

T

The Influence of Attributional Confidence and Attraction in a Character Coming from Marvel Cinematic Universe on Parasocial Interaction

Peerawat Tan-intaraarj^{1*}

Received: June 28, 2019 Revised: September 10, 2019 Accepted: October 3, 2019

Abstract

This research aimed to analyze correlation and predictor variables in the parasocial interaction process between an audience and a character from Marvel Cinematic Universe. The research method is the cross-sectional study, and the respondents were 456 Thais who were more 18 years old. Data gathered from the research was analyzed by employing exploratory factor analysis. The research result indicated that interpersonal attraction in this research comprised of 3 kinds: “shiftless attraction”, “trustworthiness attraction”, and “hard-to-reach attraction”. According to the hypothesis testing, Shiftless attraction and trustworthiness attraction correlated positively with, and were also predictor variables having an influence on, attributional confidence in a character. Trustworthiness attraction and hard-to-reach attraction correlated positively with, and were also predictor variables having an influence on parasocial interaction. Attributional confidence in a character correlated positively with, and were also predictor variables having an influence on parasocial interaction. This research result is able to be adapted in designing a character’s attribution on films and series to make audience feel attractive and create parasocial interaction. It is also gain benefit for further research related to parasocial interaction and parasocial relationship.

Keywords: character, marvel cinematic universe, interpersonal attraction, attributional confidence, parasocial interaction

¹ 1701/134 Nantawan Village, Wachirathumsathit 57, Sukumvit Rd., Bangjak, Prakanong, Bangkok, 10260.

* Corresponding author. E-mail: peerawat2000@hotmail.com

อี

อิทธิพลของความมั่นใจในคุณลักษณะ: ความประทับใจในตัวละครในจักรวาลภาพยนตร์ มาร์เวลต่อการปฏิบัติสัมพันธ์กึ่งสังคม

พีรวัส ทันอินทรอาจ^{1*}

วันรับบทความ: June 28, 2019 วันแก้ไขบทความ: September 10, 2019 วันตอบรับบทความ: October 3, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และปัจจัยพยากรณ์ในกระบวนการสื่อสารกึ่งสังคมระหว่างผู้รับชมและตัวละครในจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวล โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจแบบตัดขวาง และมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับชมชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 456 คน ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยที่ได้นั้นได้ถูกนำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบความประทับใจระหว่างบุคคลในงานวิจัยชิ้นนี้ประกอบไปด้วย 3 ประเภท ได้แก่ “ความประทับใจในความไม่เอาไหน” “ความประทับใจด้านความไว้วางใจ” และ “ความประทับใจด้านการเข้าถึงยาก” จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความประทับใจในความไม่เอาไหน และความประทับใจด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นปัจจัยพยากรณ์ต่อความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร อย่างไรก็ตาม ความประทับใจด้านความไว้วางใจ และความประทับใจด้านการเข้าถึงยาก มีความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นปัจจัยพยากรณ์ต่อการปฏิบัติสัมพันธ์กึ่งสังคม และความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นปัจจัยพยากรณ์ต่อการปฏิบัติสัมพันธ์กึ่งสังคม ผลวิจัยนี้สามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างคุณลักษณะของตัวละครในภาพยนตร์และซีรีส์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับชมเกิดความประทับใจจนสร้างการปฏิบัติสัมพันธ์กึ่งสังคม และเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยด้านการปฏิบัติสัมพันธ์กึ่งสังคมและความสัมพันธ์กึ่งสังคมในกายภาคหน้าต่อไป

คำสำคัญ: ตัวละคร จักรวาลภาพยนตร์มาร์เวล ความประทับใจระหว่างบุคคล ความมั่นใจในคุณลักษณะ การปฏิบัติสัมพันธ์กึ่งสังคม

¹ เลขที่ 1701/134 หมู่บ้านนนทวัน ซอยวชิรธรรมสาริต 57 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260

* Corresponding author. E-mail: peerawat2000@hotmail.com

บทนำ

จักรวาลภาพยนตร์มาร์เวล (Marvel Cinematic Universe) คือ ประวัติการณ์การสร้างภาพยนตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกันโดยมีพื้นฐานมาจากหนังสือการ์ตูน (Comic Book) ซึ่งเป็นการใช้การข้ามสื่อ (Transmedia) โดยนำเสนอเนื้อเรื่องผ่านสังคมและวัฒนธรรมแบบอเมริกันในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 (Chambliss, Svitavsky, & Fandino, 2018) ซึ่งนอกจากการนำเสนอผ่านภาพยนตร์แล้ว ยังมีการนำเสนอในสื่ออื่น เช่น ซีรีส์ จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้เข้าใจได้ว่า การสร้างภาพยนตร์ รวมทั้งซีรีส์ในของเขตจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวลนั้น จะมีพื้นฐานในเรื่องของความต่อเนื่องของเนื้อหา (Burke, 2018; Chambliss et al., 2018)

