

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง "อิทธิพลของอวัจนภาษาของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ต่อเยาวชน" มีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 408 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยการหาสถิติพื้นฐาน คือการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบาย

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ส่วนตัว และรายได้รวมของครอบครัว
- รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น
- การเปิดรับสารด้านอาการภาษา และวัตรภาษา
- การจดจำสารด้านอาการภาษา และวัตรภาษา
- พฤติกรรมเลียนแบบ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์เพื่อหาความแตกต่างระหว่างกลุ่ม (Anova) และใช้สถิติวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

จากการสำรวจลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	205	50.2
หญิง	203	49.8
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพศชาย จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 และเพศหญิง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 16	105	25.7
17 - 18	79	19.3
19 - 20	129	31.6
21 - 22	57	14.0
23 - 25	38	9.4
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ มีอายุอยู่ในช่วง 19 - 20 ปี มากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมา คือกลุ่มที่มีอายุ 15 - 16 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มที่มีอายุ 23 - 25 ปี จำนวน 38 คน คือร้อยละ 9.4

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ม. 3	56	13.7
ม. 4 - ม. 6 / ปวช.	156	38.2
อนุปริญญา / ปวส.	40	9.8
ปริญญาตรี	150	36.8
สูงกว่าปริญญาตรี	6	1.5
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้มีการศึกษาระดับ ม. 4 - ม. 6 หรือ ปวช. มากที่สุด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3000 บาท	150	36.8
3001 - 6000 บาท	189	46.3
6001 - 9000 บาท	42	10.3
9001 - 12000 บาท	13	3.2
มากกว่า 12000 บาท	14	3.4
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีรายได้ระหว่าง 3001 - 6000 บาท มากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 3000 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 9000 - 12000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัว

รายได้รวมของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10000 บาท	13	3.2
10001 - 20000 บาท	91	22.3
20001 - 30000 บาท	105	25.7
มากกว่า 30000 บาท	199	48.8
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้รวมของครอบครัวมากกว่า 30000 บาท จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ ระหว่าง 20001 - 30000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 10000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงปริมาณเฉลี่ยของความชอบในการทำกิจกรรม

กิจกรรม	ปริมาณเฉลี่ย	SD.
ซื้อของตามศูนย์การค้า	3.76	.94
เล่นกีฬา	3.41	1.06
ไปเที่ยวต่างจังหวัด	3.36	1.11
ทำงานอดิเรก เช่น อ่านหนังสือ	3.46	1.03
ช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่างๆ	2.77	.92
หาความรู้เพิ่มเติม เช่น เรียนภาษา	2.90	1.04
มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	2.71	.99
ดูภาพยนตร์ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์	4.39	.79
เป็นสมาชิกสโมสรที่สนใจ	2.51	1.12
หางานพิเศษทำ	2.36	1.19

*ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 5.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุดคือ ดูภาพยนตร์ ฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์ โดยมีปริมาณเฉลี่ย 4.39 ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ไปซื้อของตามศูนย์การค้า โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.76 ส่วนการหางานพิเศษทำ เป็นกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างชอบทำน้อยที่สุด มีปริมาณเฉลี่ย 2.36

ตารางที่ 7 แสดงปริมาณเฉลี่ยของความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง

ความสนใจ	ปริมาณเฉลี่ย
ความสนใจแพชั่น	2.92
ความสนใจครอบครัว	3.85
ความสนใจนักเรียน	3.43
ความสนใจการทำงาน	3.67

*ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 5.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในครอบครัวมากที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.85 ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ความสนใจในการเรียน มีปริมาณเฉลี่ย 3.43 และสนใจแพชั่นน้อยที่สุด มีปริมาณเฉลี่ย 2.92

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงปริมาณเฉลี่ยของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย
ความมีจิตใจคับแคบ	2.68
ความนับถือตนเอง	3.42
ความก้าวร้าวและเป็นศัตรู	2.44
ความกังวลใจ	3.33
เล่ห์เหลี่ยมหลอกลวง	2.93

*ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 5.00

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในลักษณะมีความนับถือตนเอง โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.42 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ความกังวลใจ มีปริมาณเฉลี่ย 3.33 ที่น้อยที่สุดคือ ความมีจิตใจคับแคบ มีปริมาณเฉลี่ย 2.68

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยชมมิวสิควิดีโอของนักร้องไทย

