

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมกาเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร*

Entertainment media exposure behavior and Imitation behavior of Gen Z in Bangkok

เอ็มอชานา นามสาย*
รชชาติ จันทรเวโรจน์**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมกาเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันด้วยค่า Independent-Samples T-Test การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) F-test และใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson’s Correlation) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 23 ปี ศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโดยส่วนใหญ่รับชมสื่อบันเทิง เวลา 18.00 น. – 22.00 น. มีระยะเวลาในการรับชมสื่อ 1 ชั่วโมง ความถี่ในการรับชมสื่อ 2 – 3 ครั้งต่อวัน โดยรับชมสื่อที่บ้าน ใช้อุปกรณ์ในการรับชมสื่อ คือ สมาร์ทโฟน สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ คือ ช่วยผ่อนคลายความเครียด มีความชอบในการรับชมสื่อเพราะว่าการดำเนินเรื่องหรือเนื้อหารายการเป็นแบบที่ชอบ โดยมีผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีพฤติกรรมกาเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พฤติกรรมกาเปิดรับที่ต่างกันมีพฤติกรรมกาเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกาเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรมกาเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมกาเปิดรับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกาเลียนแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ/ การเลียนแบบ/ เยาวชน

Abstract

This Researching has the purpose for studying “Entertainment media exposure behavior and Imitation behavior of Gen Z in Bangkok”. The group for study is the Juvenile in Bangkok 400 people by using the Questionnaire Survey as The collecting data equipment. The factors that we using to analyze data are The Percentage, The Mean, The Standard Deviation and The Chi-Square Comparison of the differences between 2 independent variables together with Independent-Samples T-Test. Comparison of the differences between two variables with one-way analysis of variance (ANOVA), F-test and statistical values. Pearson's Correlation Coefficient.

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

**นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

***ดร. อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

The result of the Questionnaire Survey shown that the majority of the sample are female, aged between 21 to 23 years old which the most currently studying in the Bachelor Degree With income below 10,000 baht, most media exposure behavior is viewed at 18.00 - 22.00 hrs. There is a 1 hour media viewing time. The frequency of media viewing is 2-3 times a day by watching media at home Using the device to watch the media is a smartphone. What received from watching the media is to help relieve stress prefer watching the media because the story or content of the program is like. The results of the research hypothesis test are as follows. Different demographic characteristics have different behaviors in imitation of entertainment media of Juvenile in Bangkok. Different exposure behavior has different behaviors in imitation of entertainment media of Juvenile in Bangkok. Factors affecting different imitation behavior has different behaviors in imitation of entertainment media of Juvenile in Bangkok. Demographic characteristics Exposure Behavior And factors that affect imitation behavior is related to the behavior of imitation of entertainment media of Juvenile in Bangkok.

Keywords : Media exposure behavior/ Imitation/ Juvenile

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการใช้ชีวิตประจำวันกับตัวเราอย่างมาก ทุกสาขาอาชีพล้วนมีความจำเป็นต่อการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานเพื่อให้สามารถทำตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการติดต่อสื่อสารของคนภายในองค์กรหรือการสื่อสารระหว่างองค์กรต่าง ๆ ด้วยกัน รวมไปถึงการสื่อสารกับบุคคลภายนอก โดยเครื่องมือที่นิยมใช้ในปัจจุบันคือสื่อออนไลน์เนื่องจากเป็นสื่อที่มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารสามารถรับข้อมูลหรือใช้เพื่อสำหรับการติดต่อสื่อสารได้ตลอดเวลาตั้งแต่ตื่นนอนจนเข้านอน นอกจากนี้เทคโนโลยีในปัจจุบันยังส่งผลทำให้สามารถใช้สื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้มากมายหลากหลายโดยอุปกรณ์ที่เป็นที่นิยมของประชาชน ได้แก่ สมาร์ทโฟน 85.5% คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล 62.0% คอมพิวเตอร์พกพา 48.7% แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ 30.0% สมาร์ททีวี 19.8% (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์)

