

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นจากนิตยสารและได้ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิด และทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาประกอบงานวิจัย ดังต่อไปนี้คือ

1. นิตยสารวัยรุ่น
2. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น
4. แนวคิดลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
5. ทฤษฎีการเลียนแบบ
6. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล
7. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร
8. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
9. ทฤษฎีสั่งรื้อและการตอบสนอง (S-R Theory)
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตยสารวัยรุ่น

นิตยสารวัยรุ่น มีจุดเริ่มต้นจากนิตยสารแพชั่น ซึ่งเป็นนิตยสารเกี่ยวกับการแต่งกาย โดยเน้นเจาะจงไปที่กลุ่มเพศหญิง แต่ได้มีการพัฒนาให้เข้าไปในกลุ่มเพศชาย นิตยสารวัยรุ่นปัจจุบัน มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เพื่อเพิ่มจุดขาย แต่ละสำนักพิมพ์ ก็มีการแข่งขันกันมากขึ้น จึงมีการนำเสนอรูปแบบของนิตยสาร เพื่อเน้นจุดขาย เพิ่ม

ยอดชาย บางเล่ม เน้นคาราที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่น มาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ส่วน บางเล่มเน้นนางแบบนายแบบหน้าใหม่

สีสันที่คนทำนิตยสารมักจะนำมาดึงดูดผู้บริโภคนั้นไม่พ้นเรื่องแพชั่นกับเซ็กส์ อาจจะเป็นตัววัยของเด็กมีความสนใจเรื่องเกี่ยวกับตัวเองและสิ่งรอบตัวเป็นพิเศษ ทำให้นิตยสารออกมาตอบสนองกลุ่มเป้าหมายตรงนี้มาก

นิตยสารวัยรุ่นนั้น นอกจากจะให้ความรู้ และความบันเทิงข้างต้นที่กล่าวไปแล้ว นั้น อีกด้านหนึ่งยังมีผลกระทบแอบแฝงอยู่ โดยที่เราไม่ทราบว่าผลกระทบนั้น ซ่อนอยู่ในรูปแบบใด เช่นการเลียนแบบการแต่งกายตามนิตยสารของวัยรุ่นไทย นั่นคือ วัยรุ่น เป็นวัยที่ถูกชักจูงได้ง่าย โดยธรรมชาติของนิตยสาร เป็นสื่อที่มีสีสันดึงดูดใจผู้บริโภค อยู่แล้ว ถ้าสอดแทรกสาระไว้กับบันเทิงได้อย่างน่าอ่าน ใช้ประโยชน์จากความน่าสนใจ แล้ว เรื่องเซ็กส์ก็นำเสนอได้ในด้านของการให้ข้อมูล

ปัจจุบันถ้าเนื้อหาในนิตยสารจะพูดถึงเรื่องเซ็กส์ ก็ถือว่าไม่ผิดเพราะถือว่าเป็น การให้ความรู้แก่วัยรุ่น มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ในทางหนึ่งอาจมีผลดีคือ เรื่องที่ถูกปกปิด นำมาเปิดเผยเป็นการให้ความรู้แก่เด็กวัยรุ่น แต่ในขณะเดียวกันก็อาจเป็นการช่วยให้เกิด อารมณ์ทางเพศ ซึ่งบางทีเด็กไม่สามารถควบคุมได้ก็ก่อให้เกิดเรื่องไม่เหมาะสมตามมา ส่งผลให้เกิดผลกระทบตามมามากมาย

แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

ความเป็นมาของนิตยสาร

นิตยสาร (magazine) คือสิ่งพิมพ์รายคาบที่ออกเป็นระยะสำหรับผู้อ่านทั่วไป มี เนื้อหาหลากหลาย มุ่งทั้งให้ความรู้และความบันเทิง ความรู้มักเป็นไปในลักษณะที่ให้ ความรอบรู้ มีการหารายได้จากการโฆษณาและวางขายทั่วไป ผู้อ่านสามารถบอกรับเป็น สมาชิกได้ คำว่า นิตยสาร มาจากรากศัพท์ คือ นิตย (สม่ำเสมอ) และสาร (เนื้อหา) คำว่า นิตยสาร โดยทั่วไปอาจมีความหมายคาบเกี่ยวกับคำว่า วารสาร ซึ่งออกตามกำหนดเวลาที่ แน่นนอนเช่นกัน แต่ในทางบรรณารักษศาสตร์ ปัจจุบัน เมื่อมีการใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้มี นิตยสารในอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีใช้สิ่งพิมพ์ แต่ก็ยังเรียกกันว่า นิตยสาร

นิตยสารบางชื่อไม่ได้ใช้คำว่านิตยสาร แต่ก็น่าจะจัดเป็นนิตยสารได้เช่น อนุสาร อ.ส.ท. ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขณะที่สิ่งพิมพ์บางชนิด มีความกำกวม ระหว่าง หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ และนิตยสารรายสัปดาห์ เช่น มติชนรายสัปดาห์ สยามรัฐราย สัปดาห์ เนชั่นรายสัปดาห์ เป็นต้น ทั้งนี้เพราะเนื้อหาในเล่ม มีทั้งข่าว วิเคราะห์ข่าว และ บันเทิง ในสัดส่วนที่พอ ๆ กัน โดยทั่วไปนิตยสารมักจะมีลักษณะผ่อนคลาย เล่าเรื่อง ใช้นิยมเขียนในลักษณะตำรา เว้นแต่จะแทรกอยู่เป็นบางส่วนของเล่ม (ข้อมูลจากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

นิตยสารทุกเล่ม จะต้องขออนุญาตจัดพิมพ์จากทางราชการ และได้รับหมายเลข สากลประจำนิตยสาร เรียกว่า (International Standard Serial Number--ISSN) ซึ่ง นิตยสารจะตีพิมพ์ไว้ในส่วนที่เห็นชัดของเล่ม เช่น ปกหน้า สารบัญ สันปก หรือปกหลัง

นิตยสารในยุคปัจจุบัน การเติบโตของระบบทุนนิยมส่งผลให้สื่อมวลชนทุก แขนงต่างพุ่งเป้าไปยังเรื่องเศรษฐกิจ การอยู่รอด และผลกำไรขององค์กร สื่อมวลชนมี การจัดการและขยายตัวจนเป็นระดับองค์กร และพยายามที่จะเติบโตเพื่อขึ้นไปสู่ระดับ สถาบัน การมองผู้อ่านเป็นผู้บริโภค ทำให้สื่อมวลชนทำการผลิตสินค้าประเภทสื่อ เพื่อ ป้อนและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การโฆษณามิได้เป็นเพียงการบอกกล่าว สินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่การโฆษณากลายมาเป็นรายได้ของสื่อมวลชน เชื่อมโยงวิถี ชีวิตของผู้บริโภคเข้ากับการเปิดรับสื่อ นิตยสารเกือบทุกฉบับมีรายได้หลักจากการ โฆษณา โดยยอดขายเป็นเพียงส่วนวัดจำนวนของผู้บริโภคเท่านั้น มิใช่รายได้หลัก อย่างเช่นแต่ก่อน เทคโนโลยีการสื่อสารและระบบสารสนเทศที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การกำเนิดของอินเทอร์เน็ต จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และการสื่อสารข้ามทวีป ที่ สะดวกรวดเร็วอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ช่วยอำนวยความสะดวกและผลักดันให้เกิดการ ไหลของข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างไรพรมแดน เทคโนโลยีด้านการพิมพ์ที่พัฒนาอย่างเต็มที่ และต่อเนื่อง กอปรกับคุณภาพของกระดาษที่พัฒนาอยู่เสมอ ทำให้นิตยสารในยุคนี้มีงาน พิมพ์ที่มีคุณภาพ การออกแบบและจัดหน้าด้วยคอมพิวเตอร์ทำให้นิตยสารมีรูปแบบที่ สวยงาม เกิดการแข่งขันที่หน้าตาของนิตยสารด้วย การถ่ายเทวัฒนธรรมการอ่าน นิตยสาร