การชมมิวสิควิดีโอ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	395	96.8
ไม่เคย	10	2.5
ไม่ระบุ	3	.7
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยชมมิวสิควิดีโอของนักร้องไทย โดยมีจำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยชมมิวสิควิดีโอมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ
 มิวสิควิดีโอของนักร้องไทย

ระดับการเปิดรับมิวสิควิดีโอ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	284	69.6
กลาง	112	7.5
ไม่เปิดรับ	12	2.9
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมิวสิควิดีโอของนักร้องไทยใน
 ระดับต่ำมากที่สุด คือ 284 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาอยู่ในระดับกลางคือ 112 คน
 คิดเป็นร้อยละ 7.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับมีจำนวนน้อยที่สุด 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการชมมิวสิควิดีโอของนักร้องไทย

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
●ต้องการฟังเพลง	329	80.6
●ต้องการเห็นนักร้อง	194	47.5
●ต้องการดูท่าทาง ทำเดินของนักร้อง	130	31.9
●ต้องการดูเสื้อผ้า ทรงผมของนักร้อง	100	24.5
●ต้องการดูเรื่องราวประกอบเพลง	205	50.2
●เพื่อให้ลืมปัญหาและเรื่องยุ่งยาก	47	11.5
●ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน	220	53.9
●ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป	63	15.4
●นำไปใช้สนทนากับเพื่อน	86	21.1

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่เหตุผลในการชมมิวสิควิดีโอของกลุ่มตัวอย่าง คือ "ต้องการฟังเพลง" จำนวน 329 คน หรือร้อยละ 80.6 รองลงมาคือ "ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน" จำนวน 220 คน หรือร้อยละ 53.9 ส่วนเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกน้อยที่สุดคือ "เพื่อให้ลืมปัญหาและเรื่องยุ่งยาก" จำนวน 47 คน หรือร้อยละ 11.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยชมคอนเสิร์ตของ นักร้องไทย ณ สถานที่เล่นจริง

การชมคอนเสิร์ต ณ สถานที่เล่นจริง	จำนวน	ร้อยละ
เคยชมฟรีคอนเสิร์ต	60	14.7
เคยชมคอนเสิร์ตที่ต้องเสียค่าเข้าชม	83	20.4
เคยชมทั้ง 2 อย่าง	147	36.0
ไม่เคยชม	118	28.9
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยชมทั้งฟรีคอนเสิร์ตและคอนเสิร์ตที่ต้องเสียค่าเข้าชมมีจำนวนมากที่สุดคือ 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยชมเลยมีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เคยชมเฉพาะฟรีคอนเสิร์ตมีน้อยที่สุดคือ 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเข้าชมคอนเสิร์ต ณ สถานที่เล่นจริง

ระดับการเข้าชมคอนเสิร์ต	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	270	66.2
กลาง	21	5.1
ไม่เคยเข้าชม	117	28.7
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าชมคอนเสิร์ตในระดับต่ำ มากที่สุด คือ 270 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 ระดับกลางมีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าชมมีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการชมคอนเสิร์ตของนักร้องไทย ณ สถานที่เล่นจริง

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
●ต้องการฟังเพลงที่ชอบ	190	46.6
●ต้องการใกล้ชิดนักร้องที่ชอบ	142	34.8
●ต้องการดูท่าทางท่าเต้นของนักร้อง	83	20.3
●ต้องการดูเสื้อผ้าทรงผมของนักร้อง	60	14.7
●ต้องการแสดงออกด้วยการเต้นและร้องเพลง	95	23.3
●เพื่อให้ลืมปัญหาและเรื่องยุ่งยาก	30	7.4
●ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน	188	46.1
●ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป	31	7.6
●ไปตามกลุ่มเพื่อน	102	25.0

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่เหตุผลในการชมคอนเสิร์ตของกลุ่มตัวอย่าง คือ "ต้องการฟังเพลงที่ชอบ" จำนวน 190 คน หรือร้อยละ 46.6 รองลงมาคือ "ต้องการใกล้ชิดนักร้องที่ชอบ" จำนวน 142 คน หรือร้อยละ 34.8 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกน้อยที่สุด คือ "เพื่อให้ลืมปัญหาและเรื่องยุ่งยาก" มี 30 คน หรือร้อยละ 7.4

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยชมรายการคอนเสิร์ตของนักร้องไทยทางโทรทัศน์

