

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากไม่ว่าจะเกิดขึ้นในรูปแบบของสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ซึ่งผลิตออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน อยู่ที่แต่ละรูปแบบของสื่อแต่ละชนิด ที่จะสื่อมาขึ้นว่าจะเข้าถึงผู้รับสารมากน้อยเพียงใด และส่งผลต่อความคิด และการกระทำของผู้รับสารออกมาในรูปแบบของการการเลียนแบบ

สื่อมวลชนเป็นช่องทางของข่าวสาร และความรู้ของคนในสังคมแต่ละยุคสมัย การสื่อสารเริ่มจากการพูดคุยและพัฒนาขึ้นมาในรูปแบบของหนังสือ ซึ่งการเรียนรู้ ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ได้มาจากสื่อที่ป้อนให้กับผู้รับสาร สื่อมวลชนถือว่ามีอิทธิพลต่อผู้รับสารมาก ในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่เราจะบริโภคสื่อจากการรับชมโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร และในแต่ละสื่อก็มีโฆษณาแอบแฝงอยู่ และสิ่งเหล่านี้เข้าไปครอบงำจิตใจ ให้ผู้รับสารส่วนใหญ่ ได้รับอิทธิพล จากการซื้อสินค้าต่าง ๆ จาก สื่อเหล่านั้น

นิตยสารนับว่าเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย และเป็น สิ่งพิมพ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคม โดยนิตยสารมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบจากอดีตสู่ปัจจุบัน ตามสภาพเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งในอดีตนั้น นิตยสารมีไว้สำหรับชนชั้นผู้นำ ของสังคม แต่ปัจจุบันมีการการเผยแพร่สู่ระดับมวลชนรูปแบบของการผลิตจึงมีเนื้อหา จึงมีหลากหลาย และผู้บริโภค สามารถเข้าถึงสื่อได้มากขึ้น โดยรูปแบบของนิตยสารที่ ผลิตออกมาเป็นเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน มีเนื้อหาเน้นความบันเทิง และ ประเภทความรู้ทั่วไปรูปแบบนิตยสารที่ผลิตออกมานั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน (วิญาวิ วัฒนถาวร, 2551, หน้า 1)

การแบ่งประเภทของนิตยสาร 5 ประเภทดังนี้ (Click & Russell, 1974, pp. 4-6)

1. นิตยสารเพื่อผู้บริโภค (consumer magazines) นิตยสารประเภทนี้มุ่งที่ผู้อ่านซึ่งเป็นประชาชนทั่วไป ทำขึ้นเพื่อจัดจำหน่ายโดยทำเป็นธุรกิจที่หวังผลกำไร มีการหารายได้จากการรับลงโฆษณาเป็นหลัก

2. นิตยสารธุรกิจ (business publications) นิตยสารประเภทนี้มุ่งบริการเฉพาะกลุ่มผู้อ่านที่อยู่ในวงธุรกิจ อุตสาหกรรม หรือวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่งโดยเฉพาะ หรืออาจเรียกตามความนิยมว่าวารสารส่วนใหญ่แล้วนิตยสารประเภทนี้มักจะจัดทำในรูปแบบของหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์และเน้นการเสนอข่าวสารในวงธุรกิจ จึงทำให้เกิดความสับสนในการแบ่งว่าสิ่งพิมพ์ชนิดใดควรเป็นนิตยสาร และสิ่งพิมพ์ชนิดใดควรเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสารประเภทนี้ยังแบ่งย่อยลงไปได้อีก 3 กลุ่มใหญ่ คือ

2.1 นิตยสารที่จัดทำขึ้นโดยสำนักพิมพ์หรือบริษัทอิสระที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือสาขาวิชาที่ตนทำนิตยสารขาย

2.2 นิตยสารที่จัดทำขึ้นโดยสมาคมวิชาชีพ ผลิตนิตยสารขึ้นเพื่อรายงานข่าวความเคลื่อนไหวและเผยแพร่ความรู้ เป็นบริการแก่สมาชิกสมาคม