นิตยสารที่มีลิขสิทธิ์ของต่างประเทศได้เข้ามาออกเป็นฉบับภาษาไทยหลายต่อหลายชื่อ บริษัทหรือองค์กรหลายองค์กรร่วมทุนกับบริษัทต่างประเทศซื้อสิทธิ์ในการจัดพิมพ์นิตยสารหัวนอกเป็นภาษาไทยนอก จากนิตยสารหัวนอกที่เป็นภาษาไทยแล้ว นิตยสารไทยหลายฉบับยังได้แนวคิดการจัดวาง ออกแบบ และเนื้อหาจากนิตยสารหัวนอกเหล่านี้โดยตรง ดังจะเห็นได้ถึงลักษณะร่วมในนิตยสารแต่ละฉบับบนแผงหนังสือ เช่น การโปรยปก ชื่อหัวหนังสือ การลำดับเนื้อหา และภาพประกอบเป็นต้นองค์กรห้างร้านหรือหน่วยงานราชการ ต่างมีนิตยสาร วารสาร จุลสาร หรือสิ่งพิมพ์ประจำองค์กรนั้น ๆ เกือบทุกองค์กร แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและบทบาทของนิตยสารเป็นอย่างดี

นิตยสารไทยยังคงเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง การอ่านนิตยสารกลายเป็นวิถีชีวิตส่วนหนึ่งของคนไทย ทั้งสาระ ความรู้ ความบันเทิง ล้วนถูกส่งต่อจากนักเขียนสู่ผู้อ่านอย่างสม่ำเสมอ สื่อมวลชนเชื่อมโยงวิถีการบริโภคเข้ากับวิถีการเสพสื่อ นิตยสารหลายต่อหลายฉบับสร้างความสงสัยให้กับผู้พบเห็นได้ว่า “ใครเป็นผู้อ่าน” เนื่องด้วยการเติบโตและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น นิตยสารเครื่องเสียงรถยนต์ หรือนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับอภินิหารความเชื่อ เป็นต้น

ปัจจุบันนิตยสารเติบโตและพัฒนาตัวเองจนเป็นสื่อมวลชนอย่างแท้จริง ทั้งนิตยสารเพื่อการค้า เพื่อผู้บริโภค หรือแม้แต่วารสารทางวิชาการ กึ่งวิชาการ และนิตยสารเฉพาะด้านต่าง ๆ ถือกำเนิดมากมาย ซึ่งในยุคนี้ถือเป็นยุคที่นิตยสารเติบโตไปอย่างรวดเร็ว และเป็นต้นแบบให้กับนิตยสารในยุคต่อ ๆ มาหลายฉบับ แต่อย่างไรก็ดีอำนาจทางการเมือง ยังคงมีอิทธิพลและควบคุมสื่อให้เข้าไปในทิศทางที่ต้องการ และทำให้การเติบโตของนิตยสารแตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์อย่างชัดเจน (ข้อมูลจากสมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย)

ความหมายจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของนิตยสารไว้ดังนี้คือ (สมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย, 2522)

นิตยสาร (น.) (นิต-ตะ-ยะ-सान) คำตั้งคือ นิตย-; นิตยฺ หนังสือพิมพ์ที่ออกเป็นรายคาบ เช่น นิตยสารรายสัปดาห์ นิตยสารรายเดือน

นิตยสาร นั้นมาจากคำว่า “นิตย-” แล้วบวกรวมกับคำว่า “สาร” ถ้าวรรณกัณ ความหมายของทั้ง 2 คำนี้หมายถึง หนังสือที่เป็นประจำ และสม่ำเสมอ

นิตยา-; นิตย (ว.) (นิต-ตะ-ยะ-; นิต) เสมอไป สม่่าเสมอ มักใช้ว่า เป็นนิตย
 สาร ๑; สาร- ๑; สาระ (น.) (सान; สาระ-; สาระ) ถ้อยคำ เช่น กล่าวสาร หนังสือ
 นิตยสาร จดหมาย เขียนสาร

ประเภทของนิตยสาร

การจัดแบ่งประเภทของนิตยสารอาจแบ่งอย่างกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ
 นิตยสารที่ออกโดยเอกชน หรือบริษัทธุรกิจการพิมพ์ต่าง ๆ และนิตยสารที่ออกโดย
 หน่วยราชการสมาคมวิชาชีพหรือสถาบัน ที่มีได้มุ่งผู้อ่านทั่วไป

1. นิตยสารที่ออกโดยเอกชน หรือบริษัทธุรกิจการพิมพ์ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็น
 นิตยสารเพื่อผู้บริโภค โดยทั่วไป (consumer magazines) ทำขึ้นเพื่อจัดจำหน่ายโดยทำเป็น
 ธุรกิจที่หวังผลกำไร มีการหารายได้จากการรับลงโฆษณาเป็น โดยพิจารณาจากปัจจัย 3
 ประการ คือ วัตถุประสงค์ของนิตยสาร แนวเนื้อหา และกลุ่มผู้อ่าน

นิตยสารสำหรับผู้บริโภค ฉบับแรกของโลกคือ นิตยสารสกอต (The Scots
 Magazine) ตีพิมพ์ในสกอตแลนด์เมื่อปี พ.ศ. 2282 ซึ่งตรงกับสมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ
 และยังคงตีพิมพ์อยู่จนถึงในปัจจุบัน

2. นิตยสารที่ออกโดยหน่วยราชการสมาคมวิชาชีพ หรือสถาบันที่มีได้มุ่งผู้อ่าน
 ทั่วไป นิตยสารนี้อาจเรียกตามความนิยมว่า วารสาร ประเภทนี้ อาจมีวิธีการเผยแพร่
 โดยการให้เปล่าหรือจะใช้วิธีขายก็ได้ เป็นนิตยสารที่มุ่งกลุ่มผู้อ่านเฉพาะ
 นิตยสารกลุ่มนี้แบ่งออกได้เป็น 3 หมวดย่อย ๆ ดังนี้

นิตยสารหรือวารสารที่ออกโดยหน่วยราชการ คณะกรรมการของรัฐและ
 รัฐวิสาหกิจ เช่น นิตยสาร พระสยาม ของธนาคารแห่งประเทศไทย

นิตยสารหรือวารสารวิชาการ กึ่งวิชาการซึ่งจัดทำโดยสมาคม องค์กร
 สถาบันการศึกษา กลุ่มหรือบริษัทต่าง ๆ ที่มุ่งผู้อ่านเฉพาะ เช่น วารสารคณะกรรมการ
 แห่งชาติว่าด้วยการศึกษาฯ สหประชาชาติ ของ ยูเนสโก

นิตยสารหรือวารสารที่จัดทำขึ้น โดยบริษัท ห้างร้าน หรือสมาคมต่าง ๆ เป็น
 นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ เช่น วารสาร บ้านฟ้า ของบริษัท เอ็น ซี กรุ๊ป
 (ข้อมูลจากเว็บไซต์ คลังปัญญาไทย)



นิตยสารสำหรับคนอ่านเฉพาะกลุ่ม ฉบับแรกของโลกตีพิมพ์ในกรุงลอนดอนเมื่อ พ.ศ. 2274 (สมัยพระเจ้าท้ายสระ) ชื่อ นิตยสารสุภาพบุรุษ (The Gentleman's Magazine) เลิกกิจการไปเมื่อ พ.ศ. 2450

ส่วนประกอบของนิตยสาร

1. cover - ปกหน้า

แถบชื่อ หรือ หัวหนังสือ โดยมักมีรายละเอียด ส่วนตัวอักษรที่แสดง ฉบับที่ วัน เดือน ปี ปักษ์ ที่ออก เป็นต้น

ภาพ ส่วนที่นำมาช่วยเรียกร้อยความสนใจ ในส่วนนี้ ปัจจุบันนำมาสร้างความ เป็นเอกลักษณ์ของนิตยสาร

ข้อความบนปก cover lines หรือส่วนโปรยเรื่อง ส่วนหนึ่งขององค์ประกอบ ที่ เรียกความสนใจต่อเนื้อหาด้านใน ได้เป็นอย่างดี

2. หน้าสารบัญ

จะแบ่งย่อย คอลัมน์ ภาพประกอบสร้างความน่าสนใจ /หรือมีการออกแบบ เอกลักษณ์ให้แต่ละ คอลัมน์ และให้เข้ากับเนื้อหา

3. คอลัมน์ หัวเรื่อง

จะแบ่งย่อย คอลัมน์ ภาพประกอบสร้างความน่าสนใจ/หรือมีการออกแบบ เอกลักษณ์ให้แต่ละ คอลัมน์ และให้เข้ากับเนื้อหา

4. หน้าเนื้อเรื่อง

หน้าเนื้อเรื่องจะเป็นส่วนที่แสดงรายละเอียด ของแต่ละหัวเรื่อง : จะขึ้นต้น หน้าด้วย คอลัมน์ประจำ ปักษ์ และเปิดด้วยหัวเรื่องในปักษ์ นั้น ๆ เพิ่ม graphic ที่สร้าง เอกลักษณ์ และความเป็นตัวตนของเนื้อหา