การชมคอนเสิร์ตทางโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
เคยชมรายการถ่ายทอดสดคอนเสิร์ต	54	13.2
เคยชมรายการเทปบันทึกการแสดงคอนเสิร์ต	28	6.9
เคยชมทั้ง 2 อย่าง	313	76.7
ไม่เคยชม	13	3.2
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยชมทั้งรายการถ่ายทอดสดคอนเสิร์ต และรายการเทปบันทึกการแสดงคอนเสิร์ต มีจำนวนมากที่สุดคือ 313 คน หรือร้อยละ 76.7 รองลงมาคือ กลุ่มที่เคยชมเฉพาะรายการถ่ายทอดสดคอนเสิร์ต จำนวน 54 คน หรือร้อยละ 13.2 ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยชมมีจำนวนน้อยที่สุด 13 คน หรือร้อยละ 3.2

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับรายการคอนเสิร์ตของนักร้องไทยทางโทรทัศน์

การเปิดรับรายการคอนเสิร์ตทางโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	217	53.2
กลาง	180	44.1
ไม่เปิดรับ	11	2.7
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการคอนเสิร์ตทางโทรทัศน์ในระดับต่ำมีมากที่สุด คือ 217 คน หรือร้อยละ 53.2 ระดับกลาง จำนวน 180 คน หรือร้อยละ 44.1 ส่วนกลุ่มที่ไม่เปิดรับรายการคอนเสิร์ตทางโทรทัศน์มี 11 คน หรือร้อยละ 2.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการชมรายการคอนเสิร์ตของนักร้องไทยทางโทรทัศน์

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
● ต้องการฟังเพลงที่ชอบ	336	82.4
● ต้องการเห็นนักร้องที่ชอบ	226	55.4
● ต้องการดูท่าทางท่าเต้นของนักร้อง	141	34.6
● ต้องการดูเสื้อผ้าและทรงผมของนักร้อง	101	24.8
● เพื่อให้ลืมปัญหาและเรื่องยุ่งยาก	33	8.1
● ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน	244	59.8
● ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป	77	18.9
● นำไปใช้สนทนากับเพื่อน	92	22.5

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่เหตุผลในการชมรายการคอนเสิร์ตทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ "ต้องการฟังเพลงที่ชอบ" จำนวน 336 คน หรือร้อยละ 82.4 รองลงมาคือ "ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน" จำนวน 244 คน หรือร้อยละ 59.8 ส่วนเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกน้อยที่สุดคือ "เพื่อให้ลืมปัญหาและเรื่องยุ่งยาก" จำนวน 33 คน หรือร้อยละ 8.1

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจและ
 ชื่นชอบนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์

นักร้อง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD.
มอส ปฏิภาณ	94 (23.0)	112 (27.5)	116 (40.7)	28 (6.9)	8 (2.0)	3.63	.98
ทาทา ชัย	68 (16.7)	116 (28.4)	165 (40.4)	38 (9.3)	21 (5.1)	3.42	1.04
หนุ่ย อำพล	71 (17.4)	108 (26.5)	162 (39.7)	49 (12.0)	18 (4.4)	3.40	1.05
โบ สุนิตา	138 (33.8)	114 (27.9)	126 (30.9)	25 (6.1)	5 (1.2)	3.87	.99
เบิร์ต ธงไชย	52 (12.7)	93 (22.8)	186 (45.6)	52 (12.7)	25 (6.1)	3.23	1.03
นัท มีเรีย	58 (14.2)	123 (30.1)	170 (41.7)	46 (11.3)	11 (2.7)	3.42	.96
เจ เจตริน	62 (15.2)	115 (28.2)	179 (43.9)	37 (9.1)	15 (3.7)	3.42	.98
ลิโอ พนม	57 (14.0)	89 (21.8)	177 (43.4)	65 (15.9)	20 (4.9)	3.24	1.04
อິงค์ อธิติะ	61 (15.0)	102 (25.0)	178 (43.6)	49 (12.0)	18 (4.4)	3.34	1.02
ฟลาย	114 (27.9)	76 (18.6)	139 (34.1)	40 (9.8)	39 (9.6)	3.46	1.26

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจและชื่นชอบ โบ สุนิตา มากที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.87 ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ มอส ปฏิภาณ โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.63 ส่วน เบิร์ต ธงไชยได้รับความสนใจและชื่นชอบน้อยที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.23

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการชมมิวสิควิดีโอของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์