2.3 นิตยสารที่จัดขึ้นโดยบริษัทผู้พิมพ์อิสระแต่ทำหน้าที่ออกนิตยสารให้สมาคมต่าง ๆ

3. นิตยสารของสมาคมต่าง ๆ (association magazines) นิตยสารประเภทนี้มีลักษณะคล้ายนิตยสารเฉพาะกลุ่ม แต่ไม่มุ่งที่การขายโฆษณา ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือนิตยสาร national geographic วารสารสมาคมแพทยอเมริกัน (journal of the American medical association) และ (journalism quarterly) นิตยสารเหล่านี้มีความแตกต่างกันไปหลายแบบตั้งแต่ประเภทที่ผู้ทำไม่ได้เงินเดือน คือ เป็นอาสาสมัครไปจนถึงประเภทผู้ที่ทำได้เงินเดือนสูงมาก นิตยสารประเภทนี้มุ่งเน้นส่งเสริมงานของสมาคมในรูปของการให้ข้อมูลความรู้ตามที่แต่ละสมาคมมุ่งหมาย บางฉบับอาจไม่มีโฆษณาเลย อยู่ได้โดยค่าบำรุงจากสมาชิกอย่างเดียว แต่บางฉบับก็รับโฆษณาบ้าง แต่มีได้มุ่งที่รายได้จากการโฆษณา

4. นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (public relation magazines) จัดทำขึ้นเพื่อแจกบุคลากร ลูกค้า ผู้มาติดต่อผู้ถือหุ้น ไปจนถึงผู้สนใจและประชาชนทั่วไปส่วนใหญ่จะใช้งบประมาณของหน่วยงานซึ่งเป็นเจ้าของนิตยสาร แต่มีรับโฆษณาด้วยเช่นกัน นิตยสาร

ประเภทนี้มักจัดทำขึ้น โดยการแบ่งกลุ่มผู้อ่านไว้ 3 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มผู้อ่านภายใน หรือหน่วยงานสถาบัน (internal) กลุ่มผู้อ่านภายนอก (external) และกลุ่มผสมระหว่าง ผู้อ่านภายในและภายนอกตัวอย่างนิตยสารประเภทนี้ ได้แก่ นิตยสารที่แจกบนเครื่องบิน ของสายการบินต่าง ๆ หรือนิตยสารของธุรกิจ โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นต้น

5. นิตยสารประเภทที่ออกมาเพื่อมุ่งเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์ หนึ่งโดยเฉพาะ (one-shot magazine) นิตยสารประเภทนี้เป็นนิตยสารที่ใช้หัวหนังสือ เดียวกันแต่จะออกมาตามวาระ โดยมุ่งที่ประเด็นสำคัญ ปรัชญาการณ หรือแนวคิด- แปลก ๆ เช่นนิตยสารเกี่ยวกับพวก Beatles การอภิเษกสมรสของเจ้าฟ้าชายชาร์ล ยาน อวกาศโคลัมเบีย เป็นต้น เนื้อหามุ่งเสนอรายละเอียดในเรื่องนั้น ๆ นิตยสารประเภทนี้ อาจออกมามีครั้งเดียวแล้วหายไป แต่พอมีประเด็น หรือปรากฏการณ์แปลก ๆ ก็อาจจะ ออกมาอีก นิตยสารประเภทนี้อาจจะพัฒนาไปเป็นนิตยสารธรรมดาได้ในที่สุด หรืออาจ พัฒนาไปเป็นหนังสือชุด อาทิ ชุดเครื่องประดับ ชุดนักบินอวกาศ ชุดนักดนตรีดังแห่งยุค เป็นต้น

นิตยสารวัยรุ่นเป็นนิตยสารที่ออกแบบโดยเอกชน บริษัทธุรกิจการพิมพ์ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นนิตยสารเพื่อผู้บริโภคโดยทั่วไป (consumer magazines) ทำขึ้นเพื่อจำหน่าย เป็นธุรกิจที่หวังผลกำไร และแข่งขันกันมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้อ่านได้เพิ่มรายละเอียด เทรนด์แฟชั่น สไตส์การแต่งตัวตามเทรนด์ เพื่อในเข้ากับยุคสมัย นั้น ๆ รวมไปถึงมีเรื่อง เพศเข้ามาในนิตยสารด้วย

ปัจจุบันมีการผลิตนิตยสารวัยรุ่น สร้างขึ้นเพื่อเอาใจกลุ่มวัยรุ่น โดยกลุ่มเป้าหมาย หลักของนิตยสารเหล่านี้ ก็คือ กลุ่มวัยรุ่นที่ต้องการความทันสมัย ต้องการเป็นผู้ร่วมสมัย ในทุกๆด้าน ชอบลองอะไรใหม่ ๆ ที่ทันสมัย และกำลังอยู่ในช่วงที่เป็นกระแสนิยม และ ชอบเปลี่ยนแปลงอยู่เป็นประจำ เพื่อให้ตนเองดูโดดเด่น และไม่ตกเทรนด์ โดยธรรมชาติ ของวัยรุ่นนั้นเป็นวัยที่มีพฤติกรรมชอบเลียนแบบแฟชั่น

นิตยสารวัยรุ่นนั้น นอกจากจะให้ความรู้ และความบันเทิงข้างต้นที่กล่าวไปแล้ว นั้น อีกด้านหนึ่งยังมีผลกระทบแอบแฝงอยู่ โดยที่เราไม่ทราบว่าผลกระทบนั้น ซ่อนอยู่ในรูปแบบใด เช่นการเลียนแบบการแต่งกายตามนิตยสารของวัยรุ่นไทย นั่นคือ วัยรุ่น เป็นวัยที่ถูกชักจูงได้ง่าย โดยธรรมชาติของนิตยสาร เป็นสื่อที่มีสีสันดึงดูดใจผู้บริโภค

อยู่แล้ว ถ้าสอดแทรกสาระไว้กับบันเทิงได้อย่างน่าอ่าน ใช้ประโยชน์จากความน่าสนใจของมันแล้ว เรื่องเช็กส์ก็สามารถนำเสนอได้ในแง่ของการให้ข้อมูล ซึ่งปัจจุบันถ้าเนื้อหาในนิตยสารจะพูดถึงเรื่องเช็กส์ ก็ถือว่าไม่ผิดเพราะถือว่าเป็นการให้ความรู้แก่วัยรุ่น มีทั้งข้อดีและข้อเสีย

การแต่งกายของเยาวชนไทยในปัจจุบันมักจะขัดกับวัฒนธรรมไทย ทั้งนี้คงเป็นค่านิยมที่รับมาจากประเทศทางตะวันตก ที่เข้ามาในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น เสื้อสายเดี่ยว เสื้อเกาะอก กระโปรงสั้น หรือกางเกงขาสั้น เยาวชนเข้าใจผิดคิดว่าการใส่เสื้อผ้าแบบนุ่งน้อยห่มน้อยเป็นเรื่องที่ดี โดยไม่สนใจสายตาใครทั้งสิ้น ถ้าไม่ใส่จะถือล้ำสมัย ในสังคมปัจจุบันนี้การแต่งกายที่ทันสมัยนับว่าเป็นสิ่งจำเป็น แฟชั่นนั้นไม่ใช่จะมีแต่ไปอย่างเดียว แฟชั่นที่ไม่ไปก็มี และอาจคิดว่า (วิไลลักษณ์ จิระญาวัลพร, 2552, หน้า 4)

การแต่งกายของแต่ละคนย่อมเป็นไปตามรสนิยมของตน การเลือกผ้า เลือกสี การเลือกแบบ มักแตกต่างกันออกไป อยู่ที่สไตล์ของแต่ละคนที่จะเลือกสวมใส่เพื่อเหมาะกับสรีระของตนเอง แฟชั่นบางครั้งมีการโชว์มากเกินไป ซึ่งนั่นเป็นภาพที่ไม่เหมาะสมของดารา นักแสดง ที่ไม่ควรจะเอาเป็นแบบอย่างที่ดีกับเด็กและเยาวชนในสังคมไทย ไม่ใช่เพียงเสื้อผ้าตามแฟชั่นเท่านั้น ยังรวมไปถึงชุด นักเรียน นักศึกษา ที่นักแสดงสวมใส่เวลาเล่นละคร หรือถ่ายแฟชั่นในนิตยสารก็ตาม

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ชี้ให้เห็นว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการเป็นที่ยอมรับ และความสนใจ จากบุคคลอื่น และมีพฤติกรรมที่เลียนแบบ แฟชั่นจากนิตยสาร โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสม หรือค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการใช้จ่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง นิตยสารวัยรุ่นที่มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายของนักเรียน ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของวัยรุ่นที่สนใจอ่านนิตยสารวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาเนื้อหา วิธีการนำเสนอของนิตยสารวัยรุ่นที่กลุ่มวัยรุ่นนิยมอ่าน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบการแต่งกายของวัยรุ่นจากแฟชั่นในนิตยสาร