นิตยสารในประเทศไทย

นิตยสารเล่มแรกของกรุงสยาม การพิมพ์หนังสือของไทยในยุคเริ่มแรกนั้นอยู่ใน มือของชาวต่างประเทศเสียทั้งสิ้น เช่น หมอบรัดเลบริดล (Dan Beach Bradley) หมอ บริดเลจันทเล (J. H. Chandler) และหมอบรัดเล สมิท (Samuel John Smith) กล่าวกันว่า



มิชชันนารีเหล่านี้มาเผยแพร่ศาสนา พร้อมกับนำวิทยาการต่าง ๆ เข้ามาเผยแพร่ รวมทั้งการพิมพ์หนังสือด้วย (สมาคมนิเทศสารแห่งประเทศไทย, 2552)

การริเริ่มในด้านการพิมพ์ของหมอบรัดเลบริดล ประกอบกับความสามารถในด้านการรักษาคนไข้ของหมอบรัดเล ทำให้ชื่อเสียงของหมอบรัดเลขจรขยายไปไกลในสมัยก่อนนั้น การสื่อสารของคนไทยเป็นการสื่อสารแบบปากเปล่า การถ่ายทอดความรู้มักบันทึกลงในสมุดข่อย แล้วคัดลอกกันในหมู่ผู้รู้หนังสือ ส่วนการสื่อสารจากทางราชการมายังประชาชนนั้น ใช้วิธีการเขียนใบบอกซึ่งกรมพระอภัยมณีจะได้รับพระบรมราชโองการ ให้จารึกลงบนกระดาษข่อยแล้วปิดไว้ที่หอหลวง ในพระบรมมหาราชวัง ส่วนตามหัวเมืองและส่วนราชการอื่น ๆ นั้นจะคัดลอกใบบอกดังกล่าว ซึ่งด้วยเหตุผลทางการคมนาคม ทำให้การคัดลอกเป็นต่อ ๆ กันนั้นเกิดความผิดพลาดได้ง่าย นอกเหนือไปจากความล่าช้า และบางครั้งยังเป็นช่องทางให้เจ้าหน้าที่ประพฤติมิชอบใช้หลอกลวงและข่มขู่ราษฎรที่ไม่รู้หนังสืออีกด้วย

เมื่อกำเนิดกิจการการพิมพ์ของหมอบรัดเลบริดล รวมถึงชื่อเสียงของหมอบรัดเล ทำให้พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงพระเมตตาโปรดเกล้าฯ ให้หมอบรัดเล บริดเลพิมพ์ประกาศห้ามสูบบุหรี่และคำฝิ่น จำนวน 9,000 ฉบับ นับได้ว่าเป็นประกาศของทางการฉบับแรกที่ใช้การพิมพ์ แทนการเขียนลงในใบบอก

เมื่อมีแท่นพิมพ์และได้พิมพ์ประกาศห้ามสูบบุหรี่แล้ว หมอบรัดเลบริดเลจึงมีความคิดที่จะพิมพ์นิตยสารขึ้น เขาได้กราบบังคมทูลขอพระบรมราชานุญาตจากพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยให้เหตุผลว่า นิตยสารจะเป็นสื่อกลางให้แต่ละคนทราบว่า ใครอยู่ที่ไหน ทำอะไร รวมทั้งได้เสนอข่าวสารต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อชาวไทย ในขณะที่หมอบรัดเลบริดเลมีความรู้แตกฉานในด้านภาษาไทยมากแล้ว เพราะมาอยู่เมืองไทยถึง 9 ปี จึงตกลงใจที่จะพิมพ์นิตยสารเป็นภาษาไทย แม้อันแรกจะโดนคัดค้านจากพวกขุนนาง ซึ่งกลัวฝรั่งจะยึดครองเมืองอย่างไรก็ไม่ทราบแน่ชัด แต่ท้ายที่สุดในหลวงก็พระราชทานพระบรมราชานุญาตด้วยเล็งเห็นประโยชน์ในอนาคต หมอบรัดเลจึงได้ออกนิตยสารฉบับแรก ชื่อว่า บางกอกเรคอร์ดเดอร์ (Bangkok Recorder) หรือจดหมายเหตุอย่างสั้น

ตามความเห็นของอาจารย์ระวีวรรณ ประกอบผล สิ่งพิมพ์รายคาบที่หมอบรัดเล
 บรัดเลบอคนั้นมีลักษณะเป็นนิตยสาร มิใช่หนังสือพิมพ์ตามที่ระบุไว้ในหลาย ๆ ตำรา
 ด้วยเหตุผลหลายประการ (วีระวรรณ ประกอบผล, 2526, หน้า 444)

ประการแรกในปีพ.ศ. 2387 ที่หมอบรัดเลออกหนังสือเป็นระยะเวลาที่มีการออก
 หนังสือพิมพ์และนิตยสารมาแล้ว ในอังกฤษและอเมริกามากกว่า 150 ปี ตัวหมอบรัดเลเอง
 นั้นเป็นชาวอเมริกัน เป็นแพทย์ปริญาและมีความรู้ดี ดังนั้น หมอบรัดเลย่อมมีประสบ-
 การณ์ในการอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารมาพอสมควร จึงเชื่อได้ว่าหมอบรัดเลน่าจะ
 แยกแยะประเภทของสิ่งพิมพ์ได้

ประการที่สอง หนังสือที่หมอบรัดเลออกนั้นใช้ชื่อภาษาไทยว่า หนังสือจดหมาย
 เหตุ ไม่น่าจะเกิดจากความไม่รู้ว่าจะใช้คำอะไรดี เพราะขณะที่หมอบรัดเลเริ่มออก
 นิตยสารนั้น หมอบรัดเลเข้ามาอยู่ในเมืองไทยแล้วร่วม 9 ปี ความสามารถในการใช้
 ภาษาไทยของหมอบรัดเลน่าจะยืนยันได้ จากการที่หมอบรัดเลเรียบเรียงหนังสือ
 อักษราภิธานศัพท์ขึ้นในปี พ.ศ. 2516 นอกจากนั้นยังยืนยันได้จากข้อความในหนังสือ
 บางกอกเรคอร์ดเดอร์ ฉบับภาษาอังกฤษที่ออกในสมัยราชการที่ 4 ซึ่งแสดงเจตจำนงการ
 ออกหนังสือไว้ดังนี้

“The Bangkok Recorder. A weekly journal will be issued from the printing
 office of the American Missionary Association, at the mouth of the Canal, ‘Klawng
 Bangkok Yai’. It will contain such Political, Literacy, Scientific, Commercial and
 Local intelligence, as shall render it worthy of the general patronage...”

จากข้อความดังกล่าวจึงยืนยันได้ว่า หมอบรัดเลเรียกสิ่งพิมพ์ที่ตนจัดทำขึ้นมาว่า
 Journal ซึ่งมีความหมายถึงนิตยสาร ด้วยพิจารณาจากรูปลักษณะของหนังสือบางกอกรี-
 คอร์ดเดอร์ และความตั้งใจที่หมอบรัดเลแสดงไว้ ซึ่งหากหมอบรัดเลตั้งใจจะออก
 หนังสือพิมพ์แล้วน่าจะใช้คำว่า Newspaper มากกว่า ยิ่งกว่านั้นยังไม่มีกรกล่าวอ้างถึง
 ข่าวหรือ News ในเจตจำนงที่แสดงไว้เลย

นอกจากนั้นแล้ว ข้อความในนิตยสารมิวเซียม หรือรัตนโกษา ที่หมอบรัดเล
 บรัดเลเป็นเจ้าของอีกฉบับหนึ่ง และออกในปี พ.ศ. 2420 นั้นได้แสดงให้เห็นถึงหลักฐาน
 ในเรื่องนี้ไว้ใน ปริภาษา หรือคำนำของนิตยสารนั้น

ราชกิจจานุเบกษานิตยสารฉบับแรก ราชกิจจานุเบกษา ออกฉบับแรกวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2401 ไม่มีกำหนดระยะเวลาแน่นอน เป็นหนังสือที่แจกจ่ายไปตามหน่วยงานราชการต่าง ๆ ราชกิจจานุเบกษามีความหมายว่า หนังสือเพ่งดูราชกิจ เนื่องด้วยสมัยก่อนการสื่อสารจากราชการไปยังประชาชนนั้นใช้การคัดลอกใบบอก และเนื่องด้วยอุปสรรคในการคัดลอก การคมนาคม อันนำมาซึ่งความผิดพลาดและข้อผิดพลาดของข้าราชการอันประพฤติมิชอบ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงทรงมีพระราชดำริออกหนังสือรายคาบขึ้นฉบับหนึ่ง โดยมีพระราชประสงค์ซึ่งแจ้งไว้ในราชกิจจานุเบกษาฉบับแรกว่า

“เนื่องมาจากประเพณีโบราณกาล เมื่อพระเจ้าแผ่นดินดำรัสให้ประกาศกิจการอันใด ก็ให้พระอัครราชทูตทำเป็นหนังสือประกาศแจกจ่ายไปยังกรมต่าง ๆ ส่วนหัวเมืองทั้งปวงนั้น เมื่อมหาดไทย, กลาโหม, กรมท่า อันเป็นเจ้ากระทรวงบังคับบัญชาหัวเมืองได้รับประกาศจากกรมพระสุรัสวดี ก็คัดสำเนาส่งไปยังหัวเมืองอันขึ้นอยู่กับนั้น ๆ อีกชั้นหนึ่ง ทรงเห็นว่าการปฏิบัติแต่เดิมนั้นเป็นการชักช้า และคำประกาศก็เขียนด้วยดินสอดำ ลอกกันไปผิด ๆ ถูก ๆ ยิ่งกว่านั้น ยังมีเจ้าหน้าที่ทุจริตเอาหนังสืออะไรไปประกาศคดีราษฎรเล่นตามใจชอบ เพราะราษฎรส่วนใหญ่ไม่ได้รับการศึกษา เมื่อเห็นหนังสือที่ตราตีมาด้วยขาดและเส้นแดง ๆ แล้วก็กลัวยอมเชื่อทุกอย่าง ทำให้ราษฎรเดือดร้อน และเสียดายเกียรติยศของพระเจ้าแผ่นดิน จึงโปรดให้สร้างโรงพิมพ์หลวงขึ้นในพระบรมมหาราชวัง และโปรดเกล้าฯ ให้พิมพ์หมายประกาศมีชื่อว่า “ราชกิจจานุเบกษา แปลว่า หนังสือเพ่งดูราชกิจ ถ้ามีเหตุใด ๆ หรือข้อบังคับอันใดเกิดขึ้นในประเทศก็จะใส่ลงในราชกิจจานุเบกษา เพื่อมิให้เล่าลือกันผิด ๆ”

หนังสือราชกิจจานุเบกษาเป็นหนังสือที่ออกโดยมีจุดประสงค์เพื่อออกประกาศของข้าราชการ กฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าใจอย่างถูกต้อง และแก้ไขความผิดพลาดของการสื่อสารด้วยใบบอกอย่างแต่ก่อน ลักษณะเนื้อหาของราชกิจจานุเบกษาประกอบด้วยคำประกาศ แจ้งความเตือนสติ บอกข่าวประสูติ ข่าวมรณกรรม ข่าวเพลิงไหม้ เป็นต้น

ราชกิจจานุเบกษาออกมาได้ปีเดียวก็ล้มนเลิกไป เหตุเพราะรัชกาลที่ 4 ทรงไม่มีเวลานิพนธ์ จึงกลับไปใช้วิธีออกหมายประกาศแจกจ่ายไปยังกระทรวง ทบวง กรม แทน หากจะนับราชกิจจานุเบกษาเป็นนิตยสาร จะสังเกตได้ว่า ยังมีได้มีลักษณะที่เป็นนิตยสารอย่างชัดเจน เพราะมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข้อบังคับให้ปฏิบัติตาม แจกฟรี ไม่เสียสตางค์ และไม่มีกำหนดแน่นอนในการออก หลายตำราจึงไม่นับว่าราชกิจจานุเบกษาเป็นนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ หากแต่ราชกิจจานุเบกษาเป็นหนังสือฉบับแรก而出โดยคนไทย และใช้วิทยาการด้านการพิมพ์ด้วยเครื่องจักรอย่างเรียบร้อย

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเป็นคนไทยคนแรกที่เป็นเจ้าของแท่นพิมพ์ และเป็นคนไทยคนแรกทีริเริ่มกิจการด้านการพิมพ์ด้วยพระองค์เอง แท่นพิมพ์ของพระองค์ที่วัดบวรนิเวศ ผลิตสิ่งพิมพ์สำคัญ ๆ มากมายหลายชิ้น ซึ่งถือว่าพระองค์มีบทบาทสำคัญมากในกิจการการพิมพ์ของไทยในอนาคต

ยุคทองของนิตยสารไทย พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ซึ่งทรงสนพระทัยในด้านวรรณกรรมและการละครอย่างมาก นอกจากจะทรงสนับสนุนและเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นผ่านทางหนังสือพิมพ์และนิตยสารอย่างเสรี พระองค์ยังทรงมีส่วนร่วมและสนพระทัยในการทำนิตยสาร ตั้งแต่ครั้งยังทรงเป็นมกุฎราชกุมารด้วย (สมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย, 2552)

ยุคดังกล่าวมีนิตยสารออกถึง 127 ฉบับ และมีหนังสือพิมพ์รายวันออกถึง 24 ฉบับ ด้วยเพราะการ ได้รับเสรีภาพอย่างเต็มที่ การศึกษาที่รู้คนหน้าและการที่นิตยสารมาสู่แวดวงของสามัญชนอย่างแท้จริง

รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว วงการนิตยสารเติบโตไปมาก ลักษณะเด่นของนิตยสารในยุคนี้คือ เป็นสื่อสำหรับแสดงความคิดเห็นทางการเมือง มีทั้งที่คนไทยและชาวต่างชาติเป็นเจ้าของ นอกจากนั้นนิตยสารที่เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ๆ ก็เกิดขึ้นมาพร้อมกันหลายประเภท เช่นการแพทย์และสาธารณสุข รวมไปถึงนิตยสารที่เกี่ยวกับกิจกรรมสมัยใหม่ในยุคนี้ เช่นกิจการเสือป่า ลูกเสือและกาชาด รวมถึงสื่อชนิดใหม่ที่เข้ามาคือสื่อภาพยนตร์ อันเป็นสื่อมวลชนชนิดใหม่ที่เพิ่งเข้ามาในประเทศไทย

ความคิดเห็นของสื่อมวลชนในสมัยรัชกาลที่ ๖ จะมีลักษณะร่วมกันอยู่อย่างหนึ่ง คือการกระตุ้นให้เกิดความรักชาติ เพราะสมัยนั้นเกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 และการรายงานข่าวเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดี สมัยดังกล่าวจะแยกเห็นอย่างชัดเจนว่าฉบับใดคือนิตยสาร หรือฉบับใดคือนิตยสารพิมพ์รัชกาลที่ 6 ทรงสนพระทัยในการปกครองระบอบประชาธิปไตยมาก ทรงออกนิตยสารที่ให้ความรู้เรื่องการปกครองระบอบใหม่ ชื่อดุสิต สมิตรายสัปดาห์ เพื่อเป็นตัวอย่างที่ถูกต้องของการทำหนังสือ ดุสิตสมิตฉบับแรก ทรงวาดภาพล้อเลียนการทะเลาะวิวาทของมนุษย์ด้วยพระองค์เอง

การกำเนิดนิตยสารเพื่อภาพยนตร์ การเติบโตของอุตสาหกรรมและนวัตกรรมชนิดใหม่คือภาพยนตร์ในยุคนั้น ทำให้วงการนิตยสารและสิ่งพิมพ์ในยุคนั้นต่างปรับตัวและจัดทำเนื้อหาเพื่อรองรับการเข้ามาของสื่อภาพยนตร์และเมื่อสื่อบันเทิงชนิดนี้เริ่มแพร่หลายมากขึ้น การเติบโตของนิตยสารทางด้านดังกล่าวก็ถือกำเนิดและเพิ่มมากขึ้นได้แก่

ภาพยนตร์สยาม เป็นนิตยสารรายเดือน ออกเมื่อ พ.ศ. 2465

ข่าวภาพยนตร์สยาม ออกรายเดือน ระหว่างปี พ.ศ. 2467-2470

ข่าวภาพยนตร์ รายสัปดาห์ละ ๒ ครั้ง ออกในปี พ.ศ. 2467

ซึ่งทั้งหมดนี้ออกโดยสยามภาพยนตร์บริษัท ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของ บริษัทรูปยนต์กรุงเทพ ซึ่งเป็นเจ้าของโรงวังเจ้าปรีดา และบริษัทยนต์พัฒนากร ซึ่งมีโรงหนังพัฒนากรเป็นศูนย์กลาง รวมเป็นสยามภาพยนตร์บริษัท เจ้าของคือ นายเชียวของอ้วน สีนุญเรื่อง (สมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย, 2552)

นิตยสารประเภทการเมือง สมัยรัชกาลที่ 7 ก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง มีนิตยสารประเภทการเมืองเกิดขึ้นจำนวนมาก ทั้งของราชการและเอกชน เช่น

หลักเมืองวันอาทิตย์ รายสัปดาห์ ออกระหว่าง พ.ศ. 2468-2470

การ์ตูนรายสัปดาห์ ออกระหว่าง พ.ศ. 2465-2469

กรุงเทพการเมือง รายสัปดาห์ ออกในปี พ.ศ. 2469 เพียงปีเดียว

ราษฎรรายสัปดาห์ ออกในปี พ.ศ. 2471

ไทยเขมมรวมข่าว รายสัปดาห์ ออกในปี พ.ศ. 2471

จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ออกเป็นนิตยสารรายสัปดาห์ เพื่อเสนอบทความวิเคราะห์ เหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างทันเหตุการณ์ (สมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย, 2552)

นิตยสารการบันเทิงและการละคร นิตยสารประเภทบันเทิงเป็นนิตยสารอีกชนิดที่มีมากในช่วงนั้น เป็นนิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์และละครร้อง ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากในขณะนั้นได้แก่

ข่าวละครปราโมทย์นำครรายสัปดาห์ ออกจำหน่ายระหว่าง พ.ศ. 2469-2470

ข่าวละครเทพบันเทิงรายสัปดาห์ ออกจำหน่ายระหว่าง พ.ศ. 2469-2471

ข่าวหนังไทยรายสัปดาห์ ออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2470 และเลิกไปในปีเดียวกัน

ข่าวละครรัตนบันเทิง และข่าวละครปราโมทย์สมัยรายสัปดาห์ออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2471 และเลิกในปีเดียวกันทั้งสองฉบับ

ภาพยนตร์บันเทิง รายปักษ์ ออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2474

ภาพยนตร์สยามรายปักษ์ (ต่อมาเปลี่ยนเป็นรายเดือน) ออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2476 ซึ่งทั้งหมดเป็นนิตยสารเกี่ยวกับหนังและละคร

นิตยสารมุ่งเสนอนวนิยาย เรื่องสั้นและวรรณกรรม นิตยสารที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม ได้แก่

สมานมิตรบรรเทิงรายปักษ์ ออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2469-2471 เจ้าของคือนาย-เฉลิม วุฒิโฆษิต

สารานุกรมรายสัปดาห์ ออกจำหน่ายระหว่าง พ.ศ. 2467-2472 เจ้าของคือหลวงสารานุกรมประพันธ์

เริงรมย์รายสัปดาห์ ออกจำหน่ายระหว่าง พ.ศ. 2469-2472 มีร้อยโทสายจามรนาค เป็นเจ้าของ

สวนอักษรรายปักษ์ ออกจำหน่ายระหว่างปี พ.ศ. 2469 และเลิกออกในปีเดียวกัน

สุภาพบุรุษรายปักษ์ ออกจำหน่ายระหว่าง พ.ศ. 2472-2474 นิตยสารเหล่านี้มีความสำคัญในแง่การส่งเสริมการประพันธ์นวนิยาย

สารานุกรมมีนักเขียนประจำที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก เช่น น.ม.ส. ครูเทพ ศรีสุวรรณ นาคะประทีป แสงทอง แมวคราว ฯลฯ

สวนอักษรก็เป็นอีกเล่มที่ลงผลงานรุ่นแรก ๆ ของนักประพันธ์ที่ต่อมามีชื่อเสียง เช่น ศรีบูรพา แม่อนงค์ และอบไชยวสุ เป็นต้น (สมาคมนิเทศสารแห่งประเทศไทย, 2552)

บริษัท Far East advertising Co., Ltd. แบ่งประเภทของนิเทศสารเป็น 9 ประเภท คือ (สมาคมนิเทศสารแห่งประเทศไทย, 2552)

1. นิเทศสารทั่วไป (general editorials) มุ่งกลุ่มผู้อ่านทั่วไป
2. นิเทศสารบันเทิง (entertainment guide) มุ่งให้ความบันเทิงผู้อ่าน
3. นิเทศสารผู้หญิง (women's periodicals) มุ่งกลุ่มผู้อ่านผู้หญิง
4. นิเทศสารเกี่ยวกับแม่และเด็ก (baby care & health) มุ่งในเรื่องการดูแลสุขภาพอนามัยแม่และเด็ก
5. นิเทศสารดาราศาและภาพยนตร์ (film star & movies) มุ่งเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของดาราศาและภาพยนตร์ต่าง ๆ
6. นิเทศสารสำหรับผู้ชาย (men's editorials) มุ่งกลุ่มผู้อ่านผู้ชาย
7. นิเทศสารกีฬาและรถยนต์ (sport and automobile) มุ่งเสนอเรื่องของกีฬาประเภทต่าง ๆ และรถยนต์
8. นิเทศสารเครื่องยนต์กลไก/วิทยาศาสตร์/บ้าน (mechanic/science/home) มุ่งเสนอเรื่องทางด้านเครื่องมือ เครื่องใช้ เกี่ยวกับบ้านและวิทยาศาสตร์
9. นิเทศสารธุรกิจ (business editorials) มุ่งเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และธุรกิจต่าง ๆ

บริษัท Ogilvy & Mather Thailand Co., Ltd. จัดแบ่งประเภทนิเทศสารไว้ดังนี้

1. นิเทศสารผู้หญิง
2. นิเทศสารผู้ชาย
3. นิเทศสารบ้าน
4. นิเทศสารอิเล็กทรอนิกส์
5. นิเทศสารการถ่ายภาพ
6. นิเทศสารรถ
7. นิเทศสารกีฬา
8. นิเทศสารท่องเที่ยว

9. นิตยสารธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

ความหมายของวัยรุ่น

คำว่า วัยรุ่น เฮอร์ล็อก (hurlock) ได้อธิบายคำ วัยรุ่น ว่าตรงกับคำ adolescence ในภาษาอังกฤษ มีรากศัพท์เดิมมาจากภาษาลาตินว่า adolescere ซึ่งมีความหมายว่า เจริญเติบโตหรือเจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะ (maturity) การที่เด็กจะบรรลุถึงขั้นวุฒิภาวะนี้ ไม่ใช่จะเจริญแต่ทางร่างกายด้านเดียวเท่านั้น ทางจิตใจก็จะเจริญเป็นเงาตามตัวไปด้วย นั่นคือ จะต้องมีการพัฒนาทั้ง 4 ด้านไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่ ร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และสังคม

มีศัพท์ในภาษาอังกฤษอีก 2-3 คำ ที่มีผู้ใช้ในความหมายเดียวกันกับคำว่า วัยรุ่น คือคำว่า teenager และคำว่า puberty ซึ่งโดยศัพท์จริง ๆ แล้วคำว่า teenager หมายถึง คนวัยสิบขวบกว่าขึ้นไปแต่ไม่ถึงยี่สิบ ส่วนคำว่า puberty โดยทั่วไปมักจะหมายถึง พัฒนาการทางกายด้านเพศ หรือการเจริญเติบโตทางกายจากเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ โดยเฉพาะ ในภาษาไทยใช้คำว่า การแตกเนื้อหนุ่มสาว ซึ่งนักจิตวิทยาไทยได้อธิบายว่า การแตกเนื้อหนุ่มสาวเป็นการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายอันเกิดจากการทำงานของต่อมเพศ จะเกิดขึ้นในช่วงอายุ 11-17 ปี เป็นส่วนมาก เด็กหญิงมักมีระยะนี้ก่อนเด็กชาย 1-2 ปี แม้จะตั้งต้นช้ากว่ากันบ้างแต่จะโตทันกันในตอนปลายของวัยรุ่น

บางคนให้ความหมายของ วัยรุ่น ว่าหมายถึง วัยที่ย่างเข้าสู่วุฒิภาวะทางเพศอย่างสมบูรณ์ สามารถจะเป็นพ่อแม่คนได้ เด็กหญิงจะเข้าสู่วัยรุ่นตอนต้นอายุประมาณ 13-15 ปี ส่วนเด็กชาย เริ่มวัยรุ่นตอนต้นประมาณ 15 ปี การที่อายุคาบเกี่ยวกันเช่นนี้เพราะ เด็กหญิงเริ่มเข้าสู่วุฒิภาวะทางเพศเร็วกว่าเด็กชาย เนื่องจากทั้งสองเพศเริ่มเข้าสู่วุฒิภาวะทางเพศไม่พร้อมกันเราจึงไม่สามารถกล่าวลงไปได้แน่นอนว่าวัยรุ่นจะเริ่มหรือสิ้นสุดลงเมื่ออายุเท่าใด

สรุปความหมายของคำ วัยรุ่น คือวัยที่สิ้นสุดความเป็นเด็ก เป็นวัยที่เป็นสะพานไปหาวัยผู้ใหญ่ ไม่มีเส้นขีดขึ้นที่แน่นอนว่าเริ่มเมื่อใดและสิ้นสุดวัยเมื่อใด แต่เรากำหนด

เอาความเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและรูปร่างเป็นสำคัญ และถ้าจะกำหนดลงไปว่าเริ่มเมื่อใดก็ถือเอาตอนที่เด็กหญิงเริ่มมีประจำเดือน (menstruation) ส่วนเด็กชายถือเอาตอนที่มียอสุจิ (sperm) ตามธรรมชาติเด็กหญิงจะเข้าสู่วัยรุ่นก่อนเด็กชายประมาณ 1-2 ปี ตามที่เขาได้ทดลองแล้วจะเร็วกว่า 1½ ปี แต่ก็ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน บางคนอาจจะเริ่มเร็ว บางคนอาจจะเริ่มช้า และความเจริญตลอดจนถึงความเปลี่ยนแปลงในระหว่างวัยรุ่นนี้บางคนก็เป็นไปอย่างรวดเร็ว บางคนก็เป็นไปอย่างช้า ๆ ตามแบบแผนของคนแต่ละคน ซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่างเช่น อาหาร ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ฯลฯ ปกติอายุของเด็กวัยรุ่นจะอยู่ระหว่าง 12-21 ปี อย่างไรก็ดี โดยเฉลี่ยแล้วเด็กหญิงจะเริ่มเข้าสู่วัยรุ่นอายุ 12½ ปี ส่วนเด็กชายจะเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น เมื่ออายุ 14 ปี และทั้งสองเพศจะสิ้นสุดวัยรุ่นเมื่ออายุครบ 21 ปี

ช่วงอายุที่จัดอยู่ในวัยรุ่น

กล่าวโดยทั่ว ๆ ไป วัยรุ่นเริ่มจากการเริ่มมีวุฒิภาวะทางเพศ (ชายและหญิงมีเพศสัมพันธ์กัน สามารถให้กำเนิดบุตรได้) จนกระทั่งสามารถเป็นอิสระจากการปกครองของผู้ใหญ่ แต่โดยเหตุที่มีความแตกต่างกันในด้านอายุของการมีวุฒิภาวะทางเพศ จึงเป็นการยากที่จะกำหนดอายุลงไปให้แน่นอนว่า วัยรุ่นเริ่มจากอายุเท่าใดแน่ นักจิตวิทยาและนักการศึกษาจึงเห็นพ้องต้องกันว่าควรจะใช้อายุเฉลี่ยเป็นเครื่องกำหนดจุดเริ่มต้นของวัยรุ่นบางแห่งก็กำหนดเอาไว้ว่าอายุ 21 ปีเด็กควรจะเป็น ผู้ใหญ่ เพราะทำอะไรตามกฎหมายได้แล้ว ด้วยเหตุนี้เราจึงสามารถแบ่งอายุของเด็กวัยรุ่นได้ดังนี้

1. วัยรุ่นตอนต้น (early adolescence) อายุ 13-15 ปี ร่างกายมีการเจริญเติบโตทางเพศอย่างสมบูรณ์ทั้งในเพศหญิงและชาย สำหรับเพศหญิงสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญของร่างกายเต็มที่ คือ การมีประจำเดือน มีขนขึ้นตามบริเวณอวัยวะเพศ ส่วนเด็กชายจะสังเกตได้จากการหลั่งน้ำอสุจิครั้งแรก การมีขนตามอวัยวะเพศ น้ำเสียงที่พูดจะแตกพร่า สำหรับหญิงนอกจากมีประจำเดือนเป็นครั้งแรกแล้ว สัดส่วนต่าง ๆ ของร่างกายก็เปลี่ยนไป โดยเฉพาะด้านอวัยวะเพศและการเจริญเติบโตของทรวงอก เนื่องจากต่อมต่าง ๆ ผลิตน้ำฮอร์โมนไปบำรุงมากขึ้นในระยะเริ่มเข้าสู่วัยรุ่นนี้เป็นระยะที่เดือนให้เราเห็นว่าระยะของวัยรุ่นได้ใกล้เข้ามาแล้ว

2. วัยรุ่นตอนกลาง (middle adolescence) อายุ 15-18 ปี มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และความนึกคิด มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไปในด้านร่างกายนั้นมีการเปลี่ยนแปลงมาก และสิ้นสุดลงเมื่อถึงวุฒิภาวะของวัยรุ่น กล่าวคือ มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่ดึงดูดความสนใจของเพศตรงข้าม หญิงจะมีใบหน้าอím ริมฝีปากเต็มดวงตาเป็นประกาย ผมดำยาวสลวย ตะโพกกลม ฯลฯ ส่วนชายจะมีใบหน้ายาว แก้มตอปกางเหลี่ยม กรามแข็งแรง ไหล่กว้าง แขนขายาว เริ่มมีหนวด และเคราสมลักษณะชายชาติ ในด้านจิตใจนั้นส่วนใหญ่เป็นผลพลอยได้มาจากความเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย แม้ว่าลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายจะเป็นสิ่งปกติของเด็กทุกคนเมื่อเข้าสู่วัยรุ่นก็ตาม แต่ลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจของเด็กแต่ละคนมักไม่เหมือนกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม

3. วัยรุ่นตอนปลาย (late adolescence) อายุ 18-21 ปี ในระยะนี้การพัฒนาร่างกายของวัยรุ่นเริ่มเข้าสู่วุฒิภาวะอย่างสมบูรณ์แบบ ซึ่งมักมีการพัฒนาทางด้านจิตใจมากกว่าทางร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเกี่ยวกับความนึกคิดและปรัชญาชีวิต เด็กวัยรุ่นตอนนี้นักพยายามปรับปรุงร่างกายของตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมมากยิ่งขึ้น โดยพยายามหัดตัดสินใจแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเอง ก่อให้เกิดความมั่นคงด้วยตัวเอง แต่ก็ต้องขึ้นกับสภาพครอบครัวด้วย คือ ในบุคคลที่อยู่ในครอบครัวใหญ่ ๆ มีฐานะมั่นคงและพ่อแม่ไม่เข้มงวดจนเกินไป จะมีความมั่นใจและมั่นคงมากกว่าคนที่อยู่ในครอบครัวเล็ก ๆ และได้รับความเข้มงวดจากพ่อแม่

เมื่อประสบปัญหาในระยะนี้ เด็กมักหลีกเลี่ยงการขอความช่วยเหลือจากพ่อแม่ ครูบา-อาจารย์ แต่มักพยายามหาทางแก้ปัญหาด้วยตัวเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดการปรับตัวที่ดีขึ้นและอยู่ร่วมกับคนอื่นได้ด้วยความสบายใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าแก้ปัญหาไม่ได้ก็จะทำให้อารมณ์ไม่ดีใจ คออ่อนไหวง่าย แต่จะพยายามดับอารมณ์ด้วยความสุขุมเยือกเย็นมากยิ่งขึ้น

ตามปกติวัยรุ่นตอนปลายมักมีความกระตือรือร้นที่จะสร้างสิ่งประทับใจต่าง ๆ เพื่อที่จะแสดงว่าตนไม่ใช่วัยรุ่นต่อไป เช่น ในเด็กหญิงก็จะเริ่มใช้ลิปสติกและสวมรองเท้าส้นสูง ส่วนในเด็กชายมักจะฝันที่จะเป็นเจ้าของรถยนต์สักคัน ทั้งนี้ เพื่อต้องการ

สร้างความประทับใจว่าขณะนี้เขาโตเต็มที่แล้ว และย่อมจะมีสิทธิเสรีภาพต่าง ๆ เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ และจะพยายามลอกเลียนแบบผู้ใหญ่ เช่นสูบบุหรี่ หัดดื่มเหล้า เป็นต้น

ความต้องการของวัยรุ่น

มนุษย์มีความต้องการตามธรรมชาติ ถ้าได้บรรลุความต้องการตามความประสงค์ ก็จะนิยมชมชื่น เกิดความเชื่อมั่นในตัวเอง และมานะพยายามที่จะทำประโยชน์ต่อไป เพราะความต้องการเป็นแรงจูงใจ (motive) ให้เกิดพฤติกรรมแห่งการกระทำหากผิดหวังหรือไม่สมปรารถนาก็เกิดขัดเคืองขาดความมั่นใจ ท้อถอย และเป็นผู้สิ้นหวัง สิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการตามธรรมชาติของมนุษย์

ความต้องการ (need) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเกิดขึ้นเมื่อร่างกายขาดความสมดุล การขาดความสมดุลทำให้ร่างกายเกิดความเครียด ความไม่มีความสุข ดังนั้นร่างกายจึงต้องมีการกระทำเกิดขึ้นเพื่อให้ร่างกายกลับสู่สภาพสมดุลดั้งเดิม

ความต้องการเมื่อเกิดขึ้นกับผู้อื่นแล้ว ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองก็จะเกิดปัญหาตามมา เช่น เด็กที่ขาดความรักความอบอุ่นจากพ่อแม่หรือพี่เลี้ยง จะมีอารมณ์หงุดหงิด ฉุนเฉียว ขาดความสุข ไม่พอใจตนเองและไม่พอใจสิ่งแวดล้อม ต้องเที่ยวแสวงหาความอบอุ่น ความรัก หรือความสนใจจากผู้อื่น

ชนิดของความต้องการ ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกได้เป็นส่วนใหญ่ ๆ 2 ประการ คือ

1. ความต้องการมูลฐาน (basic need) คือความต้องการที่เป็นความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเบื้องต้น อันได้แก่ อาหาร น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ความต้องการทางเพศ การหลีกเลี่ยงจากความเจ็บ การขับถ่าย การหายใจ ความอบอุ่น การพักผ่อนนอนหลับ และสิ่งอื่น ๆ ที่จำเป็นแก่ชีวิต

2. ความต้องการด้านจิตใจ (psychological need) ได้แก่ ความต้องการลาภยศ ชื่อเสียง ตำแหน่ง อำนาจ ซึ่งความต้องการชั้นนี้เกิดขึ้นเรื่อย ๆ ไม่มีที่สิ้นสุด นอกจากนี้กล่าวมาแล้วก็มีความต้องการความรัก ความยอมรับนับถือ ความปลอดภัย และความสำเร็จต่าง ๆ ในชีวิต เป็นต้น

ความต้องการ 10 ประการของวัยรุ่น สมาคมศึกษาแห่งชาติ (National Education Association) ของสหรัฐอเมริกาได้ค้นคว้ารวบรวมความต้องการของวัยรุ่นไว้ได้ สรุปว่า เด็กวัยรุ่นทุกคนมีความต้องการ 10 ประการ (Ten Temperative Needs of Youth) คือ

1. วัยรุ่นทุกคนต้องการที่จะปรับปรุงสมรรถภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อจะได้มีส่วนร่วมในการผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค ด้วยเหตุนี้ เด็กหนุ่มสาวส่วนมากจึงต้องมีผู้คอยแนะนำช่วยเหลือในขณะทำงานมาก ๆ เท่ากับการศึกษาวิชาความรู้ในโรงเรียน เพื่อสนองความต้องการข้อนี้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาจึงควรจัดหลักสูตรให้มีประสบการณ์ เพื่อช่วยให้เด็กได้เข้าใจในกิจกรรมต่าง ๆ จัดสอนวิชาอาชีพศึกษาควบไปกับวิชาสามัญศึกษา หรือจัดให้นักเรียนได้รับการฝึกฝนวิชาชีพ โดยแบ่งเวลาเรียนออกไปปฏิบัติงานนอกโรงเรียน นอกจากนี้ อาจจะจัดให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในกิจการของชุมชน จัดให้นักเรียนมีโอกาสหาเงินได้เองด้วยการหางานให้นักเรียนทำในระหว่างปิดภาคเรียนและควรจัดให้มีโครงการแนะแนวขึ้น เพื่อนักเรียนแต่ละคนจะได้ทราบถึงความต้องการความสามารถของตนเกี่ยวกับงานอาชีพในอนาคตต่อไป

2. วัยรุ่นทุกคนต้องการที่จะรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์ เพื่อสนองความต้องการข้อนี้ โรงเรียนจึงควรจัดสถานที่ เครื่องใช้ ให้มุ่งไปในทางส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน จัดให้มีนิตยพยาบาลหรือแพทย์ประจำอยู่ที่โรงเรียน เพื่อที่จะได้ตรวจสุขภาพของนักเรียนอยู่เสมอ จัดโรงอาหารขึ้นเองเพื่อที่จะได้ปรุงอาหารที่ถูกสุขลักษณะ และตรงกับความต้องการของร่างกายของเด็กวัยรุ่น เป็นต้น

3. วัยรุ่นทุกคนมีความต้องการที่จะเข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ในฐานะที่เด็กวัยรุ่นเป็นสมาชิกคนหนึ่งในสังคมประชาธิปไตย ย่อมต้องการที่จะมีความเข้าใจว่าตนมีสิทธิและหน้าที่เช่นไรต่อสังคม เพื่อที่จะได้ปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับสิทธิหรือข้อผูกมัดที่ตนมีอยู่ เพื่อสนองความต้องการข้อนี้ โรงเรียนจึงควรให้นักเรียนแต่ละคนมีความรู้ดีกว่าตนเป็นคนสำคัญคนหนึ่งของโรงเรียน ของชั้นของห้อง และมีส่วนร่วมในการบริหารงานของชั้น ให้นักเรียนแต่ละคนมีโอกาสแสดงตน แสดงความสามารถให้ปรากฏแก่เพื่อนฝูงโดยไม่คำนึงถึงฐานะ เชื้อชาติและศาสนา จัดให้มีสภานักเรียน โดยให้เลือกผู้แทนเข้ามา และมอบความรับผิดชอบบางอย่างให้สภานักเรียนเป็นผู้ดำเนินการภายใต้ความควบคุมดูแลของครู จัดให้นักเรียนได้เข้าไปมีส่วน

ร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนและของชาติ เพื่อจะได้เพิ่มพูนความสนใจในปัญหาชีวิตประจำวัน ให้นักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยเสรี และให้รู้จักยอมรับความคิดเห็นของบุคคลอื่น

4. วัยรุ่นทุกคนต้องการที่จะเข้าใจความสำคัญของครอบครัว และปัจจัยต่าง ๆ ที่จะนำมาซึ่งความสุขแห่งครอบครัว เนื่องจากเด็กวัยนี้เริ่มจะเป็นผู้ใหญ่แล้ว เริ่มสนใจในชีวิตครอบครัว การครองเรือน การดำเนินชีวิต จึงมีความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศ เพื่อสนองความต้องการทางด้านนี้ โรงเรียนจึงควรจัดสหศึกษาให้มีขึ้นในชั้นมัธยม เพื่อให้เด็กหนุ่มสาวได้ทำงานร่วมกัน สร้างสัมพันธ์ภาพและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งจะนำไปสู่การเลือกคู่ครองอย่างเหมาะสมถูกต้อง จัดให้นักเรียนได้เข้าใจในหน้าที่ของครอบครัวและความรับผิดชอบต่าง ๆ ต่อกัน ระหว่างสามีภรรยาและต่อสมาชิกทุกคนในครอบครัว จัดให้นักเรียนได้ศึกษาปัญหาส่วนตัวและส่วนสังคมเกี่ยวกับพัฒนาการของร่างกาย เพื่อที่จะได้ปรับปรุงตัวให้เหมาะสมกับเพศตรงข้าม นอกจากนี้ ควรจัดสอนเพศศึกษาขึ้นในโรงเรียนเพื่อเป็นรากฐานในการศึกษา การปฏิบัติ และเทคนิคในการครองเรือน เป็นต้น

5. วัยรุ่นทุกคนต้องการทราบถึงวิธีจ่ายและใช้สิ่งของ ตลอดจนบริการต่าง ๆ อย่างฉลาด กล่าวคือ ต้องการขบคิดปัญหาทางเศรษฐกิจของตน เป็นผู้บริโภคละเอียด เป็นประโยชน์ เด็กวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับสังคมมากขึ้น เด็กจึงต้องพบกับปัญหาทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดความต้องการที่จะทราบถึงวิธีที่ดีในการซื้อสินค้า การรับบริการของสังคมต่าง ๆ เป็นต้น