นักร้อง	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD.
มอส ปฏิภาณ	69 (16.9)	157 (38.5)	128 (31.4)	32 (7.8)	22 (5.4)	3.54	1.03
ทาทา ยัง	72 (17.6)	155 (38.0)	123 (30.1)	29 (7.1)	29 (7.1)	3.52	1.08
หนุ่ย อําพล	37 (9.1)	100 (24.5)	162 (39.7)	66 (16.2)	43 (10.5)	3.05	1.09
โบ สุนิตา	120 (29.4)	131 (32.1)	107 (26.2)	28 (6.9)	22 (5.4)	3.73	1.12
เบิร์ด ธงไชย	52 (12.7)	136 (33.3)	143 (35.0)	45 (11.0)	32 (7.8)	3.32	1.08
นัท มีเรีย	45 (11.0)	134 (32.8)	144 (35.3)	59 (14.5)	26 (6.4)	3.28	1.05
เจ เจตริน	45 (11.0)	127 (31.1)	150 (36.8)	52 (12.7)	34 (8.3)	3.24	1.08
ลิโอ ทูม	39 (9.6)	106 (26.0)	143 (35.0)	80 (19.6)	40 (9.8)	3.06	1.11
อิงค์ อชิตะ	43 (10.5)	104 (25.5)	153 (37.5)	65 (15.9)	43 (10.5)	3.10	1.12
พลาย	98 (24.0)	106 (26.0)	119 (29.2)	39 (9.6)	46 (11.3)	3.42	1.26

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างชมมิวสิควิดีโอของโบ สุนิตา มากที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.73 ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ มอส ปฏิภาณ โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.54 ซึ่งอยู่ในระดับสูง กลุ่มตัวอย่างชมมิวสิควิดีโอของหนุ่ย อําพล น้อยที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.05 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการชมคอนเสิร์ตของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ทั้งทางโทรทัศน์และสถานที่เล่นจริง

นักร้อง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD.
มอส ปฏิภาณ	60 (14.7)	110 (27.0)	130 (31.9)	68 (16.7)	40 (9.8)	3.20	1.17
ทาทา ยัง	57 (14.0)	110 (27.0)	136 (33.3)	61 (15.0)	44 (10.8)	3.18	1.17
หนุ่ย อ้าพล	32 (7.8)	61 (15.0)	159 (39.0)	91 (22.3)	65 (15.9)	2.76	1.13
โบ สุนิตา	83 (20.3)	118 (28.9)	98 (24.0)	64 (15.7)	45 (11.0)	3.32	1.27
เบิร์ต ธงไชย	43 (10.5)	94 (23.0)	138 (33.8)	79 (19.4)	54 (13.2)	2.98	1.17
นัท มีเรีย	37 (9.1)	88 (21.6)	153 (37.5)	85 (20.8)	45 (11.0)	2.97	1.11
เจ เจตริน	42 (10.3)	88 (21.6)	154 (37.7)	83 (20.3)	41 (10.0)	3.02	1.11
ลีโอ พุฒ	34 (8.3)	61 (15.0)	149 (36.5)	102 (25.0)	62 (15.2)	2.76	1.13
อิงค์ อธิตะ	30 (7.4)	69 (16.9)	140 (34.3)	109 (26.7)	60 (14.7)	2.75	1.12
ฟลาย	71 (17.4)	78 (19.1)	119 (29.2)	68 (16.7)	72 (17.6)	3.02	1.33

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างชมคอนเสิร์ต (ทั้งทางโทรทัศน์และสถานที่เล่นจริง) ของโบ สุนิตา บ่อยที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.32 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ มอส ปฏิภาณ โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.20 กลุ่มตัวอย่างชมคอนเสิร์ตของ อิงค์ อธิตะ น้อยที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย 2.75

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการจดจำ
อาการภาษาของนักเรียนแกรมมี เอ็นเตอร์เทนเมนท์

ทำเดินของนักเรียน	การจดจำได้		ค่าเฉลี่ย	SD.
	จำนวน	ร้อยละ		
เบิร์ต ธงไชย	318	77.9	.78	.42
อิงค์ อธิตะ	166	40.7	.41	.49
ทาทา ย้ง	271	66.4	.66	.47
ฟลาย	298	73.0	.73	.44
มอส ปฏิภาณ	306	75.0	.75	.43
หนุ่ย อ้าพล	344	84.3	.84	.36
ลีโอ พุฒ	230	56.4	.56	.50
โบ สุนิตา	202	49.5	.50	.50
นัท มีเรีย	271	66.4	.66	.47
เจ เจตริน	257	63.0	.63	.48

*ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 1.00

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถจำอาการภาษา (ท่าทาง
ทำเดิน) ของอ้าพล ลำพูนได้มากที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย .84 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก
รองลงมาคือ มอส ปฏิภาณ โดยมี ปริมาณเฉลี่ย .78 กลุ่มตัวอย่างจำท่าทาง ทำเดินของ
อิงค์ อธิตะได้น้อยที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย .41

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการจดจำ วัตถุประสงค์ของนักเรียนที่มี เอ็นเตอร์เทนเมนท์

เสื้อผ้า ทรงผมของนักเรียน	การจดจำได้		ค่าเฉลี่ย	SD.
	จำนวน	ร้อยละ		
ฟลาย	380	93.1	.93	.25
โบ	373	91.4	.91	.28
เบิร์ต	140	34.3	.34	.48
ลิโอ พูม	285	69.9	.70	.46
ทาทา	360	88.2	.88	.32
มอส	315	77.2	.77	.42
นัท	263	64.5	.64	.48
อัมพล	223	54.7	.55	.50
เจ	262	64.2	.64	.48
อิงค์	178	43.6	.44	.50

*ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 1.00

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำวัตถุประสงค์ (ทรงผม) ของ ฟลายได้มากที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย .93 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก รองลงมาคือ เสื้อผ้าของ โบ สุนิตา ลีติกุล โดยมีปริมาณเฉลี่ย .91 ส่วนกลุ่มที่สามารถจำเสื้อผ้าของเบิร์ต ริงไชยได้ มี น้อยที่สุด มีปริมาณเฉลี่ย .34

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมเลียนแบบอาการภาษาของนักร้องแกรมมี เอ็นเตอร์เทนเมนท์

นักร้อง	พฤติกรรมเลียนแบบ		ค่าเฉลี่ย	SD.
	จำนวน	ร้อยละ		
มอส ปฏิภาณ	160	39.2	.39	.49
ทาทา ยัง	169	41.4	.41	.49
หนุ่ย อัมพล	205	50.2	.50	.50
โบ สุนิตา	125	30.6	.31	.46
เบิร์ต ธงไชย	127	31.1	.31	.46
นัท มีเรีย	122	29.9	.30	.46
เจ เจตริน	175	42.9	.43	.50
ลีโอ ฤฒ	75	18.4	.18	.39
อິงค์ อธิตะ	87	21.3	.21	.41
ฟลาย	126	30.9	.31	.46

*ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 1.00

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลียนแบบอาการภาษา (ท่าทาง ท่าเดิน) ของอัมพล ลำพูนมากที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย .50 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ เจ เจตริน โดยมีปริมาณเฉลี่ย .43 ส่วนกลุ่มที่เลียนแบบท่าทาง ท่าเดินของอິงค์ อธิตะ มีน้อยที่สุด คือปริมาณเฉลี่ย .21

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลียนแบบ
 อากาารภาษาของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
●เพราะชอบและสนใจนักร้องผู้นั้น	109	26.7
●เพราะรู้สึกใกล้ชิดนักร้องผู้นั้น	24	5.9
●อยากประสบความสำเร็จและ โด่งดังเหมือนนักร้อง	13	3.2
●เป็นท่าทาง ท่าเต้นที่ทำตามได้ง่าย	85	20.8
●เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน	28	6.9
●กำลังได้รับความนิยมในสังคมขณะนั้น	50	12.3
●ไม่รู้ระบุ	99	24.3
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม
 เลียนแบบอากาารภาษา (ท่าทาง ท่าเต้น) ของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์คือ
 "เพราะชอบและสนใจนักร้องผู้นั้น" มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ
 "เป็นท่าทาง ท่าเต้นที่ทำตามได้ง่าย" จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ส่วนเหตุผลที่สำคัญ
 น้อยที่สุดคือ "อยากประสบความสำเร็จและโด่งดังเหมือนนักร้อง" มีจำนวน 13 คน หรือ
 ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ไม่เลียนแบบ
 อากาภาษาของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
●เชื่อมั่นในตนเองไม่ชอบทำตามใคร	57	14.0
●เป็นท่าทางที่ยากเกินไปทำตามไม่ได้	128	31.4
●ไม่ชอบและไม่สนใจนักร้อง	71	17.4
●อายไม่กล้าทำ	105	25.7
●ไม่อยากประสบความสำเร็จเหมือนนักร้อง แต่อยากประสบความสำเร็จด้านอื่นมากกว่า	29	7.1
●ไม่ระบุ	18	4.4
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม
 เลียนแบบอากาภาษา (ท่าทาง ท่าเดิน) ของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ คือ
 'เป็นท่าทางที่ยากเกินไปทำตามไม่ได้' จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาคือ
 'อายไม่กล้าทำ' จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่วนเหตุผลที่สำคัญน้อยที่สุดคือ
 'ไม่อยากประสบความสำเร็จเหมือนนักร้อง แต่อยากประสบความสำเร็จด้านอื่นมากกว่า'
 จำนวน 29 คน หรือร้อยละ 7.1