จะเห็นได้ว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลทำให้คนในสังคมนิยมเลือกที่จะรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากสื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และมีข้อมูลในด้านต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นเรื่องของความบันเทิงส่งผลทำให้ผู้ปกครองส่วนใหญ่นิยมที่จะเลือกติดตั้งอินเทอร์เน็ตสำหรับการช่วยแบ่งเบาภาระในเรื่องของการช่วยดูแลบุตรหลานกันมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ส่งผลทำให้เยาวชนเสพติดอินเทอร์เน็ตและสื่อบันเทิงมากขึ้นตาม โดยเราสามารถเห็นได้จากตัวอย่างข้อมูลของเยาวชนในอเมริกาที่ประสบปัญหาเยาวชนเสพติดอินเทอร์เน็ตและสื่อบันเทิงโดยมีรายละเอียดแสดงให้เห็นดังนี้ คือเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 8 - 18 ปี ใช้เวลาเฉลี่ยโดยประมาณ 7 ชั่วโมงต่อวันในการรับสื่อบันเทิง เยาวชนที่ไม่ได้รับการดูแลจากครอบครัวในการจัดเวลาการรับสื่อมีผลกระทบถึง 47% ที่ผลการเรียนตกต่ำลงถึงจากการเสพติดสื่อออนไลน์ โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ติดสื่อจะใช้เวลาโดยประมาณ 16 ชั่วโมงต่อวันในการเสพสื่อออนไลน์โดยมีอยู่มากถึง 21% ซึ่งสาเหตุมาจากการพัฒนาที่หลากหลายของเทคโนโลยีส่งผลทำให้เยาวชนสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ง่ายขึ้นโดยเห็นได้จากพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์มือถือที่เพิ่มมากขึ้นจาก 39% เป็น 66% (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นพบว่า เยาวชนไทยในปัจจุบันมีอัตราการเสพติดสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อบันเทิงมากขึ้น ส่งผลทำให้เยาวชนสนใจกับการใช้เวลาไปกับกิจกรรมจากสื่อออนไลน์ที่มากขึ้นทำให้เยาวชนยุคใหม่เริ่มใช้เวลาไปกับ

การฟังเพลง เล่นเกม หรือการชมภาพยนตร์ผ่านบนระบบอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังแสดงความรู้สึกของตนเองกับคนรอบข้าง ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้สะดวก นอกจากนี้การเสพสื่อตลอดเวลา ก็จะเป็นการสะสมความเคยชินจนรู้สึกว่าเป็นเรื่องปกติหากสื่อที่เยาวชนได้รับบ่อย ๆ เป็นเรื่องที่แฝงไว้ด้วยความรุนแรงก็จะส่งผลทำให้เยาวชนเกิดพฤติกรรม การเลียนแบบ เพราะเห็นว่ามันเป็นเรื่องปกติก็จะทำให้เยาวชนเกิดการลอกเลียนแบบในสิ่งที่ไม่ดีงามหรือไม่ถูกต้องไม่เหมาะสม สิ่งเหล่านี้ก็ส่งผลกระทบต่อจนกลายเป็นปัญหาของสังคมในอนาคต

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการเปิดรับสื่อบันเทิงที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การเลียนแบบของเยาวชน เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่มีแนวโน้มในการถูกชักจูงได้ง่าย เนื่องจากมีประสบการณ์ที่ไม่มากเพียงพอในการดำรงชีวิต อีกทั้งยังมีจิตใจและอารมณ์ที่อ่อนไหวส่งผลทำให้การตัดสินใจไม่มีความรอบคอบเกิดความรู้สึกคล้อยตามสิ่งต่างๆ ได้ง่ายหากสื่อบันเทิงเหล่านั้นนำเสนอแต่ในทางด้านลบก็จะส่งผลทำให้เยาวชนเกิดการซึมซับจนพัฒนาไปสู่ความเคยชินและส่งผลทำให้เกิดการเลียนแบบสิ่งไม่ดีต่าง ๆ จากสื่อบันเทิงได้ นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่นิยมในใช้อินเทอร์เน็ตสูงมากที่สุดอีกด้วย โดยเฉพาะเยาวชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเมืองที่มีโครงสร้างพื้นฐานทางอินเทอร์เน็ตที่ดีกว่าและพร้อมมากกว่าต่างจังหวัด นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวมเทคโนโลยีต่าง ๆ มากมายส่งผลทำให้มีสื่อบันเทิงมากมายที่เป็นสิ่ง ที่คอยส่งผลต่อพฤติกรรม การเลียนแบบของเยาวชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการทำการศึกษาค้นคว้าที่ส่งผล ต่อพฤติกรรม การเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาพฤติกรรม การเลียนแบบของเยาวชนที่ไม่เหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลียนแบบของเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับสื่อบันเทิงที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลียนแบบของเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรม การเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. พฤติกรรม การเปิดรับที่ต่างกันมีพฤติกรรม การเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรม การเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม การเปิดรับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลียนแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรม การเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและพฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือเยาวชนที่มีช่วงอายุระหว่าง 15 - 25 ปี และอาศัยอยู่เขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอสื่อบันเทิงเพื่อป้องกันพฤติกรรมการเลียนแบบในด้านลบ และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการนำเสนอสื่อบันเทิงเพื่อช่วยพฤติกรรมการเลียนแบบในด้านบวกของเยาวชน อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับนักวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในแง่มุมอื่นต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามสำหรับเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งรายละเอียดวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือเยาวชนที่มีอายุ 15 – 25 ปี และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน
2. หลังจากทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเยาวชนตามแหล่งที่เยาวชนนิยมไป เช่น ห้าง สถานที่เรียนพิเศษ และกำลังเล่นสมาร์ตโฟน
3. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส (Coding) ตามที่กำหนดไว้ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ และนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในคอมพิวเตอร์และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยผู้วิจัยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 83.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.30 ศึกษาอยู่ระดับ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.00 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.00

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมสื่อบันเทิงเวลา 18:00 น. – 22:00 น. คิดเป็นร้อยละ 57.50 ส่วนมากมีระยะเวลาในการรับชมสื่อ ระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 26.00 มีความถี่ในการรับชมสื่อ 2 – 3 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รับชมสื่อที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 94.00 โดยใช้อุปกรณ์ในการรับชมสื่อ คือ สมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 64.00 นิยมใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค คิดเป็นร้อยละ 70.80 สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ คือ ช่วยผ่อนคลายความเครียด คิดเป็นร้อยละ 74.80 ส่วนมากมีความชอบในการรับชมสื่อ เพราะว่า การดำเนินเรื่อง หรือ เนื้อหารายการเป็นแบบที่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 78.00 ส่วนมากมีการสนทนากับผู้ร่วมรับชมสื่อ นานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.50 ชอบสื่อประเภทภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 44.00 โดยรับชมสื่อประเภทเฟสบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 48.00 และเลือกรับชมสื่อคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 85.00

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบของเยาวชน โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.06$) มีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง จำแนกตามรายชื่อ พบว่า เป็นการเลียนแบบทางด้านแฟชั่น มากที่สุด ($\bar{X} = 3.34$) จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.53$) จำแนกตามรายชื่อ พบว่า เป็นการเลียนแบบทางด้านที่อยู่อาศัย มากที่สุด ($\bar{X} = 3.53$) และจำแนกตามพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางการเลี้ยงดู อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.49$) โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า การเลียนแบบทางการศึกษา มากที่สุด ($\bar{X} = 3.41$)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชน โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.56$) จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบ แบบตั้งใจ มากที่สุด ($\bar{X} = 3.62$) ซึ่งจำแนกตามรายชื่อ พบว่า ระดับมาก ได้แก่ การอยู่ก่อนแต่งตามในสื่อบันเทิง ($\bar{X} = 3.46$) จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบ แบบจดจำ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) ซึ่งจำแนกตามรายชื่อ พบว่า ระดับมาก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนตามสื่อบันเทิง ($\bar{X} = 3.78$) จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบแบบทำตาม โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.32$) จำแนกตามรายชื่อ พบว่า ระดับมากที่สุด ได้แก่ นำมุขตลกในสื่อบันเทิงมาใช้ ($\bar{X} = 4.21$) จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบ แบบจงใจ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) จำแนกตามรายชื่อ พบว่า ระดับมาก ได้แก่ การรักเพื่อนและพวกพ้องตามสื่อบันเทิง ($\bar{X} = 3.95$)

ตอนที่ 5 สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ 4 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน คือ รายได้

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ได้แก่ ระยะเวลารับชมสื่อ ความถี่ในการใช้สื่อ ลักษณะสื่อที่นิยม สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ เหตุผลในการชอบชมสื่อ ประเภทสื่อบันเทิงที่ชอบ ประเภทสื่อออนไลน์ที่รับชมสื่อบันเทิง และคนรับชมสื่อ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 2

พฤติกรรมการเปิดรับที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เวลารับชมสื่อ สถานที่รับชมสื่อ ประเภทอุปกรณ์ที่นิยมใช้รับชมสื่อ การสนทนากับผู้ร่วมชมสื่อ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ปัจจัยในการฟังเพลงไทยสากลที่แตกต่างกันมีผลให้การเลือกฟังเพลงไทยแตกต่างกันความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขต

กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางการเลี้ยงดู ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 3

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิง ได้แก่ เวลารับชมสื่อ ความถี่ในการใช้สื่อ สถานที่รับชมสื่อ ประเภทอุปกรณ์ที่นิยมใช้รับชมสื่อ ลักษณะสื่อที่นิยม สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ เหตุผลในการชอบชมสื่อ การสนทนากับผู้ร่วมชมสื่อ ประเภทสื่อบันเทิงที่ชอบ ประเภทสื่อออนไลน์ที่รับชมสื่อบันเทิง และคนรับชมสื่อ

ตารางที่ 1 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน			
เพศ		✓	
อายุ	พฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิง	✓	
ระดับการศึกษา	เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	
รายได้			✓
สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน			
เวลารับชมสื่อ			✓
ระยะเวลารับชมสื่อ		✓	
ความถี่ในการใช้สื่อ		✓	
สถานที่รับชมสื่อ	พฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิง		✓
ประเภทอุปกรณ์ที่นิยมใช้รับชมสื่อ	เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร		✓
ลักษณะสื่อที่นิยม		✓	
สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ		✓	
เหตุผลในการชอบชมสื่อ		✓	
การสนทนากับผู้ร่วมชมสื่อ			✓
ประเภทสื่อบันเทิงที่ชอบ	พฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิง	✓	
ประเภทสื่อออนไลน์ที่รับชมสื่อบันเทิง	เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	
คนรับชมสื่อ		✓	

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน			
ปัจจัยทางกายภาพ		✓	
ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม	พฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิง	✓	
ปัจจัยทางการเลี้ยงดู	เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	
สมมติฐานที่ 4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน			
ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน			
เพศ		✓	
อายุ	ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ	✓	
ระดับการศึกษา	เลียนแบบสื่อบันเทิงเยาวชนในเขต	✓	
รายได้	กรุงเทพมหานคร		✓
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร			
เวลารับชมสื่อ		✓	
ระยะเวลารับชมสื่อ		✓	
ความถี่ในการใช้สื่อ		✓	
สถานที่รับชมสื่อ	ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ	✓	
ประเภทอุปกรณ์ที่นิยมใช้	เลียนแบบสื่อบันเทิงเยาวชนในเขต	✓	
รับชมสื่อ	กรุงเทพมหานคร		
ลักษณะสื่อที่นิยม		✓	
สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ		✓	
เหตุผลในการชอบชมสื่อ		✓	
การสนทนากับผู้ร่วมชมสื่อ		✓	
ประเภทสื่อบันเทิงที่ชอบ	ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ	✓	
ประเภทสื่อออนไลน์ที่รับชมสื่อ	เลียนแบบสื่อบันเทิงเยาวชนในเขต	✓	
บันเทิง	กรุงเทพมหานคร		
คนรับชมสื่อ		✓	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร			
ปัจจัยทางกายภาพ	ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ	✓	
ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม	เลียนแบบสื่อบันเทิงเยาวชนในเขต	✓	
ปัจจัยทางการเลี้ยงดู	กรุงเทพมหานคร	✓	

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.30 ศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักศึกษาเป็นกลุ่มที่นิยมใช้สื่อเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมถึงใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร และความนิยมเหล่านี้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย การซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวิณี บัวบาน (2549) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบดารา และนักร้องของวัยรุ่น โดยศึกษาในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านการแต่งกาย การใช้สินค้าที่มียี่ห้อ และการใช้ภาษาพูด โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.98 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย มีอายุ 14 ปี เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีรายได้ต่อเดือน 1,000 – 2,000 บาท โดยมันติดตามผลงานของดาราจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และมีพฤติกรรมเลียนแบบอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านการลอกเลียนแบบการแต่งกายอยู่ในระดับน้อยโดยวัยรุ่นจะเลือกซื้อเสื้อผ้าตามความเหมาะสมกับกาลเทศะ โดยวัยรุ่นที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบดาราต่างกันส่วนวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลียนแบบดาราไม่ต่างกัน

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมสื่อบันเทิง เวลา 18:00 น. – 22:00 น. มีระยะเวลาในการรับชมสื่อ ระยะเวลา 1 ชั่วโมง รับชมสื่อ 2 – 3 ครั้งต่อวันที่บ้าน โดยใช้อุปกรณ์ในการรับชมสื่อ คือ สมาร์ทโฟน นิยมใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค ซึ่งสิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ คือ ช่วยผ่อนคลายความเครียด ส่วนมากมีความชอบในการรับชมสื่อเพราะว่า การดำเนินเรื่อง หรือ เนื้อหารายการเป็นแบบที่ชอบ ส่วนมากมีการสนทนากับผู้ร่วมรับชมสื่อ นาน ๆ ครั้ง ชอบสื่อประเภทภาพยนตร์ โดยรับชมสื่อประเภทเฟสบุ๊ค และเลือกรับชมสื่อคนเดียว

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักศึกษาส่วนมากนิยมรับชมสื่อผ่านทางอุปกรณ์คือ สมาร์ทโฟน ในช่วงเวลาว่าง เพื่อความบันเทิง หาคำรู้ หรือสนทนา ทำให้เกิดความสนุกสนาน คลายเครียด โดยเลือกรับชมในเรื่องที่ตัวเองสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ ลีณี ธนศศรียานนท์ (มปป) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ (ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Social Media) โดยทำการศึกษาจากผู้ชมภาพยนตร์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์จำนวน 282 คน โดยทำการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Youtube, Twitter, Pantip) ถึงประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าสื่อออนไลน์ในภาพยนตร์มีผู้เปิดรับจำนวนมาก โดยมี Facebook เป็นสื่อที่มีผู้เปิดรับมากที่สุด โดยรองลงมาคือ youtube เนื่องจากเนื้อหาของภาพยนตร์เป็นการสร้างความบันเทิงและเป็นสิ่งที่ผู้รับสารให้ความสนใจมีการนำเสนอที่ง่ายต่อการเข้าใจและสามารถโต้ตอบได้อย่างรวดเร็วกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ

3. ปัจจัยพฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชน โดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีพฤติกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางกายภาพ จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเลียนแบบทางด้านที่อยู่อาศัย การเลียนแบบทางด้านการเข้าสังคม กฎระเบียบทางสังคม การเลียนแบบทางด้านการประพฤติตน การเลียนแบบทางด้านการใช้เหตุผล การเลียนแบบทางด้านการใช้ภาษา การเลียนแบบทางด้านการพูดจา จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางการเลี้ยงดู อยู่ในระดับมาก โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า ระดับมาก ได้แก่ การเลียนแบบทางด้านการศึกษา การเลียนแบบทางด้านคุณธรรม จริยธรรม การเลียนแบบทางด้านความเอาใจใส่ การเลียนแบบทางด้านการตัดสินใจ การเลียนแบบทางด้านการแสดงออกด้านความรัก การเลียนแบบทางด้านการคบหาเพื่อน การเลียนแบบทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับธนวุฒิ เศรษฐฤทธิ์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษา

พฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยทำการศึกษานักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต ปีการศึกษา 2552 – 2553 จำนวน 23,581 คน ถึงบทบาทของศิลปินละครโทรทัศน์ที่เป็นต้นแบบของพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยทำการกำหนดเกณฑ์นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศและการรับชมโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินต้นแบบและละครโทรทัศน์ นอกจากนี้บทบาทของศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์ด้านกระบวนการเรียนรู้จากตัวแบบ ประเภทละครโทรทัศน์ และเหตุผลการชมละครโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

4. พฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาตามรายชื่อ พบว่า จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบ แบบตั้งใจ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การอยู่ก่อนแต่งตามในสื่อบันเทิง การเลือกงานอดิเรกตามสื่อบันเทิง การเลือกใช้สินค้าแบรนด์เนมตามสื่อบันเทิง การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ตาม เช่น โทรศัพท์ สบู่ ยาสระผม ตามสื่อบันเทิง การเลือกรับประทานอาหารตามสื่อบันเทิง จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบ แบบจดจำ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนตามสื่อบันเทิง การดูแลรูปร่างสุขภาพตามสื่อ การออกกำลังกายตามสื่อบันเทิง การดำเนินชีวิต การคิดและการตัดสินใจตามสื่อบันเทิง การตกแต่งห้องนอน ที่อยู่อาศัยตามสื่อบันเทิง จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบ แบบทำตาม โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก จำแนกตามรายชื่อ พบว่า ระดับมากที่สุด ได้แก่ นำมุขตลกในสื่อบันเทิงมาใช้ การนำคำคมในสื่อบันเทิงมาใช้ การพูดคำหยาบตามสื่อบันเทิง การเข้าสังคมตามสื่อบันเทิง ลักษณะนิสัย เช่น ท่าทางการเดิน การหัวเราะ การนั่ง ตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ ระดับปานกลาง ได้แก่ การเล่นการพนันตามสื่อบันเทิง การสูบบุหรี่ตามสื่อบันเทิง การดื่มสุราตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ การใช้สิ่งเสพติดตามสื่อบันเทิง การใช้ความรุนแรงตามสื่อบันเทิง ลักษณะทางแสดงออกทางความรุนแรงตามสื่อบันเทิง จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบ แบบจงใจ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ระดับมาก ได้แก่ การรักเพื่อนและพวกพ้องตามสื่อบันเทิง การให้เกียรติต่อเพศตรงข้ามตามสื่อบันเทิง ลักษณะการแต่งกายเสื้อผ้า การแต่งหน้า ทรงผม ตามสื่อบันเทิง ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ตามสื่อบันเทิง ความเชื่อมั่นในตนเองตามสื่อบันเทิง ความกตัญญูรู้คุณตามสื่อบันเทิง ศักดิ์ศรีของความเป็นลูกผู้ชายผู้หญิงตามสื่อบันเทิง

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ จากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในพัฒนารูปแบบของการผลิตสื่อในด้านการให้ความรู้เพื่อให้เยาวชนเกิดการรับรู้และนำสิ่งที่ได้รับนั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ด้านการใช้ชีวิตประจำวัน ด้านการเรียน และด้านการทำงาน ในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ธนวุฒิ เศษรฤทธิ. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*. การศึกษาเฉพาะบุคคลนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. (2556). *ทฤษฎีจิตวิทยาพัฒนาการ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริอร วิชชาวุธ. (2554). *จิตวิทยาการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ. (2527). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: อักษรพานิชย์.

- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาคิต. 2539. *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุจิตรา ศรีประสิทธิ์ .(2534). *ผลของตัวแบบต่างชนิดที่มีต่อความเชื่อมั่นในตนเองในการฝึกสอนสุขศึกษาของนักศึกษา เจ้าพนักงานสาธารณสุขที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูต่างกัน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการศึกษา, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุรางค์ ไคว้ตระกูล. (2533). *จิตวิทยาการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวิณี บัวบาน. (2549). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบดาราและนักร้องของวัยรุ่น*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัจฉรา ธรรมาภรณ์. (2531). *จิตวิทยาการเรียนรู้*. ปัตตานี: ศึกษาศาสตรมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- Bandura, Albert. (1977). *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bartsch, A., & Viehoff, R. (2010). The Use of Media Entertainment and Emotional Gratification. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5, 2247-2255.
- Vorderer, P., Klimmt, C., & Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment: At the Heart of Media Entertainment. *Communication Theory*, 14(4), 388-408.