มีแนวคิดต่อตนเองในทางลบ เพราะคนเหล่านี้ต้องการความรู้สึกในทางบวกต่อตนเองเพื่อให้ความรู้สึกผิดหวังที่มีต่อตนเองลดลงไป นอกจากนี้มนุษย์จะพยายามหาความจริงเกี่ยวกับการประเมินตนเองแล้ว บุคคลยังต้องการเปรียบเทียบตนเองกับบุคคลอื่นแล้วมีความรู้สึกเหนือกว่า

การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเป็นสิ่งที่ทำนายได้ว่าบุคคลมองตนเองในทางบวกต้องการที่จะได้รับข้อมูลป้อนกลับทางบวกเช่นกัน เพราะเป็นสิ่งที่สามารถเติมเต็มความต้องการในการสนับสนุนการมองตนเองในทางบวกของบุคคล (Johns, 1973; Kaplan, 1975 อ้างถึงใน Taylor et al., 2000)

ทฤษฎีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเริ่มต้นขึ้นจากการสันนิษฐานที่ว่า มนุษย์ทุกคนมีแรงผลักดันในตนเอง ซึ่งเป็นแรงสนับสนุนความรู้สึกของแต่ละบุคคลถึงการมีคุณค่า ซึ่งความต้องการมีคุณค่านี้นี้จะมีมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบุคคลที่อยู่ท่ามกลางความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองในด้านลบ เพราะความต้องการผลป้อนกลับทางบวกมีความจำเป็นมากในกลุ่มบุคคลที่มีความ

ผิดหวังหรืออ้อแท้เพื่อลดความรู้สึกผิดหวังในตนเองลงไป (Jones, 1973; Kaplan, 1975 อ้างถึงใน Fiske, 2004)

Fiske (2004) กล่าวว่า การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลรู้สึกดีต่อตนเอง เพราะในความเป็นจริงบุคคลมักจะมีควมวิตกกังวลเกี่ยวกับตนเอง และจากความกังวลนี้เอง ส่งผลให้ไม่สามารถดึงเอาแรงผลักดันพื้นฐานของบุคคลออกมาได้ เช่น ไม่กล้าทำในสิ่งที่ท้าทาย แต่ถ้าเมื่อใดบุคคลรู้สึกดีต่อตนเอง เขาจะมีความรู้สึกในทางบวกต่อตนเองเพียงพอที่จะก่อให้เกิดความต้องการและพยายามสร้างความรู้สึกที่ดีและมีอารมณ์ร่วมกับสมาชิกในกลุ่มได้ อีกทั้งการที่บุคคลมีความต้องการที่จะมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองจึงเป็นการรวมเอาทั้ง การนับถือตนเอง และการพัฒนาตนเองเอาไว้ด้วยกัน โดยบางคนเน้นความสำคัญของตนเอง ก่อนที่จะเห็นความสำคัญของบุคคลอื่น มองตนเองในด้านบวก แต่บางคนให้ความสำคัญกับการถ่อมตนเอง ให้ความสำคัญแก่ผู้อื่นก่อนตนเอง ซึ่งทั้งนี้วัฒนธรรมก็ส่งผลต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้น

Baumeister และ Leary (1995 อ้างถึงใน Fiske, 2004) บุคคลจะมีการรักษาการนับถือตนเองหรือการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ในแนวทางที่แตกต่างกัน เช่น บางคนจะรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อรู้สึกพิเศษต่อตนเอง แต่ในบางคนจะรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองเมื่อเกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่ม(ครอบครัว เพื่อน หมู่บ้าน) หรือมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่ม การนับถือตนเองจะช่วยให้บุคคลมองเห็นว่าตนเองได้ทำในสิ่งที่ดีเทียบเท่ากับสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม

Taylor และ Brown (1988 อ้างถึงใน Fiske, 2004) กล่าวว่า การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองมีความเกี่ยวข้องกับการคงไว้ซึ่งการนับถือตนเองและการมีแรงบันดาลใจ โดยมีส่วนเกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้หรือความสามารถในการพัฒนาตนเอง ซึ่งทุกสิ่งมีความสำคัญเท่าเทียมกัน เป็นผลที่มาจากพื้นฐานมนุษย์ที่ว่าทุกคนล้วนแล้วแต่ชื่นชอบที่จะมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง

การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองที่ Sedikides, Herbst, Hardin, และ Dardis (2002) ศึกษา มีความชัดเจนมาก ผู้คนมักเข้าใจว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่นในคุณสมบัติด้านบวกที่สำคัญกับตนเองมากกว่า มักจะประเมินตนว่าสามารถควบคุมชีวิตตนเองได้มากเกินจริง เช่น เมื่อเปรียบเทียบกับสังคมอื่น ตนเองมีความสุขมากกว่า สุขภาพดีกว่า อายุยืนกว่า สิ่งเหล่านี้เป็นการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ที่เพิ่มคุณค่าให้ตนเองมากเกินไปจะถูกคนอื่นมองในด้านลบ เช่น อวดดี เป็นปฏิปักษ์ อาจทำให้เกิดความอึดอัดหรือไม่น่าพึงปรารถนา ในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้ผู้ที่

เพิ่มคุณค่าให้ตนเองเสี่ยงที่จะเจอการปฏิบัติแบบเห็นห่าง หรือ หลีกหนี เป็นที่ซุบซิบนินทา ได้รับการตอบสนองทางลบ เป็นที่ไม่ไว้วางใจ และถูกขับออกจากสังคม ผลเสียในระยะยาวก็รุนแรงได้เช่นกัน ผู้ที่ชอบเพิ่มคุณค่าให้ตนเองบ่อยๆ ในอนาคตจะมีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองและ สุขภาวะทางจิตต่ำ และอาจไม่พึงพอใจและละทิ้งการทำงานที่ตนประกอบอาชีพ

การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง แบ่งเป็นสองรูปแบบ คือ

1. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองแบบส่งเสริมตนเอง (self-promoting) คือ ต้องการให้ตนเองดูมีความสามารถ ทำให้เกิดการรับรู้ระหว่างบุคคลในทางลบ
2. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองแบบประจบประแจง (ingratiation) คือ ต้องการให้ตนเองเป็นที่ชื่นชอบ ทำให้เกิดการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางบวก

จากรูปแบบการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองนั้น พบว่า คนทั่วไปต้องการความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลรู้สึกดีต่อตนเองและรับรู้ตนเองในทางบวก ทั้งการส่งเสริมตนเอง และการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ซึ่งเทียบกับพฤติกรรมการเล่นในเฟซบุ๊กในการกดถูกใจสถานะของตนเอง และพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองนั้น จะช่วยเพิ่มคุณค่าในตนเองให้สูงขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า **“การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง”** และ **“การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้”**

จากตัวแปรข้างต้นบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง, ความเหงาม และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง น่าจะเป็นตัวแปรที่ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้ ดังนั้นเมื่อให้บุคลิกภาพแบบหลงตนเองเป็นตัวแปรอิสระแล้วทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองนั้น อาจมีความเหงามทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าในตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน ผู้วิจัยจึงขอตั้งสมมติฐานเพิ่มอีก 1 ข้อ คือ **บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองและความเหงามทางอารมณ์ เป็นตัวแปรส่งผ่าน**

ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าทั้งพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง และพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองนั้น เกิดจากตัวแปรบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง, ความเหงาม หรือการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองโดยตรง หรือเกิดจาก มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองเป็นตัวแปรอิสระ แล้วมีความเหงามทางอารมณ์และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน นอกจากนี้

ก็จะทำให้ทราบว่าตัวแปรใดมีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากดถูกใจสถานะของตนเองมากกว่ากัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง พฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง และพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากดถูกใจสถานะของตนเอง
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน
3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา และ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ต่อพฤติกรรมการกดถูกใจในเฟซบุ๊ก” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นิสิตนักศึกษา ในระดับปริญญาตรี เนื่องจากข้อมูลทางสถิติที่เก็บจากตัวเลข Estimated Reach เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2553 ระบุว่า ในประเทศไทยกลุ่มคนที่มีอายุ 20 ปี ใช้เฟซบุ๊กเยอะที่สุด คือ ประมาณ 6% ของทั้งหมด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1

ตัวแปรอิสระ	มี 1 ตัว คือ	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	ความเหงาทางอารมณ์

สมมติฐานข้อที่ 2

ตัวแปรอิสระ	มี 1 ตัว คือ	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
-------------	--------------	----------------------

ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง
-----------	--------------	------------------------

สมมติฐานข้อที่ 3

ตัวแปรอิสระ	มี 1 ตัว คือ	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
-------------	--------------	----------------------

ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลกใจสถานะของตนเอง
-----------	--------------	---

สมมติฐานข้อที่ 4

ตัวแปรอิสระ	มี 1 ตัว คือ	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
-------------	--------------	----------------------

ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	พฤติกรรมการกตลกใจสถานะของตนเอง
-----------	--------------	--------------------------------

สมมติฐานข้อที่ 5

ตัวแปรอิสระ	มี 2 ตัว คือ	ความเหงาทางสังคม, ความเหงาทางอารมณ์
-------------	--------------	-------------------------------------

ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลกใจสถานะของตนเอง
-----------	--------------	---

สมมติฐานข้อที่ 6

ตัวแปรอิสระ	มี 1 ตัว คือ	การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง
-------------	--------------	------------------------

ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลกใจสถานะของตนเอง
-----------	--------------	---

สมมติฐานข้อที่ 7

ตัวแปรอิสระ	มี 1 ตัว คือ	การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง
-------------	--------------	------------------------

ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	พฤติกรรมการกตลกใจสถานะของตนเอง
-----------	--------------	--------------------------------

สมมติฐานข้อที่ 8

ตัวแปรอิสระ	มี 1 ตัว คือ	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
-------------	--------------	----------------------

ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลกใจสถานะของตนเอง
-----------	--------------	---

ตัวแปรส่งผ่าน	มี 2 ตัว คือ	ความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง
---------------	--------------	---

สมมติฐานข้อที่ 9

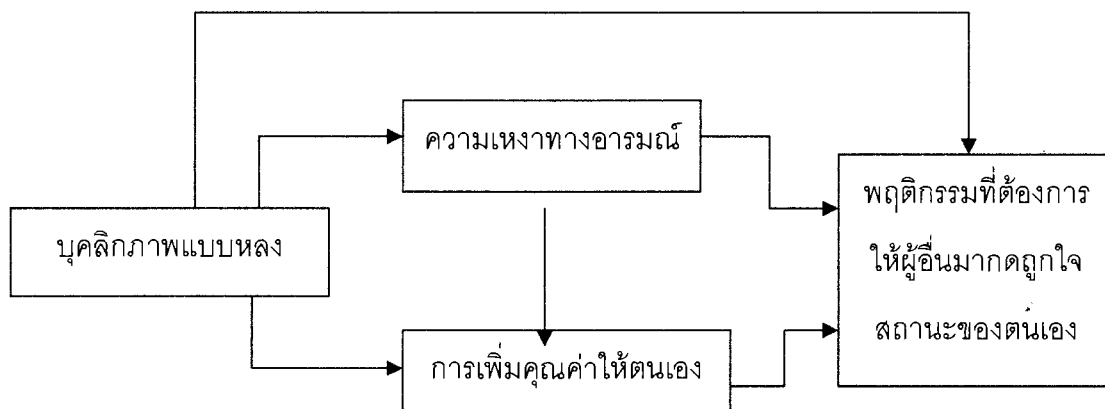
ตัวแปรอิสระ	มี 1 ตัว คือ	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
-------------	--------------	----------------------

ตัวแปรตาม	มี 1 ตัว คือ	พฤติกรรมการกตลกใจสถานะของตนเอง
-----------	--------------	--------------------------------

ตัวแปรส่งผ่าน มี 1 ตัว คือ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

สมมติฐานการวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความเหงาทางอารมณ์
 2. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง
 3. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้
 4. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจสถานะของตนเองได้
 5. ความเหงา สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้
- แบ่งเป็น
- 5.1 ความเหงาทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้
 - 5.2 ความเหงาทางอารมณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้
6. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้
 7. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจสถานะของตนเองได้
 8. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน
 9. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพที่ 1 ภาพประกอบการตั้งสมมติฐานการวิจัย

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง หมายถึง การให้ความสำคัญของตนเองเกินความจริง คิดว่าตนประสบความสำเร็จ มีความสามารถ และความคาดหวังที่จะจดจำว่าตนเองมีความเหนือกว่าผู้อื่น ต้องการการชื่นชมและได้รับการยอมรับจากผู้อื่นเพื่อเพิ่มคุณค่าในตนเอง เชื่อว่าตนสมควรได้รับมากกว่าสิ่งที่มีอยู่ รวมถึงเห็นแก่ตัวและมุ่งจะเอาเปรียบผู้อื่นเพื่อความสำเร็จของตัวเอง นอกจากนี้ยังไม่สนใจที่จะรับรู้ความรู้สึกและความต้องการของผู้อื่น และมักอิจฉาผู้อื่นและคิดว่าผู้อื่นก็กำลังอิจฉาตน

สำหรับคะแนนบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ได้จากการตอบมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ประกอบด้วยข้อประกอบ 8 ด้านๆละ 6 ข้อ รวม 48 ข้อ ได้แก่ การแสวงหาอำนาจ ความสามารถในการพึ่งตนเอง ความเหนือกว่า การชอบแสดงออก การแสวงหาผลประโยชน์ ความทะนงตน ความต้องการได้มากกว่าที่เป็นอยู่ และการหวั่นไหวมากกว่าปกติ ซึ่งจะประเมินบนมาตรแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ความเหงา หมายถึง ภาวะความไม่สบายใจของบุคคลที่เกิดขึ้น เนื่องจากความต้องการทางสัมพันธ์ภาพ และความสัมพันธ์ทางสังคมไม่สอดคล้องกัน จึงทำให้บุคคลเกิดความขัดแย้งขึ้นภายในจิตใจและพยายามแสวงหาแนวทางในการแก้ไขความไม่สอดคล้องดังกล่าว เช่น การ

แสวงหากลุ่มเพื่อน หรือการแสวงหาความใกล้ชิดจากคนรอบข้าง เป็นต้น ความเหงาที่ผู้วิจัยสนใจ จะอ้างแนวคิดจาก Weiss ซึ่งได้แบ่ง ความเหงา (loneliness) เป็น 2 ประเภท คือ

1. ความเหงาทางสังคม (social loneliness) คือ ความไม่สอดคล้องภายในที่เกิดขึ้น เนื่องจากบุคคล รู้สึกถึงความโดดเดี่ยว จึงพยายามแสวงหาเพื่อนมากๆ เพื่อมาแก้ไขความไม่สบายใจที่เกิดขึ้น

2. ความเหงาทางอารมณ์ (emotional loneliness) คือ ความไม่สอดคล้องภายในที่เกิดขึ้น เมื่อบุคคลขาดความใกล้ชิด ดังนั้นจึงพยายามแสวงหาความสัมพันธ์ที่สนิทสนมกับบุคคลรอบข้าง มาตรฐานที่ใช้ในงานวิจัย มีจำนวน 2 มาตรฐาน คือ มาตรฐานวัดความเหงาทางสังคม และมาตรฐานวัดความเหงาทางอารมณ์

สำหรับคะแนนของความเหงาทางสังคม ได้จากการตอบมาตรฐานวัดความเหงาทางสังคม จำนวน 10 ข้อ ซึ่งประเมินบนมาตรฐานแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับคะแนนของความเหงาทางอารมณ์ ได้จากการตอบมาตรฐานวัดความเหงาทางอารมณ์ จำนวน 10 ข้อ ซึ่งประเมินบนมาตรฐานแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง หมายถึง การที่บุคคลสนับสนุนความรู้สึกที่ดีต่อตนเองจากการนับถือตนเอง เกี่ยวพันกับการคงไว้ซึ่งการนับถือตนเองและการมีแรงบันดาลใจ ซึ่งขอบที่ จะมีความรู้สึกดีต่อตนเอง มีความต้องการรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า เน้นความสำคัญของตนเองก่อนที่จะเห็นความสำคัญของบุคคลอื่น มองตนเองในด้านบวก ซึ่งการที่บุคคลรู้สึกเช่นนี้จึงทำให้บุคคลรู้สึกดีต่อตนเอง

สำหรับคะแนนของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ได้จากการตอบมาตรฐานวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองจำนวน 13 ข้อ โดยให้พิจารณาคุณสมบัติในด้านต่างๆ แล้วประเมินว่า มีคุณสมบัติในแต่ละข้ออย่างน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับนิสิต/นักศึกษา ที่มีอายุเท่ากัน เพศเดียวกัน และอยู่ในสถาบันการศึกษาเดียวกัน บนมาตรฐานแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ 1 หมายถึง ต่ำกว่าผู้อื่นมาก จนถึง 5 หมายถึง สูงกว่าผู้อื่นมาก

4. การรกดถูกใจ หมายถึง แอพพลิเคชันอย่างหนึ่งในเฟซบุ๊ก ที่ใช้กดเมื่อบุคคลถูกใจหรือชื่นชอบข้อความ สถานะและรูปภาพ ที่ผู้อื่นหรือตนเอง ได้โพสต์ลงไปบนเฟซบุ๊ก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง พฤติกรรมการรกดถูกใจสถานะของตนเอง และพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากรกดถูกใจสถานะของตนเอง

2. ทราบถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากรกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน

3. ทราบถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการรกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อทดสอบอิทธิพล บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมการ กดถูกใจสถานะในเฟซบุ๊ก ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นิสิต นักศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 60 คน และเพศหญิงจำนวน 145 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้มาตรวัด 3 ชนิด และแบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊ก โดยมาตร วัด 3 ชนิด ได้แก่ มาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มาตรวัดความเหงา และ มาตรวัดการเพิ่ม คุณค่าให้ตนเอง

1. มาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง

Raskin และ Terry (1988) ได้พัฒนาจากมาตรวัด The Narcissistic Personality Inventory (NPI) ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบ ได้แก่ อำนาจหน้าที่ ความเหนือกว่า ความสามารถในการพึ่งตนเอง การแสวงหาผลประโยชน์ การสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่ การชอบ แสดงออก และการทะนงตน หลังจากนั้นได้เพิ่ม การหวั่นไหวมากกว่าปกติ เข้ามาเป็น องค์ประกอบที่ 8 โดยประพิมพา จรัลรัตนกุล (2550 อ้างถึงใน สุธาสินี ใจสมิทธิ์, 2553) เนื่องด้วย เหตุผลของความแตกต่างทางวัฒนธรรม

มาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองที่ใช้ในการวิจัย เป็นมาตรที่สุธาสินี ใจสมิทธิ์ (2553) ร่วมกับ กัญฐิกา บันลือ นำมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองของ หยกฟ้า อิศรานนท์ (2551 อ้าง ถึงใน สุธาสินี ใจสมิทธิ์, 2553) ในความดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักนงค์ มณีศรี ซึ่งมี องค์ประกอบทั้งหมด 8 ด้าน จำนวน 48 ข้อ โดยข้อกระทงทั้งหมดเป็นข้อกระทงทางบวก มา

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมืออีกครั้ง มาตรฐานบุคลิกภาพแบบหลงตนเองนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง ตั้งแต่ 1-5 โดยมีความหมาย คือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆกัน
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากการนำมาตรวัดไปเก็บข้อมูลกับนิสิตในระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 629 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อกระทงด้วยวิธีกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ แล้ววิเคราะห์ด้วยสถิติที่ (independent *t*-test) พบว่าข้อกระทงทุกข้อผ่านการคัดเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หลังจากนั้น วิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ของมาตร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาคเท่ากับ .95 และเมื่อแยกองค์ประกอบได้ค่า ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

จำนวนข้อกระทงในมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจำแนกตามองค์ประกอบ (N=629)

องค์ประกอบ	จำนวนข้อ	ค่าแอลฟา
ด้านอำนาจหน้าที่	6	.78
ด้านความเหนือกว่า	6	.86
ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง	6	.90
ด้านการแสวงหาผลประโยชน์	6	.80
ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่	6	.80
ด้านการชอบแสดงออก	6	.87
ด้านทะนงตน	6	.86
ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ	6	.82
รวม	48	.95

2. มาตรฐานวัดความเหงา

มาตรฐานวัดความเหงา ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นมาตรฐานที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดของ Weiss (1973) โดย Russell, Peplau, & Cutrona, 1980 (อ้างถึงใน Hughes, Waite, Hawkey, และ Cacioppo, 2004) ประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 10 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 10 ข้อ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกข้อกระทงออกมาจำนวน 4 ข้อ นำมาแปล และคิดข้อกระทงเพิ่มจำนวน 29 ข้อ โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเพิ่มโดยแบ่งมาตรฐานเป็น 2 ส่วน คือ มาตรฐานวัดความเหงาทางสังคม ประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 11 ข้อ ข้อกระทงทางลบ 5 ข้อ และมาตรฐานวัดความเหงาทางอารมณ์ มีข้อกระทงทางบวกจำนวน 12 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 5 ข้อ ดังตารางที่ 2 โดยมาตรฐานวัดความเหงา เป็นมาตรฐานแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง ตั้งแต่ 1-5 โดยมีความหมายคือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆกัน
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 2

จำนวนข้อกระทงในการพัฒนามาตรฐานวัดความเหงา

องค์ประกอบ	จำนวนข้อกระทงเดิม		รวมข้อกระทงเดิม	จำนวนข้อกระทงที่คิดเพิ่ม		รวมข้อกระทงที่คิดเพิ่ม	รวมข้อกระทงทั้งหมด
	บวก	ลบ		บวก	ลบ		
	ความเหงาทางสังคม	-		-	-		
ความเหงาทางอารมณ์	2	2	4	10	3	13	17
รวม	2	2	4	21	8	29	33

2. มาตรฐานวัดความเหงา

มาตรฐานวัดความเหงา ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นมาตรฐานที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดของ Weiss (1973) โดย Russell, Peplau, & Cutrona, 1980 (อ้างถึงใน Hughes, Waite, Hawkey, และ Cacioppo, 2004) ประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 10 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 10 ข้อ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกข้อกระทงออกมาจำนวน 4 ข้อ นำมาแปล และคิดข้อกระทงเพิ่มจำนวน 29 ข้อ โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเพิ่มโดยแบ่งมาตรฐานเป็น 2 ส่วน คือ มาตรฐานวัดความเหงาทางสังคม ประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 11 ข้อ ข้อกระทงทางลบ 5 ข้อ และมาตรฐานวัดความเหงาทางอารมณ์ มีข้อกระทงทางบวกจำนวน 12 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 5 ข้อ ดังตารางที่ 2 โดยมาตรฐานวัดความเหงา เป็นมาตรฐานแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง ตั้งแต่ 1-5 โดยมีความหมายคือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆกัน
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 2

จำนวนข้อกระทงในการพัฒนามาตรฐานวัดความเหงา

องค์ประกอบ	จำนวนข้อกระทงเดิม		รวมข้อกระทงเดิม	จำนวนข้อกระทงที่คิดเพิ่ม		รวมข้อกระทงที่คิดเพิ่ม	รวมข้อกระทงทั้งหมด
	บวก	ลบ		บวก	ลบ		
	ความเหงาทางสังคม	-	-	-	11	5	16
ความเหงาทางอารมณ์	2	2	4	10	3	13	17
รวม	2	2	4	21	8	29	33

กลุ่มผู้วิจัยได้นำข้อกระทงทั้งหมด 33 ข้อ ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิสิต และ นักศึกษามหาวิทยาลัย ในระดับปริญญาตรี จำนวนทั้งหมด 304 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 105 คน และเพศหญิงจำนวน 199 คน โดยกลุ่มผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บข้อมูลมาตรวจเป็น 2 ส่วน คือ การแจกแบบทดสอบจำนวน 208 ชุด และการกระจายแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์กูเกิ้ล (google) จำนวน 96 ชุด จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนตาม องค์ประกอบ คือ ความเหงาทางสังคม และความเหงาทางอารมณ์

ในด้านความเหงาทางสังคม วิเคราะห์ด้วยการทดสอบสถิติที (independent *t*-test) โดยการจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ เพื่อจำแนกความแตกต่างระหว่างผลคะแนนรวมของกลุ่มสูง คือ ผู้ที่มี คะแนนรวมสูงกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 และกลุ่มต่ำ คือ ผู้ที่มีคะแนนรวมต่ำกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 พบว่า ข้อกระทงทุกข้อสามารถจำแนกกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 หลังจากนั้น วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อ กระทงหนึ่งๆกับข้อกระทงที่เหลือ (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) พบว่ามีข้อ กระทงผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .83 จากนั้นนำข้อกระทงมาคัดเลือก เหลือ 10 ข้อ เพื่อให้จำนวนข้อกระทงไม่มากจนเกินไป โดยเลือกเฉพาะข้อที่ทำให้ค่าแอลฟาสูงสุด 10 ข้อแรก แล้วนำมาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงหนึ่งๆกับข้อกระทงที่เหลือ (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) อีกครั้ง พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .84 (ดูตารางที่ ก 1 และ ก 2 ใน ภาคผนวก)

ส่วนด้านความเหงาทางอารมณ์ วิเคราะห์ด้วยการทดสอบสถิติที (independent *t*-test) โดยการจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ เพื่อจำแนกความแตกต่างระหว่างผลคะแนนรวมของกลุ่มสูง คือ ผู้ ที่มีคะแนนรวมสูงกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 และกลุ่มต่ำ คือ ผู้ที่มีคะแนนรวมต่ำกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 พบว่า ข้อกระทง 15 ข้อ สามารถจำแนกกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 และมี 2 ข้อกระทงที่ไม่ผ่านเกณฑ์ หลังจากนั้น วิเคราะห์หาค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงหนึ่งๆกับข้อกระทงที่เหลือ (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) พบว่ามีข้อกระทงผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .85 จากนั้นนำข้อกระทงมาคัดเลือกเหลือ 10 ข้อ เพื่อให้จำนวนข้อกระทงไม่มากจนเกินไป โดย เลือกเฉพาะข้อที่ทำให้ค่าแอลฟาสูงสุด 10 ข้อแรก แล้วนำมาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ระหว่างข้อกระทงหนึ่งๆกับข้อกระทงที่เหลือ (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) อีกครั้ง พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .90 (ดูตารางที่ ก 3 และ ก 4 ใน ภาคผนวก)