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรม
เขียนแบบวัตถุประสงค์ของนักเรียนแกรมมี เอ็นเตอร์เทนเมนท์

นักเรียน	การเขียนแบบ		ค่าเฉลี่ย	SD.
	จำนวน	ร้อยละ		
มอส ปฏิภาณ	36	8.8	.10	.37
ทาทา ยัง	82	20.1	.20	.40
หนุ่ย อําพล	64	15.7	.16	.36
โบ สุนิตา	81	19.9	.20	.40
เบิร์ต ธงไชย	17	4.2	.04	.20
นัท มีเรีย	71	17.4	.17	.38
เจ เจตริน	38	9.3	.09	.29
ลีโอ พุฒ	28	6.9	.07	.25
อິงค์ อธิตะ	44	10.8	.11	.31
ฟลาย	26	6.4	.06	.24

*ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 1.00

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมเขียนแบบวัตถุประสงค์ (แต่งกายเขียนแบบ) ทาทา ยัง และโบ สุนิตา มากที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย .20 เท่ากัน ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ รองลงมาจะทำทรงผมเขียนแบบนัท มีเรีย โดยมีปริมาณเฉลี่ย .17 ส่วนกลุ่มที่แต่งกายเขียนแบบเบิร์ต ธงไชย มีน้อยที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย .04

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลียนแบบ วัตถุประสงค์ของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
● เพราะชอบและสนใจนักร้องผู้นั้น	65	15.9
● เพราะรู้สึกใกล้ชิดกับนักร้องผู้นั้น	12	2.9
● อยากประสบความสำเร็จโด่งดัง- เหมือนนักร้อง	8	2.0
● เป็นเสื้อผ้าที่หาซื้อได้ง่าย- หรือเป็นทรงผมที่ทำตามได้ง่าย	65	15.9
● เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน	16	3.9
● กำลังได้รับความนิยมในสังคมขณะนั้น	55	13.5
● ไม่ระบุ	187	45.8
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลียนแบบวัตถุประสงค์ของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ (แต่งกายหรือทำทรงผมเลียนแบบ) คือ "เป็นเสื้อผ้าที่หาซื้อได้ง่ายหรือเป็นทรงผมที่ทำตามได้ง่าย" และ "เพราะชอบและสนใจนักร้อง" มีจำนวนเท่ากันคือ 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 รองลงมาคือ "เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน" จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ส่วนเหตุผลที่สำคัญน้อยที่สุดคือ "อยากประสบความสำเร็จโด่งดังเหมือนนักร้อง" มีจำนวน 8 คน หรือร้อยละ 2.0

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ไม่เลียนแบบ วัตถุประสงค์ของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
●เชื่อมั่นในตนเองไม่ชอบทำตามใคร	91	22.3
●เป็นเสื้อผ้าที่หาซื้อยาก เป็นทรงผมที่ทำตามได้ยาก หรือไม่เหมาะที่จะใช้ในชีวิตประจำวัน	128	31.4
●ไม่ชอบและไม่สนใจนักร้อง	54	13.2
●อายุ ไม่กล้าทำ	75	18.4
●ไม่อยากประสบความสำเร็จเหมือนนักร้อง- แต่อยากประสบความสำเร็จด้านอื่นมากกว่า	24	5.9
●ไม่มีเงินพอจะซื้อเสื้อผ้า ทำผมเหมือนนักร้อง	34	8.3
●ไม่ระบุ	2	0.5
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่มีพฤติกรรมเลียนแบบวัตถุประสงค์ของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ (ไม่แต่งกายหรือทำทรงผมเลียนแบบ) คือ "เป็นเสื้อผ้าที่หาซื้อยาก เป็นทรงผมที่ทำตามได้ยาก หรือไม่เหมาะที่จะใช้ในชีวิตประจำวัน" มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาคือ "เชื่อมั่นในตนเองไม่ชอบทำตามใคร" จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ส่วนเหตุผลที่สำคัญน้อยที่สุดคือ "ไม่อยากประสบความสำเร็จเหมือนนักร้อง แต่อยากประสบความสำเร็จด้านอื่นมากกว่า" มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 วัยรุ่นที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ส่วนตัว รายได้รวมของครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาต่างกัน

ตารางที่ 29 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	t
ชาย	205	3.1649	.871	- 3.90***
หญิง	203	3.4872	.799	

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ศูนย์วิจัยทั่วไป
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทาง
คอนเสิร์ตระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	t
ชาย	205	2.8356	.925	- 3.60***
หญิง	203	3.1606	9000	

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับสารด้าน
อาการภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ตต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่ง
เป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและ
วัตถุภาษาทางคอนเสิร์ตสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทาง
 มิวสิกวิดีโอระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F
15 - 16 ปี	105	3.5676	.6961	4.4426**
17 - 18 ปี	79	3.2962	.9386	
19 - 20 ปี	129	3.2264	.8308	
21 - 22 ปี	57	3.3789	.8355	
23 - 25 ปี	38	2.9711	.9767	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการ
 ภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไป
 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทาง
คอนเสิร์ตระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F
15 - 16 ปี	105	3.3067	.8380	5.2479***
17 - 18 ปี	79	3.0139	.9826	
19 - 20 ปี	129	2.8752	.9011	
21 - 22 ปี	57	2.9211	.9106	
23 - 25 ปี	38	2.6368	.9402	

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการ
ภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ตต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไป
ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาหารภาษาและวัตถุภาษาทาง
มิวสิกวิดีโอระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F
ต่ำกว่า ม.3	56	3.5536	.7234	1.8677
ม.4 - ม.6 / ปวช.	156	3.3654	.8649	
อนุปริญญา	40	3.2450	.8724	
ปริญญาตรี	150	3.2147	.8601	
สูงกว่าปริญญาตรี	6	3.4500	.9247	

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับสารด้าน
อาหารภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไป
ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวิตถฤภาษาทางคอนเสิร์ตระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F
ต่ำกว่าม.3	56	3.3089	.7711	2.8264*
ม.4 - ม.6 / ปวช.	156	3.0321	1.0018	
อนุปริญญา	40	2.9550	.8608	
ปริญญาตรี	150	2.8460	.8924	
สูงกว่าปริญญาตรี	6	3.2500	.8167	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวิตถฤภาษาทางคอนเสิร์ตต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทาง
 มิวสิกวิดีโอระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ส่วนตัวต่างกัน

รายได้ส่วนตัว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F
ต่ำกว่า 3000 บาท	150	3.3747	.8404	.4015
3001 - 6000 บาท	189	3.3122	.7939	
6001 - 9000 บาท	42	3.2762	1.0328	
9001 - 12000 บาท	13	3.3385	.8996	
มากกว่า 12000 บาท	14	3.1071	1.1069	

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้าน
 อาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไป
 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทาง
คอนเสิร์ตระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ส่วนตัวต่างกัน

รายได้ส่วนตัว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F
ต่ำกว่า 3000 บาท	150	3.0420	.8919	1.1697
3001 - 6000 บาท	189	2.9815	.9197	
6001 - 9000 บาท	42	3.0548	1.0618	
9001 - 12000 บาท	13	3.0615	.7388	
มากกว่า 12000 บาท	14	2.5000	1.0510	

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้าน
อาการภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ตไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไป
ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัณภาษาทาง
 มิวสิกวิดีโอระหว่างกลุ่มที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน

รายได้รวมของครอบครัว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F
ต่ำกว่า 10000 บาท	13	3.5077	.6461	5.1442**
10000 - 20000 บาท	91	3.0736	.9375	
20001 - 30000 บาท	105	3.2505	.8739	
มากกว่า 30000 บาท	199	3.4678	.7782	

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน มีการ
 เปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัณภาษาทางมิวสิกวิดีโอต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
 ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทาง
คอนเสิร์ตระหว่างกลุ่มที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน

รายได้รวมของครอบครัว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F
ต่ำกว่า 10000 บาท	13	2.9154	.6555	.0849
10000 - 20000 บาท	91	2.9725	.9915	
20001 - 30000 บาท	105	2.9924	.8968	
มากกว่า 30000 บาท	199	3.0166	.9299	

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน มีการ
เปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ตไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต (กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น) ของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษา

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น กับ การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษาทางมิวสิควิดีโอ และทางคอนเสิร์ต

ความสัมพันธ์ของตัวแปร		ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
ตัวแปรที่ 1	ตัวแปรที่ 2		
กิจกรรม	- การเปิดรับมิวสิควิดีโอ	.0735	.138
	- การเปิดรับคอนเสิร์ต	.0817	.099
ความสนใจ	- การเปิดรับมิวสิควิดีโอ	.0714	.150
	- การเปิดรับคอนเสิร์ต	.1051*	.034
ความคิดเห็น	- การเปิดรับมิวสิควิดีโอ	-.0230	.643
	- การเปิดรับคอนเสิร์ต	-.0717	.148

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง สามารถพิจารณาความสัมพันธ์ได้ดังนี้

กิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษาทางมิวสิควิดีโอและทางคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทาง
มิวสิกวิดีโอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนความสนใจมี
ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ต อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .1051 ซึ่ง
เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทาง
มิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อ 3 การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา มีความสัมพันธ์กับการจดจำสารด้านอาการภาษา

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ต กับการจดจำสารด้านอาการภาษา

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ กับการจดจำได้	ระดับนัยสำคัญ
การเปิดรับมิวสิกวิดีโอ	.8026***	.000
การเปิดรับคอนเสิร์ต	.6859***	.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางแสดงให้เห็นว่า การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจดจำสารด้านอาการภาษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในลักษณะที่สอดคล้องกัน โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .8026 และ .6859 ตามลำดับ ที่ระดับ 0.001 แสดงว่า คนที่เปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ตมาก มีแนวโน้มที่จะจดจำสารด้านอาการภาษาได้มาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อ 4 การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษา มีความสัมพันธ์กับการจดจำสารด้านวัตุภาษา

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ต กับการจดจำสารด้านวัตุภาษา

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ กับการจดจำได้	ระดับนัยสำคัญ
การเปิดรับมิวสิกวิดีโอ	.7858***	.000
การเปิดรับคอนเสิร์ต	.6567***	.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางแสดงให้เห็นว่า การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจดจำสารด้านวัตุภาษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในลักษณะที่สอดคล้องกัน โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .7858 และ .6567 ตามลำดับ ที่ระดับ 0.001 แสดงว่า คนที่เปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ตมาก มีแนวโน้มที่จะจดจำสารด้านวัตุภาษาได้มาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อ 5 การจดจำสารด้านอาการภาษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลียนแบบ

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการจดจำสารด้านอาการภาษากับพฤติกรรมเลียนแบบ

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับ พฤติกรรมเลียนแบบ	ระดับนัยสำคัญ
การจดจำสารด้านอาการภาษา	.4716***	.000

*** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

จากตารางแสดงให้เห็นว่า การจดจำสารด้านอาการภาษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเลียนแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในลักษณะที่สอดคล้องกัน โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .4716 ที่ระดับ 0.001 แสดงว่า คนที่จดจำสารด้านอาการภาษาได้มาก มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเลียนแบบมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อ 6 การจดจำสารด้านวัตถุภาษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลียนแบบ

ตารางที่ 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการจดจำสารด้านวัตถุภาษา กับ พฤติกรรมเลียนแบบ

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับ พฤติกรรมเลียนแบบ	ระดับนัยสำคัญ
การจดจำสารด้านวัตถุภาษา	.2572***	.000

*** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

จากตารางแสดงให้เห็นว่า การจดจำสารด้านวัตถุภาษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ พฤติกรรมเลียนแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในลักษณะที่สอดคล้องกัน โดยได้ค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .2572 ที่ระดับ 0.001 แสดงว่า คนที่จดจำสารด้าน วัตถุภาษาได้มาก มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเลียนแบบมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย