

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมกาเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างประชากร จำนวน 400 คน ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยมีการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ความสะดวกในการวิเคราะห์ และการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Means)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (F-Test)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (T-Test)
SS	แทน	ค่าผลรวมกำลังสองของคะแนน (Sum of square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสองของคะแนน (Mean of square)
DF	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ เป็นคำถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อบันเทิงและพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมกาเลียนแบบ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมกาเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิง เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 สมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชนที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-25 ปี และอาศัยอยู่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ และในจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับ คืนมา เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลคำถามทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น จะวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด 4 หัวข้อ ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละตามตารางที่ 4.1-4.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	68	17.00
หญิง	332	83.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 และเป็นเพศชาย มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15 - 17 ปี	48	12.00
18 - 20 ปี	96	24.00
21 - 23 ปี	193	48.30
24 - 25 ปี	63	15.80
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่อายุ 21 – 23 ปี มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมา คือ อายุ 18 – 20 ปี มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ถัดมาคือ อายุ 24 – 25 ปี มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และน้อยที่สุดคือ อายุ 15 – 17 ปี มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	80	20.00
อาชีวศึกษา	0	0.00
อนุปริญญา	24	6.00
ปริญญาตรี	296	74.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ระดับ ปริญญาตรี มีจำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ อนุปริญญา มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	240	60.00
10,000 – 20,000 บาท	132	33.00
20,001 – 30,000 บาท	20	5.00
30,001 – 40,000 บาท	4	1.00
มากกว่า 40,000 บาท	4	1.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 240 คน มี คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ 10,000-20,000 บาท มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ถัดมาคือ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 30,001-40,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับชมสื่อบันเทิง

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เวลา 06:00 น. – 10:00 น.	12	3.00
เวลา 10:01 น. – 14:00 น.	28	7.00
เวลา 14:01 น. – 18:00 น.	24	6.00
เวลา 18:01 น. – 22:00 น.	228	57.00
เวลา 22:01 น. – 02:00 น.	104	26.00
เวลา 02:01 น. – 06:00 น.	4	1.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีการรับชมสื่อ เวลา 18:00 น.-22:00 น. มีจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา เวลา 22:01 น.-02:00 น. มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ถัดมา เวลา 10:01 น.-14:00 น. มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 เวลา 14:01 น.-18:00 น. มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 เวลา 06:00 น.-10:00 น. มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 เวลา 02:01 น.-06:00 น. มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการรับชมสื่อ

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	16	4.00
1 ชั่วโมง	104	26.00
2 ชั่วโมง	88	22.00
3 ชั่วโมง	92	23.00
4 ชั่วโมง	28	7.00
มากกว่า 4 ชั่วโมง	72	18.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการรับชมสื่อ ระยะเวลา 1 ชั่วโมง มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมาคือ 3 ชั่วโมง มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ถัดมาคือ 2 ชั่วโมง มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 มากกว่า 5 ชั่วโมง มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 4 ชั่วโมงมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการรับชมสื่อ

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้งต่อวัน	28	7.00
2-3 ครั้งต่อวัน	184	46.00
4-5 ครั้งต่อวัน	80	20.00
6-7 ครั้งต่อวัน	24	6.00
มากกว่า 7 ครั้งต่อวัน	84	21.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมสื่อ 2-3 ครั้งต่อวัน มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ มากกว่า 7 ครั้งต่อวัน มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ถัดมาคือ 4-5 ครั้งต่อวัน มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 1 ครั้งต่อวัน มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และ 6-7 ครั้งต่อวัน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการรับชมสื่อ

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน	376	94.00
สถานศึกษา	4	1.00
บนรถโดยสาร	4	1.00
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	4	1.00
ที่ทำงาน	12	3.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่รับชมสื่อที่บ้าน มีจำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 รองลงมาคือ ที่ทำงาน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ถัดมาคือ สถานศึกษา มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 บนรถโดยสาร มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ที่ร้านอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมสื่อ

ประเภทอุปกรณ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมาร์ทโฟน	256	64.00
ทีวี	20	5.00
คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	60	15.00
แท็บเล็ต	8	2.00
คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC)	56	14.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์ในการรับชมสื่อคือ สมาร์ทโฟน มีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook) มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ถัดมา คือ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC) มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ทีวี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และแท็บเล็ตมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่นิยมใช้ในการรับชม

ประเภทสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อภาพยนตร์	85	21.30
สื่อโทรทัศน์	16	4.00
สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค	283	70.80
อื่นๆ	16	4.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่นิยมใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 รองลงมา คือ สื่อภาพยนตร์ มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 ถัดมาคือ สื่อโทรทัศน์ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และ อื่น ๆ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ได้แก่ Youtube

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ

สิ่งที่ได้รับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วยผ่อนคลายความเครียด	299	74.80
มีสาระให้ข้อคิด	24	6.00
มีความรู้สึกร่วมในเนื้อหานั้น ๆ	68	17.00
อื่น ๆ	9	2.30
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อคือ ช่วยผ่อนคลายความเครียด มีจำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.80 รองลงมา คือ มีความรู้สึกร่วมในเนื้อหานั้น ๆ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ถัดมาคือ มีสาระให้ข้อคิดมีจำนวน 24 คิดเป็นร้อยละ 6.00 และ อื่น ๆ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ได้แก่ ได้รู้อะไรใหม่ ๆ มากขึ้น ได้จินตนาการว่าตนเองเหมือนบุคคลในเนื้อหานั้น ๆ และได้เคลียดลับในการใช้ชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความชอบของการรับชมสื่อ

ความชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เนื้อหาดี มีคติสอนใจ	44	11.00
ชมตามสมาชิกในครอบครัว	12	3.00
การดำเนินเรื่อง หรือ เนื้อหารายการเป็นแบบที่ชอบ	312	78.00
รายการเป็นแบบที่ชอบ	32	8.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีความชอบในการรับชมสื่อเพราะว่า การดำเนินเรื่อง หรือ เนื้อหารายการเป็นแบบที่ชอบ มีจำนวน 312 คน คิดเป็น

ร้อยละ 78.00 รองลงมาคือ เนื้อหาดี มีคติสอนใจ มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ถัดมาคือ รายการเป็นแบบที่ชอบ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และชมตามสมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสนทนากับผู้ร่วมรับชมสื่อ

การสนทนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกครั้งที่ชอบ	24	6.00
เกือบทุกครั้งที่ชอบ	123	30.80
นาน ๆ ครั้ง	218	54.50
ไม่เคยเลย	35	8.80
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีการสนทนากับผู้ร่วมรับชมสื่อ นาน ๆ ครั้ง มีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา คือ เกือบทุกครั้งที่ชอบ มีจำนวน 123 คิดเป็นร้อยละ 30.80 ถัดมาคือ ไม่เคยเลย มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และทุกครั้งที่ชอบ มีจำนวน 24 คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสื่อที่ชอบ

ประเภทของสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ละคร	28	7.00
ภาพยนตร์	176	44.00
เกมส์โชว์	32	8.00
เรียลลิตีโชว์	28	7.00
รายการเพลง	40	10.00
รายการตลก	60	15.00
อื่น ๆ	36	9.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ชอบสื่อประเภทภาพยนตร์ มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ รายการตลก มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ถัดมาคือ รายการเพลง มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อื่น ๆ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 เกมสโว์ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ละคร มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 เรียลลิตี้โชว์ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อออนไลน์ที่ใช้รับชมสื่อ

ประเภทสื่อออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เว็บไซต์	124	31.00
เฟสบุ๊ก	192	48.00
ไลน์	4	1.00
อินสตาแกรม	16	4.00
ทวิตเตอร์	40	10.00
อื่น ๆ	24	6.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ชอบรับชมสื่อประเภทเฟสบุ๊ก มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา เว็บไซต์ มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ถัดมาทวิตเตอร์ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อื่น ๆ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 อินสตาแกรม มีจำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 4.00 ไลน์ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคนที่รับชมสื่อ

คนที่รับชมสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	340	85.00
ครอบครัว	16	4.00
แฟน	20	5.00
เพื่อน	24	6.00
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เลือกรับชมสื่อคนเดียว มีจำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ เพื่อน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ถัดมาคือ แฟน มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และครอบครัว มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรู้จักเพลง

พฤติกรรมกรรมการเลียนแบบ	ระดับความชื่นชอบ (จำนวน/ร้อยละ)					(\bar{X})	(S.D.)	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ปัจจัยทางกายภาพ						3.06	0.06	ปานกลาง
17. การเลียนแบบทางด้านการวางตัว	28 (7.00)	106 (26.50)	171 (42.75)	68 (17.00)	27 (6.75)	3.10	0.05	ปานกลาง
18. การเลียนแบบทางด้านการแต่งกาย	44 (11.00)	139 (34.75)	119 (29.75)	63 (15.75)	35 (8.75)	3.24	0.06	ปานกลาง
19. การเลียนแบบทางด้านการใช้เครื่องใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องแต่งกาย นาฬิกา เป็นต้น	35 (8.75)	75 (18.75)	164 (41.00)	71 (17.75)	55 (13.75)	2.91	0.056	ปานกลาง
20. การเลียนแบบทางด้านบุคลิกภาพ	35 (8.75)	124 (31.00)	159 (39.75)	39 (9.75)	43 (10.75)	3.17	0.054	ปานกลาง
21. การเลียนแบบทางด้านการแสดงออก	39 (9.75)	132 (33.00)	132 (33.00)	66 (16.50)	31 (7.75)	3.21	0.054	ปานกลาง

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมการ เลียนแบบ	ระดับความชื่นชอบ (จำนวน/ร้อยละ)					(\bar{X})	(S.D.)	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ปัจจัยทางกายภาพ						3.06	0.06	ปานกลาง
22. การเลียน แบบทางด้าน อารมณ์	24 (6.00)	95 (23.75)	142 (35.50)	72 (18.00)	67 (16.75)	2.84	0.057	ปานกลาง
23. การเลียน แบบทางด้าน การจับจ่ายใช้ สอย	32 (8.00)	58 (14.50)	131 (32.75)	100 (25.00)	79 (19.75)	2.66	0.06	ปานกลาง
24. การเลียน แบบทางด้าน แฟชั่น	68 (17.00)	127 (31.75)	108 (27.00)	67 (16.75)	30 (7.50)	3.34	0.06	ปานกลาง
ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม						3.53	0.06	มาก
25. การเลียน แบบทางด้านที่ อยู่อาศัย	62 (15.50)	82 (20.50)	102 (25.50)	92 (23.00)	62 (15.50)	3.53	0.06	มาก
26. การเลียน แบบทางด้าน การตกแต่ง สถานที่	77 (19.25)	99 (24.75)	111 (27.75)	75 (18.75)	38 (9.50)	3.26	0.06	ปานกลาง
27. การเลียน แบบทางด้าน การเข้าสังคม กฎระเบียบทาง สังคม	83 (20.75)	151 (37.75)	109 (27.25)	53 (13.25)	4 (1.00)	3.64	0.05	มาก

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมการ เลียนแบบ	ระดับความชื่นชอบ (จำนวน/ร้อยละ)					(\bar{X})	(S.D.)	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม						3.53	0.06	มาก
28. การเลียนแบบทางด้านการประพฤติน	88 (22.00)	149 (37.25)	110 (27.50)	45 (11.25)	8 (2.00)	3.66	0.05	มาก
29. การเลียนแบบทางด้านการใช้เหตุผล	96 (24.00)	170 (42.50)	107 (26.75)	19 (4.75)	8 (2.00)	3.82	0.05	มาก
30. การเลียนแบบทางด้านการใช้ความรู้แรง	88 (22.00)	100 (25.00)	65 (16.25)	65 (16.25)	82 (20.50)	3.12	0.07	ปานกลาง
31. การเลียนแบบทางด้านการใช้ภาษา	135 (33.75)	148 (37.00)	62 (15.50)	48 (12.00)	7 (1.75)	3.89	0.05	มาก
32. การเลียนแบบทางด้านการพูดหรือคำพูด	138 (34.50)	136 (34.00)	76 (19.00)	47 (11.75)	3 (0.75)	3.90	0.05	มาก
ปัจจัยทางการเลี้ยงดู						3.49	0.05	มาก
33. การเลียนแบบทางด้านการศึกษา	66 (16.50)	116 (29.00)	158 (39.50)	35 (8.75)	25 (6.25)	3.41	0.05	มาก
34. การเลียนแบบทางด้านการตามใจ	66 (16.50)	111 (27.75)	128 (32.00)	39 (9.75)	56 (14.00)	3.23	0.06	ปานกลาง

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมการ เลียนแบบ	ระดับความชื่นชอบ (จำนวน/ร้อยละ)					(\bar{X})	(S.D.)	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ปัจจัยทางการเลี้ยงดู						3.49	0.05	มาก
35. การเลียนแบบทางด้านความเข้มงวด	74 (18.50)	102 (25.50)	121 (30.25)	70 (17.50)	33 (8.25)	3.29	0.06	ปานกลาง
36. การเลียนแบบทางการปล่อยปะละเลย	65 (16.25)	82 (20.50)	115 (28.75)	72 (18.00)	66 (16.50)	3.02	0.07	ปานกลาง
37. การเลียนแบบทางด้านคุณธรรมจริยธรรม	91 (22.75)	126 (31.50)	132 (33.00)	47 (11.75)	4 (1.00)	3.63	0.05	มาก
38. การเลียนแบบทางด้านความเอาใจใส่	78 (19.50)	147 (36.75)	119 (29.75)	50 (12.50)	6 (1.50)	3.60	0.05	มาก
39. การเลียนแบบทางการตัดสินใจ	78 (19.50)	165 (41.25)	111 (27.75)	39 (9.75)	7 (1.75)	3.67	0.05	มาก
40. การเลียนแบบทางการแสดงออกด้านความรัก	93 (23.25)	133 (33.25)	105 (26.25)	46 (11.50)	23 (5.75)	3.57	0.06	มาก
41. การเลียนแบบทางการคบหาเพื่อน	104 (26.00)	130 (32.50)	111 (27.75)	40 (10.00)	15 (3.75)	3.67	0.05	มาก
	รวมทั้งหมด					3.36	0.05	มาก

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมกา รเลียนแบบ	ระดับความชื่นชอบ (จำนวน/ร้อยละ)					(\bar{X})	(S.D.)	แปลค่า
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ปัจจัยทางการเลี้ยงดู						3.49	0.05	มาก
42. การเลียน แบบทางด้าน	89	174	111	7	19	3.77	0.05	มาก
ความรับผิดชอบ	(22.25)	(43.50)	(27.75)	(1.75)	(4.75)			
ต่อสังคม								
	รวมทั้งหมด					3.36	0.05	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชน โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางกายภาพ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ระดับปานกลาง ได้แก่ การเลียนแบบทางด้านแฟชั่น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางการแต่งกาย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางการแสดงออก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางด้านบุคลิกภาพ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางการวางตัว คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางการใช้เครื่องใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องแต่งกาย นาฬิกา เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางด้านอารมณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางการจับจ่ายใช้สอย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06

จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ระดับมาก ได้แก่ การเลียนแบบทางด้านที่อยู่อาศัย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางการค้าสังคม กฎระเบียบทางสังคม คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางการประพฤติน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางการใช้เหตุผล คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางการใช้ภาษา คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางการพูดจา หรือ คำพูด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05

ระดับปานกลาง ได้แก่ การเลียนแบบทางการตกแต่งสถานที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางการใช้ความรุนแรง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07

จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบด้านปัจจัยทางการเลี้ยงดู โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ระดับมาก ได้แก่ การเลียนแบบทางการศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางด้านคุณธรรม จริยธรรม คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางด้านความเอาใจใส่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางการตัดสินใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05

การเลียนแบบทางการแสดงออกด้านความรัก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางการคบหาเพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลียนแบบทางด้านความรับผิดชอบ ต่อสังคม คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05

ระดับปานกลาง ได้แก่ การเลียนแบบทางการตามใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางด้านความข่มขู่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลียนแบบทางการปล่อยปะละเลย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเรียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมกาเรียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมกาเรียนแบบ	ระดับกาเรียนแบบ (จำนวน/ร้อยละ)					(\bar{X})	(S.D.)	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การกาเรียนแบบ แบบตั้งใจ						3.62	0.06	มาก
43. การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานตามสื่อ	92	134	58	40	76	3.32	0.07	ปานกลาง
บ้านเทิง								
44. การอยู่ก่อนแต่งงานในสื่อ	86	161	60	38	55	3.46	0.07	มาก
บ้านเทิง	21.50	40.25	15.00	9.50	13.75			
45. การเลือกงานอดิเรกตามสื่อ	111	180	55	34	20	3.82	0.05	มาก
บ้านเทิง	27.75	45.00	13.75	8.50	5.00			
46. การเลือกใช้สินค้าแบรนด์เนมตามสื่อบ้านเทิง	113	120	66	51	50	3.49	0.07	มาก
บ้านเทิง	28.25	30.00	16.50	12.75	12.50			
47. การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ตาม เช่น โทรศัพท์ สมู่ ยาสระผม ตามสื่อบ้านเทิง	126	151	61	29	33	3.77	0.06	มาก
บ้านเทิง	31.50	37.75	15.25	7.25	8.25			
48. การเลือกรับประทานอาหารตามสื่อบ้านเทิง	130	159	61	27	23	3.87	0.06	มาก
บ้านเทิง	32.50	39.75	15.25	6.75	5.75			

พฤติกรรมกร เลียนแบบ	ระดับการเลียนแบบ (จำนวน/ร้อยละ)					(\bar{X})	(S.D.)	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การเลียนแบบ แบบจดจำ						3.60	0.06	มาก
49. การออกกำลัง กายตามสื่อ บันเทิง	100 25.00	144 36.00	61 15.25	75 18.75	20 5.00	3.57	0.06	มาก
50. สถานที่ ท่องเที่ยวพักผ่อน ตามสื่อบันเทิง	130 32.50	141 35.25	68 17.00	34 8.50	27 6.75	3.78	0.06	มาก
51. การดำเนิน ชีวิต การคิดและ การตัดสินใจตาม สื่อบันเทิง	97 24.25	123 30.75	104 26.00	56 14.00	20 5.00	3.55	0.06	มาก
52. การดำเนิน ชีวิตที่สะดวก สบายตามสื่อ บันเทิง	100 25.00	123 30.75	110 27.50	49 12.25	18 4.50	3.60	0.06	มาก
53. การตกแต่ง ห้องนอน ที่อยู่ อาศัยตามสื่อ บันเทิง	77 19.25	130 32.50	95 23.75	52 13.00	46 11.50	3.35	0.06	มาก
54. การดูแล รูปร่างสุขภาพ ตามสื่อบันเทิง	108 27.00	149 37.25	88 22.00	39 9.75	16 4.00	3.74	0.05	มาก
การเลียนแบบ แบบทำตาม						3.32	0.07	มาก
55. นำมุขตลกใน สื่อบันเทิงมาใช้	202 50.50	134 33.50	33 8.25	8 2.00	23 5.75	4.21	0.05	มากที่สุด

พฤติกรรมกา เรียนแบบ	ระดับการเลียนแบบ (จำนวน/ร้อยละ)					(X̄)	(S.D.)	แปลค่า
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
56. การนำคำคม ในสื่อบันเทิงมาใช้	160 40.00	161 40.25	38 9.50	26 6.50	15 3.75	4.06	0.05	มาก
57. การพูดคำ หยาบตามสื่อ บันเทิง	137 34.25	113 28.25	75 18.75	44 11.00	31 7.75	3.70	0.06	มาก
58. การเล่นเกม พนันตามสื่อ บันเทิง	76 19.00	93 23.25	69 17.25	66 16.50	96 24.00	2.97	0.07	ปาน กลาง
59. การสูบบุหรี่ ตามสื่อบันเทิง	72 18.00	96 24.00	62 15.50	46 11.50	124 31.00	2.87	0.08	ปาน กลาง
60. การดื่มสุรา ตามสื่อบันเทิง	71 17.75	115 28.75	62 15.50	43 10.75	108 27.00	2.99	0.07	ปาน กลาง
61. การใช้สิ่งเสพ ติดตามสื่อบันเทิง	73 18.25	77 19.25	41 10.25	70 17.50	139 34.75	2.69	0.08	ปาน กลาง
62. การใช้ความ รุนแรงตามสื่อ บันเทิง	77 19.25	102 25.50	58 14.50	72 18.00	91 22.75	3.01	0.07	ปาน กลาง
63. การเข้าสังคม ตามสื่อบันเทิง	78 19.50	137 34.25	109 27.25	43 10.75	32 8.00	3.47	0.06	มาก
64. ลักษณะนิสัย เช่น ท่าทางการ เดิน การหัวเราะ การนั่ง ตามสื่อ บันเทิง	79 19.75	135 33.75	105 26.25	46 11.50	35 8.75	3.44	0.06	มาก

พฤติกรรมกร เลียนแบบ	ระดับการเลียนแบบ (จำนวน/ร้อยละ)					(X̄)	(S.D.)	แปลค่า
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
65. ลักษณะทาง								
แสดงออกทาง	84	103	64	71	78	3.11	0.07	ปาน กลาง
ความรุนแรงตาม สื่อบันเทิง	21.00	25.75	16.00	17.75	19.50			
การเลียนแบบ แบบจงใจ						3.72	0.05	มาก
66. ความรักชาติ								
ศาสนา	78	116	100	54	52	3.29	0.06	ปาน กลาง
พระมหากษัตริย์ ตามสื่อบันเทิง	19.50	29.00	25.00	13.50	13.00			
67. ศักดิ์ศรีของ								
ความเป็น ลูกผู้ชายผู้หญิง ตามสื่อบันเทิง	96	142	98	32	32	3.60	0.06	มาก
	24.00	35.50	24.50	8.00	8.00			
68. ความเชื่อมั่น ในตนเองตามสื่อ บันเทิง								
	92	165	99	35	9	3.74	0.05	มาก
	23.00	41.25	24.75	8.75	2.25			
69. ลักษณะการ แต่งกายเสื้อผ้า การแต่งหน้า ทรง ผม ตามสื่อบันเทิง								
	116	152	86	34	12	3.82	0.05	มาก
	29.0	38.0	21.5	8.5	3.0			
70. การให้เกียรติ ต่อเพศตรงข้าม ตามสื่อบันเทิง								
	112	165	84	35	4	3.87	0.05	มาก
	28.00	41.25	21.00	8.75	1.00			
71. ความกตัญญู รู้คุณตามสื่อ บันเทิง								
	80	160	129	23	8	3.70	0.05	มาก
	20.0	40.0	32.3	5.8	2.0			

พฤติกรรมกา รเลียนแบบ	ระดับการเลียนแบบ (จำนวน/ร้อยละ)					(\bar{X})	(S.D.)	แปลค่า
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
72. การรักเพื่อน และพวกพ้องตาม สื่อบันเทิง	107 26.75	191 47.75	81 20.25	16 4.00	5 1.25	3.95	0.04	มาก
73. ความ เชื่อเพื่อเชื่อแม่ ตามสื่อบันเทิง	58 14.50	198 49.50	139 34.75	5 1.25	0 0.00	3.77	0.04	มาก
รวมทั้งหมด						3.56	0.06	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกาการเลียนแบบของเยาวชน โดยรวมอยู่ในระดับ มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

จำแนกตามพฤติกรรมกาการเลียนแบบ แบบตั้งใจ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ระดับมาก ได้แก่ การอยู่ก่อนแต่งตามในสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07 การเลือกงานอดิเรกตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การเลือกใช้สินค้าแบรนด์เนมตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07 การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ตาม เช่น โทรศัพท์ สมู ยาสระผม ตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเลือกรับประทานอาหารตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06

ระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07

จำแนกตามพฤติกรรมกาการเลียนแบบ แบบจดจำ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ระดับมาก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การดูแลรูปร่างสุขภาพตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การดำเนินชีวิตที่สะดวก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การออกกำลังกายตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การดำเนินชีวิต การคิด และการตัดสินใจตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การตกแต่งห้องนอน ที่อยู่อาศัยตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06

จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบ แบบทำตาม โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ระดับมากที่สุด ได้แก่ นำมุขตลกในสื่อบันเทิงมาใช้ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การนำคำคมในสื่อบันเทิงมาใช้ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 การพูดคำหยาบตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 การเข้าสังคมตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 ลักษณะนิสัย เช่น ท่าทางการเดิน การหัวเราะ การนั่ง ตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06

ระดับปานกลาง ได้แก่ การเล่นการพนันตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07 การสูบบุหรี่ตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.08 การดื่มสุราตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07 การใช้สิ่งเสพติดตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.08 การใช้ความรุนแรงตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07 ลักษณะทางแสดงออกทางความรุนแรงตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07

จำแนกตามพฤติกรรมการเลียนแบบ แบบจงใจ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 โดยจำแนกตามรายชื่อ พบว่า

ระดับมาก ได้แก่ การรักเพื่อนและพวกพ้องตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.04 การให้เกียรติต่อเพศตรงข้ามตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 ลักษณะการแต่งกายเสื้อผ้า การแต่งหน้า ทรงผม ตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 ความเชื่อเพื่อเผื่อแผ่ตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.04 ความเชื่อมั่นในตนเองตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 ความกตัญญูรู้คุณตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 ศักดิ์ศรีของความเป็นลูกผู้ชายผู้หญิงตามสื่อบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06

ตอนที่ 5 สมมติฐานการวิจัย

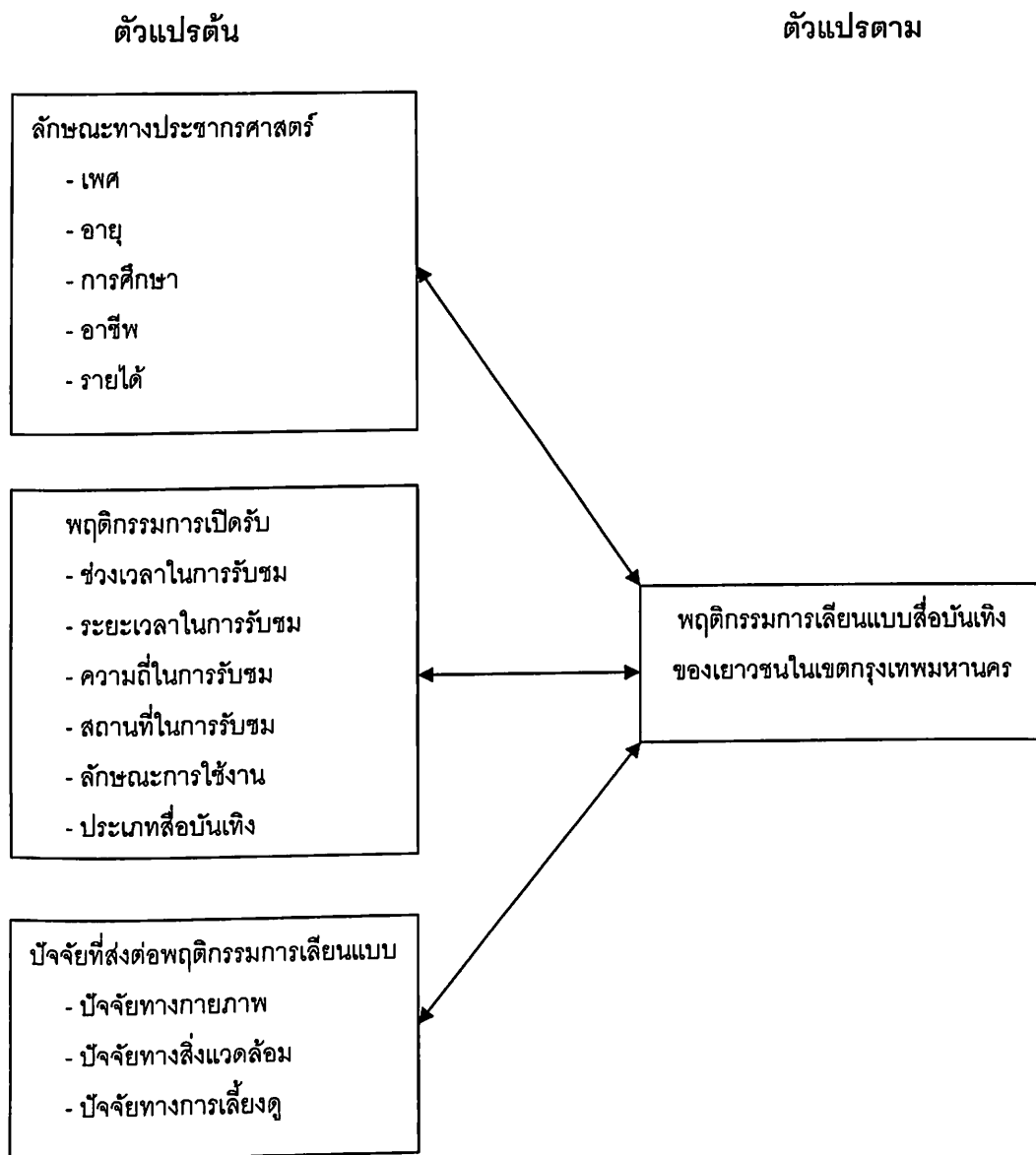
จากการศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมการเลียนแบบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร" มีสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ 4 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร



ภาพประกอบที่ 4.1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เพศ	ระหว่างกลุ่ม	15.835	81	0.195	1.549	0.004*
	ภายในกลุ่ม	39.886	316	0.126		
	รวม	55.721	397			
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	83.516	81	1.031	1.457	0.012*
	ภายในกลุ่ม	223.672	316	0.708		
	รวม	307.188	397			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	149.188	81	1.842	1.403	0.022*
	ภายในกลุ่ม	414.963	316	1.313		
	รวม	564.151	397			
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	44.818	81	0.553	1.049	0.379
	ภายในกลุ่ม	166.679	316	0.527		
	รวม	211.497	397			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาภาพรวม พบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 คือ เพศ (ค่า Sig = 0.004) อายุ (ค่า Sig = 0.012) ระดับการศึกษา (ค่า Sig = 0.022)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน คือ รายได้ (ค่า Sig = 0.379)

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับ
ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
แตกต่างกัน ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova

พฤติกรรมการ เปิดรับสื่อ	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เวลารับชมสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	37.090	29	1.279	1.448	0.066
	ภายในกลุ่ม	326.870	370	.883		
	รวม	363.960	399			
ระยะเวลารับชมสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	215.286	29	7.424	4.071	0.000*
	ภายในกลุ่ม	674.754	370	1.824		
	รวม	890.040	399			
ความถี่ในการใช้สื่อ	ระหว่างกลุ่ม	159.598	29	5.503	4.150	0.000*
	ภายในกลุ่ม	490.642	370	1.326		
	รวม	650.240	399			
สถานที่รับชมสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	9.766	29	0.337	0.553	0.972
	ภายในกลุ่ม	225.274	370	0.609		
	รวม	235.040	399			
ประเภทอุปกรณ์ ที่นิยมใช้รับชมสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	80.173	29	2.765	1.326	0.125
	ภายในกลุ่ม	771.467	370	2.085		
	รวม	851.640	399			
ลักษณะสื่อที่นิยม	ระหว่างกลุ่ม	286.807	29	9.890	4.124	0.000*
	ภายในกลุ่ม	887.233	370	2.398		
	รวม	1174.040	399			
สิ่งที่ได้รับจากการ ชมสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	253.065	29	8.726	9.155	0.000*
	ภายในกลุ่ม	352.695	370	0.953		
	รวม	605.760	399			
เหตุผลในการชอบ ชมสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	38.786	29	1.337	2.917	0.000*
	ภายในกลุ่ม	169.654	370	0.459		
	รวม	208.440	399			

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

พฤติกรรมกา รเปิดรับสื่อ	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การสนทนากับผู้ ร่วมชมสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	21.182	29	.730	1.448	0.066
	ภายในกลุ่ม	186.578	370	.504		
	รวม	207.760	399			
ประเภทสื่อบันเทิงที่ ชอบ	ระหว่างกลุ่ม	689.100	29	23.762	10.950	0.000*
	ภายในกลุ่ม	802.900	370	2.170		
	รวม	1492.000	399			
ประเภทสื่อออนไลน์ ที่รับชมสื่อบันเทิง	ระหว่างกลุ่ม	382.344	29	13.184	9.515	0.000*
	ภายในกลุ่ม	512.696	370	1.386		
	รวม	895.040	399			
คนรับชมสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	60.554	29	2.088	3.671	0.000*
	ภายในกลุ่ม	210.486	370	0.569		
	รวม	271.040	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกา
รเปิดรับสื่อที่ต่างกันมีพฤติกรรมกา
รเปลี่ยนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาภาพรวม
พบว่า

พฤติกรรมกา
รเปิดรับสื่อที่ต่างกันมีพฤติกรรมกา
รเปลี่ยนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขต
กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ได้แก่ ระยะเวลารับชมสื่อ (ค่า Sig = 0.000) ความถี่ในการใช้สื่อ
(ค่า Sig = 0.000) ลักษณะสื่อที่นิยม (ค่า Sig = 0.000) สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ (ค่า Sig = 0.000)
เหตุผลในการชอบชมสื่อ (ค่า Sig = 0.000) ประเภทสื่อบันเทิงที่ชอบ (ค่า Sig = 0.000) ประเภท
สื่อออนไลน์ที่รับชมสื่อบันเทิง (ค่า Sig = 0.000) และคนรับชมสื่อ (ค่า Sig = 0.000) ดังนั้น
จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 2

พฤติกรรมกา
รเปิดรับสื่อที่ต่างกันมีพฤติกรรมกา
รเปลี่ยนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขต
กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เวลารับชมสื่อ (ค่า Sig = 0.066) สถานที่รับชมสื่อ (ค่า Sig

= 0.972) ประเภทอุปกรณ์ที่นิยมใช้รับชมสื่อ (ค่า Sig = 0.125) การสนทนากับผู้ร่วมชมสื่อ (ค่า Sig = 0.066)

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova

ปัจจัยพฤติกรรม การเลียนแบบ	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	307.815	81	3.800	396.160	0.000*
	ภายในกลุ่ม	3.031	316	0.010		
	รวม	310.847	397			
ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	309.701	81	3.823	859.176	0.000*
	ภายในกลุ่ม	1.406	316	0.004		
	รวม	311.107	397			
ปัจจัยทางการเลี้ยงดู	ระหว่างกลุ่ม	317.570	81	3.921	3643.871	0.000*
	ภายในกลุ่ม	0.340	316	0.001		
	รวม	317.910	397			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยในการฟังเพลงไทยสากลที่แตกต่างกันมีผลให้การเลือกฟังเพลงไทยแตกต่างกันความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาภาพรวม พบว่า

ปัจจัยในการฟังเพลงไทยสากลที่แตกต่างกันมีผลให้การเลือกฟังเพลงไทยแตกต่างกันความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ได้แก่ ปัจจัยทางกายภาพ (ค่า Sig = 0.000) ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (ค่า Sig = 0.000) ปัจจัยทางการเลี้ยงดู (ค่า Sig = 0.000) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 3

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธี Crosstab

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เพศ	113.105	81	0.011*
อายุ	324.600	243	0.000*
ระดับการศึกษา	158.270	162	0.568
รายได้	260.873	324	0.996

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิง ได้แก่ เพศ (ค่า Sig = 0.011) อายุ (ค่า Sig = 0.000) ระดับการศึกษา (ค่า Sig = 0.568)

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธี Crosstab

พฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิง	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เวลารับชมสื่อ	405.999	405	0.477
ระยะเวลาการรับชมสื่อ	354.016	405	0.968
ความถี่ในการใช้สื่อ	357.435	324	0.097
สถานที่รับชมสื่อ	918.886	324	0.000*
ประเภทอุปกรณ์ที่นิยมใช้รับชมสื่อ	337.022	324	0.298
ลักษณะสื่อที่นิยม	960.034	243	0.000*
สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ	782.559	243	0.000*

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

พฤติกรรมกรเปิดรับ	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เหตุผลในการชอบชมสื่อ	874.442	243	0.000*
การสนทนากับผู้ร่วมชมสื่อ	755.738	243	0.000*
ประเภทสื่อบันเทิงที่ชอบ	1670.901	486	0.000*
ประเภทสื่อออนไลน์ที่รับชมสื่อบันเทิง	1050.459	405	0.000*
คนรับชมสื่อ	237.623	243	0.585

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า

พฤติกรรมกรเปิดรับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเลียนแบบสื่อบันเทิง ได้แก่ เวลาชมสื่อ (ค่า Sig = 0.477) ความถี่ในการใช้สื่อ (ค่า Sig = 0.097) สถานที่รับชมสื่อ (ค่า Sig = 0.000) ประเภทอุปกรณ์ที่นิยมใช้รับชมสื่อ (ค่า Sig = 0.298) ลักษณะสื่อที่นิยม (ค่า Sig = 0.000) สิ่งที่ได้รับจากการชมสื่อ (ค่า Sig = 0.000) เหตุผลในการชอบชมสื่อ (ค่า Sig = 0.000) การสนทนากับผู้ร่วมชมสื่อ (ค่า Sig = 0.000) ประเภทสื่อบันเทิงที่ชอบ (ค่า Sig = 0.000) ประเภทสื่อออนไลน์ที่รับชมสื่อบันเทิง (ค่า Sig = 0.000) และคนรับชมสื่อ (ค่า Sig = 0.585)

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรเลียนแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเลียนแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธี Crosstab

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมกร เลียนแบบ	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
ปัจจัยทางกายภาพ	9646.894	2025	0.000*
ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม	8523.833	1782	0.000*
ปัจจัยทางการเลี้ยงดู	10165.563	2106	0.000*

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยทางกายภาพ (ค่า Sig = 0.000) ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (ค่า Sig = 0.000) และปัจจัยทางการเลี้ยงดู (ค่า Sig = 0.000)