เมื่อแยกวิเคราะห์เป็นรายองค์ประกอบ (factor analysis) เป็น 2 องค์ประกอบ พบว่าค่าสถิติคิชไนไคเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy หรือ KMO) มีค่าเท่ากับ .87 ซึ่งมากกว่า .5 ดังนั้นจึงเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ และเมื่อหมุนแกนด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax) โดยกำหนดเป็น 2 องค์ประกอบ ตามทฤษฎีของ Weiss (1973,1974) พบว่า องค์ประกอบที่พบสามารถอธิบายความแปรปรวนในข้อกระทงทั้ง 20 ข้อได้ร้อยละ 47.39 และน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละข้อกระทงก็สูงกว่า .3 ซึ่งองค์ประกอบที่ 1 สามารถอธิบายความแปรปรวนในข้อกระทงทั้ง 10 ข้อได้ร้อยละ 26.34 และองค์ประกอบที่ 2 สามารถอธิบายความแปรปรวนในข้อกระทงทั้ง 10 ข้อได้ร้อยละ 21.05 (ดูตารางที่ ก 5 ใน ภาคผนวก)

3.มาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

มาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นมาตรวัดที่พัฒนาขึ้นจากมาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง (How I See Myself Questionnaire หรือ HSM) พัฒนาโดย Taylor และ Gollwitzer (1995) มาแปลเป็นไทยจำนวน 21 ข้อ และสร้างข้อกระทงเพิ่ม 9 ข้อ รวม 30 ข้อ โดยมาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง ตั้งแต่ 1-5 โดยมีความหมายคือ

- 1 หมายถึง ต่ำกว่าผู้อื่นมาก
- 2 หมายถึง ต่ำกว่าผู้อื่น
- 3 หมายถึง พอกับผู้อื่น
- 4 หมายถึง สูงกว่าผู้อื่น
- 5 หมายถึง สูงกว่าผู้อื่นมาก

ตารางที่ 3

จำนวนข้อกระทงในการพัฒนามาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

องค์ประกอบ	จำนวนข้อ		จำนวนข้อ		รวมข้อ		
	กระทงเดิม		กระทง ที่คิดเพิ่ม		กระทง ที่คิดเพิ่ม		
	บวก	ลบ	บวก	ลบ	รวมข้อ ทั้งหมด		
การเพิ่มคุณค่าให้ ตนเอง	21	-	21	9	-	9	30
รวม	21	-	21	9	-	9	30

จากการนำมาตรวัดไปเก็บข้อมูลกับนิสิตในระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 120 คน เพศชายจำนวน 30 คน เพศหญิงจำนวน 90 คน แล้ววิเคราะห์ด้วยการทดสอบสถิติที (independent t-test) โดยการจำแนกกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ เพื่อจำแนกความแตกต่างระหว่างผลคะแนนรวมของกลุ่มสูง คือ ผู้ที่มีคะแนนรวมสูงกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 และกลุ่มต่ำ คือ ผู้ที่มีคะแนนรวมต่ำกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 พบว่า ข้อกระทงทุกข้อสามารถจำแนกกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 หลังจากนั้น วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงหนึ่งๆกับข้อกระทงที่เหลือ (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) โดยเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าเกิน 0.4 พบว่ามีข้อกระทงผ่านเกณฑ์ 15 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .87 แล้วนำมาวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงหนึ่งๆกับข้อกระทงที่เหลือ (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) อีกครั้ง พบว่า มีข้อกระทงผ่านเกณฑ์ทั้งหมด 13 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .87 (ดูตารางที่ ก 6 และ ก 7 ในภาคผนวก)

เมื่อแยกวิเคราะห์เป็นรายองค์ประกอบ (factor analysis) เป็น 1 องค์ประกอบ พบว่า ค่าสถิติดัชนีไคเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy หรือ KMO) มีค่าเท่ากับ .86 ซึ่งมากกว่า .5 ดังนั้นจึงเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ และเมื่อหมุนแกนด้วยวิธีเวริแมกซ์ (Varimax) โดยกำหนดเป็น 1 องค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่

พบสามารถอธิบายความแปรปรวนในข้อกระทงทั้ง 13 ข้อได้ร้อยละ 40.02 และน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละข้อกระทงก็สูงกว่า .3 (ดูตารางที่ ก 8 ใน ภาคผนวก)

4. แบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊ก

แบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊กนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆของผู้ใช้เฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะเป็นความถี่ในการเล่นเฟซบุ๊ก ความถี่ในการอัปเดตสถานะ ระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเฟซบุ๊ก พฤติกรรมการกดถูกใจต่างๆ เป็นต้น ซึ่งประกอบด้วย คำถามทั้งหมด 16 ข้อ โดยแบ่งเป็นแบบสอบถามแบบตัวเลือก และมาตราวัดแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง ตั้งแต่ 1-5 โดยมีความหมายคือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆกัน
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ขั้นตอนการวิจัย

เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 205 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1

1. ผู้วิจัยขออนุญาตอาจารย์ผู้สอนวิชา 3800250 มนุษย์สัมพันธ์ ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2554 เพื่อเก็บข้อมูลจากนิสิต ระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในชั้นเรียน จำนวน 110 คน
2. ผู้วิจัยแนะนำตัวและขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่าง
3. ผู้วิจัยอธิบายวิธีการตอบมาตราวัดเจตคติแก่กลุ่มตัวอย่าง
4. ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊ก มาตราวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มาตราวัดความเหงา และมาตราวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง โดยสลับลำดับการตอบ

มาตรวัด เพื่อลดอิทธิพลจากลำดับการตอบ (order effect) และขอให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาข้อคำถามอย่างตั้งใจ

5. เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม และมาตรวัดทั้งสามเสร็จ จึงเก็บแบบสอบถามคืน พร้อมกล่าวขอบคุณในความร่วมมือ

กลุ่มที่ 2

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามเพิ่มเติม และเก็บข้อมูลเพิ่มเติมผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการกระจายแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์กูเกิ้ล (google) รวมทั้งหมด 95 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป คือ โปรแกรมเอสพีเอสเอส ฟอร์ วินโดว์ (SPSS) เพื่อวิเคราะห์ถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ต่อพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะในเฟซบุ๊ก

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การทดสอบสถิติเบื้องต้น และการทดสอบสมมติฐาน

1. การทดสอบสถิติเบื้องต้น

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ร่วมการวิจัย

ผู้ร่วมการวิจัยจำนวน 205 คน แบ่งเป็นเพศชาย 60 คน เพศหญิง 145 คน ทั้งหมดเป็นนิสิต นักศึกษา ระดับปริญญาตรี และมีอายุเฉลี่ย 20.58 ปี ส่วนใหญ่เป็นนิสิตจากคณะจิตวิทยา มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ของผู้ร่วมการวิจัยทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และที่เหลืออีกร้อยละ 54.7 เป็นนิสิตจากคณะอื่นๆ ดังตารางที่ 4

1.2 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา

ค่าสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัธยฐานเลขคณิต (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ตารางที่ 4

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เข้าร่วมการวิจัย

รายการ	เพศชาย	เพศ	รวม
1. ชั้นปีการศึกษา			
ปีที่ 1	15	32	47
ปีที่ 2	9	11	20
ปีที่ 3	14	44	58
ปีที่ 4 หรือสูงกว่า	22	0	80
รวม	60	145	205

รายการ	เพศชาย	เพศ	รวม
2.คณะ			
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี	3	12	15
เกษตรศาสตร์	0	1	1
สหเวชศาสตร์	0	1	1
อักษรศาสตร์	0	3	3
บริหารธุรกิจ	2	1	3
นิเทศศาสตร์	3	7	10
ทันตแพทยศาสตร์	8	22	30
เศรษฐศาสตร์	3	3	6
ครุศาสตร์	3	3	6
วิศวกรรมศาสตร์	7	4	11
ศิลปกรรมศาสตร์	0	1	1
มนุษยศาสตร์	1	1	2
คหกรรมศาสตร์	1	1	2
นิติศาสตร์	1	0	1
แพทยศาสตร์	0	2	2
พยาบาลศาสตร์	0	4	4
รัฐศาสตร์	4	2	6
จิตวิทยา	12	42	54
วิทยาศาสตร์	7	32	39
สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา	1	0	1
สัตวแพทยศาสตร์	4	3	7
รวม	60	145	205

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง (NAR)
2. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านอำนาจ (AUTHO)
3. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความเหนือกว่า (SUPER)
4. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง (SELSU)
5. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสวงหาผลประโยชน์ (EXPLO)
6. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่ (ENTIT)
7. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการชอบแสดงออก (EXHIB)
8. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านทะนงตน (VANITY)
9. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ (HYPER)
10. ความเหงา (LONE)
11. ความเหงาทางสังคม (SL)
12. ความเหงาทางอารมณ์ (EL)
13. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง (HSM)

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละตัวแปร พบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง (NAR) เท่ากับ 113.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 24.50 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อย 8 ด้านของมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง เป็นที่น่าสังเกตว่า องค์ประกอบด้านอำนาจ (AUTHO) จะมีค่าเฉลี่ยของคะแนนสูงสุด ($M = 15.77, SD = 3.50$) รองลงมาได้แก่ ด้านทะนงตน (VANITY) ($M = 15.48, SD = 4.09$) และด้านความเหนือกว่า (SUPER) ($M = 15.39, SD = 3.98$) โดยองค์ประกอบที่มีคะแนนต่ำสุด ได้แก่ ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ (HYPER) ($M = 11.13, SD = 3.51$) ค่าเฉลี่ยของคะแนนความเหงา (LONE) เท่ากับ 51.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 8.90 และเมื่อแยกตามองค์ประกอบย่อย 2 ด้าน พบว่า คะแนนค่าเฉลี่ยความเหงาทางสังคม (SL) ($M = 31.56, SD = 6.48$) สูงกว่าความเหงาทางอารมณ์ (EL) ($M = 19.89, SD = 7.18$) และค่าเฉลี่ยของคะแนนการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง (HSM) เท่ากับ 45.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 6.52

เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า คะแนนความเหงาทางสังคมมี สหสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกแบบหลงตนเองในด้านอำนาจ (AUTHO) ด้านความเหนือกว่า (SUPER) ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง (SELFSU) และด้านการชอบแสดงออก (EXHIB) แต่เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความเหงาทางอารมณ์ พบว่า มีสหสัมพันธ์ ทางบวกกับบุคลิกแบบหลงตนเองในด้านความเหนือกว่า (SUPER) ด้านการแสวงหาผลประโยชน์ (EXPLO) ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่ (ENTIT) ด้านการชอบแสดงออก (EXHIB) และด้าน การหัวนไหวมากกว่าปกติ (HYPER)

การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง (HSM) มีค่าสหสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกแบบหลงตนเองในด้าน อำนาจ (AUTHO) ด้านความเหนือกว่า (SUPER) ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง (SELFSU) ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่ (ENTIT) ด้านการชอบแสดงออก (EXHIB) และด้านทะนงตน (VANITY) แต่มีสหสัมพันธ์ทางลบกับความเหงาทางอารมณ์ (EL) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 5

คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรทั้งหมด

ตัวแปร	Min	Max	M	SD
NAR	55	185	113.34	24.49
AUTHOR	8	25	15.77	3.50
SUPER	6	27	15.39	3.98
SELFSU	6	29	15.11	4.88
EXPLO	6	24	12.23	4.29
ENTIT	6	24	14.07	3.89
EXHIB	6	28	14.15	4.76
VANITY	6	27	15.48	4.09
HYPER	6	24	11.13	3.51
LONE	30	77	51.45	8.90
SL	10	49	31.56	6.48
EL	10	50	19.89	7.18
HSM	21	63	45.12	6.52

หมายเหตุ Min = คะแนนต่ำสุด Max = คะแนนสูงสุด

ตารางที่ 6

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรแฝง ($N = 205$)

	NAR	AUTHOR	SUPER	SELSU	EXPLO	ENTIT	EXHIB	VANITY	HYPER	LONE	SL	EL	HSM
NAR	(.89)												
AUTHOR	.75**	(.65)											
SUPER	.82**	.61**	(.75)										
SELSU	.66*	.37**	.51**	(.55)									
EXPLO	.78*	.44*	.52**	.58**	(.71)								
ENTIT	.84**	.61**	.66**	.51**	.69**	(.79)							
EXHIB	.74**	.55**	.52**	.33**	.44**	.54**	(.71)						
VANITY	.74**	.56**	.66**	.27**	.42**	.55**	.61**	(.67)					
HYPER	.63**	.38**	.43**	.26**	.54**	.47**	.39**	.39**	(.59)				
LONE	.29**	.06	.18*	.10	.28**	.27**	.33**	.14	.37**	(.41)			
SL	.14**	.15*	.19**	-.15*	.30	.09	.31**	.11	.12	.60**	(.20)		
EL	.23**	-.06	.05	.26**	.32**	.25**	.13	.07	.35**	.70**	-.15*	(.27)	
HSM	.31**	.36**	.38**	.21**	.09	.23**	.24**	.42**	-.08	-.12	.04	-.19**	(.23)

หมายเหตุ ตัวเลขในแนวทแยง คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

2. การทดสอบสมมติฐาน

2.1 การทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงามทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 "บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความเหงามทางอารมณ์" และการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 "บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง" โดยการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ (correlation analysis) ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความเหงามทางอารมณ์ ($r = .23$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 205 คน นอกจากนี้เมื่อนำผลมาวิเคราะห์แยกรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองทั้ง 8 ด้าน เพื่อวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของแต่ละด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง และความเหงามทางอารมณ์ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ พบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง (SELSU) ด้านการแสวงหาผลประโยชน์จาก (EXPLO) ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่ (ENTIT) ด้านการชอบแสดงออก (EXHIB) และด้านการหัวนโหมมากกว่าปกติ (HYPER) ต่างก็มีสหสัมพันธ์กับความเหงามทางอารมณ์ ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1

ส่วนการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ($r = .31$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ เมื่อนำผลมาวิเคราะห์แยกรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองทั้ง 8 ด้าน เพื่อวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของแต่ละด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองด้วยการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ ยังพบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองด้านอำนาจ (AUTHO) ด้านความเหนือกว่า (SUPER) ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง (SELSU) ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่ (ENTIT) ด้านการชอบแสดงออก (EXHIB) และด้านทะนงตน (VANITY) ต่างก็มีสหสัมพันธ์กับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง จึงสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2

2.2 การทดสอบอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน

เบื้องต้นกำหนดให้บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง (NAR) ความเหงาทางอารมณ์ (EL) และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง (HSM) เป็นตัวแปรส่งผ่านเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

- | | |
|--------------------|---|
| สมมติฐานข้อที่ 3 | บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลึงใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 4 | บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกตลึงใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 5.1 | ความเหงาทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลึงใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 5.2 | ความเหงาทางอารมณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลึงใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 6 | การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลึงใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 7 | การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกตลึงใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 8 | บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลึงใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน |
| สมมติฐานข้อที่ 9 | บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกตลึงใจสถานะของตนเอง โดยมีความการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน |

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 “บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลึงใจสถานะของตนเองได้”

จากการทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลึงใจสถานะของตนเองได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดดูใจสถานะของตนเอง

ตัวแปร	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	.00	.00	.10	1.42	.157

อย่างไรก็ตาม เมื่อนำมาวิเคราะห์รายองค์ประกอบรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า มีองค์ประกอบบางด้านที่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดดูใจสถานะของตนเองได้ คือ บุคลิกภาพแบบหลงตนเองด้านการแสดงออก ($\beta = .23, p = .001$) และ ด้านความทะนงตน ($\beta = .17, p = .015$) ดังนั้น จึงสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 บางส่วน ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดดูใจสถานะของตนเอง

ตัวแปรบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
ด้านอำนาจ	.02	.01	.11	1.59	.113
ด้านความเหนือกว่า	.01	.01	.06	.81	.419
ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง	-.02	.01	-.12	-1.69	.092
ด้านการแสวงหาผลประโยชน์	-.00	.01	-.00	-.05	.962
ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่	.02	.01	.10	1.38	.170
ด้านการชอบแสดงออก	.03	.01	.23	3.35	.001**
ด้านทะนงตน	.03	.01	.17	2.44	.015*
ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ	.01	.01	.07	1.02	.311

* $p < .05$, สองหาง. ** $p < .01$, สองหาง.

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมการกดถูกใจที่นอกเหนือจากการต้องการกดถูกใจสถานะของตนเองบนเฟซบุ๊ก โดยศึกษาเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจไฟล์ที่แบ่งปัน (share link) พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจรูปภาพที่อัปโหลด (upload) บนเฟซบุ๊ก และศึกษาถึงพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจทั้งสถานะ ไฟล์ที่แบ่งปันและรูปภาพที่อัปโหลด ทั้งนี้เมื่อนำมาวิเคราะห์แยกองค์ประกอบรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองด้านการชอบแสดงออก ($\beta = .19, p = .006$) และ ด้านทะนงตน ($\beta = .17, p = .017$) สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจไฟล์ที่แบ่งปัน (share link) เช่นเดียวกับพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเอง ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจไฟล์ที่แบ่งปัน (share link)

ตัวแปรบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	<i>b</i>	<i>S.E.</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>
ด้านอำนาจ	.02	.01	.08	1.11	.267
ด้านความเห็นอกว่า	.00	.01	.02	.24	.808
ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง	-.02	.01	-.12	-1.74	.084
ด้านการแสวงหาผลประโยชน์	-.00	.01	-.03	-.38	.703
ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่	.01	.01	.06	.84	.404
ด้านการชอบแสดงออก	.03	.01	.19	2.79	.006**
ด้านทะนงตน	.03	.01	.17	2.40	.017*
ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ	.02	.01	.08	1.13	.258

* $p < .05$, สองหาง, ** $p < .01$, สองหาง.

ในส่วนของพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากดูถูกใจรูปภาพที่อัปโหลด (upload) บนเฟซบุ๊ก พบว่า มีองค์ประกอบบางด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองที่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากดูถูกใจรูปภาพที่อัปโหลด (upload) บนเฟซบุ๊ก คือ องค์ประกอบด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง ($\beta = -.15, p = .029$) ด้านการชอบแสดงออก ($\beta = .26, p = .000$) ด้านทะนงตน ($\beta = .27, p = .000$) และด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ ($\beta = .23, p = .001$) ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากดูถูกใจรูปภาพที่อัปโหลด(upload)บนเฟซบุ๊ก

ตัวแปรบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
ด้านอำนาจ	.02	.02	.07	1.03	.304
ด้านความเห็นอกว่า	.02	.02	.09	1.29	.198
ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง	-.03	.01	-.15	-2.21	.029*
ด้านการแสวงหาผลประโยชน์	-.00	.01	-.02	-.33	.744
ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่	.02	.01	.09	1.25	.214
ด้านการชอบแสดงออก	.04	.01	.26	3.76	.000**
ด้านทะนงตน	.05	.01	.27	4.00	.000**
ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ	.05	.02	.23	3.32	.001**

* $p < .05$, สองหาง. ** $p < .01$, สองหาง. *** $p < .001$, สองหาง.

เมื่อรวมคะแนนด้านพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากดูถูกใจทั้งสถานะ ไฟล์ที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊กนั้นพบว่า มีองค์ประกอบบางด้านที่สามารถทำนายได้ คือ องค์ประกอบด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง ($\beta = -.15, p = .029$) ด้านการชอบแสดงออก

($\beta = .26, p = .000$), ด้านทะนงตน ($\beta = .24, p = .001$) และด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ ($\beta = .15, p = .031$) ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมาดถูกใจ ทั้งสถานะ ไลน์ที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก

ตัวแปรบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
ด้านอำนาจ	.05	.04	.10	1.43	.153
ด้านความเหนือกว่า	.03	.03	.07	.93	.355
ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง	-.06	.03	-.15	-2.20	.029*
ด้านการแสวงหาผลประโยชน์	-.01	.03	-.02	-.30	.766
ด้านการสมควรได้มากกว่าที่เป็นอยู่	.05	.03	.09	1.34	.181
ด้านการชอบแสดงออก	.11	.03	.26	3.88	.000**
ด้านทะนงตน	.11	.03	.24	3.48	.001**
ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ	.08	.04	.15	2.18	.031*

* $p < .05$, สองหาง. ** $p < .01$, สองหาง. *** $p < .001$, สองหาง.

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 “บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้”

จากการทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้ จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4 ดังตารางที่ 12 นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ผลพบว่า ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้เช่นกัน

ตารางที่ 12

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง

ตัวแปร	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	.00	.00	.04	.61	.545

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 “ความเหงา สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้” ผู้วิจัยได้แบ่งสมมติฐานออกเป็น 2 ข้อย่อย ตามองค์ประกอบของความเหงา คือ ความเหงาทางสังคมและความเหงาทางอารมณ์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 5.1 “ความเหงาทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้”

จากการทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้ ($\beta = .34, p = .000$) สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 5.1 ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของความเหงาทางสังคม ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้

ตัวแปร	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
ความเหงาทางสังคม	.04	.01	.34	5.13	.000***

* $p < .05$, สองหาง. ** $p < .01$, สองหาง. *** $p < .001$, สองหาง.

นอกจากนี้เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจโพสต์ที่แบ่งปัน (share link) พบว่า ความเหงาทางสังคม ก็สามารถทำนายพฤติกรรมดังกล่าวได้ ($\beta = .23, p = .001$) เช่นเดียวกับ การทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจรูปภาพที่อัปโหลด

(upload) บนเฟซบุ๊ก ($\beta = .19, p = .006$) และพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจทั้งสถานะไฟล์ที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊กเช่นกัน ($\beta = .29, p = .000$) ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของความเหงาทางสังคม ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจไฟล์ที่แบ่งปัน (share link), พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจรูปภาพที่อัปโหลด(upload) บนเฟซบุ๊ก และพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจทั้งสถานะไฟล์ที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก

ตัวแปร	พฤติกรรม	b	S.E.	β	t	p
ความเหงาทางสังคม	พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจไฟล์ที่แบ่งปัน (share link)	.03	.01	.23	3.35	.001**
	พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจรูปภาพที่อัปโหลด(upload) บนเฟซบุ๊ก	.02	.01	.19	2.78	.006**
	พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจทั้งสถานะไฟล์ที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก	.09	.02	.29	4.31	.000***

* $p < .05$, สองหาง. ** $p < .01$, สองหาง. *** $p < .001$, สองหาง.

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5.2 “ความเหงาทางอารมณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้”

จากการทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่าความเหงาทางอารมณ์ ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้ ดังตารางที่ 15 ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 5.2

ตารางที่ 15

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของความเหงาทางอารมณ์ ใน การทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลกใจสถานะของตนเอง

ตัวแปร	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
ความเหงาทางอารมณ์	.01	.01	.06	.89	.374

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 “การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลกใจสถานะของตนเองได้”

จากการทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลกใจสถานะของตนเองได้ ดังตารางที่ 16 ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 6

ตารางที่ 16

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ใน การทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตลกใจสถานะของตนเอง

ตัวแปร	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	.00	.01	.02	.33	.739

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 “การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรม การกตลกใจสถานะของตนเองได้”

จากการทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกตลกใจสถานะของตนเองได้ ดังตาราง ที่ 17 ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 7

ตารางที่ 17

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ใน การทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง

ตัวแปร	b	S.E.	β	t	p
การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	.00	.01	.01	.16	.875

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 “บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรม ที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงามทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่า ให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน”

จากการทดสอบสมมติฐานด้วย อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน พบว่า บุคลิกภาพแบบหลง ตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความ เหงามทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านได้ ดังตารางที่ 18 นอกจากนี้เมื่อ วิเคราะห์รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ก็พบว่า ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเองได้เช่นกัน ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 8

ตารางที่ 18

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่น มากถูกใจสถานะของตนเอง

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
1	บุคลิกภาพแบบหลง ตนเอง	203	.10	.01	.01	2.01	.157
2	บุคลิกภาพแบบหลง ตนเอง ความเหงามทางอารมณ์	202	.11	.01	.00	.33	.565

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
3	บุคลิกภาพแบบหลง ตนเอง ความเหงาทางอารมณ์ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	201	.11	.01	.00	.00	.958

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมาต้องการกดถูกใจรูปพบว่า เมื่อวิเคราะห์รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีองค์ประกอบบางด้านที่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจรูป โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านได้ คือ บุคลิกภาพแบบหลงตนเองด้านการแสดงอำนาจ ด้านความเหนือกว่า ด้านความต้องการได้มากกว่าที่เป็นอยู่ ด้านการแสดงออก และด้านความทะนงตน ดังตารางที่ 19 และเมื่อรวมคะแนนด้านพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมาต้องการกดถูกใจทั้งกดถูกใจสถานะ ฟิล์มที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก พบว่า มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองด้านความทะนงตนเพียงด้านเดียวที่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจ โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านได้ ดังตารางที่ 20 ตารางที่ 19

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์หัตถิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมาต้องการกดถูกใจรูป

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงอำนาจ	203	.07	.01	.01	1.06	.304

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงอำนาจ ความเหงามทางอารมณ์	202	.11	.01	.01	1.44	.232
3	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงอำนาจ ความเหงามทางอารมณ์ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	201	.19	.04	.02	4.70	.031
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความเหนือกว่า	203	.09	.01	.01	1.67	.198
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความเหนือกว่า ความเหงามทางอารมณ์	202	.12	.01	.01	1.15	.284
3	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความเหนือกว่า ความเหงามทางอารมณ์ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	201	.20	.04	.03	5.42	.021
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความต้องการได้ มากกว่าที่เป็นอยู่	203	.09	.01	.01	1.56	.214

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความต้องการได้ มากกว่าที่เป็นอยู่ ความเหงาทางอารมณ์	202	.11	.01	.00	.71	.399
3	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความต้องการได้ มากกว่าที่เป็นอยู่ ความเหงาทางอารมณ์ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	201	.18	.03	.02	4.09	.045
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงออก	203	.26	.07	.07	14.12	.000
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงออก ความเหงาทางอารมณ์	202	.26	.07	.00	.45	.506
3	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงออก ความเหงาทางอารมณ์ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	201	.32	.10	.04	8.02	.005

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. . F
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความทะนงตน	203	.27	.07	.07	15.99	.000
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความทะนงตน ความเหงามทางอารมณ์	202	.28	.08	.00	.82	.366
3	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความทะนงตน ความเหงามทางอารมณ์ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	201	.38	.14	.07	15.53	.000

ตารางที่ 20

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์หีอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมาต้องการกตัญญู ทั้งกตัญญูใจสถานะ ไฟล์ที่แบ่งปัน และรูปภาพที่อัปโหลดบนเฟซบุ๊ก

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
1	บุคลิกภาพแบบหลง ตนเองด้านความทะนงตน	203	.24	.06	.06	12.11	.001
2	บุคลิกภาพแบบหลง ตนเองด้านความทะนงตน ความเหงามทางอารมณ์	202	.24	.06	.00	.46	.498

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
3	บุคลิกภาพแบบหลง ตนเองด้านความทะนงตน ความเหงามทางอารมณ์ การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	201	.28	.08	.02	4.20	.042

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9 บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานด้วย อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านได้ ดังตารางที่ 21 จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 9

ตารางที่ 21

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
1	บุคลิกภาพแบบหลง ตนเอง	203	.04	.00	.00	.37	.545
2	บุคลิกภาพแบบหลง ตนเอง การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง	202	.04	.00	.00	.00	.973

2.3 ผลการวิจัยเพิ่มเติม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงอิทธิพลของความเหงาทางอารมณ์ในการทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางอารมณ์สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้ ($\beta = .14, p = .048$) ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ของความเหงาทางอารมณ์ ในการทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง

ตัวแปร	<i>b</i>	S.E.	β	<i>t</i>	<i>p</i>
ความเหงาทางอารมณ์	.02	.01	.14	1.99	.048

ดังนั้นจากสมมติฐานข้อที่ 9 “บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน” ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยเปลี่ยนตัวแปรส่งผ่านจากการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นความเหงาทางอารมณ์ เป็นสมมติฐานใหม่ที่ว่า “บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ เป็นตัวแปรส่งผ่าน” ด้วยการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า เมื่อวิเคราะห์รายองค์ประกอบของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีองค์ประกอบบางด้านที่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ เป็นตัวแปรส่งผ่านได้ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบหลงตนเองด้านความเหนือกว่า ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง ด้านการแสวงหาผลประโยชน์จากผู้อื่น และด้านความต้องการได้มากกว่าที่เป็นอยู่ ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์หัตถิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจ
สถานะของตนเอง

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความเหนือกว่า	203	.01	.00	.00	.04	.838
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความเหนือกว่า ความเหงาทางอารมณ์	202	.14	.02	.02	3.91	.049
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความสามารถในการ ฟังตนเอง	203	.01	.00	.00	.01	.931
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความสามารถในการ ฟังตนเอง ความเหงาทางอารมณ์	202	.14	.02	.02	4.13	.043
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสวงหา ผลประโยชน์จากผู้อื่น	203	.02	.00	.00	.04	.835
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสวงหา ผลประโยชน์จากผู้อื่น ความเหงาทางอารมณ์	202	.14	.02	.02	4.11	.044

Model	Constant	df	R	R ²	ΔR^2	ΔF	Δ Sig. F
บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง							
1	ด้านความต้องการได้ มากกว่าที่เป็นอยู่	203	.02	.00	.00	.11	.746
บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง							
2	ด้านความต้องการได้ มากกว่าที่เป็นอยู่ ความเหงาทางอารมณ์	202	.15	.02	.02	4.58	.033

เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างเพศ ในด้านบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้วยการทดสอบสถิติที (independent *t*-test) พบว่า คะแนนด้านบุคลิกภาพแบบหลงตนเองของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้วยการทดสอบสถิติที (independent *t*-test) พบว่า มีองค์ประกอบบางด้านที่คะแนนของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านความเหนือกว่า โดยเพศชายมีคะแนนบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความเหนือกว่า สูงกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .05 ($p = .028$) และด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง โดยเพศชายมีคะแนนบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง สูงกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .05 ($p = .002$)

เมื่อความเหงา นำมาวิเคราะห์แยกด้าน พบว่า คะแนนด้านความเหงาทางสังคมของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .05 แต่คะแนนด้านความเหงาทางอารมณ์ พบว่า เพศชายมีคะแนนความเหงาทางอารมณ์ สูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .05 ($p = .001$)

เมื่อนำการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองมาวิเคราะห์ด้วยการทดสอบสถิติที (independent t-test) พบว่า เพศชายมีคะแนนด้านการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองสูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .05 ($p = .033$)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊กอื่นๆ เพิ่มเติม มีดังนี้

1. ความถี่ในการเล่นเฟซบุ๊ก

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายความถี่ในการเล่นเฟซบุ๊กได้ ($\beta = .15, p = .030$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนน บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูง ก็จะมีความถี่ในการเล่นเฟซบุ๊กสูงด้วย รวมถึงความเหงาทางสังคมก็สามารถทำนายความถี่ในการเล่นเฟซบุ๊กได้ ($\beta = .14, p = .045$) นั่นคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางสังคมสูง ก็จะมีความถี่ในการเล่นเฟซบุ๊กสูงเช่นกัน

2. ความถี่ในการเขียนข้อความสถานะบนเฟซบุ๊ก

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายความถี่ในการเขียนข้อความสถานะบนเฟซบุ๊กได้ ($\beta = .21, p = .002$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูง ก็จะมีความถี่ในการเขียนข้อความสถานะบนเฟซบุ๊กสูงด้วย รวมถึงความเหงาทางสังคมก็สามารถทำนายความถี่ในการเขียนข้อความสถานะบนเฟซบุ๊กได้เช่นกัน ($\beta = .26, p = .000$) นั่นคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางสังคมสูง ก็จะมีความถี่ในการเขียนข้อความสถานะบนเฟซบุ๊กสูงเช่นกัน

3. ความถี่ในการแบ่งปันลิงค์ต่างๆ (share link) บนเฟซบุ๊ก

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางอารมณ์สามารถทำนายความถี่ในการแบ่งปันลิงค์ต่างๆ เฟซบุ๊กได้ ($\beta = .17, p = .013$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางอารมณ์สูง ก็จะมีความถี่ในการแบ่งปันลิงค์ต่างๆ บนเฟซบุ๊กสูงด้วย

4. ความถี่ในการอัปโหลดรูป (upload) บนเฟซบุ๊ก

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางสังคมสามารถทำนายความถี่ในการอัปโหลดรูปบนเฟซบุ๊กได้ ($\beta = .22, p = .001$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางสังคมสูง ก็จะมีความถี่ในการอัปโหลดรูปบนเฟซบุ๊กสูงด้วย

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเฟซบุ๊กโดยเฉลี่ย

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ไม่มีตัวแปรใดสามารถทำนายระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเฟซบุ๊กได้เลย

6. ความถี่ในการเปลี่ยนรูปภาพประจำตัว

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางสังคมสามารถทำนายความถี่ในการเปลี่ยนรูปภาพประจำตัวได้ ($\beta = .15, p = .036$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางสังคมสูง ก็จะมีความถี่ในการเปลี่ยนรูปภาพประจำตัวสูงด้วย

7. จำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊ก

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางสังคมสามารถทำนายจำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊กได้ ($\beta = .30, p = .000$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางสังคมสูง ก็จะมีจำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊กสูงด้วย และเมื่อนำมาวิเคราะห์หองค์ประกอบรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า มีองค์ประกอบบางด้านที่สามารถทำนายจำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊กได้ คือ บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงอำนาจ ($\beta = .15, p = .031$) บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงออก ($\beta = .20, p = .004$) และบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความทะนงตน ($\beta = .24, p = .000$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านการแสดงอำนาจ, ด้านการแสดงออก หรือด้านความทะนงตนสูง ก็จะมีจำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊กสูงด้วยเช่นกัน

8. พฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของเพื่อน ไม่รวมการแสดงความคิดเห็น

(comment)

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางสังคมสามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของเพื่อนได้ ($\beta = .26, p = .000$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางสังคมสูง ก็จะมีพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของเพื่อน ไม่รวมการแสดงความคิดเห็น

คิดเห็นสูงด้วย และเมื่อนำมาวิเคราะห์ห้วงศ์ประกอบรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า มีองค์ประกอบเฉพาะด้านความทะนงตนเท่านั้นที่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของเพื่อนได้ ($\beta = .17, p = .015$) นั่นคือ ผู้ที่มีคะแนนบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความทะนงตนสูง ก็จะมีพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของเพื่อน ไม่รวมการแสดงความคิดเห็นสูงเช่นกัน

9. พฤติกรรมการกดถูกใจลิงค์ที่เพื่อนแบ่งปัน

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางสังคมสามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจลิงค์ที่เพื่อนแบ่งปันได้ ($\beta = .25, p = .000$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางสังคมสูง ก็จะมีพฤติกรรมการกดถูกใจลิงค์ที่เพื่อนแบ่งปันสูงด้วย และเมื่อนำมาวิเคราะห์ห้วงศ์ประกอบรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า มีองค์ประกอบเฉพาะด้านความสามารถในการพึ่งตนเองเท่านั้นที่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจลิงค์ที่เพื่อนแบ่งปันได้ ($\beta = -.20, p = .005$) นั่นคือ ผู้ที่มีคะแนนบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความสามารถในการพึ่งตนเองสูง จะมีพฤติกรรมการกดถูกใจลิงค์ที่เพื่อนแบ่งปันต่ำ

10. พฤติกรรมการกดถูกใจรูปของเพื่อน

เมื่อวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ความเหงาทางสังคมสามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจรูปของเพื่อนได้ ($\beta = .22, p = .002$) กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนความเหงาทางสังคมสูง ก็จะมีพฤติกรรมการกดถูกใจรูปของเพื่อนสูงด้วย และเมื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบรายด้านของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า มีองค์ประกอบเฉพาะด้านความทะนงตนเท่านั้นที่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจรูปของเพื่อนได้ ($\beta = .16, p = .021$) นั่นคือ ผู้ที่มีคะแนนบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ด้านความทะนงตนสูง ก็จะมีพฤติกรรมการกดถูกใจรูปของเพื่อนสูงเช่นกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานข้างต้น สรุปได้ดังนี้

ข้อ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	
		สนับสนุน	ปฏิเสธ
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความเหงามาก ทางอารมณ์	✓	-
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่ม คุณค่าให้ตนเอง	✓	-
3	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้	✓ (บางส่วน)	-
4	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจ สถานะของตนเองได้	-	✓
5.1	ความเหงามากทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่น มากอดถูกใจสถานะของตนเองได้	✓	-
5.2	ความเหงามากทางอารมณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้	-	✓
6	การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้	-	✓
7	การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจ สถานะของตนเองได้	-	✓
8	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงามากทางอารมณ์	-	✓
9	บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจ สถานะของตนเอง โดยมีความการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปร	-	✓

บทที่ 4

อภิปรายข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจในเฟซบุ๊ก โดยมุ่งศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน จึงขออภิปรายดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความเหงาทางอารมณ์ ผลพบว่า สนับสนุนสมมติฐาน สอดคล้องตามงานวิจัยของ Morf และ Rhodewalt (2001) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีความเปราะบางเป็นแรงผลักดันให้แสวงหาการยืนยันตนเองจากผู้อื่น เพื่อให้มีความรู้สึกที่ตนเองนั้นยิ่งใหญ่ จึงใช้การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ตนเองยิ่งใหญ่ เนื่องจากต้องการการชื่นชม มีอิทธิพลต่อผู้อื่น การสรรเสริญ เยินยอ หรือทำทีใดๆ ก็ตามที่แสดงว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่น เชื่อมโยงกับลักษณะของผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ ที่ Weiss (1973) ระบุว่า ผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ จะปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น เพื่อคงระดับความสัมพันธ์ไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 บุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ผลพบว่า สนับสนุนสมมติฐาน สอดคล้องตามงานวิจัยของ Collins และ Stukas (2008) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะใช้การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองเพื่อขยายขอบเขตตัวตนของตนเองด้วยการพยายามสร้างและรักษาตัวตนอันยิ่งใหญ่ของตนเอาไว้ โดยคนทั่วไปจะรู้ขอบเขตทางสังคมในการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองให้เป็นไปตามที่สังคมยอมรับ แต่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะไม่สนใจขอบเขตทางสังคม จึงเพิ่มคุณค่าให้ตนเองมากกว่าคนทั่วไป

อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน

อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ในงานวิจัยนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ อิทธิพลของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ต่อพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง และ อิทธิพลของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง และความเหงาทางอารมณ์ ต่อพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเอง ดังนี้

อิทธิพลของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง และความเหงาทางอารมณ์ ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเอง มีสมมติฐาน 5 ข้อ ดังนี้

- | | |
|--------------------|--|
| สมมติฐานข้อที่ 3 | บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 5.1 | ความเหงาทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 5.2 | ความเหงาทางอารมณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 6 | การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 8 | บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน |

ผลการวิจัย พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้ ในบางองค์ประกอบ คือ ด้านการชอบแสดงออก และด้านทะนงตน และเมื่อทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมถึงการกดถูกใจไฟล์ที่แบ่งปัน พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองด้านการชอบแสดงออก และด้านทะนงตน สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้เช่นกัน ซึ่ง ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 บางส่วน

ในส่วนของการอัปโหลดรูปภาพนั้น บุคลิกภาพแบบหลงตนเองในด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง ด้านการชอบแสดงออก ด้านทะนงตน และด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติสามารถ

ทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตถูกใจสถานะของตนเองได้เช่นเดียวกับ พฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตถูกใจที่รวม ทั้งการกตถูกใจสถานะ การกตถูกใจไฟล์ที่แบ่งปัน และการอัฟไหลลรูปภาพ

ผลที่พบข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Campbell, และคณะ (2002) ที่ระบุว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะชอบให้คนอื่นชื่นชมและมีเจตคติทางบวกกับบุคคลที่มาเพิ่มการเห็นคุณค่าในตนเอง ไม่ว่าจะเป็นทางตรงโดยการยกย่องชมเชย หรือทางอ้อมโดยการทำตัวตามอย่าง รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bergman, Fearington, Davenport และ Bergman (2011) ที่พบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีความสัมพันธ์กับความต้องการให้เพื่อนในสังคมออนไลน์รับรู้และความสนใจถึงสิ่งที่บุคคลกำลังกระทำอยู่ ในขณะที่เดียวกันงานวิจัยยังสนับสนุนว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์กับการอัฟไหลลรูปภาพของตนเองอีกด้วย

เมื่อพิจารณาถึงตัวแปรความเหงาทั้งทางสังคม และความเหงาทางอารมณ์ พบว่า ความเหงาทางสังคมสามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตถูกใจสถานะของตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anderson และ Malikiiosi-Loizos (1999) ที่ศึกษาถึงการแสวงหาเพื่อนในสังคมออนไลน์ พบว่า ความเหงาทางสังคมสัมพันธ์กับการแสวงหาความเป็นมิตรและการแสวงหาการเข้ากลุ่ม ซึ่งเป็นไปได้ว่า ผู้ที่เหงาทางสังคม ซึ่งต้องการหาเพื่อนจำนวนมาก จึงต้องการให้ผู้อื่นมากตถูกใจสถานะของตนเอง เพราะพฤติกรรมการกตถูกใจก็เป็นการแสดงออกซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และรู้สึกถึงความเป็นกลุ่มเดียวกันเนื่องจากมีความเห็นหรือความชอบเดียวกัน ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 5.1

อย่างไรก็ตามความเหงาทางอารมณ์ กลับไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตถูกใจสถานะของตนเองได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่มีความเหงาทางอารมณ์ไม่ได้ต้องการมีจำนวนเพื่อนมากๆ จึงไม่ได้สนใจว่าจะมีผู้อื่นมากตถูกใจในสถานะของตนเองหรือไม่ แต่จะต้องการมีปฏิสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับบุคคลหนึ่งมากกว่า จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 5.2

การเพิ่มคุณค่าให้ตนเองไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตถูกใจสถานะของตนเองได้ เป็นไปได้ว่าบุคคลต้องการความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า รู้สึกดีต่อตนเองและรับรู้ตนเองในทางบวกจากการได้รับการยอมรับจากผู้อื่นในชีวิตจริงมากกว่า นอกจากนี้บุคคลอาจมีวิธีอื่นๆ ในการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองก็เป็นได้ ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 6

เมื่อบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง และความเหงาทางอารมณ์ ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตถูกใจสถานะของตนเองได้ในแต่ละตัวแปร จึงทำให้เมื่อศึกษาถึงอิทธิพลตัวแปรส่งผ่านของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง และความเหงาทางอารมณ์ ในสมมติฐานข้อที่ 8 บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง จึงไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากตถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน และไม่สนับสนุนสมมติฐาน ข้อที่ 8

อิทธิพลของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมการกตถูกใจสถานะของตนเอง มีสมมติฐาน 3 ข้อ ดังนี้

- | | |
|------------------|---|
| สมมติฐานข้อที่ 4 | บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกตถูกใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 7 | การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกตถูกใจสถานะของตนเองได้ |
| สมมติฐานข้อที่ 9 | บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกตถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน |

ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกตถูกใจสถานะของตนเองได้ ซึ่งเป็นไปได้ว่ามีสาเหตุจาก ในสังคมไทยนั้น บุคลิกภาพแบบหลงตนเองยังไม่มีการแสดงออกมากเท่าที่ควร รวมถึงวัฒนธรรมของคนไทยมักเป็นลักษณะถ่อมตัว แสดงพฤติกรรมตามที่สังคมยอมรับ เห็นได้จากเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยต่อข้อของคะแนนมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง พบว่าค่าเฉลี่ยต่อข้อเท่ากับ 2.36 เท่านั้น และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อย 8 ด้านของมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง พบว่า องค์ประกอบด้านอำนาจ (AUTHO) มีค่าเฉลี่ยของคะแนนต่อข้อสูงสุด ($M = 2.63$) รองลงมาได้แก่ ด้านทะนงตน (VANITY) ($M = 2.58$) และด้านความเหนือกว่า (SUPER) ($M = 2.57$) โดยองค์ประกอบที่มีคะแนนต่อข้อ

ต่ำสุด ได้แก่ ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ (HYPER) ($M = 1.89$) นอกจากนี้ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมักต้องการให้เป็นที่น่าประทับใจ และดูดีในสายตาผู้อื่น ดังนั้นพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองอาจทำให้ถูกมองว่า เพราะไม่มีผู้อื่นมากกดถูกใจ จึงต้องกดถูกใจสถานะของตนเอง จึงทำให้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4

ด้านการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ก็ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า บุคคลใช้วิธีการอื่นๆ ในการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง นอกเหนือจากพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง จึงทำให้ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 7

ดังนั้นเมื่อบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้ ทำให้เมื่อศึกษาถึงอิทธิพลตัวแปรส่งผ่านในสมมติฐานข้อที่ 9 พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่านได้ ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนสมมติฐาน

เป็นที่น่าสนใจว่า เมื่อวิเคราะห์เพิ่มเติมถึงอิทธิพลของความเหงาทางอารมณ์ในการทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง พบว่า ความเหงาทางอารมณ์สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้ และเมื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน โดยใช้ตัวแปรความเหงาทางอารมณ์ เป็นตัวแปรส่งผ่านแทนการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองในด้านความเหนือกว่า ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง ด้านการแสวงหาผลประโยชน์จากผู้อื่น และด้านความต้องการได้มากกว่าที่เป็นอยู่ สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองโดยมีความเหงาทางอารมณ์ เป็นตัวแปรส่งผ่านได้

ข้อจำกัดของงานวิจัย

เนื่องด้วยสถานการณ์อุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2554 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับการเก็บข้อมูล ทำให้ผู้คนติดตามข่าวสารกันมากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างทันท่วงที สังคมออนไลน์จึงเป็นสื่อหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอข่าวสารและความเป็นไปของเหตุการณ์ เพื่อการติดตามข่าวสาร แจ้งเหตุขอความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือเรื่องน้ำท่วมตลอดจนวิธีป้องกันและบรรเทาปัญหาจากน้ำท่วม เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว เฟซบุ๊กก็ถือเป็นสื่อหนึ่งที่ผู้คนใช้กันอย่างแพร่หลาย ในการแบ่งปันข้อมูล

น้ำท่วม ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายภาพน้ำท่วม การบรรยายเหตุการณ์ การนำเสนอภาพน้ำท่วมจากที่
ต่างๆ โดยรายงานจากพื้นที่จริง ซึ่งข้อมูลจาก Social Bakers ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เก็บรวบรวมข้อมูล
สถิติต่างๆของสื่อออนไลน์ ระบุว่าจำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทยมีทั้งหมด 12,881,800 คน
และเติบโตเพิ่มขึ้นกว่า 3,583,800 บัญชีในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าในช่วง
เหตุการณ์อุทกภัย ทำให้คนใช้สื่อเหล่านี้มากขึ้นจากภาวะปกติ และเป็นไปได้ว่าหลังจากที่
เหตุการณ์อุทกภัยได้ผ่านไปแล้ว ผู้คนก็ยังคงใช้สื่อต่างๆในการติดตามข่าวสารอยู่ ทำให้พฤติกรรม
การเล่น เฟซบุ๊กนี้เล่นดีกว่าปกติ ซึ่งอาจส่งผลให้ข้อมูลที่เก็บมานั้นคลาดเคลื่อนไปจากความเป็น
จริงได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงาม การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง พฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง และพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเอง รวมถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในการทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงามทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน และทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานการวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความเหงามทางอารมณ์
2. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง
3. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้
4. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้
5. ความเหงาม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้ แบ่งเป็น
 - 5.1 ความเหงามทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้
 - 5.2 ความเหงามทางอารมณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้
6. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากกดถูกใจสถานะของตนเองได้

7. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเองได้
8. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหงาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน
9. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมี การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นิสิต นักศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 60 คน และเพศหญิงจำนวน 145 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้มาตรวัด 3 ชนิด และแบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊ก โดยมาตรวัด 3 ชนิด ได้แก่ มาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มาตรวัดความเหงา และ มาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

1. มาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง

มาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองที่ใช้ในการวิจัย เป็นมาตรที่สุธาสินี ใจสมิทธิ์ (2553) ร่วมกับกัญฐิกา บันลือ นำมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองของหยกฟ้า อิศรานนท์ (2551 อ้างถึงใน สุธาสินี ใจสมิทธิ์, 2553) ในความดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักนงค์ มณีศรี ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 8 ด้าน จำนวน 48 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาของครอนบาคเท่ากับ .95 และกำหนดให้เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง

2. มาตรการวัดความเหงา

มาตรการวัดความเหงา ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นมาตรการที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดของ Weiss (1973) โดย Russell, Peplau, & Cutrona, 1980 (อ้างถึงใน Hughes, Waite, Hawley, และ Cacioppo, 2004) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกข้อกระทงออกมาจำนวน 4 ข้อ นำมาแปล และคิดข้อกระทงเพิ่ม โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเพิ่มโดยแบ่งมาตรการเป็น 2 ส่วน คือ มาตรการวัดความเหงาทางสังคม และมาตรการวัดความเหงาทางอารมณ์ แล้วนำไปทดสอบกับนิสิต และนักศึกษามหาวิทยาลัยในระดับปริญญาตรี จำนวนทั้งหมด 304 คน จนได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพจากการวิเคราะห์ความเที่ยง และความตรงรวมทั้งสิ้น 20 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์รวมแอลฟาเท่ากับ .77 และกำหนดให้เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง

3. มาตรการวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

มาตรการวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นมาตรการที่พัฒนาขึ้นจากมาตรการวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง (How I See Myself Questionnaire หรือ HSM) พัฒนาโดย Taylor และ Gollwitzer (1995) มาแปลเป็นไทย และสร้างข้อกระทงเพิ่ม แล้วนำไปทดสอบกับนิสิตในระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวนทั้งหมด 120 คน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .87 และกำหนดให้เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง

4. แบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเฟชบุ๊ก

แบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเฟชบุ๊กนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆของผู้ใช้ เฟชบุ๊ก ไม่ว่าจะเป็นความถี่ในการเล่นเฟชบุ๊ก ความถี่ในการอัปเดตสถานะ ระยะเวลาที่ใช้ในการเล่น เฟชบุ๊ก พฤติกรรมการกดถูกใจต่างๆ เป็นต้น ซึ่งประกอบด้วย คำถามทั้งหมด 16 ข้อ โดยแบ่งเป็นแบบสอบถามแบบตัวเลือก และมาตรการวัดแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง

ขั้นตอนการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 205 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1

1. ผู้วิจัยขออนุญาตอาจารย์ผู้สอนวิชา 3800250 มนุษยสัมพันธ์ ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2554 เพื่อเก็บข้อมูลจากนิสิต ระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในชั้นเรียน จำนวน 110 คน

2. ผู้วิจัยแนะนำตัวและขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่าง

3. ผู้วิจัยอธิบายวิธีการตอบมาตรวัดเจตคติแก่กลุ่มตัวอย่าง

4. ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊ก มาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มาตรวัดความเหงา และมาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง โดยสลับลำดับการตอบมาตรวัด เพื่อลดอิทธิพลจากลำดับการตอบ (order effect) และขอให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาข้อความถามอย่างตั้งใจ

5. เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม และมาตรวัดทั้งสามเสร็จ จึงเก็บแบบสอบถามคืน พร้อมกล่าวขอบคุณในความร่วมมือ

กลุ่มที่ 2

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามเพิ่มเติม และเก็บข้อมูลเพิ่มเติมผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการกระจายแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์กูเกิ้ล (google) รวมทั้งหมด 95 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป คือ โปรแกรมเอสพีเอสเอส ฟอร์ วินโดว์ (SPSS) เพื่อวิเคราะห์ถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ต่อพฤติกรรมการกดถูกใจสถานะในเฟซบุ๊ก

ผลการวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความเหงามากอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ .05
2. ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูง มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (สนับสนุนบางส่วน)
4. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจสถานะของตนเองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
5. ความเหมา สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้
 - 5.1 ความเหมาทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .001
 - 5.2 ความเหมาทางอารมณ์ ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
6. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
7. การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจสถานะของตนเองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
8. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมที่ต้องการให้ผู้อื่นมากอดถูกใจสถานะของตนเอง โดยมีความเหมาทางอารมณ์ และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่านได้อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ
9. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการกอดถูกใจสถานะของตนเองโดยมีความการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่านได้อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊กอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การขอเป็นเพื่อน (add friends) การยอมรับเป็นเพื่อน ทั้งเพื่อนที่รู้จักหรือคนแปลกหน้า เป็นต้น ว่าผลเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ความเหงา และการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองหรือไม่ อย่างไร
2. งานวิจัยนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นิสิต นักศึกษาในระดับปริญญาตรีเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาในอนาคตควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในหลายๆวัย เพื่อให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น นักเรียนมัธยม กลุ่มวัยทำงาน ว่าได้ผลเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร
3. จากผลการวิจัยครั้งนี้ได้พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเหงาทางสังคมและพฤติกรรมการเล่น เฟซบุ๊กอื่นๆ เช่น ความถี่ในการเล่น ความถี่ในการเขียนข้อความสถานะ ความถี่ในการอัปโหลดรูป ความถี่ในการเปลี่ยนรูปภาพประจำตัว จำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊ก การกดถูกใจเพื่อน ทั้งข้อความสถานะ, ลิงค์ที่เพื่อนแบ่งปันและรูป ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

พรสวรรค์ ตันโชติศรีนนท์. (2547). อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่อความตั้งใจแบบโรแมนติก. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันวิสาข์ เอกกรณ์พงษ์. (2551). บทบาทของการเพิ่มคุณค่าให้ตนเองในการส่งผ่านความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความหลงตนเองและวัตถุนิยม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถิติผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทย. (ม.ป.ป.). ค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/thailand>

สุธาสิณี ใจสมิทธิ์. (2553). อิทธิพลของความหลงตนเอง รูปแบบความรักแบบเล่นเกม และการกระตุ้นลักษณะเน้นความสัมพันธ์ต่อการผูกมัดในความสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

American Psychiatric Association. (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM IV*. Washington, DC: Author.

Anderson, L. R., & Loizos, M. M. (1999). Accessible friendships, inclusive friendships, reciprocates friendships as relates to social and emotional loneliness in Greece and the USA. *European Psychologist*, 4, 165-178.

Ang, R. P., Ong, E. Y. L., Ho, J. C. M., Lim, J. C. Y., Goh, D. H., Lee, C. S., et al. (2011).

Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook.

Personality and Individual Differences, 50, 180-185.

Bushman, B. J., & Baumeister, R. F. (1998). Threatened egotism, narcissism, self-esteem, and direct and displaced aggression: Does self-love or self-hate lead to violence?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 219-229.

Cacioppo, J. T., & Hawkley, L. C. *Loneliness*. Unpublished master's thesis, University of Chicago, IL, USA.

Campbell, W. K., Elliot, A. J., Reeder, G. D., & Sedikides, C. (2000). Narcissism and comparative self-enhancement strategies. *Journal of Research in Personality*, 34, 329-347.

Campbell, W. K., Foster, C. A., & Finkel, E. J. (2002). Does self-love lead to love for others? A story of narcissistic game playing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 340-354.

Collins, D. R., & Stukas, A. A. (2008). Narcissism and self-presentation: The moderating effects of accountability and contingencies of self-worth. *Journal of Research in Personality*, 42, 1629-1634.

Fiske, S. T. (2004). *Social being: A core motives approach to social psychology*. New York: Wiley.

- Hardie, E., & Tee, M. Y. (2007). Excessive internet use: The role of personality, loneliness and social support networks in internet addiction. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 5, 34-47.
- Hughes, M. E., Waite, L. J., Hawkey, L. C., & Cacioppo, J. T. (2004). A Short scale for measuring loneliness in large surveys: Results from two population-based studies. *Research on aging*, 26, 655-672.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 357-364.
- Moody, E. J. (2001). Internet use and its relationship to loneliness. *Cyberpsychology & Behavior*, 4.
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12, 177-196.
- Perlman, D., & Peplau, L. A. (1998). Loneliness. *Encyclopedia of Mental Health*.
- Raskin, R., Novacek, J., & Hogan, R. (1991). Narcissistic self-esteem management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 911-918.
- Raskin, R. & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 890-902.
- Robins, R. W., & John, O.P. (1997). Effect of visual perspective and narcissism on self perception: Is seeing believing?. *Psychological Science*, 8, 37-42.

Russell, D. W., Cutrona, C. E., Rose, J. & Yurko, K. (1984). Social and emotional loneliness: An examination of Weiss's typology of loneliness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 313-321.

Sedikides, C., Herbst, K. C., Hardin, D. P., & Daedis, G. J. (2002). Accountability as a Deterrent to self-enhancement: The search for mechanism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 592-605.

Taylor, S. E., Peplau, L.A., & Gollwitzer, P. M. (1995). *Journal of Personality and Social Psychology*. 213-226.

Taylor, S. E., Peplau, L.A., & Sears, D. O. (2000). *Social psychology* (10 ed.). New York: Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางที่ ก 1

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆของมาตรวัด
ความเหงาทางสังคม

ข้อ กระทง	ทิศทาง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				t	p (หนึ่ง ทาง)	CITC ครั้งที่ 1 (N=304)	CITC ครั้งที่ 2 (N=304)	ข้อที่ผ่าน
		กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ						
		(n=83)		(n=84)						
		M	SD	M	SD					
SL01	+	3.72	0.80	2.46	0.94	9.32***	.000	.48	.44	✓
SL02	+	4.02	0.75	2.67	0.88	10.72***	.000	.54	.61	✓
SL03	+	3.72	1.00	2.17	0.79	11.13***	.000	.54	.46	✓
SL04	+	4.16	0.65	2.36	0.80	16.00***	.000	.66	.62	✓
SL05	+	4.00	0.81	2.37	0.79	13.18***	.000	.54	.61	✓
SL06	+	3.78	0.80	2.27	0.75	12.60***	.000	.51	.58	✓
SL07	-	2.61	1.16	1.71	0.74	5.99***	.000	.32	-	-
SL08	+	3.82	0.65	2.74	0.85	9.25***	.000	.47	.54	✓
SL09	-	3.31	1.01	1.89	0.92	9.50***	.000	.41	.42	✓
SL10	+	3.88	0.82	3.19	0.86	5.32***	.000	.24	-	-
SL11	+	3.27	0.90	1.69	0.73	12.45***	.000	.55	.53	✓
SL12	-	3.39	1.02	2.04	0.96	8.79***	.000	.43	-	-
SL13	+	3.07	1.08	1.91	0.82	7.78***	.000	.35	-	-
SL14	+	3.52	0.74	2.24	0.80	10.73***	.000	.52	.57	✓
SL15	-	3.6	0.96	2.49	0.87	7.85***	.000	.36	-	-
SL16	-	3.46	1.05	2.82	1.09	3.84***	.000	.15	-	-

หมายเหตุ ค่า t ที่ขีดเส้นใต้ เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า r วิฤต (302, .05, หนึ่งทาง) \approx .073; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 16 ข้อกระทง; CITC ครั้งที่ 2 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 10 ข้อกระทง

* $p < .05$, หนึ่งทาง. ** $p < .01$, หนึ่งทาง. *** $p < .001$, หนึ่งทาง.

ตารางที่ ก 2

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทบและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ของมาตรวัด
ความเหงาทางสังคม

ข้อ	CITC ครั้งที่ 1	ข้อที่ผ่านการคัดเลือก	CITC ครั้งที่ 2
SL01	.48	✓	.44
SL02	.54	✓	.61
SL03	.54	✓	.46
SL04	.66	✓	.62
SL05	.54	✓	.61
SL06	.51	✓	.58
SL07	.32	-	-
SL08	.47	✓	.54
SL09	.41	✓	.42
SL10	.24	-	-
SL11	.55	✓	.53
SL12	.43	-	-
SL13	.35	-	-
SL14	.52	✓	.57
SL15	.36	-	-
SL16	.15	-	-
$\alpha =$.830		.839

ตารางที่ ก 3

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆของมาตราวัด
ความเหงาทางอารมณ์

ข้อ กระทง	ทิศทาง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				t	p (หนึ่ง หาง)	CITC ครั้งที่ 1 (N=304)	CITC ครั้งที่ 2 (N=304)	ข้อที่ผ่าน
		กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ						
		(n=90)		(n=84)						
		M	SD	M	SD					
EL01	+	3.06	1.02	1.73	0.83	9.47***	.000	.51	.53	✓
EL02	+	3.46	0.89	1.52	0.77	15.37***	.000	.62	.61	✓
EL03	+	3.18	1.00	1.36	0.51	15.29***	.000	.71	.72	✓
EL04	-	2.89	1.18	1.45	0.63	10.15***	.000	.47	-	-
EL05	+	2.35	1.16	1.06	0.24	10.36***	.000	.60	.64	✓
EL06	+	4.12	0.92	3.93	1.02	1.32	.095	-.01	-	-
EL07	+	2.36	0.96	1.08	0.47	11.18***	.000	.61	.63	✓
EL08	+	2.77	0.97	1.36	0.59	11.63***	.000	.62	.67	✓
EL09	+	2.46	0.97	1.06	0.24	13.19***	.000	.72	.74	✓
EL10	-	2.84	0.98	1.63	0.99	8.11***	.000	.33	-	-
EL11	+	2.57	1.01	1.08	0.35	13.14***	.000	.66	.67	✓
EL12	-	2.47	0.95	1.3	0.56	9.99***	.000	.55	.54	✓
EL13	+	4.02	0.91	3.96	1.01	0.40	.346	-.05	-	-
EL14	+	3.39	0.93	2.85	1.16	3.42***	.001	.10	-	-
EL15	-	2.43	0.85	1.79	0.79	5.19***	.000	.37	-	-
EL16	+	3.14	1.00	1.56	0.72	12.07***	.000	.49	-	-
EL17	-	2.37	0.94	1.11	0.31	12.01***	.000	.65	.66	✓

หมายเหตุ ค่า t ที่ขีดเส้นใต้ เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า r วิกฤต (302, .05, หนึ่งหาง) \approx .073; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 17 ข้อกระทง; CITC ครั้งที่ 2 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 10 ข้อกระทง

* $p < .05$, หนึ่งหาง. ** $p < .01$, หนึ่งหาง. *** $p < .001$, หนึ่งหาง.

ตารางที่ ก 4

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทบและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ของมาตรวัด
ความเหงาทางอารมณ์

ข้อ	CITC ครั้งที่ 1	ข้อที่ผ่านการคัดเลือก	CITC ครั้งที่ 2
EL01	.51	✓	.53
EL02	.62	✓	.61
EL03	.71	✓	.72
EL04	.47	-	-
EL05	.60	✓	.64
EL06	-.01	-	-
EL07	.61	✓	.63
EL08	.62	✓	.67
EL09	.72	✓	.74
EL10	.33	-	-
EL11	.66	✓	.67
EL12	.55	✓	.54
EL13	-.05	-	-
EL14	.10	-	-
EL15	.37	-	-
EL16	.49	-	-
EL17	.65	✓	.66
$\alpha =$.849		.895

ตารางที่ ก 5

ที่มา ทิศทาง และน้ำหนักองค์ประกอบในการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตราวัดความเหงา

ที่มาของข้อกระทง		ข้อกระทง	น้ำหนักองค์ประกอบ	
แปล	คิดเพิ่ม		ปัจจัยที่ 1	ปัจจัยที่ 2
	✓	SL01	-.19	.50
	✓	SL02	-.22	.70
	✓	SL03	-.05	.54
	✓	SL04	-.05	.72
	✓	SL05	.03	.74
	✓	SL06	-.01	.71
	✓	SL08	-.09	.64
	✓	SL09	-.01	.53
	✓	SL11	-.01	.63
	✓	SL14	-.07	.67
	✓	EL01	.59	-.15
	✓	EL02	.67	-.14
	✓	EL03	.77	-.09
	✓	EL05	.73	.01
	✓	EL07	.72	-.03
	✓	EL08	.74	-.09
✓		EL09	.82	-.03
	✓	EL11	.75	.01
✓		EL12	.63	-.08
	✓	EL17	.73	-.08

หมายเหตุ EL 09 แปลมาจาก There is no one I can turn to., EL 12 แปลมาจาก There are people I can talk to. (Russell, Peplau, & Cutrona, 1980; Hughes, M. E., Waite, L. J., Hawkey, L. C., & Cacioppo, J. T. (2004).

ตารางที่ ก 6

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆของมาตรวัดการ
เพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

ข้อ กระทง	ทิศทาง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				t	p (หนึ่ง หาง)	CITC ครั้งที่ 1 (N=69)	CITC ครั้งที่ 2 (N=69)	CITC ครั้งที่ 3 (N=69)	ข้อที่ผ่าน
		กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ							
		(n=33)		(n=36)							
		M	SD	M	SD						
Q01	+	3.12	1.05	2.42	0.91	2.99**	.002	.17	-	-	-
Q02	+	3.79	0.74	3.14	.54	4.12***	.000	.33	-	-	-
Q03	+	3.67	.69	2.53	.56	7.54***	.000	.52	.55	.56	✓
Q04	+	3.58	.83	2.69	.62	5.01***	.000	.40	-	-	-
Q05	+	3.24	.71	2.61	.69	3.75***	.000	.28	-	-	-
Q06	+	3.03	.59	2.61	.77	2.57**	.005	.26	-	-	-
Q07	+	3.61	1.00	2.97	.85	2.86**	.003	.24	-	-	-
Q08	+	3.58	.79	2.42	.81	6.02***	.000	.46	.49	.49	✓
Q09	+	3.94	.61	3.14	.59	5.53***	.000	.42	.43	.43	✓
Q10	+	3.91	.81	2.64	.80	6.58***	.000	.53	.56	.56	✓
Q11	+	3.85	.71	3.19	.75	3.71***	.000	.34	-	-	-
Q12	+	3.70	.64	2.97	.65	4.66***	.000	.39	-	-	-
Q13	+	4.18	.85	3.39	.55	4.66***	.000	.34	-	-	-
Q14	+	3.15	1.00	2.69	.92	1.97*	.026	.08	-	-	-
Q15	+	4.06	.75	3.36	.80	3.75***	.000	.23	-	-	-
Q16	+	4.15	.44	3.19	.58	7.69***	.000	.48	.44	.44	✓
Q17	+	4.06	.79	2.97	.70	6.09***	.000	.47	.46	.46	✓

หมายเหตุ ค่า t ที่ขีดเส้นใต้ เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า r วิกฤต (120, .05, หนึ่งหาง) \approx .073; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนี้ๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 30 ข้อกระทง; CITC ครั้งที่ 2 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนี้ๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 15 ข้อกระทง; CITC ครั้งที่ 3 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนี้ๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 13 ข้อกระทง

* $p < .05$, หนึ่งหาง. ** $p < .01$, หนึ่งหาง. *** $p < .001$, หนึ่งหาง.

ข้อ กระทง	ทิศทาง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง หาง)	CITC	CITC	CITC	ข้อที่ผ่าน
		กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ				ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	
		(n=33)		(n=36)				1	2	3	
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			(N=69)	(N=69)	(N=69)	
Q18	+	4.18	.64	3.06	.48	8.28**	.000	.63	.63	.60	✓
Q19	+	3.42	.75	2.58	.60	5.15**	.000	.40	.39	-	-
Q20	+	4.30	.59	3.03	.70	8.19**	.000	.65	.66	.65	-
Q21	+	4.30	.59	3.36	.72	5.91**	.000	.47	.53	.54	✓
Q22	+	4.39	.56	3.22	.59	8.47**	.000	.66	.67	.66	✓
Q23	+	4.00	.56	2.75	.55	9.32**	.000	.62	.71	.72	✓
Q24	+	4.36	.65	3.69	.82	3.72**	.000	.30	-	-	-
Q25	+	4.18	.73	3.25	.55	6.02**	.000	.54	.52	.50	✓
Q26	+	4.03	.68	3.44	.61	3.77**	.000	.43	.32	-	-
Q27	+	4.09	.68	3.33	.63	4.80**	.000	.38	-	-	-
Q28	+	4.03	.73	3.11	.71	5.31**	.000	.40	.46	.47	✓
Q29	+	3.91	.98	3.14	.54	3.99**	.000	.33	-	-	-
Q30	+	4.09	.68	3.47	.65	3.86**	.000	.31	-	-	-

หมายเหตุ ค่า *t* ที่ขีดเส้นใต้ เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า *r* วิกฤต (120, .05, หนึ่งหาง) \approx .073; CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 30 ข้อกระทง; CITC ครั้งที่ 2 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 15 ข้อกระทง; CITC ครั้งที่ 3 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 13 ข้อกระทง

p* < .05, หนึ่งหาง. *p* < .01, หนึ่งหาง. ****p* < .001, หนึ่งหาง.

ตารางที่ ก 7

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทบและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ของมาตรวัด
การเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

ข้อ	CITC ครั้งที่ 1	ข้อที่ผ่าน การคัดเลือก	CITC ครั้งที่ 2	ข้อที่ผ่าน การคัดเลือก	CITC ครั้งที่ 3
Q01	.17	-	-	-	-
Q02	.33	-	-	-	-
Q03	.52	✓	.55	✓	.56
Q04	.40	-	-	-	-
Q05	.28	-	-	-	-
Q06	.26	-	-	-	-
Q07	.24	-	-	-	-
Q08	.46	✓	.49	✓	.49
Q09	.42	✓	.43	✓	.43
Q10	.53	✓	.56	✓	.56
Q11	.34	-	-	-	-
Q12	.39	-	-	-	-
Q13	.34	-	-	-	-
Q14	.08	-	-	-	-
Q15	.23	-	-	-	-
Q16	.48	✓	.44	✓	.44
Q17	.47	✓	.46	✓	.46
Q18	.63	✓	.63	✓	.60
Q19	.40	✓	.39	-	-
Q20	.65	✓	.66	✓	.65
Q21	.47	✓	.53	✓	.54
Q22	.66	✓	.67	✓	.66

ข้อ	CITC ครั้งที่ 1	ข้อที่ผ่านการ คัดเลือก	CITC ครั้งที่ 2	ข้อที่ผ่านการ คัดเลือก	CITC ครั้งที่ 3
Q23	.62	✓	.71	✓	.72
Q24	.30	-	-	-	-
Q25	.54	✓	.52	✓	.50
Q26	.43	✓	.32	✓	-
Q27	.38	-	-	-	-
Q28	.40	✓	.46	✓	.47
Q29	.33	-	-	-	-
Q30	.31	-	-	-	-
α =	.867		.871		.870

ตารางที่ ก 8

ที่มา ทิศทาง และน้ำหนักองค์ประกอบในการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดการเพิ่มคุณค่าให้ตนเอง

ที่มาของข้อกระทง		ข้อกระทง	น้ำหนักองค์ประกอบ
แปล	คิดเพิ่ม		
✓		Q3	.53
✓		Q8	.57
✓		Q9	.35
✓		Q10	.59
✓		Q16	.34
✓		Q17	.46
✓		Q18	.46
✓		Q20	.56
✓		Q21	.49
	✓	Q22	.54
	✓	Q23	.58
	✓	Q25	.42
	✓	Q28	.46

หมายเหตุ Q03 แปลมาจาก leadership ability, Q08 แปลมาจาก public speaking ability, Q09 แปลมาจาก intellectual self-confidence, Q10 แปลมาจาก originality, Q16 แปลมาจาก understanding of others, Q17 แปลมาจาก clarity of personal goals, Q18 แปลมาจาก confidence in the ability to obtain personal goals, Q19 แปลมาจาก personal appearance, Q20 แปลมาจาก self-respect, Q21 แปลมาจาก individuality. (Taylor, S.E., & Gollwitzer, P. M. 1995)

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊ก

คำชี้แจง

แบบสำรวจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสำรวจพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊ก เพื่อนำมาศึกษาและทำการวิจัยของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มผู้วิจัยขอความร่วมมือตอบคำถามในแบบสำรวจนี้ตามความรู้สึกของท่าน และข้อมูลในแบบสำรวจนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ และไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านทั้งสิ้น

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

นางสาวชญญมณ ดิษกุลนรภัทร

นางสาววศิมณ พรพัฒน์กุล

นางสาววิษชาภรณ์ ไกรทิม

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามด้านล่างเหล่านี้

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ ปี เดือน

3. ศึกษาคณะ

4. ชั้นปีที่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊กกรณีนี้ถึงบัญชี(account) เฟซบุ๊กที่ท่านใช้บ่อยที่สุด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน ที่กำหนดให้ตามความคิดของคุณ

1.ความถี่ในการเล่นเฟซบุ๊ก

- 1-3 ครั้ง/เดือน 1-10 ครั้ง/สัปดาห์ 11-20 ครั้ง/สัปดาห์
 21-30ครั้ง/สัปดาห์ 31-40 ครั้ง/สัปดาห์ มากกว่า 40 ครั้ง/สัปดาห์

2.ความถี่ในการเขียนข้อความสถานะบนเฟซบุ๊ก

- น้อยกว่า 3 ครั้ง/เดือน 1-3 ครั้ง/สัปดาห์ 1-5 ครั้ง/วัน
 6-10 ครั้ง/วัน มากกว่า 10 ครั้ง/วัน

3.ระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเฟซบุ๊กโดยเฉลี่ย (ไม่นับรวมการเปิดเฟซบุ๊กทิ้งไว้ในสมาร์ทโฟน)

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน 1-2 ชั่วโมง/วัน 2-3ชั่วโมง/วัน
 3-4 ชั่วโมง/วัน 5-6 ชั่วโมง/วัน 6 ชั่วโมงขึ้นไป

4.ความถี่ในการเปลี่ยนรูปภาพประจำตัว

- น้อยกว่า 3 ครั้ง/เดือน 1-5 ครั้ง/สัปดาห์ 6-10 ครั้ง/สัปดาห์
 มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์

5.จำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊กของคุณ

- น้อยกว่า 100 คน 100-300 คน 301-500 คน
 501-700 คน 701-1,000 คน มากกว่า 1,000 คนขึ้นไป

6. คุณเคยกดไลค์สถานะของเพื่อนหรือไม่ เคย ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 7)

6.1 ความถี่ในการกดไลค์สถานะของเพื่อน

น้อยกว่า 3 ครั้ง/เดือน 1-5 ครั้ง/สัปดาห์ 6-10 ครั้ง/สัปดาห์

มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์

7. คุณเคยกดไลค์สถานะของตนเองหรือไม่ เคย ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 8)

7.1 ความถี่ในการกดไลค์สถานะของตนเอง

น้อยกว่า 3 ครั้ง/เดือน 1-5 ครั้ง/สัปดาห์ 6-10 ครั้ง/สัปดาห์

มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์

8. เพื่อนเคยมากดไลค์สถานะของคุณหรือไม่ เคย ไม่เคย

9. คุณอยากให้เพื่อนมากดไลค์สถานะของคุณ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพๆกัน

ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

10. แอปพลิเคชัน(application)อื่นๆในเฟซบุ๊กที่คุณเล่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เกมส์ ทำQuiz แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร(Links)

กิจกรรม (Events) บันทึก (Notes) ทำนายดวงชะตา

ออกแบบสอบถามเฟซบุ๊ก ask questions

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ภาคผนวก ค

ตัวอย่างมาตรวัดความเหงา

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย O ล้อมรอบตัวเลขในช่องคำตอบของ
กระดาษคำตอบ ที่ตรงกับความรู้สึกหรือการกระทำของท่านมากที่สุดเพียง 1 ตัวเลือก (โปรดตอบ
ให้ครบทุกข้อ)

ความหมายของหมายเลขคำตอบ

- 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
3 = เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆ กัน
4 = ค่อนข้างเห็นด้วย
5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อที่	ความเหงาทางสังคม
1.	ฉันเป็นคนติดเพื่อน
2.	ฉันชอบพบปะผู้คน
ข้อที่	ความเหงาทางอารมณ์
1.	ฉันไม่รู้ดีกลสนิทสนมกับคนรอบข้าง
2.	ไม่มีใครที่รู้จักฉันดีพอ

ภาคผนวก ง

ตัวอย่างมาตรวัด

คำชี้แจง ให้ท่านพิจารณาคคุณสมบัติในรายการแล้วประเมินว่า ท่านมีคุณสมบัติในแต่ละข้อมากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับนิสิต นักศึกษาที่มีอายุเท่ากัน เพศเดียวกัน และอยู่ในสถาบันการศึกษาเดียวกันกับท่าน ท่านคิดว่า ท่านมีคุณสมบัติ ดังกล่าว อยู่ในระดับใด

ความหมายของหมายเลขคำตอบ

- 1 หมายถึง ต่ำกว่าผู้อื่นมาก
- 2 หมายถึง ต่ำกว่าผู้อื่น
- 3 หมายถึง พอๆกับผู้อื่น
- 4 หมายถึง สูงกว่าผู้อื่น
- 5 หมายถึง สูงกว่าผู้อื่นมาก

ข้อที่	ข้อความ
1.	มีทักษะความเป็นผู้นำ
2.	มีทักษะการพูดในที่สาธารณะ