เมื่อนำรายรับจากภาพยนตร์ในขอบเขตจักรวาลมาร์เวลมาตรวจสอบ ยกตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง “Avengers: Endgame” ข้อมูลจาก BBC (“Avengers: Endgame Beat Box Office”, 2019) นั้นได้อธิบายว่า ให้เห็น มีการนำภาพยนตร์ลงฉายในจอภาพยนตร์หลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบมาตรฐานสองมิติ (Standard 2-D) รูปแบบสามมิติ (3-D) จอไอแมกซ์ (IMAX) และเอ็กซ์พี (X4) โดยรายรับในช่วงสัปดาห์ที่หนึ่งของการฉายแบ่งตามประเภทจอภาพ ได้แก่ 553.5 ล้านดอลลาร์ 540 ล้านดอลลาร์ 91.5 ล้านดอลลาร์ และ 15 ล้านดอลลาร์ ตามลำดับ หรือถ้าแบ่งรายรับตามภูมิภาคนั้น ได้มีการเก็บข้อมูลโดยแบ่งเป็น 4 ภูมิภาค ประกอบไปด้วยเอเชียแปซิฟิก (Asia-Pacific) สหรัฐอเมริกา (US) ยุโรปและตะวันออกกลาง (Europe/Middle East) ลาตินอเมริกา (Latin America) สหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ (UK & Ireland) โดยรายรับในช่วงสัปดาห์ที่หนึ่งของการฉายแบ่งตามภูมิภาค ได้แก่ 545 ล้านดอลลาร์ 350 ล้านดอลลาร์ 214 ล้านดอลลาร์ 100 ล้านดอลลาร์ และ 56.5 ล้านดอลลาร์ ตามลำดับ จากข้อมูลนี้ทำให้ทราบได้ว่า ภาพยนตร์เรื่อง Avengers: Endgame นั้น ได้รับความสนใจจากผู้รับชมเป็นอย่างสูง ผู้วิจัยได้เห็นถึงข้อมูลตรงนี้ จึงได้คิดจัดทำวิจัยเพื่อศึกษาว่า ปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้รับชมนั้นมีความสนใจในภาพยนตร์ในขอบเขตจักรวาลมาร์เวล

เนื่องจากตัวละครในภาพยนตร์นั้นเป็นตัวละครที่ผู้รับชมไม่สามารถปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมได้จริง งานวิจัยชิ้นนี้ได้นำแนวคิดเรื่องการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม (Parasocial Interaction) มาใช้ศึกษาวิจัย ในงานวิจัยของ Rubin และ McHugh (1987) ได้มีการศึกษาวิจัยถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในโทรทัศน์และผู้รับชม จากงานวิจัยนั้นพบว่า การปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมนั้นสามารถลดความไม่แน่นอนในความสัมพันธ์ลงได้ โดยความไม่แน่นอนในความสัมพันธ์นั้น เกิดขึ้นเพราะการไม่รู้จักข้อมูลของผู้ที่มีการปฏิสัมพันธ์มากพอ (Berger & Calabrese, 1975) Perse และ Rubin (1989) ได้ศึกษาเรื่องความไม่แน่นอนในความสัมพันธ์กึ่งสังคมนี้ โดยได้นำแนวคิดความมั่นใจในคุณลักษณะ (Attributional Confidence) ของ Clatterbuck (1979) มาศึกษาต่อ ทำให้ทราบว่า การเพิ่มความมั่นใจในคุณลักษณะนั้น สามารถลดความไม่แน่นอนในความสัมพันธ์กึ่งสังคมได้ งานวิจัยทั้งสองชิ้นนี้ยังพบว่า การปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมนั้น สามารถนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์กึ่งสังคม (Parasocial Relationship) ต่อไปได้

การวิจัยครั้งนี้ได้ถูกศึกษาขึ้น เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์และปัจจัยพยากรณ์ในการก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมระหว่างผู้รับชมกับตัวละครในจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวล โดยมุ่งตอบคำถามว่า ผู้รับชม

นั้น สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่สังคมกับตัวละครในจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวลได้หรือไม่ ทั้งนี้ ผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างคุณลักษณะของตัวละครในภาพยนตร์และซีรีส์ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้รับชม และพัฒนาไปจนถึงขั้นมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับชมกับตัวละคร ซึ่งเป็นตัวละครนั้นไม่ได้มีตัวตนอยู่จริง (Third Order) กล่าวคือ เป็นตัวละครที่ผู้รับชมไม่สามารถเผชิญหน้าได้ในโลกความเป็นจริง (Giles, 2009) นอกจากนี้ ผลลัพธ์การวิจัยสามารถเป็นประโยชน์ในด้านวิชาการการศึกษาวิจัยในภายหน้าในเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม และ ความสัมพันธ์ที่สังคม (Parasocial Relationship)

การทบทวนวรรณกรรม

การปฏิสัมพันธ์ที่สังคม (Parasocial Interaction: PSI) หมายถึง การแสดงอารมณ์และพฤติกรรมของผู้รับชมที่มีต่อบุคคลสาธารณะที่ปรากฏตัวในสื่อ (Cohen, 2009) สื่อสารมวลชนนั้นสร้างภาพลงในความสัมพันธ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Relationship) ระหว่างผู้ทำการแสดงกับผู้รับชม (Horton & Wohl, 1956) การตอบสนองในการปฏิสัมพันธ์ที่สังคมประกอบไปด้วย 3 ประเภท ได้แก่ 1) การตอบสนองการเรียนรู้ ซึ่งมุ่งไปที่มุมมองของความตั้งใจ การแปลพฤติกรรม และสถานการณ์ เป็นการเรียนรู้จากสื่อ ประสบการณ์ และการประเมินอัตลักษณ์และพฤติกรรมบุคคลที่ทำการปฏิสัมพันธ์ การสังเกต และการเปรียบเทียบระหว่างตัวบุคคลนั้น ๆ กับตนเอง 2) การตอบสนองทางความรู้สึก (Affective Response) เป็นการตอบสนองที่รวมทั้งความรู้สึกแสบวกและแสบลบต่อผู้ที่ทำการปฏิสัมพันธ์ด้วย 3) การตอบสนองทางพฤติกรรม (Behavioral Response) จะครอบคลุมไปถึงการสื่อสารทางอวัจนภาษา ยกตัวอย่างเช่น การเลียนแบบ ท่าทาง การทำเสียงต่ำในลำคอ การคราง การหายใจ และความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Rubin, Perse, & Powell, 1985; Schramm & Hartmann, 2008)

จากงานวิชาการ ทั้งงานทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องการปฏิสัมพันธ์ที่สังคมและความสัมพันธ์ที่สังคม จะเห็นได้ว่า ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับบุคลลสาธารณะหลายประเภท ทั้งในละคร (Perse & Rubin, 1989; Sood & Roger, 2000), ตัวการ์ตูนหรือตัวละครในจินตนาการ (Ramasubramanian & Kornfield, 2012) หรือผู้ที่มิชื่อเสียงทั่วไป (Cohen, 1999; Rubin & McHugh, 1987; Stever, 2010; Stever & Lawson, 2013)

นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดที่สามารถนำมาสนับสนุนงานวิจัยเรื่องการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม อย่างความประทับใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Attraction) ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเภท (McCroskey & McCain, 1974) ได้แก่ “ความประทับใจด้านสังคม” “ความประทับใจด้านรูปลักษณ์” และ “ความประทับใจด้านการทำงาน” การสร้างกรอบการวิจัยของ Rubin และ McHugh (1987) นั้น ได้สร้างอยู่บนพื้นฐานจากทฤษฎีการลดความไม่แน่นอน (Uncertainty Reduction Theory) (Berger & Calabrese, 1975) โดยมีความเชื่อปรัชญาพื้นฐานว่าในการปฏิสัมพันธ์นั้น บุคคลอาจได้รับประสบการณ์ความไม่แน่นอนเกิดขึ้นได้ในความสัมพันธ์ ซึ่งความไม่แน่นอนนั้นส่งผลให้เกิดความคับข้องใจทางการเรียนรู้ บุคคลจึงทำการปฏิสัมพันธ์เพื่อที่จะลดความไม่แน่นอนนั้น และสร้างความสามารถในการทำนายได้ (Predictability) โดยความประทับใจระหว่างบุคคลเปรียบได้กับความชอบ

(Liking) และการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมเปรียบได้กับความใกล้ชิด (Intimacy) จากการศึกษาของ Berger และ Calabrese (1975) ทำให้ทราบว่า ความชอบกับความไม่แน่นอนนั้นมีความสัมพันธ์ผกผันกัน ซึ่งการลดความไม่แน่นอนทำให้เกิดความมั่นใจมากขึ้น (Clatterbuck, 1979) ทำให้สร้างสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความประทับใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร

Rubin และ McHugh (1987) ได้ค้นพบว่า ความประทับใจระหว่างบุคคล มีผลต่อความใกล้ชิด ซึ่งมี การปรับใช้ตัวแปรความใกล้ชิดเป็นการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม ทำให้เกิดสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ความประทับใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมระหว่างผู้รับชม และตัวละคร

นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ทราบว่า การลดความไม่แน่นอนนั้น ทำให้การปฏิสัมพันธ์ กึ่งสังคมมีมากขึ้น (Cole & Leets, 1999; Giles, 2009; Perse & Rubin, 1989; Rubin & McHugh, 1987; Rubin & Step, 2000) เพราะเช่นนั้น สมมติฐานที่ 3 คือ

สมมติฐานที่ 3 ความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครมีความสัมพันธ์กับการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมระหว่าง ผู้รับชมและตัวละคร

จากการศึกษาความสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานว่า ตัวแปรความประทับใจระหว่างบุคคลนั้น มีปัจจัย พยากรณ์ต่อความมั่นใจในคุณลักษณะและการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม และความมั่นใจในคุณลักษณะนั้น มีปัจจัย พยากรณ์ต่อการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม ซึ่งสามารถสรุปเป็นข้อสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 มีปัจจัยพยากรณ์ที่สามารถทำนายกระบวนการในการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมได้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบตัดขวาง (Cross-Sectional Study) โดยมีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ชมชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยรับชมภาพยนตร์และ/หรือซีรีส์ที่ถูกสร้างภายใต้ขอบเขต

เนื้อเรื่องของจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวล ซึ่งมีจำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า 5 เรื่อง การสุ่มตัวอย่างนั้นเป็นการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณตามสูตร Taro Yamane ความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ .05 ได้จำนวนไม่น้อย 400 คน ซึ่งข้อมูลที่ได้รับกลับมานั้นมีทั้งหมด 456 ชุด ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้ Google Form แล้วนำลิงก์ของแบบสอบถามไปส่งต่อในกลุ่ม Facebook Group และ Line Square ของแฟนคลับมาร์เวล รวมทั้งประสานงานกับยูทูบเบอร์ (YouTuber) ที่ทำเนื้อหาเกี่ยวกับมาร์เวล ในการช่วยส่งต่อแบบสอบถามไปยังแฟนคลับ

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยนั้นคือแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สอบถามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ และจำนวนภาพยนตร์และซีรีส์ที่ในขอบเขตจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวลที่เคยรับชมจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความประทับใจระหว่างบุคคล จำนวน 15 คำถาม (McCorskey & McCain, 1974) ยกตัวอย่างคำถาม เช่น “ฉันคิดว่าตัวละครนั้นหน้าตาดี” “ฉันคิดว่าตัวละครนั้นอาจจะเป็นเพื่อนที่ดีของฉันได้” มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Likert Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ เริ่มจาก “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จนถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง”

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร จำนวน 7 คำถาม (Clatterbuck, 1979) ยกตัวอย่างคำถาม เช่น “ฉันสามารถทำนายสิ่งที่ตัวละครนั้นจะทำได้” “ฉันสามารถคาดเดาอารมณ์ของตัวละครได้” มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ซึ่งมี 5 ระดับ เริ่มจาก “ไม่มั่นใจที่สุด” จนถึง “มั่นใจที่สุด”

ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความมั่นใจถึงสังคม มีจำนวน 12 ข้อ (Schramm & Hartmann, 2008) ยกตัวอย่างคำถาม เช่น “ฉันชอบติดตามพฤติกรรมของตัวละครนั้น” “บางครั้ง ฉันรู้สึกหลงรักในสิ่งที่ตัวละครกระทำ” มีลักษณะแบบเลือกตอบ ซึ่งมี 5 ระดับ เริ่มจาก “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จนถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จากการทดสอบความเที่ยงจากผู้ที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน พบว่า ค่า Cronbach's Alpha ของมาตรวัดในตอนที่ 2 เท่ากับ .829 ตอนที่ 3 เท่ากับ .779 และตอนที่ 4 เท่ากับ .714 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น เริ่มจากการใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Math) ในการพรรณนาตอนที่ 1 ได้แก่ ลักษณะทางประชากร จำนวนภาพยนตร์ในขอบเขตของจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวลที่กลุ่มตัวอย่างเคยชม และจำนวนซีรีส์ในขอบเขตของจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวลที่กลุ่มตัวอย่างเคยชม ในตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 เมื่อทำการเก็บข้อมูลได้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) กับคำถามในตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ใหม่อีกครั้ง เพื่อค้นหาองค์ประกอบแบบใหม่ที่เกิดขึ้นหลังจากการทำวิจัย จากนั้นใช้สถิติ One Way ANOVA และ Independent-Sample T-Test เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มจากลักษณะประชากรและจำนวนภาพยนตร์/

ซีรีส์ที่เคยรับชม จากนั้นใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient และ Simple Linear Regression เพื่อหาความสัมพันธ์และปัจจัยพยากรณ์

ผลการวิจัย

ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	316	69.3
หญิง	131	28.7
ไม่ระบุ	9	2.0
รวม	456	100

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 ตามมาด้วยเพศหญิง จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และไม่ระบุเพศ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนา

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	114	25.0
ปริญญาตรี	300	65.8
สูงกว่าปริญญาตรี	42	9.2
รวม	456	100

มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามมาด้วยระดับปริญญาตรี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 และสูงกว่าปริญญาตรี 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	157	43.2
ต่างจังหวัด	259	56.8
รวม	456	100

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 ตามมาด้วยมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
0-10,000 บาท	207	45.4
10,001-20,000 บาท	87	19.1
20,001-30,000 บาท	75	16.4
30,001-40,000 บาท	44	9.6
40,001 บาท ขึ้นไป	43	9.4
รวม	456	100

ผู้มีรายได้ 0-10,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4 ตามมาด้วยรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และรายได้ 40,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 18-23 ปี	219	48.0
อายุ 24-29 ปี	143	31.4
อายุ 30-35 ปี	44	9.6
อายุ 36-40 ปี	36	7.9
อายุ 41 ปีขึ้นไป	14	3.1
รวม	456	100

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 18-23 ปี มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ตามมาด้วยอายุ 24-29 ปี มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 อายุ 30-35 ปี มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 อายุ 36-40 ปี มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 และอายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนภาพยนตร์ในขอบเขตจักรวาลมาเวลที่เคยรับชม

จำนวนภาพยนตร์ที่เคยรับชม	จำนวน	ร้อยละ
0-5 เรื่อง	43	9.4
6-10 เรื่อง	53	11.6
11-15 เรื่อง	34	7.5
16 เรื่องขึ้นไป	326	71.5
รวม	456	100

จำนวนภาพยนตร์ในขอบเขตจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวลที่เคยรับชมนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับชมภาพยนตร์ในขอบเขตจักรวาลมาร์เวลเป็นจำนวน 16 เรื่องขึ้นไป มีจำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 ตามมาด้วยจำนวน 6-10 เรื่อง มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 จำนวน 11-15 เรื่อง มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และจำนวน 0-5 เรื่อง มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนซีรีส์ในขอบเขตจักรวาลมาเวลที่เคยรับชม

จำนวนภาพยนตร์ซีรีส์	จำนวน	ร้อยละ
0-5 เรื่อง	361	79.2
6-10 เรื่อง	61	13.4
11-15 เรื่อง	13	2.9
16 เรื่องขึ้นไป	21	4.6
รวม	456	100

จำนวนซีรีส์ในขอบเขตจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวลที่เคยรับชมนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับชมซีรีส์ในขอบเขตจักรวาลมาร์เวลเป็นจำนวน 0-5 เรื่อง มีจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 ตามมาด้วยจำนวน 6-10 เรื่อง มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 จำนวน 16 เรื่องขึ้นไป มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และจำนวน 11-15 เรื่อง มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

การวิเคราะห์องค์ประกอบ

จากการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความประทับใจระหว่างบุคคล สามารถวิเคราะห์ความประทับใจระหว่างบุคคลโดยจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่ม จากการทดสอบ Cronbach's Alpha ในแต่ละกลุ่ม พบว่า มี 1 กลุ่มที่มีค่า .315 ทำให้องค์ประกอบความประทับใจระหว่างบุคคลสามารถจัดได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 8 ค่าวิเคราะห์องค์ประกอบของความประทับใจระหว่างบุคคล

ความประทับใจระหว่างบุคคล	Factor Loading
กลุ่มที่ 1 ความประทับใจในความไม่เอาไหน	
ผลงานของตัวละครตัวนั้นไม่ค่อยประสบผลสำเร็จเท่าไร	.790
ตัวละครตัวนั้นมักแก้ปัญหาต่างๆไม่ได้	.770
ตัวละครตัวนั้นหน้าตาอัปลักษณ์	.721
ฉันไม่ชอบลักษณะท่าทางของตัวละครตัวนั้น	.704
ในเรื่อง ตัวละครนั้นมีบทบาทในเรื่องการทำภารกิจไม่มาก	.635
Cronbach's Alpha .795	
กลุ่มที่ 2 ความประทับใจด้านความไว้วางใจ	
ตัวละครนั้นสามารถทำภารกิจต่าง ๆ ได้เรียบร้อยเป็นอย่างดี	.733
ถ้าตัวละครตัวนั้นมีตัวตน เขาคงช่วยงานต่าง ๆ ให้เสร็จได้เป็นอย่างดี	.712
ตัวละครนั้นอาจจะเป็นเพื่อนที่ดีได้	.693
อยากได้รับโอกาสในการสนทนากับตัวละครตัวนั้นเหมือนเพื่อนคนหนึ่ง	.612
Cronbach's Alpha .678	
กลุ่มที่ 3 ความประทับใจด้านการเข้าถึงยาก	
ตัวละครตัวนั้นไม่เหมาะที่จะเป็นเพื่อนในกลุ่มเดียวกับตน	.746
ไม่สามารถสร้างมิตรภาพรวมกันกับตัวละครได้	.696
Cronbach's Alpha .743	

จากการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความมั่นใจในคุณลักษณะ สามารถวิเคราะห์ความประทับใจระหว่างบุคคล โดยจัดกลุ่มได้ 1 กลุ่ม แจกแจงได้ดังนี้

ตารางที่ 9 ค่าวิเคราะห์องค์ประกอบของความมั่นใจในคุณลักษณะ

ความมั่นใจในคุณลักษณะ	Factor Loading
ฉันมีความแม่นยำในการคาดเดาถึงทัศนคติของตัวละครนั้น	.817
ฉันสามารถคาดเดารมณของตัวละครได้	.776
ฉันมีความแม่นยำต่อการคาดเดาคคุณค่าของตัวละครที่มีต่อภาพยนตร์/ซีรีส์	.765
ฉันคิดว่าฉันรู้จักตัวละครตัวนี้ดีเป็นอย่างดี	.709
ฉันสามารถทำนายสิ่งที่ตัวละครนั้นจะทำได้	.669
ฉันมีความเห็นอกเห็นใจในตัวละครนั้น	.585
Cronbach's Alpha .821	

จากการวิเคราะห์ตัวแปรด้านการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม สามารถวิเคราะห์ความประทับใจระหว่างบุคคล โดยจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่ม จากการทดสอบ Cronbach's Alpha ในแต่ละกลุ่ม พบว่า มี 2 กลุ่มที่มีค่า .051 และ .056 ทำให้องค์ประกอบความประทับใจระหว่างบุคคลสามารถจัดได้ 1 กลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 10 ค่าวิเคราะห์องค์ประกอบของการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม

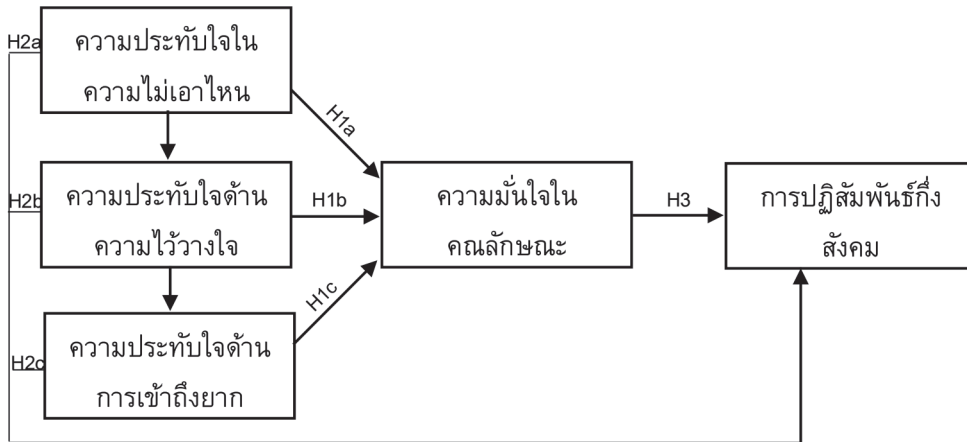
การปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม	Factor Loading
ฉันทราบว่าฉันชอบหรือไม่ชอบอะไรบ้างในตัวละครนั้น	.671
ฉันมักถามตัวเองว่า ฉันเห็นพัฒนาการอะไรบ้างในตัวละครนั้น	.664
ฉันชอบติดตามพฤติกรรมของตัวละครนั้น	.521
Cronbach's Alpha .611	

การทดสอบความแตกต่าง

จากการทดสอบความแตกต่าง พบว่า การทดสอบเพศ พบความแตกต่างกันในความประทับใจด้านความไว้วางใจ ความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร และการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม การทดสอบรายได้ พบความแตกต่างกันในความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร และการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม การทดสอบอายุ พบความแตกต่างในความประทับใจในความไม่เอาไหนของตัวละครต่างกัน ความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร และการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม การทดสอบจำนวนภาพยนตร์ที่เคยรับชม พบความแตกต่างในความประทับใจในความไม่เอาไหน ความประทับใจด้านความไว้วางใจ ความประทับใจด้านการเข้าถึงยาก ความมั่นใจในคุณลักษณะ และการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม การทดสอบจำนวนซีรีส์ที่เคยรับชม พบความแตกต่างเรื่องการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคม ระดับการศึกษาสูงสุดและภูมิลำเนา นั้น ไม่พบความแตกต่างในทุกตัวแปร

การทดสอบสมมติฐาน

หลังจากการทำการวิเคราะห์องค์ประกอบในแต่ละตัวแปร สามารถเขียนปรับกรอบวิจัยได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยหลังจากวิเคราะห์องค์ประกอบ

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 ผู้วิจัยได้ใช้ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

มีความประทับใจ 2 ประเภทที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร โดยความประทับใจในความไม่เอาไหนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .114 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และความประทับใจด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .419 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ เพราะฉะนั้น ผลการพิสูจน์สมมติฐานคือ ยอมรับ H1a และ H1b แต่ปฏิเสธ H1c

มีความประทับใจ 2 ประเภทที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมระหว่างผู้รับชมกับตัวละคร โดยความประทับใจด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมระหว่างผู้รับชมและตัวละครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .516 ซึ่งมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และความประทับใจด้านการเข้าถึงยาก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมระหว่างผู้รับชมและตัวละครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .121 ซึ่งมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก เพราะฉะนั้น ผลการพิสูจน์สมมติฐาน คือ ยอมรับ H2b และ H2c แต่ปฏิเสธ H2a

ความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมระหว่างผู้รับชมและตัวละครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .572 ซึ่งมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง เพราะฉะนั้น ผลการพิสูจน์สมมติฐาน คือ ยอมรับ H3

อย่างไรก็ดี ความประทับใจระหว่างบุคคลทั้ง 3 ประเภท มีความสัมพันธ์กัน โดยความประทับใจในความไม่เอาไหน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความประทับใจด้านความไว้วางใจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .124 ซึ่งมีความความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก ความประทับใจในความไม่เอาไหน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความประทับใจด้านการเข้าถึงยากอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .461 ซึ่งมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และความประทับใจด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความประทับใจด้านการเข้าถึงยากอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .212 ซึ่งมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

ตารางที่ 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความประทับใจระหว่างบุคคลและการปฏิสัมพันธ์ถึงสังคมระหว่างตัวแปร

	ความประทับใจ ในความ ไม่เอาไหน	ความประทับใจ ด้านความ ไว้วางใจ	ความประทับใจ ใจด้านการเข้า ถึงยาก	ความมั่นใจใน คุณลักษณะ	การปฏิสัมพันธ์ ถึงสังคม
ความประทับใจในความ ไม่เอาไหน	1	.124**	.461***	.114*	.079
ความประทับใจด้าน ความไว้วางใจ	.124**	1	.212***	.419***	.516***
ความประทับใจด้าน การเข้าถึงยาก	.461**	.212***	1	.082	.121**
ความมั่นใจในคุณลักษณะ	.114*	.419***	.082	1	.572***
การปฏิสัมพันธ์ถึงสังคม	0.79	.516***	.121**	.572***	1

*** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับ .001

** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับ .01

* ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจระหว่างบุคคลในแต่ละด้าน ทำให้ทราบว่าทุกด้านมีความสัมพันธ์กันทั้งหมด เพราะฉะนั้น ในการหาปัจจัยพยากรณ์ ผู้วิจัยได้ทดสอบตัวแปรความประทับใจระหว่างบุคคลแยกครั้งละประเภท โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) จากการทดสอบพบว่า

ความประทับใจในความไม่เอาไหนสามารถอธิบายความผันแปรของความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครได้ร้อยละ 1 ทั้งนี้ ความประทับใจในความไม่เอาไหนมีผลทางบวกต่อความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร ความประทับใจด้านความไว้วางใจสามารถอธิบายความผันแปรของความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครได้ร้อยละ 18 ทั้งนี้ ความประทับใจด้านความไว้วางใจมีผลทางบวกต่อความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร

ความประทับใจด้านความไว้วางใจสามารถอธิบายความผันแปรของการปฏิสัมพันธ์ถึงสังคมระหว่างผู้รับชมและตัวละครได้ร้อยละ 27 ทั้งนี้ ความประทับใจด้านความไว้วางใจมีผลทางบวกต่อการปฏิสัมพันธ์ถึง

สังคมนระหว่างผู้รับชมและตัวละคร ความประทับใจด้านการเข้าถึงยากสามารถอธิบายความผันแปรของการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมนระหว่างผู้รับชมและตัวละครได้ร้อยละ 1 ทั้งนี้ ความประทับใจด้านการเข้าถึงยากมีผลทางบวกต่อการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมนระหว่างผู้รับชมและตัวละคร

ความมั่นใจในคุณลักษณะสามารถอธิบายความผันแปรของการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมนระหว่างผู้รับชมและตัวละครได้ร้อยละ 33 ทั้งนี้ ความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครมีผลทางบวกกับการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมนระหว่างผู้รับชมกับตัวละคร

จากผลการทดสอบปัจจัยพยากรณ์ ทำให้ทราบว่า มีปัจจัยพยากรณ์ที่สามารถทำนายกระบวนการเกิดการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมนได้ เพราะเช่นนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 4

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ตัวแปรพยากรณ์	ความมั่นใจในคุณลักษณะ			การปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมน		
	ค่าคงที่	b	Adjust R ²	ค่าคงที่	b	Adjust R ²
ความประทับใจในความไม่เอาไหน	20.83	.11**	.01	11.48	.04	
ความประทับใจด้านความไว้วางใจ	12.15	.65***	.18	5.87	.38***	.27
ความประทับใจด้านการเข้าถึงยาก	21.58	.16		11.30	.11*	.01
ความมั่นใจในคุณลักษณะ				5.90	.27***	.33

*** $p < .001$

* $p < .05$

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีการวิเคราะห์องค์ประกอบใหม่ขึ้นมา ทำให้องค์ประกอบในตัวแปรความประทับใจระหว่างบุคคลนั้นมีความแตกต่างจากความประทับใจระหว่างบุคคลของ McCroskey และ McCain (1974) ซึ่งผู้วิจัยค้นพบความประทับใจระหว่างบุคคล 3 ประเภท ประกอบด้วย ความประทับใจในความไม่เอาไหน ความประทับใจด้านความไว้วางใจ และความประทับใจด้านการเข้าถึงยาก ทางด้านตัวแปรความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครนั้น และตัวแปรการปฏิสัมพันธ์กึ่งสังคมนั้น ผู้วิจัยค้นพบกลุ่มละ 1 องค์ประกอบ

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความประทับใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละคร พบว่า ความประทับใจในความไม่เอาไหนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครในระดับต่ำมาก และความประทับใจด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครในระดับต่ำ ถึงแม้ว่าการศึกษานี้จะเป็นการนำตัวแปรที่มีองค์ประกอบเฉพาะที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบมาทำการศึกษา แต่ผลการทดสอบสมมติฐานนั้นมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ Berger และ Calabrese (1975) ได้อภิปรายไว้ว่า ระดับความชอบนั้นจะมีการสวนทางกับระดับความไม่แน่นอนในความ

ลัมพันท์ Clatterbuck (1979) ได้สร้างมาตรวัดความมั่นใจในคุณลักษณะโดยมีพื้นฐานจากทฤษฎีการลดความไม่แน่นอน เมื่อนำมาตรวัดของ Clatterbuck (1979) มาประยุกต์ใช้แล้วเกิดผลการวิจัยที่สัมพันธ์กับความประทับใจ ซึ่งตัวแปรความประทับใจนั้น Rubin และ McHugh (1987) ได้นำมาใช้ศึกษาแทนตัวแปรความชอบ ซึ่งคือสัจพจน์ที่ 7 ในทฤษฎีการลดความไม่แน่นอน (Berger & Calabrese, 1975) เมื่อพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความประทับใจระหว่างบุคคลกับความมั่นใจในคุณลักษณะ แสดงให้เห็นว่าผลการทดสอบนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อย่างไรก็ตาม ความประทับใจด้านการเข้าถึงยากนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับความมั่นใจในคุณลักษณะ

เมื่อพิจารณาถึงสมมติฐานที่ 2 ความประทับใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับการปฏิสัมพันธ์ที่สังคมระหว่างผู้รับชมกับตัวละคร จะมีผลที่ต่างจากสมมติฐานที่ 1 นั่นคือ ความประทับใจด้านความไว้วางใจ และความประทับใจด้านการเข้าถึงยาก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม ซึ่ง Rubin และ McHugh (1987) ได้พบเจอความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความประทับใจระหว่างบุคคลกับความสัมพันธ์ที่สังคมเช่นกัน ทำให้ผลการศึกษามีความสอดคล้องกัน

ตัวแปรความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครนั้น เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานที่ 3 ความมั่นใจในคุณลักษณะของตัวละครมีความสัมพันธ์กับการปฏิสัมพันธ์ที่สังคมระหว่างผู้รับชมกับตัวละคร จะพบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานนั้นมีความสอดคล้องกับการอภิปรายผลของ Perse และ Rubin (1989) ซึ่งความมั่นใจในคุณลักษณะนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม Berger และ Calabrese (1975) ได้อธิบายว่าระดับความไม่แน่นอนกับความใกล้ชิด ซึ่งเป็นสัจพจน์ที่ 4 ในทฤษฎีการลดความไม่แน่นอน มีการสวนทางกัน Rubin และ McHugh (1987) ได้นำสัจพจน์ที่ 4 ปรียบเป็นการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม ซึ่งความหมายของการปฏิสัมพันธ์ที่สังคมนั้น Cohen (2009) คือการแสดงอารมณ์และพฤติกรรมของผู้รับชมที่มีต่อบุคคลสาธารณะที่ปรากฏตัวในสื่อ หากพิจารณาเรื่องการลดความไม่แน่นอนของ Berger และ Calabrese (1975) ความไม่แน่นอนเกิดได้จากการเรียนรู้ (Cognitive Uncertainty) และการแสดงพฤติกรรม (Behavioral Uncertainty) ถ้าหากการแสดงอารมณ์และพฤติกรรมนั้นเพียงแสดงได้ นั่นคือ ความไม่แน่นอนนั้นลดลงจนเกิดความใกล้ชิด (Berger & Calabrese, 1975)

ทางด้านปัจจัยพยากรณ์นั้น มีความประทับใจระหว่างบุคคลที่เป็นปัจจัยพยากรณ์ต่อความมั่นใจในคุณลักษณะ และการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม ซึ่ง Berger และ Calabrese (1975) ได้อธิบายในเชิงเดียวกันว่าระดับความชอบกับความไม่แน่นอนในความสัมพันธ์มีทิศทางผกผันกัน นอกจากนี้ ความประทับใจระหว่างบุคคลนั้น เป็นปัจจัยพยากรณ์ต่อการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม (Rubin & McHugh, 1987) และความมั่นใจในคุณลักษณะก็ส่งผลต่อการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม (Perse & Rubin, 1989)

จากผลการวิจัยนั้นทำให้ตอบคำถามที่ว่า ผู้รับชมนั้น สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่สังคมกับตัวละครในจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวลได้หรือไม่ โดยผลการวิจัยนั้นแสดงให้เห็นว่าผู้รับชมนั้นสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่สังคมได้ โดยที่ความมั่นใจในคุณลักษณะนั้นมีความสัมพันธ์กับการปฏิสัมพันธ์ที่สังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการปฏิสัมพันธ์ที่สังคมที่ศึกษาผ่านสื่อประเภทอื่นและในบริบทอื่นที่ผ่านมา

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งต่อไปสามารถประยุกต์ใช้ผลการทดลองเพื่อศึกษาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับชมกับบุคคลในสื่อ เนื่องจากในยุคสมัยที่เนื้อหาที่มีการถูกนำเสนอข้ามสื่อ รวมทั้งสื่อผสมนั้น มีความแตกต่างจากสื่อในยุคสมัยก่อน การปฏิสัมพันธ์ก็ระหว่างผู้รับชมกับบุคคลในสื่อในยุคนี้อาจมีความแตกต่างจากในยุคสมัยอดีต ดังนั้น การศึกษาวิจัยในอนาคตนั้น อาจมีการนำประเด็นเรื่องการเปิดรับสื่อเข้ามาศึกษาเพิ่มเติม รวมทั้งศึกษาไปถึงการปฏิสัมพันธ์ และการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมได้จริง เนื่องจากลักษณะของสื่อที่สามารถสื่อสารได้สองทาง อาจส่งผลให้การปฏิสัมพันธ์นั้นไม่ได้เป็นการสื่อสารฝ่ายเดียว

บรรณานุกรม

- Avengers: Endgame Beat Box Office Records with \$1.2bn Debut. (2019, April 29). *BBC*. Retrieved From <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-48084977>
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research, 1*, 99-112.
- Burke, L. (2018). A bigger universe: Marvel studios and transmedia storytelling. In J. C. Chambliss, W. L. Svitavsky, & D. Fandino (Eds.). *Assembling the Marvel Cinematic Universe: Essays on the social, cultural and geopolitical domains* (pp. 32-51). Jefferson, NC: McFarland & Company.
- Chambliss, J. C., Svitavsky, W. L., & Fandino, D. (2018). Introduction. In J. C. Chambliss, W. L. Svitavsky, & D. Fandino (Eds.). *Assembling the Marvel Cinematic Universe: Essays on the social, cultural and geopolitical domains* (pp. 1-8). Jefferson, NC: McFarland & Company.
- Clatterbuck, G. W. (1979). Attributional confidence and uncertainty in initial interaction. *Human Communication Research, 5*(2), 147-157.
- Cohen, J. (2009). Mediated relationships and media effects: Parasocial interaction and identification. In R. L. Nabi & M. B. Oliver (Eds.). *The SAGE handbook of media processes and effects* (pp. 223-236). Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- Cohen, J. (1999). Favorite characters of teenage viewers of Israeli serials. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 43*, 327-345.
- Cole, T., & Leets, L. (1999). Attachment styles and intimate television viewing: Insecurely forming relationships in a parasocial way. *Journal of Social and Personal Relationships, 16*(4), 495-511.

- Giles, D. C. (2009). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology, 4*, 279-305.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Interpersonal and Biological Processes, 19*(3), 215-229.
- McCroskey, J. C., & McCain, T. A. (1974). The measurement of interpersonal attraction. *Speech Monographs, 41*(3), 261-266.
- Perse, E., & Rubin, R. B. (1989). Attribution in social and parasocial relationship. *Communication Research, 16*(1), 59-77.
- Ramasubramanian, S., & Kornfield, S. (2012). Japanese anime heroines as role models for U.S. youth: Wishful identification, parasocial interaction, and intercultural entertainment effects. *Journal of International and Intercultural Communication, 5*(3), 189-207.
- Rubin, A. M., Perse, E. M., & Powell, R. A. (1985). Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research, 12*(2), 155-180.
- Rubin, A. M., & Step, M. M. (2000). Impact of motivation, attraction, and parasocial interaction on talk radio listening. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44*(4), 635-654.
- Rubin, R. B., & McHugh, M. P. (1987). Development of parasocial interaction relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 31*(3), 279-292.
- Schramm, H., & Hartmann, T. (2008). The PSI-process scales: A new measure to assess the Intensity and breadth of parasocial processes. *Communications, 33*, 385-401.
- Sood, S., & Rogers E. M. (2000). Dimensions of parasocial interaction by letter-writers to a popular entertainment-education soap opera in India. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44*(3), 386-414.
- Stever, G. S. (2010). Fan behavior and lifespan development theory: Explaining para-social and social attachment to celebrity. *Journal of Adult Development, 18*(1), 1-7.
- Stever, G. S., & Lawson, K. (2013). Twitter as a way for celebrities to communicate with fans: Implications for the study of parasocial interaction. *North American Journal of Psychology, 15*(2), 339-354.