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นจากนิตยสารแตกต่างกัน
3. เนื้อหาของนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่นแตกต่างกัน
4. วิธีการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นจากนิตยสารแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 13-19 ปี ที่ศึกษาอยู่โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง (ฝ่ายมัธยม) สังกัดสำนักงานพื้นที่การศึกษา กรุงเทพมหานครเขต 2 กระทรวงศึกษาธิการ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ลักษณะประชากร หมายถึง ลักษณะกลุ่มวัยรุ่นผู้อ่านนิตยสารวัยรุ่น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ของนักเรียนมัธยมศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นิตยสารวัยรุ่น หมายถึง นิตยสารที่มีเนื้อหาภายในเล่มเน้นทางด้านแฟชั่น แนะนำเทรนด์การแต่งกาย ใหม่ ๆ สอดแทรกความรู้บันเทิง และเรื่องราวที่เป็นที่นิยมของนักเรียนมัธยมศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

แฟชั่น หมายถึง การเลือกเสื้อผ้า การแต่งกายขึ้นอยู่กับยุคสมัย สภาพแวดล้อม, ฤดูกาล เป็นตัวกำหนดให้นักเรียนมัธยมศึกษามีความแตกต่างกันจนนำมาเป็นแฟชั่นในยุคนั้น ๆ

วัยรุ่น หมายถึง กลุ่มนักเรียน โรงเรียนมัธยมศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหงเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 13-19 ปี ในกรุงเทพมหานคร

นิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบ หมายถึง การเปิดสื่อประเภทนิตยสารวัยรุ่น ส่งผลให้วัยรุ่นเกิดการเรียนรู้ สิ่งใหม่ ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ทันสมัย และภาพแฟชั่นในนิตยสารเป็นตัวกำหนดให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ

การเลียนแบบ หมายถึง พฤติกรรมของ นักเรียนมัธยมศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่แต่งกายตามแฟชั่นในนิตยสารวัยรุ่น

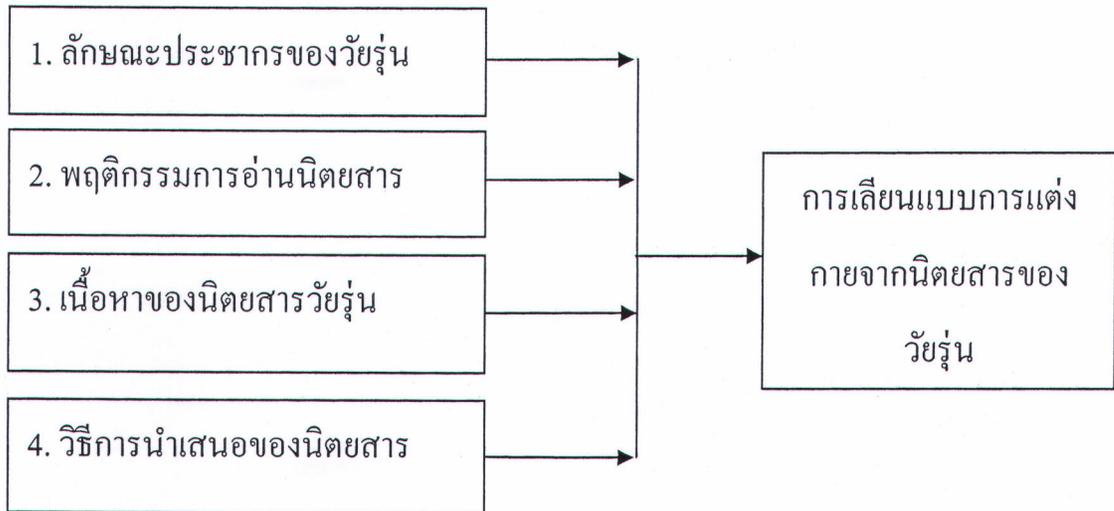
## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบนิตยสาร การนำเสนอข้อมูลให้ผู้อ่านได้รับประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น
2. ผลวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูล ใช้อ้างอิงให้ผู้ประกอบการธุรกิจนิตยสารในการผลิตและนำเสนอภาพแฟชั่นให้เหมาะสมกับวัยรุ่น
3. ผลวิจัยสามารถนำข้อมูล หรือสาเหตุของปัญหาวัยรุ่น ที่ชอบเลียนแบบแฟชั่นจากนิตยสาร ไปปรับและให้ผู้ปกครองให้คำแนะนำที่ถูกต้อง

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย