

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ

ในบทนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนคลับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดจำนวน 470 คน โดยให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered)

ในการวิจัยเชิงปริมาณนั้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับความจริง และการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของแฟนคลับว่าตัวแปรทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร และเพื่อศึกษาถึงผลที่เกิดจากการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคม ว่าแฟนคลับกลุ่มตัวอย่างมีการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมในด้านใดมากและด้านใดน้อย รวมทั้งเพื่อให้ทราบว่าเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารชนิดใดที่นำไปสู่การเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคม นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับความจริง และการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับที่มีอายุแตกต่างกันด้วยว่า อายุที่แตกต่างกันนั้น ได้ก่อให้เกิดความแตกต่างในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับความจริงและการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับหรือไม่ อย่างไร

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตอบโจทย์ในวัตถุประสงค์การวิจัย 4 ข้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มแฟนคลับ, วัตถุประสงค์ในข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับความจริงกับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับ, วัตถุประสงค์ในข้อที่ 5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับ และวัตถุประสงค์ในข้อที่ 6 เพื่อเปรียบเทียบการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ และการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน

โดยผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะทางประชากร, ความถี่ในการเปิดรับ / แสวงหาข่าวสาร, ช่องทางการสื่อสารและเนื้อหาที่เปิดรับ/แสวงหา, การเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง

ตอนที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในประเด็นต่างๆ อันได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มแฟนคลับ , ความสัมพันธ์ระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับ, ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับและความแตกต่างของการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่และการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย

ผลการวิจัยในส่วนนี้นำเสนอข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่ชอบมากที่สุด เหตุผลสำคัญที่ทำให้ชื่นชอบมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ แหล่งเงินในการตอบสนองความชอบ เคยชมมาสค์ไรเดอร์ยุคเก่าหรืออีโรประเภทอื่นๆมาก่อนหรือไม่ และ กิจกรรมที่ทำเพื่อแสดงออกถึงความชื่นชอบในตัวมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	451	96.0
หญิง	19	4.0
รวม	470	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 470 คนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เกือบทั้งหมดเป็นเพศชาย หรือร้อยละ 96.0 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 4.0 ทั้งนี้ เนื่องมาจากภาพยนตร์การ์ตูนชุด

มาส์คไรเดอร์นั้น เป็นภาพยนตร์การ์ตูนที่เน้นจับกลุ่มเป้าหมายเด็กผู้ชายมาตลอด 40 ปี จึงทำให้ฐานผู้ชมที่เป็นเพศชายนั้นมากกว่าเพศหญิงซึ่งเพิ่งเข้ามาเป็นแฟนคลับในยุคใหม่

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
14 – 18 ปี	167	35.5
19 – 23 ปี	131	27.9
24 – 28 ปี	114	24.3
29 – 33 ปี	34	7.2
34 – 38 ปี	14	3.0
39 – 43 ปี	7	1.5
44 – 46 ปี	3	0.6
รวม	470	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 470 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 14 – 18 ปี มากที่สุดคือ ร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 19 – 23 ปี และ 24 – 28 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.9 และ 24.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ เป็นเพราะว่า นอกจากภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาส์คไรเดอร์ยุคใหม่จะถูกผลิตออกมาเพื่อเจาะกลุ่มแฟนคลับวัยเด็กเหมือนที่ผ่านมาแล้ว ผู้ผลิตก็ยังมี การปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้กลุ่มผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นอายุ 14 ปีขึ้นไปจนถึงผู้ใหญ่วัยทำงาน สามารถรับชมได้โดยไม่รู้สึกว่าเป็นภาพยนตร์การ์ตูนสำหรับเด็กอีกด้วย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	236	50.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	128	27.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	47	10.0
สูงกว่าปริญญาตรี	36	7.7
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	17	3.6
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	6	1.3
รวม	470	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า ร้อยละ 27.2 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละเพียง 1.3 คือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	295	62.8
พนักงานบริษัทเอกชน	81	17.2
เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	60	12.8
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	4.7
อาชีพอื่นๆ	12	2.6
รวม	470	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.6 และ 4.7 คือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ และ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจตามลำดับ ทำให้ทราบว่าแฟนคลับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	236	50.2
มากกว่า 11,000 บาท	101	21.5
5,001 - 7,000 บาท	59	12.6
7,001 - 9,000 บาท	40	8.5
9,001 - 11,000 บาท	34	7.2
รวม	470	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 11,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.5 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 9,001 - 11,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 7.2 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน นักศึกษา ซึ่งเป็นวัยที่ยังไม่มีรายได้หรือสามารถหาเงินได้ด้วยตนเอง รายได้ทั้งหมดที่ได้รับจึงมาจากพ่อแม่ ผู้ปกครองแทบทั้งสิ้น

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาพยนตร์การ์ตูนชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่ชื่นชอบมากที่สุด

ภาพยนตร์การ์ตูนชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่ชื่นชอบมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
Kabuto	111	23.6
Decade	78	16.6
Den-O	54	11.5
Faiz	48	10.2
Double	47	10.0
Kuuga	46	9.8
Agito	30	6.4
Kiva	20	4.3
Hibiki	15	3.2
Blade	14	3.0
Ryuki	7	1.5
รวม	470	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ภาพยนตร์การ์ตูนชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบเป็นจำนวนมากที่สุด คือ Masked Rider Kabuto และ Masked Rider Decade ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.6 และ 16.6 ตามลำดับ รองลงมาคือ Masked Rider Den-O ร้อยละ 11.5 ส่วนภาพยนตร์การ์ตูนชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบเป็นจำนวนน้อยที่สุดคือ Masked Rider Ryuki โดยคิดเป็นร้อยละ 1.5

ผู้วิจัยมองว่าการที่ Masked Rider Kabuto และ Masked Rider Den-O ได้รับความนิยม นั้น ปัจจัยสำคัญน่าจะมาจากเอกลักษณ์ของตัวละครที่โดดเด่นจนกลุ่มแฟนคลับประทับใจ และสามารถจดจำได้ดี เช่น ประโยค “คุณย่าเคยบอกเอาไว้ ...” ของ เทนโด โซจิ (มาสค์ไรเดอร์คาบู โตะ) หรือ โนงามิ เรียวทาโร่ (มาสค์ไรเดอร์เดนโอ) ที่จะมีบุคลิกลักษณะ และ รูปแบบการแต่งกาย แตกต่างกันหลายแบบตามนิสัยของปีศาจอิม่าจินที่เข้าสิง เป็นต้น ส่วน Masked Rider Decade ผู้วิจัยมองว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์การ์ตูนชุดนี้ได้รับความนิยมก็คือ การดำเนินเรื่องที่มีการนำมาสค์ไรเดอร์จากทั้งยุคเก่า และ ยุคใหม่ภาคต่างๆมาปรากฏตัวให้แฟนคลับได้หายคิดถึง ทั้งยังมีบทบาทในฐานะตัวแสดงสำคัญของเรื่องอีกด้วย

นอกจากนี้ จะสังเกตได้ว่าความชื่นชอบในภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ ของกลุ่มแฟนคลับที่มีให้กับ Masked Rider Decade ซึ่งยังไม่มีการแพร่ภาพในประเทศไทยนั้น อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับ Masked Rider Kabuto ซึ่งมีการแพร่ภาพในประเทศไทยไปแล้ว ถือเป็น การสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของแฟนคลับภาพยนตร์การ์ตูนชุดนี้ได้ว่าพวกเขาน่าจะมีการเปิดรับ / แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่รวดเร็วกว่าสื่อมวลชนในประเทศไทยด้วยการใช้ สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต จึงทำให้สามารถที่จะทำความรู้จัก ติดตามชม และชื่นชอบมาสค์ไรเดอร์ ยุคใหม่ที่ยังไม่มีการแพร่ภาพในประเทศไทยได้นั่นเอง

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ชื่นชอบมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่

เหตุผลที่สำคัญที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
มีเนื้อหาสนุก ชวนติดตาม	247	52.6
ความแปลกใหม่ของอุปกรณ์ต่างๆที่ไม่มีใน ยุคเก่า	101	21.5
การออกแบบตัวมาสค์ไรเดอร์ที่ดูเท่ โดนใจ	84	17.9
เหตุผลอื่นๆ	27	5.7
มีดารานักแสดงวัยรุ่นชื่อดังของญี่ปุ่นนำแสดง	9	1.9
ตามกระแสความนิยม	2	0.4
รวม	470	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 52.6 ชื่นชอบมาส์คไรเดอร์ยุคใหม่ด้วยเหตุผลสำคัญคือ มีเนื้อหาสนุก ขวนติดตาม รองลงมาคือ ความแปลกใหม่ของอุปกรณ์ต่างๆที่ไม่มีในยุคเก่า และ การออกแบบตัวมาส์คไรเดอร์ที่ดูเท่ โดนใจ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.5 และ 17.9 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 0.4 ชื่นชอบมาส์คไรเดอร์ยุคใหม่ เพราะตามกระแสความนิยม

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งเงินในการใช้จ่ายซื้อสินค้าเกี่ยวกับมาส์คไรเดอร์ยุคใหม่

แหล่งเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินเก็บส่วนตัว	318	67.7
พ่อแม่ / ผู้ปกครอง	182	38.7
รายได้จากงานประจำ	130	27.7
รายได้พิเศษ	80	17.0
แหล่งรายได้อื่นๆ	4	0.9

*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 470)

จากตารางที่ 8 พบว่า แหล่งเงินที่กลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเกี่ยวกับมาส์คไรเดอร์ยุคใหม่นั้นมาจากการใช้เงินเก็บส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาคือ เงินจากพ่อแม่ / ผู้ปกครอง ร้อยละ 38.7 ในขณะที่แหล่งเงินที่กลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเกี่ยวกับมาส์คไรเดอร์ยุคใหม่น้อยที่สุดคือ แหล่งรายได้อื่นๆซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.9 ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่ไม่ต้องการรบกวนเงินจากผู้ปกครอง เพราะรู้ว่าเป็นการใช้จ่ายเงินไปกับสิ่งที่ดูเหมือนไร้สาระ การใช้เงินของตนเองจึงเป็นทางออกที่ดีที่สุดในการตอบสนองความชื่นชอบในส่วนนี้ นอกจากนี้ ข้อมูลข้างต้นยังแสดงให้เห็นถึงการที่แฟนคลับหลีกเลี่ยงที่จะรบกวนเงินจากผู้ปกครองและมีความพยายามในการเก็บเงินด้วยตนเองอีกด้วย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยชอบมาสค์ไรเตอร์ยุคเก่าหรืออีโรอื่นๆมาก่อน

เคยชอบมาสค์ไรเตอร์ยุคเก่าหรืออีโรอื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	438	93.2
ไม่เคย	32	6.8
รวม	470	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 93.2 เคยชอบมาสค์ไรเตอร์ยุคเก่าหรืออีโรอื่นๆมาก่อน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เหลืออีกร้อยละ 6.8 ไม่เคยชอบมาสค์ไรเตอร์ยุคเก่าหรืออีโรอื่นๆมาก่อน ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวในข้างต้นได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของพื้นฐานในการเข้ามาเป็นแฟนคลับของกลุ่มตัวอย่าง ที่กลุ่มหนึ่งเคยชอบมาสค์ไรเตอร์ยุคเก่าหรืออีโรอื่นๆอยู่ก่อนแล้วและนำไปสู่การชอบและเป็นแฟนคลับของมาสค์ไรเตอร์ยุคใหม่ ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งไม่เคยชื่นชอบมาสค์ไรเตอร์ยุคเก่าหรืออีโรอื่นๆมาก่อน โดยมาสค์ไรเตอร์ยุคใหม่เป็นอีโรกลุ่มแรกที่คนกลุ่มนี้เกิดความชื่นชอบและเข้ามาเป็นแฟนคลับ ซึ่งจากความแตกต่างในพื้นฐานของแฟนคลับทั้งสองกลุ่มนี้ได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของมาสค์ไรเตอร์ยุคใหม่ในการเข้าถึงผู้ชมได้ทั้งสองกลุ่ม

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเพื่อแสดงออกถึงความชื่นชอบในตัวมาสค์ไรเตอร์ยุคใหม่

กิจกรรมที่ทำ	จำนวน	ร้อยละ
การสะสมของเล่น / สินค้าต่างๆ	268	57.0
การค้นหาข้อมูล / รายงานข่าวแก่แฟนคลับคนอื่น ๆ	241	51.3
การเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่น	139	29.6
การวาดภาพ / วาดการ์ตูน/แต่งนิยาย	131	27.9
การแต่งกาย	63	13.4
อื่นๆ	19	4.0

*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 470)

จากตารางที่ 10 พบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างทำเพื่อแสดงออกถึงความชื่นชอบในตัววัสดุโรรเคอรยุคใหม่ คือ การสะสมของเล่น / สินค้าต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 57.0 และกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกทำรองลงมาในอันดับต้นๆ คือ การค้นหาข้อมูล / รายงานข่าวแก่แฟนคลับคนอื่นๆ การเรียนภาษาญี่ปุ่น และการวาดภาพ / วาดการ์ตูน/แต่งนิยาย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 51.3 , 29.6 และ 27.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชม / รับฟัง / อ่าน เพลง มิวสิควิดีโอ(PV) VCD/DVD รายการทางโทรทัศน์ คลิปวิดีโอต่างๆจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทความบนอินเทอร์เน็ต และ วิดีโอเกมส์

การรับชม / ฟัง / อ่าน	ปริมาณความถี่ในการแสวงหา / เปิดรับ					— X	ระดับความถี่ในการแสวงหา / เปิดรับ
	ทุกวัน	4 – 6 วัน / สัปดาห์	2 – 3 วัน / สัปดาห์	1 วัน / สัปดาห์	น้อยกว่า 1 วัน / สัปดาห์		
บทความบนอินเทอร์เน็ต	206 (43.8)	109 (23.2)	92 (19.6)	33 (7.0)	30 (6.4)	3.91	สูง
คลิปวิดีโอจากอินเทอร์เน็ต	128 (27.2)	112 (23.8)	113 (24.0)	56 (11.9)	61 (13.0)	3.40	ปานกลาง
เพลง	141 (30.0)	90 (19.1)	77 (16.4)	55 (11.7)	107 (22.8)	3.22	ปานกลาง
VCD/DVD	66 (14.0)	66 (14.0)	117 (24.9)	73 (15.5)	148 (31.5)	2.64	ปานกลาง
มิวสิควิดีโอ (PV)	45 (9.6)	48 (10.2)	93 (19.8)	83 (17.7)	201 (42.8)	2.26	ต่ำ
นิตยสาร	34 (7.2)	57 (12.1)	92 (19.6)	87 (18.5)	200 (42.6)	2.23	ต่ำ
วิดีโอเกมส์	46 (9.8)	34 (7.2)	86 (18.3)	70 (14.9)	234 (49.8)	2.12	ต่ำ
รายการทางโทรทัศน์	23 (4.9)	36 (7.7)	98 (20.9)	102 (21.7)	211 (44.9)	2.06	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	13 (2.8)	6 (1.3)	38 (8.1)	51 (10.9)	362 (77.0)	1.42	ต่ำมาก
รวม						2.58	ต่ำ

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่หรือความบ่อยครั้งของการรับชม / ฟัง/อ่าน สื่อแต่ละชนิดโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

การอ่านบทความบนอินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการอ่านบทความบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการอ่านบทความบนอินเทอร์เน็ตทุกวัน

การรับชมคลิปวิดีโอต่างๆจากอินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชมคลิปวิดีโอต่างๆจากอินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อเพื่อการรับชมคลิปวิดีโอต่างๆจากอินเทอร์เน็ตทุกวัน

การฟังเพลง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับฟังเพลงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อเพื่อฟังเพลงทุกวัน

การรับชม VCD/DVD พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชม VCD/DVD โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อเพื่อการรับชม VCD/DVD น้อยกว่า 1 วัน / สัปดาห์

การรับชมมิวสิกวิดีโอ (PV) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชมมิวสิกวิดีโอ (PV) โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อเพื่อการรับชมมิวสิกวิดีโอ (PV) น้อยกว่า 1 วัน / สัปดาห์

การอ่านนิตยสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการอ่านนิตยสารโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารน้อยกว่า 1 วัน / สัปดาห์

การเล่นวิดีโอเกมส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเล่นวิดีโอเกมส์อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเล่นวิดีโอเกมส์น้อยกว่า 1 วัน / สัปดาห์

การรับชมรายการทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชมรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.06 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อเพื่อการรับชมรายการทางโทรทัศน์น้อยกว่า 1 วัน / สัปดาห์

การอ่านหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.42 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่า 1 วัน / สัปดาห์

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาต่อวันในการรับชม / รับฟัง / อ่าน เพลง มิวสิควิดีโอ(PV) VCD/DVD รายการทางโทรทัศน์ คลิปวิดีโอต่างๆจาก อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทความบนอินเทอร์เน็ต และ วิดีโอเกมส์

การรับชม / ฟัง / อ่าน	ระยะเวลาในการแสวงหา / เปิดรับ					$\bar{x}$	ระดับความถี่ในการแสวงหา / เปิดรับ
	มากกว่า 2 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง – 2 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง – 1 ชั่วโมงครึ่ง	30 นาที – 1 ชั่วโมง	น้อยกว่า 30 นาที		
บทความบนอินเทอร์เน็ต	144 (30.6)	97 (20.6)	102 (21.7)	71 (15.1)	56 (11.9)	3.43	สูง
คลิปวิดีโอต่างๆจากอินเทอร์เน็ต	110 (23.4)	84 (17.9)	89 (18.9)	100 (21.3)	87 (18.5)	3.06	ปานกลาง
VCD/DVD	96 (20.4)	94 (20.0)	92 (19.6)	72 (15.3)	116 (24.7)	2.96	ปานกลาง
เพลง	106 (22.6)	53 (11.3)	60 (12.8)	102 (21.7)	149 (31.7)	2.71	ปานกลาง
วิดีโอเกมส์	56 (11.9)	44 (9.4)	73 (15.5)	57 (12.1)	240 (51.1)	2.19	ต่ำ

ตารางที่ 12 (ต่อ)

การรับชม / ฟัง / อ่าน	ระยะเวลาในการแสวงหา / เปิดรับ					$\bar{x}$	ระดับความถี่ในการแสวงหา / เปิดรับ
	มากกว่า 2 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง – 2 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง – 1 ชั่วโมงครึ่ง	30 นาที – 1 ชั่วโมง	น้อยกว่า 30 นาที		
มิวสิควิดีโอ (PV)	46 (9.8)	47 (10.0)	57 (12.1)	101 (21.5)	219 (46.6)	2.15	ต่ำ
นิตยสาร	34 (7.2)	42 (8.9)	77 (16.4)	108 (23.0)	209 (44.5)	2.11	ต่ำ
รายการทางโทรทัศน์	26 (5.5)	33 (7.0)	73 (15.5)	125 (26.6)	213 (45.3)	2.01	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	13 (2.8)	13 (2.8)	30 (6.4)	50 (10.6)	364 (77.4)	1.43	ต่ำมาก
รวม						2.45	ต่ำ

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการแสวงหา / เปิดรับสื่อต่อวันโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 ทั้งนี้ หากทำการพิจารณาข้อมูลจากตารางข้างต้น จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาต่อวันในการอ่านบทความบนอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงสุด คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.43 รองลงมาคือ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อวันในการรับชมคลิปวิดีโอต่างๆจากอินเทอร์เน็ต และ รับชม VCD/DVD ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.06 และ 2.96 ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อทำการพิจารณาจากข้อมูลในด้านความบ่อยครั้งและระยะเวลาต่อวันในการรับชม/ฟัง/อ่านสื่อบนเทินทิดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับมาศค์ไรเคอรียุคใหม่ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนในการเปิดรับสื่อเพื่ออ่านบทความบนอินเทอร์เน็ตในปริมาณที่สูงกว่าสื่อชนิดอื่นๆทั้งในด้านการบ่อยครั้งและระยะเวลาต่อวันในการรับชม/ฟัง/อ่าน ในขณะที่การรับชมคลิปวิดีโอต่างๆจากอินเทอร์เน็ตนั้น กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาต่อวันในการรับชม และ ความบ่อยครั้งอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่มีความต้องการเปิดรับและแสวงหาความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ อีกทั้งในปัจจุบัน สังคมมีรูปแบบของการเป็นสังคมแห่งความทันสมัยที่มีสื่อเป็นตัวกลาง กลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่ที่อยู่ในวัยรุ่นจึงสามารถ

เข้าถึงและใช้เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่มีความทันสมัยอยู่เสมอ ดังนั้น สัดส่วนของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจึงอยู่ในปริมาณที่สูง

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของความเป็นแฟนแล้ว จะพบว่า แฟนในทัศนะของ McQuail (1994) คือ กลุ่มคนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน และ มีความจงรักภักดีต่อสื่อชนิดนั้นๆอย่างจริงจัง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มแฟนคลับมาส์คไรเดอร์ ก็อาจอธิบายได้ว่า พวกเขามีความชื่นชอบ มีความสนใจใคร่รู้ข่าวสาร เรื่องราวใหม่ๆเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนที่พวกตนชื่นชอบอยู่ตลอดเวลา และในจุดนั้นเองที่สื่อมวลชนไทยไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการข่าวสารที่ทันสมัย ใกล้เคียงกับประเทศญี่ปุ่นของพวกเขาได้ จึงทำให้กลุ่มแฟนคลับเลือกที่จะตอบสนองต่อความต้องการข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับมาส์คไรเดอร์ของตนเองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความสดใหม่ของข้อมูลข่าวสารมากกว่าแทน อันเป็นการสะท้อนภาพของแฟนคลับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาส์คไรเดอร์ยุคใหม่อีกด้วยว่า กลุ่มแฟนคลับในการวิจัยครั้งนี้มีลักษณะเป็น Active Audience เนื่องจากสื่อสมัยใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตนั้นจัดได้ว่าเป็นสื่อเชิงรุกที่ผู้ใช้จะต้องเป็นผู้วิ่งเข้าไปหาสื่อ เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารที่ตนต้องการ ซึ่งแตกต่างจากการรับชมรายการผ่านสื่อเชิงรับอย่างโทรทัศน์นั่นเอง

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการพบเห็นมาส์คไรเดอร์ยุคใหม่ผ่านช่องทางสื่อชนิดต่างๆ

ช่องทางในการพบเห็น มาส์คไรเดอร์ยุคใหม่	ปริมาณการพบเห็น					$\bar{x}$	ระดับ การพบ เห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
อินเทอร์เน็ต	394 (83.8)	51 (10.9)	19 (4.0)	3 (0.6)	3 (0.6)	4.77	สูงมาก
VCD,DVD	120 (25.5)	124 (26.4)	134 (28.5)	40 (8.5)	52 (11.1)	3.47	สูง
ของเล่น เช่น เข็มขัดแปลงร่าง อาวุธ หุ่นจำลองต่างๆ เป็นต้น	120 (25.5)	106 (22.6)	126 (26.8)	51 (10.9)	67 (14.3)	3.34	ปานกลาง
นิตยสาร	80 (17.0)	125 (26.6)	130 (27.7)	58 (12.3)	77 (16.4)	3.16	ปานกลาง

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ช่องทางในการพบเห็น 마스크โรคเฮอร์คิวใหม่	ปริมาณการพบเห็น					$\bar{X}$	ระดับ การพบ เห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เพื่อนฝูง	74 (15.7)	73 (15.5)	128 (27.2)	99 (21.1)	96 (20.4)	2.85	ปานกลาง
วิดีโอเกมส์	60 (12.8)	61 (13.0)	141 (30.0)	81 (17.2)	127 (27.0)	2.67	ปานกลาง
กิจกรรมต่างๆ เช่น คอสเพลย์ ไลฟ์โชว์ ไรด์โชว์ เป็นต้น	48 (10.2)	60 (12.8)	116 (24.7)	122 (26.0)	124 (26.4)	2.54	ต่ำ
รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในประเทศไทย	33 (7.0)	36 (7.7)	133 (28.3)	114 (24.3)	154 (32.8)	2.32	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	12 (2.6)	7 (1.5)	38 (8.1)	80 (17.0)	333 (70.9)	1.48	ต่ำมาก
รวม						2.95	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการพบเห็นหรือเปิดรับสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์การ์ตูนชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่จากช่องทางสื่อชนิดต่างๆในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.95 โดยช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับหรือพบเห็นมากที่สุดคือ ช่องทางจากอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 รองลงมาคือ สื่อ VCD, DVD มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ส่วนช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับหรือพบเห็นมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่น้อยที่สุดคือ ช่องทางจากสื่อหนังสือพิมพ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.48 ซึ่งข้อมูลดังกล่าวในข้างต้นนี้ พบว่าในส่วนของการเปิดรับหรือพบเห็นมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่จากสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลในส่วนของความถี่และระยะเวลาต่อวันในการแสวงหา /เปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างอีกด้วย

ในทางตรงกันข้าม การที่หนังสือพิมพ์กลับเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการพบเห็นมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่น้อยในระดับต่ำมากนั้น อาจอธิบายด้วยเหตุผลได้ว่า ในปัจจุบัน แม้ว่าจะมีหนังสือพิมพ์บางฉบับที่เปิดโอกาสให้มาสค์ไรเดอร์และฮีโร่กลุ่มอื่นๆได้ไปปรากฏอยู่บนคอลัมน์ในฉบับอาทิตยคอลัมน์ “เปิดโลกฮีโร่” ในหนังสือพิมพ์บางกอกทูเดย์ หรือ คอลัมน์ชวนดูภาพยนตร์ของ ต๋อพงษ์

เศวตามร์ ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ แต่ก็ยังถือว่าเป็นเนื้อหาส่วนน้อยเมื่อเทียบกับข่าวบันเทิงประเภทอื่นๆ จึงเป็นเหตุทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสพบเห็นได้ไม่มากนัก

เช่นเดียวกับการพบเห็นมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่จากสื่อโทรทัศน์ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการพบเห็นฮีโร่ของพวกเขาผ่านรายการโทรทัศน์อยู่ในระดับต่ำ ในประเด็นนี้ สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากการออกอากาศภาพยนตร์การ์ตูนชุดนี้ในประเทศไทย มักจะเป็นการแพร่ภาพเฉพาะในช่วงเช้าวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งเป็นช่วงเวลาสำหรับรายการเด็กอย่าง รายการโมเดิร์นไนน์การ์ตูน ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีเท่านั้น จึงทำให้ความบ่อยครั้งของการเปิดรับ / แสวงหาอยู่ในระดับต่ำ ประกอบกับการที่มาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่บางเรื่องมีการออกอากาศทางสถานีเคเบิลทีวีอย่างทิวทัศน์สีในช่องทรูสปาร์ค จึงทำให้โอกาสในการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้บอกรับเป็นสมาชิกเคเบิลทีวีดังกล่าวมีน้อยลงด้วยอีกประการหนึ่ง

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทเนื้อหาที่ได้แสวงหา / เปิดรับเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่

เนื้อหาที่ได้แสวงหา / เปิดรับ	ระดับของคำตอบ					$\bar{x}$	ระดับการแสวงหา / เปิดรับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เรื่องย่อของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่เรื่องต่างๆทั้งฉบับโทรทัศน์และภาพยนตร์ในโรง	158 (33.6)	171 (36.4)	116 (24.7)	18 (3.8)	7 (1.5)	3.97	สูง
ข้อมูลเกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่แต่ละตัว เช่น ชื่อ อาวุธ ความสามารถพิเศษ	148 (31.5)	180 (38.3)	120 (25.5)	18 (3.8)	4 (0.9)	3.96	สูง
ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในตอนต่อไปของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ เช่น ศัตรูใหม่ อาวุธใหม่ ร่างใหม่ เป็นต้น	137 (29.1)	157 (33.4)	136 (28.9)	34 (7.2)	6 (1.3)	3.82	สูง
การวิเคราะห์เรื่องราวของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่โดยแฟนคลับ	113 (24.0)	143 (30.4)	130 (27.7)	53 (11.3)	31 (6.6)	3.54	สูง

ตารางที่ 14 (ต่อ)

เนื้อหาที่ได้แสวงหา / เปิดรับ	ระดับของคำตอบ					$\bar{X}$	ระดับ การ แสวงหา / เปิดรับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับเพลงประกอบของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ เช่น ชื่อศิลปิน เนื้อเพลง เป็นต้น	111 (23.6)	105 (22.3)	149 (31.7)	63 (13.4)	42 (8.9)	3.38	ปานกลาง
ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่กำลังจะวางจำหน่าย เช่น ของเล่น แผ่น VCD,DVD	95 (20.2)	122 (26.0)	148 (31.5)	71 (15.1)	34 (7.2)	3.37	ปานกลาง
การสาธิตวิธีเล่นของเล่นจากมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่	76 (16.2)	77 (16.4)	138 (29.4)	99 (21.1)	80 (17.0)	2.94	ปานกลาง
เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดงในมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่เรื่องต่างๆ เช่น ประวัติ ผลงานที่ผ่านมา	62 (13.2)	81 (17.2)	138 (29.4)	129 (27.4)	60 (12.8)	2.91	ปานกลาง
ผลงานทำมือของกลุ่มแฟนคลับ เช่น ชุดคอสเพลย์ ฟิกซัน ภาพวาด ภาพยนตร์ตัดต่อเอง เป็นต้น	52 (11.7)	68 (14.5)	129 (27.4)	118 (25.1)	103 (21.9)	2.68	ปานกลาง
ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ทั้งในประเทศไทยและญี่ปุ่น เช่น ไลฟ์โชว์ ไรด์โชว์ เป็นต้น	44 (9.4)	60 (12.8)	157 (33.4)	114 (24.3)	95 (20.2)	2.67	ปานกลาง
รวม						3.32	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32 โดยประเด็นในการรับรู้เนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่มีค่าเฉลี่ย

สูงที่สุดคือ เรื่องย่อของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่เรื่องต่างๆทั้งฉบับโทรทัศน์และภาพยนตร์ในโรง และ ข้อมูลเกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่แต่ละตัว เช่น ชื่อ อาวุธ ความสามารถพิเศษ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกันคือ 3.97 และ 3.96 ตามลำดับ รองลงมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในตอนต่อไปของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ เช่น ศัตรูใหม่ อาวุธใหม่ ร่างใหม่ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ส่วนประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เนื้อหาที่น้อยที่สุดได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับผลงานทำมือของกลุ่มแฟนคลับ และ ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ทั้งในประเทศไทยและญี่ปุ่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกันคือ 2.68 และ 2.67 ตามลำดับ

ทั้งนี้ หากพิจารณาลักษณะของเนื้อหาข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับในระดับสูงทั้งหมดแล้ว จะพบได้ว่า ข่าวสารทั้ง 4 ประเภทดังกล่าวล้วนแต่มีการนำเสนอในรูปแบบของบทความที่สามารถหาอ่านได้ตามเว็บไซต์หรือบนกระดานสนทนาออนไลน์ของกลุ่มแฟนคลับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นแนวยอดมนุษย์ทั้งสิ้น ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้ พบว่ามีความสอดคล้องกับระดับความถี่ของการแสวงหา / เปิดรับสื่อประเภทต่างๆของกลุ่มตัวอย่างในตารางที่ 11 และ 12 ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ด้วยการอ่านบทความบนอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับที่สูงเช่นกัน

นอกจากนั้น ข้อมูลข้างต้นยังทำให้ทราบว่าแฟนคลับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่นั้นมีความเป็น Serious Fan และ Active Audience กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจใคร่รู้ในข้อมูลใหม่ๆ ที่เป็นรายละเอียดต่างๆของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่แต่ละตัวอยู่ในระดับสูง เช่นเดียวกับการให้ความสนใจในเนื้อหา เรื่องราวที่กำลังจะเกิดขึ้นในตอนต่อไปของภาพยนตร์การ์ตูนชุดนี้ที่อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า นอกจากกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสนใจติดตามข้อมูลทั้ง 2 ประเด็นข้างต้นแล้ว ในเรื่องของการวิเคราะห์เรื่องราวของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่โดยแฟนคลับก็ยังเป็นอีกเนื้อหาหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างสามารถพบเห็นได้ในระดับที่สูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่นั้น มีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมกับภาพยนตร์การ์ตูนชุดนี้ด้วยการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ นานา ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Michel de Certeau (1984) ที่ได้พูดถึงแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นแฟน โดยให้คำจำกัดความไว้ว่า “วัฒนธรรมแฟนเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนและมีหลากหลายมิติ มีรูปแบบของการเข้าร่วมในหลายระดับ และมีความเป็นเจ้าเข้าเจ้าของในสื่อตัวนั้น อาทิ สื่อหนังสือ ก็จะมีความคิดว่าตน

เป็นเจ้าของบทความสั้นๆและจะต้องมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็น และเป็นตัวแทนที่มีปากมีเสียงให้กับชุมชนหรือกลุ่มของตัวเอง" อีกด้วย

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่านิยมส่งเสริมสังคมที่ได้เรียนรู้จากมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่

ค่านิยมส่งเสริมสังคมที่ ได้เรียนรู้	ระดับการเรียนรู้					$\bar{x}$	ระดับการ เรียนรู้
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ความพยายามเพื่อบรรลุ สิ่งที่มุ่งหวัง	223 (47.4)	161 (34.3)	75 (16.0)	7 (1.5)	4 (0.9)	4.26	สูงมาก
ความกล้าหาญเมื่อต้อง เผชิญกับสถานการณ์ ต่างๆ	220 (46.8)	151 (32.1)	93 (19.8)	3 (0.6)	3 (0.6)	4.24	สูงมาก
ความรับผิดชอบต่อ หน้าที่ของตนเอง	191 (40.6)	179 (38.1)	88 (18.7)	7 (1.5)	5 (1.1)	4.16	สูง
ความเชื่อมั่นในตนเอง เมื่อต้องแก้ไขปัญหาที่ กำลังเผชิญอยู่	185 (39.4)	186 (39.6)	86 (18.3)	10 (2.1)	3 (0.6)	4.15	สูง
การเสียสละความสุข ส่วนตัวเพื่อส่วนรวม	196 (41.7)	160 (34.0)	93 (19.8)	16 (3.4)	5 (1.1)	4.12	สูง
ความยุติธรรม ไม่เอา เปรียบผู้อื่น	192 (40.9)	157 (33.4)	97 (20.6)	14 (3.0)	10 (2.1)	4.08	สูง
ความเมตตา เห็นอกเห็น ใจกับเพื่อนมนุษย์	171 (36.4)	190 (40.4)	90 (19.1)	13 (2.8)	6 (1.3)	4.08	สูง
การพึ่งพาอาศัยกัน ระหว่างเพื่อนฝูงและคน รอบข้าง	167 (35.5)	192 (40.9)	91 (19.4)	14 (3.0)	6 (1.3)	4.06	สูง
ความเป็นผู้นำในการลุก ขึ้นต่อสู้กับความไม่ ยุติธรรมต่างๆ	185 (39.4)	153 (32.6)	108 (23.0)	20 (4.3)	4 (0.9)	4.05	สูง
ความมีปฏิภาณไหวพริบ ในการแก้ปัญหาที่กำลัง เผชิญอยู่	155 (33.0)	184 (39.1)	112 (23.8)	14 (3.0)	5 (1.1)	4.00	สูง

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ค่านิยมส่งเสริมสังคมที่ ได้เรียนรู้	ระดับการเรียนรู้					$\bar{X}$	ระดับการ เรียนรู้
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ความอดทนอดกลั้นเมื่อ ต้องพบกับเหตุการณ์ ต่างๆที่ไม่พึงปรารถนา	141 (30.0)	167 (35.5)	132 (28.1)	24 (5.1)	6 (1.3)	3.88	สูง
ความซื่อสัตย์ต่อตนเอง และผู้อื่น	121 (25.7)	201 (42.8)	127 (27.0)	14 (3.0)	7 (1.5)	3.88	สูง
ความสามัคคีในหมู่คณะ	141 (30.0)	168 (35.7)	126 (26.8)	29 (6.2)	6 (1.3)	3.87	สูง
การไม่ตัดสินผู้อื่นโดยดู จากรูปร่างนอก หรือ ฟัง ข่าวลือมา	148 (31.5)	144 (30.6)	138 (29.4)	31 (6.6)	9 (1.9)	3.83	สูง
ความกตัญญูทุกเวทีต่อผู้ มีพระคุณ	140 (29.8)	153 (32.6)	141 (30.0)	25 (5.3)	11 (2.3)	3.82	สูง
ความสุ่มรอบคอบเมื่อ ต้องลงมือทำสิ่งใดก็ตาม	127 (27.0)	180 (38.3)	128 (27.2)	23 (4.9)	12 (2.6)	3.82	สูง
การให้อภัยแก่ผู้อื่นแม้ว่า คนผู้นั้นจะเป็นศัตรูก็ตาม	121 (25.7)	147 (31.3)	145 (30.9)	38 (8.1)	19 (4.0)	3.67	สูง
ความอ่อนน้อมเชื่อฟังผู้ หลักผู้ใหญ่	85 (18.1)	126 (26.8)	177 (37.7)	62 (13.2)	20 (4.3)	3.41	สูง
รวม						3.96	สูง

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเรียนรู้อ่านนิยมนส่งเสริมสังคมจากภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในระดับที่สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยทั้งหมดเป็นค่านิยมส่งเสริมสังคมจากภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างมีการเรียนรู้ในระดับที่สูง และ สูงมาก ซึ่งประเด็นค่านิยมส่งเสริมสังคมที่กลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้มากที่สุด คือ การเรียนรู้ในเรื่องของความพยายามเพื่อบรรลุสิ่งที่มุ่งหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ซึ่งมีความใกล้เคียงกับประเด็นในการเรียนรู้เรื่องของความกล้าหาญเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนประเด็นค่านิยมส่งเสริมสังคมที่กลุ่มตัวอย่างมีการเรียนรู้จาก

ภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่น้อยที่สุดคือ การเรียนรู้เรื่องของความอ่อนน้อมเชื่อฟังผู้หลักผู้ใหญ่ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

จากข้อมูลในข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างมีการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมเกี่ยวกับความพยายามและความกล้าหาญในระดับที่สูงมากนั้น น่าจะมาจากการที่แฟนคลับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยแห่งการเผชิญหน้ากับอุปสรรคต่างๆ ที่มีผลต่ออนาคตของตนเอง เช่น การเรียน การสอบแข่งขัน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่มีโอกาของความผิดพลาดและความล้มเหลวอยู่มาก ดังนั้น เมื่อถึงเวลาที่วัยรุ่นต้องเผชิญหน้ากับความผิดหวังดังกล่าวแล้วความพยายามและความกล้าหาญจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้พวกเขาสามารถลุกขึ้นมาต่อสู้กับความผิดหวังต่าง ๆ และเปลี่ยนความพ่ายแพ้เป็นชัยชนะในภายภาคหน้าได้นั่นเอง

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง

การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง	ระดับความรู้สึก					$\bar{x}$	ระดับการมีปฏิสัมพันธ์ฯ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ถ้ามีการนำ ภาพยนตร์การ์ตูนมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่เรื่องใหม่ๆเข้ามาแพร่ภาพอีก ท่านก็จะชมอย่างแน่นอน	266 (56.6)	131 (27.9)	52 (11.1)	13 (2.8)	8 (1.7)	4.35	สูงมาก
เมื่อภาพยนตร์การ์ตูนมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่จบลงในแต่ละตอน ท่านมักจะเฝ้ารอติดตามชมตอนต่อไป	262 (55.7)	126 (26.8)	66 (14.0)	11 (2.3)	5 (1.1)	4.34	สูงมาก
มาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่คือหนึ่งในตัวละครที่ท่านชอบมากที่สุด	251 (53.4)	143 (30.4)	66 (14.0)	6 (1.3)	4 (0.9)	4.34	สูงมาก
ถ้าท่านพบเรื่องราวเกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร ท่านจะอ่านเรื่องราวเหล่านั้น	236 (50.2)	140 (29.8)	66 (14.0)	15 (3.2)	13 (2.8)	4.21	สูงมาก
ท่านรู้สึกตื่นเต้นดีใจเมื่อเห็นภาพของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ปรากฏสื่ออื่นๆ อาทิ โฆษณา	222 (47.2)	124 (26.4)	86 (18.3)	28 (6.0)	10 (2.1)	4.11	สูง

ตารางที่ 16 (ต่อ)

การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึง ความจริง	ระดับความรู้สึก					— X	ระดับการมี ปฏิสัมพันธ์ฯ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
ท่านอยากจะไปพบตัวจริงของมาสค์ ไรเดอร์ยุคใหม่ที่ประเทศญี่ปุ่น	191 (40.6)	68 (14.5)	112 (23.8)	36 (7.7)	63 (13.4)	3.61	สูง
เมื่อมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ประสบ ปัญหาคับขัน ท่านมักจะลั่นให้พวก เขาสามารถแก้ไขปัญหานั้นจน ลุล่วงไปด้วยดี	112 (23.8)	147 (31.3)	155 (33.0)	28 (6.0)	28 (6.0)	3.61	สูง
ถ้ามีการนำมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่มา พบปะกับกลุ่มแฟนคลับในประเทศ ไทย ท่านจะไปร่วมงาน	157 (33.4)	93 (19.8)	116 (24.7)	57 (12.1)	47 (10.0)	3.54	สูง
ท่านรู้สึกเบื่อตรอนหรือไม่สบายใจ เวลามีคนมาพูดไม่ดีหรือมองมาสค์ ไรเดอร์ยุคใหม่ในแง่ลบ	108 (23.0)	99 (21.1)	148 (31.5)	53 (11.3)	62 (13.2)	3.29	ปานกลาง
ท่านชอบเก็บสะสมสิ่งของต่างๆ เกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่	102 (21.7)	81 (17.2)	158 (33.6)	72 (15.3)	57 (12.1)	3.21	ปานกลาง
ท่านรู้สึกเศร้าเสียใจเมื่อเห็นมาสค์ไร เดอร์ยุคใหม่มีความทุกข์	44 (9.4)	54 (11.5)	170 (36.2)	103 (21.9)	99 (21.1)	2.66	ปานกลาง
รวม						3.75	สูง

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 โดยการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับสูง 5 อันดับแรก ได้แก่ การติดตามชมภาพยนตร์การ์ตูนมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่เรื่องใหม่ๆถ้ามีการนำเข้ามาแพร่ภาพอีก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมา คือ การที่มาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่คือหนึ่งในตัวละครที่ชอบมากที่สุดและการเฝ้ารอติดตามชมตอนต่อไปเมื่อภาพยนตร์การ์ตูนชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่จบลงในแต่ละตอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.34 ในประเด็นถัดมาคือ การอ่านเรื่องราวเกี่ยวกับมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่หากพบเจอในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร ที่มีค่าเฉลี่ย 4.21 และในประเด็นสุดท้ายได้แก่ ความรู้สึกตื่นเต้นดีใจเมื่อเห็นภาพของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ปรากฏสื่ออื่นๆ อาทิ โฆษณา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11



ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยในส่วนนี้ จะนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง และการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมจากภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ของกลุ่มแฟนคลับ” โดยผู้วิจัยได้แยกพิจารณาตามสมมติฐานในแต่ละข้อ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ข้อดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ระดับการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มแฟนคลับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มแฟนคลับ

ตัวแปร	ความ บ่อยครั้งใน การรับชม	ระยะเวลาต่อ วันในการรับชม / ฟัง / อ่าน	การพบเห็นมาสค์ไร เดอร์ยุคใหม่ผ่าน ช่องทางสื่อชนิด ต่างๆ
การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง	.519**	.456**	.391**

**p < 0.01

จากตารางที่ 17 พบว่า ตัวแปรระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการเปิดรับข่าวสารในส่วนของความบ่อยครั้งและระยะเวลาต่อวันในการรับชม / ฟัง / อ่าน สื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นการแสดงให้เห็นว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .519 และ .456 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่าตัวแปรการเปิดรับทั้งสองกับตัวแปรระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงมีความสัมพันธ์กันในทางบวก และ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง กล่าวคือ หากแฟนคลับมีความบ่อยครั้ง หรือ ระยะเวลาต่อวันในการรับชม / ฟัง / อ่าน สื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในระดับที่สูง ก็จะส่งผลให้แฟนคลับเกิดการมีปฏิสัมพันธ์ทาง

สังคมถึงความจริงในระดับที่สูงตามไปด้วย และหากแฟนคลับมีความบ่อยครั้ง หรือ ระยะเวลาต่อวันในการรับชม /ฟัง/ อ่าน สื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในระดับที่ต่ำ ก็จะส่งผลให้แฟนคลับเกิดการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงในระดับที่ต่ำเช่นกัน

นอกจากนี้ ในตารางที่ 17 ยังแสดงให้เห็นอีกด้วยว่าตัวแปรระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการเปิดรับข่าวสารในส่วนของปริมาณการพบเห็นมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ผ่านช่องทางสื่อชนิดต่างๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .391 หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวกซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากแฟนคลับมีปริมาณการพบเห็นมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ผ่านช่องทางสื่อชนิดต่างๆในระดับที่สูงแล้ว ก็จะส่งผลให้แฟนคลับเกิดการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงในระดับที่สูงเช่นกัน และหากแฟนคลับมีปริมาณการพบเห็นมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ผ่านช่องทางสื่อชนิดต่างๆในระดับที่ต่ำแล้ว ก็จะส่งผลให้แฟนคลับเกิดการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงในระดับที่ต่ำตามไปด้วย ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 2 ระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงมีความสัมพันธ์กับระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มแฟนคลับและการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับ

ตัวแปร	การเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมในประเด็นต่างๆ
การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง	.515**

**p < 0.01

จากตารางที่ 18 พบว่า ตัวแปรระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมในประเด็นต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันว่า

ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .515 หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง หรืออาจกล่าวได้ว่าหากแฟนคลับมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุด มาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ ในระดับที่สูง ก็จะมีการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมในระดับที่สูงเช่นกัน และหากแฟนคลับมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุด มาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในระดับที่ต่ำ ก็จะมีการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมในระดับที่ต่ำตามไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 ระดับการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับ

ตัวแปร	การเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมในประเด็นต่างๆ
เนื้อหาที่เปิดรับ	.406**

**p < 0.01

จากตารางที่ 19 พบว่า ตัวแปรระดับการเปิดรับข่าวสารในส่วนของเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมในประเด็นต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .406 กล่าวคือ หากแฟนคลับมีการเปิดรับเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุด มาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในระดับสูงแล้ว ก็จะมีระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมอยู่ในระดับสูงตามไปด้วย หรือ ถ้าหากแฟนคลับมีการเปิดรับเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุด มาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในระดับต่ำ ก็จะมีระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมอยู่ในระดับต่ำเช่นกัน ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 4 ระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูน
ญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่แตกต่างกันตามอายุของกลุ่มแฟนคลับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ของกลุ่มแฟนคลับจำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
14 – 18 ปี	167	4.01	.66	6.43	.00
19 – 23 ปี	131	3.72	.76		
24 – 28 ปี	114	3.50	.82		
29 – 33 ปี	34	3.53	.77		
34 – 38 ปี	14	3.63	.89		
39 – 43 ปี	7	3.74	.50		
44 – 46 ปี	3	3.48	.46		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่า ตัวแปรระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่มีความแตกต่างกันตามตัวแปรอายุของกลุ่มแฟนคลับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 นอกจากนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ซึ่งปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างด้านระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่จำแนกตามอายุของกลุ่มแฟนคลับ

อายุ	$\bar{X}$	14 – 18	19 – 23	24 – 28	29 – 33	34 – 38	39 – 43	44 – 46
		ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี
		4.01	3.72	3.50	3.53	3.63	3.74	3.48
14 – 18 ปี	4.01	-	.29	.52*	.49	.38	.27	.53
19 – 23 ปี	3.72	-.29	-	.22	.19	.09	-.02	.24
24 – 28 ปี	3.50	-.52*	-.22	-	-.03	-.13	-.24	.01
29 – 33 ปี	3.53	-.49	-.19	.03	-	-.10	-.21	.04
34 – 38 ปี	3.63	-.38	-.09	.13	.10	-	-.11	.15
39 – 43 ปี	3.74	-.27	.02	.24	.21	.11	-	.26
44 – 46 ปี	3.48	-.53	-.24	-.01	-.04	-.15	-.26	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่จำแนกตามอายุของกลุ่มแฟนคลับเป็นรายคู่พบว่า ระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ มีความแตกต่างกันตามอายุของกลุ่มแฟนคลับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มแฟนคลับอายุ 14-18 ปี มีระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง กับ ภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่สูงกว่ากลุ่มแฟนคลับอายุ 24-28 ปี

อาจกล่าวได้ว่า อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่งที่เราสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสารเนื่องจากอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2540) ซึ่งจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มแฟนคลับอายุ 14-18 ปี มีระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ สูงกว่ากลุ่มแฟนคลับอายุ 24-28 ปีใน 4 ประเด็น ได้แก่

1) ประเด็นความรู้สึกเศร้าเสียใจเมื่อเห็น 마스크ไรเดอรัยู่ใหม่มีความทุกข์

ในประเด็นนี้ พบว่ามีแฟนคลับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุ 14 – 18 ปี จำนวน 6 คนจาก 8 คนรู้สึกว่าตนเองรู้สึกเศร้าเสียใจเมื่อเห็นตัวละครมีความทุกข์จากอุปสรรคต่างๆที่ผ่านเข้ามาในระหว่างการดำเนินเรื่อง เช่น

“เคยทุกข์กับยูโตะ(ซากุไร ยูโตะ) นะ ยูโตะยอมแปลงร่างเป็นเซโรนอส เพื่อสละความทรงจำของคนรอบข้างที่รู้จักตัวเองไปกับการช่วยคนอื่นถึงแม้จะแสดงออกมาโดยไม่รู้สึกละไร แต่ข้างในคงเศร้าน่าดู คิดดูคนที่เรารู้จักเริ่มลืมเราไปเรื่อยๆ ยิ่งโดยเฉพาะไอริที่เป็นคนรักแล้วยิ่งไปกันใหญ่ ...”

(โบว์ , สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2553)

“ฟิลิปนี่แหละ สุดยอดด เป็นเด็กที่น่าสงสาร ครอบครัวยุติกันเป็นแค่สิ่งของ สูญเสียความทรงจำไหนจะต้องมาอยู่ในวังวนรักต้องห้ามกับพี่สาวตัวเองอีก จ้ออ”

(จริยา, สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2553)

ในขณะที่แฟนคลับกลุ่มตัวอย่างที่จัดอยู่ในกลุ่มอายุ 24 – 28 ปี นั้น มีเพียง 1 คนจากทั้งหมด 6 คนที่เกิดความรู้สึกโศกเศร้าไปพร้อมกับตัวละครในภาพยนตร์การ์ตูนชุดมาสค์ไรเดอร์ ทั้งนี้เนื่องจากแฟนคลับกลุ่มนี้คิดว่า การที่พวกเขามีอายุมากขึ้นก็ยิ่งทำให้การมีอารมณ์ร่วมไปกับสื่อบันเทิงเช่นมาสค์ไรเดอร์นั้นลดน้อยลง เช่น

“ถ้าให้เทียบความรู้สึกคงเพราะตอนนี้โตขึ้นแล้วมีสิ่งต่างๆเข้ามามากกว่าตอนเด็กๆเลยทำให้ไม่สามารถปล่อยอารมณ์ให้สนุกสนานเท่าเมื่อก่อนด้วยส่วนหนึ่ง อืม คือตอนนี้เน้นดูเรื่อยๆเพื่อความสนุกมากกว่า”

(ธนะศักดิ์ พจน์ดำรง, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2553)

“อาจจะเพราะโตแล้วก็ได้เลยไม่มี แต่มันบอกไม่ถูกนะ แต่รู้สึกเลยว่าคนหนึ่งคนมันยิ่งใหญ่ได้ แม้ว่าจะไม่มีอะไรเลยก็ตาม”

(วาริช ศรีสุขสวัสดิ์ , สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2553)

นอกจากการไม่มีอารมณ์ร่วมแล้ว ผู้วิจัยยังพบอีกด้วยว่า แฟนคลับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ยังมีแนวทางการติดตามชมภาพยนตร์การ์ตูนชุดมาสค์ไรเดอร์ในลักษณะของการคิดวิเคราะห์ตามมากกว่า เช่น

“ไม่เคยอินไปถึงขนาดโกรธแทนหรือกะนะ แต่จะมองหาเหตุผลที่เขาทำแบบนั้นมากกว่า ส่วนใหญ่จะมองว่า มันเป็นเรื่องที่ลอกตามคนดูอยู่หรือเปล่า ความจริงมันเป็นแบบที่เห็นแน่หรือ”

(อรรณพ พุ่มพวง, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2553)

2) ความรู้สึกเดือดร้อนหรือไม่สบายใจเวลามีคนมาพูดไม่ดีหรือมองมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในแง่ลบ

ในประเด็นนี้ พบว่ามีแฟนคลับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุ 14 – 18 ปี จำนวน 4 คนจาก 8 คนรู้สึกว่าคุณเองรู้สึกเดือดร้อนหรือไม่สบายใจเวลาได้ยินคนมาพูดไม่ดีหรือมองมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในแง่ลบ เช่น

“เคยทะเลาะกับแฟนเพราะเรื่องไรเดอร์มาแล้วด้วย แฟนบอกว่าชื่อของเล่นมาทำไมเปลืองเงินเปล่าๆ ผมก็บอกไปว่า คนมันรักอะ ทำไ้ได้ละ แฟนบอกโตแล้วจะดูทำไมหนังแปลงร่างปัญญอ่อน เท่านั้นละทะเลาะกันเลย ผมก็บอกไปว่า แล้วที่ตัวเองจะฟังแต่เพลงเกาหลี เพราะตายละ ฟังก็ไม่วู้เรื่องยังจะฟังอีก เล่นซะเลิกกันเลยทีเดียว”

(ชโยภาส โพธิ์ตรีเพชร, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2553)

“รู้สึกโกรธเคืองนิดหน่อยนะ แต่ก็ถือซะว่า เค้าไม่ได้ดูเองแต่กลับมาวิจารณ์ซะดิบดี ต่างกับเราที่คอยติดตามดูอยู่ตลอดๆ ซึ่งก็จะรู้ได้เองว่า ใครกันแน่ที่รู้ดีและรู้จริง”

(โบว์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2553)

ในขณะที่แฟนคลับกลุ่มตัวอย่างที่จัดอยู่ในกลุ่มอายุ 24 – 28 ปี ทั้งหมด 6 คนนั้น ล้วนไม่รู้สึกเดือดร้อนหรือไม่สบายใจแม้ว่าจะได้ยินคนมาพูดไม่ดีหรือมองมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ในแง่ลบเนื่องจากพวกเขามองว่า ประเด็นนี้เป็นเรื่องที่คนอื่นสามารถมีความเห็นแตกต่างกันได้ เช่น

“อันนี้เฉยๆครับ เพราะคนเราย่อมมีความคิดเห็นที่ต่างกันได้”

(ธนะศักดิ์ พจน์ดำรง, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2553)

“ก็รับได้นะ เพราะคนเราอยู่ในสังคมย่อมมีความคิดต่างกัน แต่ผมมองว่าตราบใดที่เราไม่ไปทำให้คนอื่นเดือดร้อน ก็ไม่มีปัญหาอะไร เราไม่เบียดเบียนใครและเราไม่ให้ใครมาเบียดเบียนเราเท่านั้น”

(วาริช ศรีสุขสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2553)

“ผมคิดว่าเฉยๆนะครับ เพราะผมคิดว่า คนเราร้อยคนก็ร้อยความคิด เหมือนกับว่า คนเราพยายามให้คนชอบเราทุกคนนั้นก็เกินไปไม่ได้ ผมจึงคิดว่า ถึงจะมองไม่เหมือนกันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องที่เราจะร้ายอะไร”

(แคร้, สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2553)

ทั้งนี้ จาก 2 ประเด็นในข้างต้น จะเห็นได้ว่าสิ่งที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนในแผนคลับกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มก็คือ ลักษณะของการแสดงออกทางอารมณ์ที่ไม่เหมือนกัน โดยจะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มอายุ 24 – 28 ปี ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายจนถึงวัยผู้ใหญ่ นั้นจะมีการแสดงออกซึ่งอิงกับหลักเหตุผลและความเป็นจริงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มอายุ 14-18 ปี ซึ่งหากนำแนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากรด้านอายุของ ปรมะ สตะเวทิน (2541) มาพิจารณากับข้อค้นพบดังกล่าวก็จะเข้าใจได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มอายุ 24 – 28 ปี มีพฤติกรรมที่อิงกับความเป็นจริงของสังคมและควมมีเหตุผลมากกว่านั้นก็เป็นเพราะวัยของพวกเขาเป็นวัยที่มีความผูกพันและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุน้อย การแสดงให้สังคมเห็นถึงด้านที่ยังเป็นเด็ก มีการแสดงออกทางอารมณ์ที่ไร้วุฒิภาวะจึงเป็นสิ่งที่อาจทำให้พวกเขาสูญเสียความสงบสุขในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมที่เป็นคนนอกวงการไป ทั้งยังเป็นสาเหตุที่ทำให้แผนคลับกลุ่มนี้มีการยึดถืออุดมการณ์น้อยลง ดังจะเห็นได้จากการที่แผนคลับกลุ่มนี้ไม่ออกตัวปกป้องเหล่ามาสเตอร์โคเรียยุคใหม่ที่เป็นฮีโร่ของพวกเขาโดยเลือกที่จะมองแบบไม่เอาตัวเองเป็นศูนย์กลางว่าต่างคนก็ต่างความคิด การจะอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมจึงต้องรู้จักเปิดใจกว้างยอมรับความเห็นที่แตกต่างมากกว่า

ในประเด็นการยอมรับความคิดที่แตกต่างนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับแฟนคลับกลุ่มตัวอย่าง อายุ 14-18 ปีที่ยังคงอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนต้นแล้ว ก็จะได้เห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งปรมะ สตะเวทิน (2541) ได้กล่าวเอาไว้ว่า กลุ่มผู้รับสารอายุน้อยเหล่านี้ เป็นวัยที่จะสนใจเรื่องของการศึกษา ความยุติธรรมและเสมอภาคในสังคม นี่จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้แฟนคลับกลุ่มนี้มีความใส่ใจในจุดยืนของตนเองมากกว่าและพยายามแสดงออกเพื่อเรียกร้องความเท่าเทียมให้แก่กลุ่มของตนเอง ไม่ยอมให้ใครมาดูถูกมาสบคไโรเดอร์ซึ่งเป็นความชื่นชอบส่วนตัวของพวกเขา นอกจากนั้น เมื่อเปรียบเทียบในประเด็นของการมีอารมณ์ร่วม ปรมะ สตะเวทิน (2541) ก็ได้กล่าวเอาไว้เช่นกันว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การที่กลุ่มแฟนคลับอายุ 14 -18 ปีมีการแสดงออกซึ่งอารมณ์ร่วมที่มากกว่ากลุ่มแฟนคลับอายุ 24- 28 ปีนั้น ก็เนื่องมาจากว่าพวกเขายังอยู่ในวัยที่สื่อสามารถถูกชักจูงได้ง่ายกว่า จึงทำให้การเกิดอารมณ์ร่วมไปตามเนื้อหาที่สื่อเสนอนั้นมีมากกว่าตามไปด้วยนั่นเอง

และนอกจากความแตกต่างทางด้านวุฒิภาวะทางอารมณ์และการใช้เหตุผลในข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยก็พบว่า ยังมีอีก 2 ประเด็นที่แฟนคลับกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกที่เหมือนกันแต่มีความแตกต่างกันเมื่อพิจารณาในเชิงการปฏิบัติ ดังจะได้กล่าวในหัวข้อต่อไป

3) การเก็บสะสมสิ่งของต่างๆเกี่ยวกับมาสคไโรเดอร์ยุคใหม่

ในประเด็นนี้ พบว่าแฟนคลับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีการสะสมสินค้าต่างๆเกี่ยวกับมาสคไโรเดอร์ยุคใหม่เหมือนกัน หากแต่เมื่อพิจารณาลงไปถึงรายละเอียดของพฤติกรรมแล้วก็จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มอายุ 14-18 ปี มีปริมาณการสะสมสิ่งของต่างๆเกี่ยวกับมาสคไโรเดอร์ยุคใหม่ที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 24-28 ปีทั้งในแง่ของจำนวนและประเภทของสินค้าที่สะสม เช่น

"จนปัจจุบันนี้ ผมมีเข็มขัดไโรเดอร์ทั้งหมด 20 กวาชุดเข้าไปแล้ว เงินค่าขนมผม 10 เปอร์เซ็นต์กินข้าว 40 เปอร์เซ็นต์เล่นเกมไโรเดอร์ 50 เปอร์เซ็นต์ก็เกมครับ เรียกได้ว่า มันเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตผมเลย"

(ชโยภาส โพธิ์ตรีเพ็ชร, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2553)

“ส่วนใหญ่ซื้อแต่พวกหนังสือ.. ไฟใต้บู๊อะไร(ไฟใต้บู๊อะไร)เมื่อก่อนก็ซื้อพวกฟิกเกอร์ แต่คิดไปคิดมา เก็บไว้ก็ฝุ่นเกาะ เลยเลิกเก็บดีกว่า เก็บตังค์ เอาไว้ถลุงกะหนังสือ โดยเฉพาะเดือนเจ็ด... ปีปีนี้อั่งสุดาจะออกแล้ววว”

(จริยา, สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2553)

“ก็ DVD กับพวกซิงเกิ้ล อัลบั้ม OST ภาพใน MAG ถ้าเก็บเงินทันทีก็อยากซื้อ แคนดี้ทยอยดับเบิลนะ เอาเมมโมรี่มากดเล่น...ฮฮา DVD ก็รอซื้อของเดกซ์”

(โบว์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2553)

ซึ่งเมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอายุ 24 -28 ปี แล้ว จะพบได้ว่า ลักษณะการสะสมสิ่งของต่าง ๆ นั้นจะมีการพิจารณาไตร่ตรองเลือกเป็นอย่างดีก่อนจะซื้อ รวมทั้งการซื้อดังกล่าวก็ไม่ใช่ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นได้บ่อยครั้งเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 14 – 18 ปี เช่น

“ผมก็เลือกชุดอุปกรณ์แปลงร่างของไรเดอร์ที่ผมชอบที่สุดนั่นก็คือ มาสค์ไรเดอร์ไฟส์ ซึ่งชุดนี้ผมซื้อเก็บจนครบ ด้วยเงินเก็บช่วงเรียนมหาวิทยาลัย แต่แล้วหลังจากนั้นผมก็ไม่ได้เก็บของซีรีส์อื่นเพิ่มอีกเพราะผมเล็งเห็นว่าในอนาคตผมยังต้องมีค่าใช้จ่ายอีกมาก จึงเลือกที่จะเก็บไว้เพียงชุดเดียวเท่านั้น และถือเป็นสมบัติล้ำค่าของผมที่แม้เคยมีคนมาขอซื้อในราคาเกือบ 2 เท่าที่ผมซื้อมาผมก็ไม่ยอมขาย”

(แคร้, สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2553)

“จริงๆ เพิ่งเริ่มสะสมฟิกเกอร์(หุ่นโมเดล)ได้แค่ราวๆ 2 ปีที่แล้วเอง แต่ตั้งแต่ปีที่แล้วบมันขาดดุลวะ ของสะสมเลิหมดทุกอย่าง”

(พีระพล วิริยะประกอบ, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2553)

จากทัศนะของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 คนในช่วงต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยเรื่องรายได้ ค่าใช้จ่ายต่างๆ จะเริ่มเข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของสะสมต่างๆ มากขึ้น ทั้งนี้ เพราะกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 24-25 ปีนั้น เป็นวัยที่เพิ่งเข้าสู่ชีวิตการทำงาน เป็นวัยที่เริ่มต้องยืนด้วยลำแข้งตัวเอง ทำให้การจะใช้จ่ายแต่ละบาทแต่ละสตางค์ที่หามาได้ต้องมีการพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจ ไม่สามารถใช้จ่ายตามความต้องการของตนเองได้เหมือนวัยเด็กที่ยังคงมีพ่อแม่ผู้ปกครองเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในส่วนนี้นั่นเอง

4) ความรู้สึกอยากพบตัวจริงของมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่

ความรู้สึกในข้อนี้ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่แฟนคลับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความต้องการที่คล้ายคลึงกัน หากแต่จะมีความแตกต่างกันก็ตรงที่ แฟนคลับในกลุ่มอายุ 14-18 ปีนั้น โดยมากจะมีความต้องการในประเด็นนี้เนื่องมาจากความประทับใจจากการติดตามชมเรื่องราวของเหล่ามาสค์ไรเดอร์ผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องจนรู้สึกชื่นชอบ เช่น

“อ่า.. ตัวเป็นๆ.. ทั้งค่ายอะ!! อยากเจอมันทั้งค่าย ทุกคน โห่ก นักแสดงด้วย สตนด์ด้วย คือ เค้าเก่งไง ชอบแบบป्लीมอะ แฟนคลับเอยจิซัง(หมายถึง ทาคาอิวะ เซย์จิ สตนด์แมนของบริษัท โตเอะ)เยอะจะตาย”

(จริยา, สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2553)

“อยากครับ มากๆด้วย ในคาเมนไรเดอร์มีทั้งพระเอกและนางเอกที่ดูน่ารัก แถม ได้เห็นชัดว่าจากต่อสู้นั้นสัปดาห์ไหน เรียกได้เท่ากับไปดูฟุตบอลโลกแบบติดขอบสนาม”

(เต้ , สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2553)

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างอายุ 24-28 ปีนั้น พบว่าพวกเขาเป็นกลุ่มที่อยากไปพบตัวจริงของมาสค์ไรเดอร์เช่นกัน แต่ก็เป็นความต้องการไปพบในฐานะตัวแสดงในภาพยนตร์ ไม่ใช่ในฐานะยอดมนุษย์ผู้พิชิตเหล่าร้าย เช่น

“ได้ถ่ายรูปด้วยก็ดี กลับกัน อยากใส่ชุดไปถ่ายรูปกับเด็กอะ คือ คิดว่าถ้าไรเดอร์ไม่มีชุดมันก็เหมือนไก่ทอดไม่ได้ซูปแบ่งทอดนั่นละ คนกินไก่ทอดเพราะกินเปลือก ไรเดอร์คนดูก็เพราะชุดนั่นละ”

(พีระพล วีริยะประกอบ, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2553)

ยิ่งไปกว่านั้น ผู้วิจัยยังพบอีกด้วยว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ แม้จะรู้สึกอยากไปพบกับตัวจริงเหล่ามาสค์ไรเดอร์ แต่พวกเขาก็มีข้อแม้มากมายที่ทำให้การไปพบตัวจริงตามความคิดของเขานั้น ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่ายๆ เช่น

“ถ้าเอา สุธาแฉ็คเตอร์ตัวจริงมาสวมชุดนั้น มันก็คงเป็นไปได้ยาก บางทีก็คนไทยเราทำชุดมาเองด้วยซ้ำ สำหรับฉัน ถ้าไม่ใช่ มันก็คือของปลอมแล้วละ ตัวภาพยนตร์กับชุดที่มาโชว์ มันคนละความหมายกัน คือถ้าโฆษณาฉันว่า “ของแท้มาจากญี่ปุ่น” แต่เอาจริง ๆ แค่ชุดที่คนไทยทำขึ้น แปลว่ามันก็โกหกฉันนะสิ ถ้ามีตัวจริงจากโรงถ่ายค่อนข้างน่าสน”

(อรรณพ พุ่มพวง, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2553)

และนอกจากความต้องการที่ซับซ้อนจนยากจะเกิดขึ้นได้ดังข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยยังพบอีกด้วยว่า มีกลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งในกลุ่มนี้ไม่คิดอยากไปพบตัวจริงของเหล่ามาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ เพราะรู้แะใจดีว่า นั่นคือตัวแสดงในภาพยนตร์

“อืม ...จะว่ายังไงดีละครับ เพราะเป็นผู้ใหญ่แล้วมั้ง ที่ผมก็พอจะรู้ว่า ไรเดอร์ที่ผมเห็นและสวมบท ก็คือบทบาทนะครับ เพราะฉะนั้นคำว่า “ไรเดอร์ตัวจริง” ถ้าบอกว่าคือสตั้นท์ที่ใส่ชุดหรือ นักแสดง ผมก็ไม่คิดว่าอยากจะไปเจอละครับ เหมือนการที่เราเห็นฮีโร่ทั่วไปในทัศนคติเช่น ถ้าคุณนับถือใครสักคนเช่นนักฟุตบอล ถ้าคุณได้พบตัวตนของเขาที่ตัวเขามีบทบาทจริงในโลกของความเป็นจริงก็คงจะดีใจ แต่อย่างไรเดอร์นั้น ถึงผมพบกับคนแสดงร่างมนุษย์หรือคนสวมชุดแล้ว ผมก็คงไม่ได้รู้สึกอยากเจอเหมือนฮีโร่ที่มีชีวิตในบทบาทจริงๆหรอกครับ สำหรับผม ไรเดอร์เป็นฮีโร่ที่แม้จะไม่มีอยู่จริงแต่มันจะอยู่ในใจของผม ก็เพียงพอแล้ว”

(แควร์, สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2553)

จากทัศนะของกลุ่มตัวอย่างในข้างต้น หากนำมาเปรียบเทียบกันโดยอาศัยแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสารแล้ว ก็จะได้พบว่า ความแตกต่างนี้เกิดลักษณะทางประชากรของผู้รับสารในด้านอายุที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ จากการวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง ซึ่งนั่นทำให้แฟนคลับกลุ่มอายุ 24-28 ปี ไม่ได้เกิดการคล้อยตามไปกับสิ่งที่สื่อเสนอทั้งหมดทุกอย่าง ดังจะเห็นได้จากการที่กลุ่มตัวอย่างมีการแยกแยะ “เรื่องในจอ” กับ “เรื่องนอกจอ” ออกจากกันอย่างชัดเจน ไม่ได้เชื่อในสิ่งที่เห็นอยู่บนจอโทรทัศน์ว่า มาสค์ไรเดอร์เก่งอย่างนั้นอย่างนี้แล้วนอกจอโทรทัศน์ก็จะเป็นเช่นนั้นด้วย ซึ่งในประเด็นนี้จะมีความแตกต่างอย่างชัดเจนกับแฟนคลับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 14-18 ปีที่ต้องการพบตัวจริงของเหล่ามาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่โดยเริ่มจากความประทับใจเรื่องราว “ในจอ” จนรู้สึกชื่นชอบและเชื่อมโยงไปสู่การอยากเจอตัวจริง “นอกจอ” ว่า เขาจะเหมือนกับที่เคยเห็น “ในจอ” หรือไม่

เช่นเดียวกับการที่กลุ่มตัวอย่างอายุ 24-28 ปีมีการตั้งเงื่อนไขมากมายในการพบตัวจริงของเหล่ามาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ว่า จะต้องเป็นชุดและสตันท์แมนที่มาจากบริษัทโตเอะเท่านั้น จึงจะเรียกว่าการไปพบตัวจริง ก็ถือได้ว่าเป็นอีกคำตอบหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มแฟนคลับในวัยผู้ใหญ่ว่า พวกเขาอยากที่จะถูกชักจูงจากคำโฆษณาของสื่อ แม้สื่อจะบอกว่า “มาสค์ไรเดอร์ตัวจริงจากประเทศญี่ปุ่นมาเยือนเมืองไทย” แต่สำหรับพวกเขา นั่นก็เป็นเพียงชุดปลอมที่สร้างขึ้นในประเทศไทย ไม่ใช่ “ตัวจริงจากญี่ปุ่น” อย่างที่สื่อได้โฆษณาเอาไว้นั่นเอง

สมมติฐานข้อที่ 5 ระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมแตกต่างกันตามอายุของกลุ่มแฟนคลับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมของกลุ่มแฟนคลับจำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคม				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
14 – 18 ปี	167	4.05	.65	1.33	.244
19 – 23 ปี	131	3.97	.68		
24 – 28 ปี	114	3.83	.65		
29 – 33 ปี	34	3.97	.60		
34 – 38 ปี	14	3.96	.68		
39 – 43 ปี	7	4.17	.58		
44 – 46 ปี	3	3.98	.97		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 พบว่า ตัวแปรระดับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมจากภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ยุคใหม่ไม่มีความแตกต่างกันตามตัวแปรอายุของกลุ่มแฟนคลับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

จากข้อสรุปในข้างต้น เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของสุรพรรณ ตั้งทวิวัฒนา (2544) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์เรื่อง “เนรน้อยเจ้าปัญญา” ที่มีต่อผู้ชมแล้วก็จะพบว่า มีความสอดคล้องกัน ทั้งนี้เพราะสุรพรรณได้พบว่า แม้ผู้ชมที่มีช่วงอายุต่างกันก็ไม่ได้ทำให้ความเป็นแม่แบบของอิทธิพลซึ่งในการดำเนินชีวิตของผู้ชมแตกต่างกัน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่า ในทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญาของ Bandura (1986 อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโน และ ปรีชา วิหคโต ,2532) นั้น ได้อธิบายให้เห็นว่า ความแตกต่างของอายุไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้จากตัวแบบ ทั้งนี้เพราะผู้สังเกตสามารถเก็บจำพฤติกรรมของตัวแบบไว้ได้โดยอาจจะจำเป็นภาพหรือเป็นคำพูดก็ได้ สำหรับเด็กที่ความสามารถทางภาษายังไม่พัฒนามากนัก ก็จะอาศัยการเก็บจำเป็นภาพ แต่ในวัยรุ่นหรือวัยผู้ใหญ่จะสามารถเก็บจำได้ทั้งภาพและคำพูด ถ้าการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของตัวแบบเป็นคำพูด ผู้ชมก็จะเก็บจำเป็นคำพูด หรือถ้าตัวแบบมีการแสดงพฤติกรรมพร้อมกับคำพูด ผู้สังเกตก็จะเก็บจำทั้งภาพและคำพูดควบคู่กันไป

อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยครั้งนี้ก็ยังได้ค้นพบลักษณะการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมบางประการที่ไม่สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญาของ Bandura (1986 อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโน และ ปรีชา วิหคโต ,2532) อีกด้วย กล่าวคือ Bandura นั้นมองว่า ตัวแบบที่มีแบบแผนการกระทำและคำพูดที่สอดคล้องกันจะกระตุ้นให้ผู้สังเกตเกิดความใส่ใจได้ดีกว่าตัวแบบที่มีการกระทำและคำพูดไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากตัวแบบประเภทนี้มีความซับซ้อนและยากแก่การจดจำ ทำให้ผู้สังเกตเกิดความสับสนและไม่เข้าใจการกระทำของตัวแบบ ยากต่อการที่ผู้สังเกตจะรวบรวมแบบแผนการกระทำดังกล่าวจนนำไปสู่การปฏิบัติ แต่จากทัศนะของกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ กลับพบว่า แม้ตัวละครจะมีพฤติกรรมที่สวนทางกับคำพูดอย่างไร ก็ยังสามารถทำให้แฟนคลับกลุ่มตัวอย่างมีการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมในเรื่องของการตัดสินใจคุณค่าของบุคคลที่การกระทำ ไม่ใช่คำพูดได้ เช่น

“ทำดีโดยไม่เอาหน้าและต่อแหลลงโลก ครับ แบบปกป้องผู้อื่น เจตนาของการทำความดีแบบไม่ต้องยึดติดดี ไม่ยึดว่าแล้วต้องแบบนี้ครับ เน้นเจตนาละครับที่ เหมือนตอนใกล้จะจบนะ ครับ เทนโดมันทำเป็นผู้ร้ายเหกตา เรื่องของพวกโตเอะฮิไร ถ้าเราดูดี ๆ มันมีของแฝงตลอดครับ”

(ศิริมาษฐ์ เจริญสุข, สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2553)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่า การที่แฟนคลับสามารถเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคมจากความไม่สอดคล้องระหว่างคำพูดและพฤติกรรมของตัวละครได้นั้น ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการที่ตัวละคร มาสค์ไรเดอร์แต่ละคนมีพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงความเป็นคนดีอย่างเด่นชัดเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เช่น เทนโด โซจิ ที่แม้ปากจะไม่ตรงกับใจแต่ก็มีการแสดงออกถึงความรักครอบครัว ปกป้องดูแล น้องสาวของตนอย่างสุดชีวิต ทำให้ความเข้มข้นของพฤติกรรมทางบวกสามารถเป็นตัวชี้้นำให้กลุ่ม แฟนคลับมองตัวละครในแง่ดีมากกว่าจะตีความจากคำพูดที่ตัวละครได้แสดงออกเพียงอย่างเดียว นั้นเอง