การสนองความต้องการในข้อนี้ โรงเรียนควรจัดหลักสูตรหรือสอนให้นักเรียนรู้ในเรื่องการใช้จ่ายทรัพย์ที่หามาได้ด้วยความมานะให้สมดุลกับรายได้และรู้จักมัธยัสถ์ด้วย นอกจากนี้ควรจะให้ให้นักเรียนมีความรู้เรื่องการจัดการทรัพย์สินที่มีอยู่แล้วอย่างชาญฉลาด ให้นักเรียนได้ทราบถึงวิธีการที่จะซื้อของในราคาถูกแต่มีคุณภาพสูง ให้นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจเบื้องต้นว่าสินค้าที่มีความต้องการมากย่อมมีราคาแพง ต้องรู้ย่ำตลาดการค้า แหล่งวัตถุดิบ ควรให้นักเรียนรู้จักใช้และสงวนทรัพยากรตามธรรมชาติอันเป็นปัจจัยสำคัญของการผลิต เช่น ป่าไม้ สัตว์ พื้นดิน และสัตว์น้ำ เป็นต้น ให้นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย การเปลี่ยนแปลง การดำเนินงาน การจักรระบบ

ต่าง ๆ ทางธุรกิจและเศรษฐกิจของสังคม เช่น การจัดเกี่ยวกับสหกรณ์และออมสิน ฝึกให้เด็กเป็นนักบริหารที่ดี ทำงานเพื่อส่วนรวม ให้นักเรียนซาบซึ้งถึงปรัชญาการดำรงชีวิตที่ว่า ชีวิตที่มีความสมบูรณ์ได้นั้น จะต้องทำงานอย่างเข้มแข็งสม่ำเสมอ ไม่เป็นคนว่างงาน และไม่ประมาทในการทำงาน

6. วัยรุ่นทุกคนต้องการที่จะเข้าใจถึงวิธีการทางวิทยาศาสตร์ และความเจริญอันสำคัญทางวิทยาศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา ตลอดจนความจริงต่าง ๆ ตามธรรมชาติ

เนื่องจากปัจจุบันวิทยาศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์มากมาย ความเจริญทางวิทยาศาสตร์ทำให้มนุษย์มีอารยธรรมสูงขึ้น มนุษย์จะต้องตามให้ทันกับความเจริญอันรวดเร็วนี้ ในการสนองความต้องการของเด็กวัยรุ่นในข้อนี้ ทางโรงเรียนควรจัดแนวสอนให้นักเรียนรู้จักตั้งปัญหา พิจารณาหาวิธีแก้ ค้นคว้าหาเหตุผลหาหลักฐานประกอบการพิจารณา รู้จักตัดสินใจ คิดอย่างมีเหตุผล รู้จักยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น รู้จักเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยในความเชื่อต่าง ๆ รู้จักเปลี่ยนใจได้ตามประจักษ์พยานกับหลักวิชาที่ถูกต้อง ให้นักเรียนรู้จักหาเหตุผลในการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย อารมณ์ และจิตใจ ให้มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ ไม่หลงเชื่อมงายและปฏิบัติไปโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ให้นักเรียนรู้จักหาเหตุผล ค้นคว้าและบันทึกเกี่ยวกับปรากฏการณ์ตามธรรมชาติและสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ให้นักเรียนรู้จักจัดความกลัวในสิ่งที่ไร้เหตุผลและการเชื่อ โศคลงต่าง ๆ ให้หมดสิ้นไป ให้นักเรียนรู้จักแก้ปัญหาของตนเองโดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ รู้จักนำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ให้มีประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เข้าใจถึงอิทธิพลของวิทยาศาสตร์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและความเจริญอกงามต่าง ๆ นอกจากนี้โรงเรียนควรจัดหาอุปกรณ์การสอน เครื่องทดลองวิทยาศาสตร์ไว้ให้นักเรียนอย่างครบครัน และเปิดโอกาสให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมและแสดงออกทางวิทยาศาสตร์อย่างทั่วถึงกัน

7. วัยรุ่นทุกคนต้องการที่จะซาบซึ้งในรสแห่งวรรณคดี ดนตรี ศิลปะ และธรรมชาติ กล่าวคือ ต้องการรู้ถึงคุณค่า มองเห็นความงดงามและความไพเราะของสิ่งเหล่านั้น

วัยรุ่นไม่ชอบเล่นตลอดเวลาเหมือนเด็กเล็ก จึงทำให้มีเวลาว่างมาก การที่เด็กมีเวลาว่างมาก ๆ อาจจะทำให้เกิดความวุ่นวายใจได้ เด็กจึงอยากใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์แก่ตนเองและสังคม จึงควรที่จะได้รับคำแนะนำที่ถูกทาง อาจจัดให้เด็กมีงานทำในเวลาว่างหรือทำงานอดิเรกที่เหมาะสมก็ได้ เพื่อสนองความต้องการในขั้นนี้ โรงเรียนควรจัดให้มีการทดสอบความถนัดตามธรรมชาติของเด็กขึ้น และจัดกิจกรรมส่งเสริมความถนัดของเด็ก เช่น แสดงละครเวที โต้ว่าที่ อภิปราย ทำหนังสือพิมพ์ของชั้นหรือของโรงเรียน จัดให้มีการประกวดวาดภาพ ร้องเพลง เรียงความ ประกวดภาพถ่าย เป็นต้น ควรจัดให้มีวิชาเลือก วิชาบังคับเกี่ยวกับศิลปะ ดนตรี และวรรณคดีไว้ในหลักสูตร เพื่อให้นักเรียนได้ศึกษาค้นคว้าอย่างกว้างขวางตามความต้องการ ให้นักเรียนได้พักผ่อนหย่อนใจ ใช้เวลาว่างศึกษาความงามของธรรมชาติเท่าที่ควร เช่น ชมโบราณสถาน ชมทิวทัศน์ และธรรมชาติ นอกจากนี้อาจจะเชิญผู้เชี่ยวชาญทางศิลปะ เช่น นักวาดเขียน นักประพันธ์ นักดนตรี ศิลปิน มาให้คำแนะนำ เพื่อให้เด็กมองเห็นแนวทางที่ตนชอบมากขึ้น

8. วัยรุ่นทุกคนต้องการที่จะมีความสามารถในการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์อย่างดีและรู้จักแบ่งสัปดาห์ส่วนเวลานั้นให้สมดุลกับกิจกรรมต่าง ๆ ของเขา

เพื่อสนองความต้องการขั้นนี้ โรงเรียนควรจะทดสอบความถนัดตามธรรมชาติของเด็กแต่ละคนเพื่อจะแนะแนวทางการใช้เวลาว่างของเขาให้บรรลุประโยชน์อย่างดี ด้วยการจัดอุปกรณ์การสอนต่าง ๆ ที่เด็กสนใจ จัดสถานที่ให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก จัดให้นักเรียนได้ปรับปรุงทักษะและความสามารถอื่น ๆ ด้วยการทำงานในเวลาว่าง จัดการสอนวิชาวัฒนธรรม ศิลธรรม และหน้าที่พลเมืองภาคปฏิบัติในเวลาว่างของนักเรียน ด้วยการเชิญทำผู้เชี่ยวชาญมาบรรยายและปฏิบัติให้ดู ฝึกให้เด็กเป็นนักสะสม เช่น เก็บเปลือกหอยชนิดต่าง ๆ และสะสมแสตมป์ เป็นต้น

9. วัยรุ่นทุกคนต้องการที่จะปรับปรุงความเคารพต่อผู้อื่น และมีความสามารถดำรงชีวิตอยู่และทำงานร่วมกับบุคคลอื่น

เพื่อสนองความต้องการขั้นนี้ ควรคำนึงถึงความต้องการที่จะมีความเสมอภาค ต้องการความเป็นมิตร โรงเรียนควรจัดให้มีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างโรงเรียนกับตัวเด็ก คือ พยายามชมเชยและส่งเสริมเด็กที่แสดงกิจกรรมต่าง ๆ ออกมา

ในทางที่คิงาม จัดให้นักเรียนได้วางแผนงานและทำงานร่วมกัน ให้รับผิดชอบในหน้าที่ของตน และให้งานของแต่ละพวกเกี่ยวโยงถึงกัน จัดให้นักเรียนมีประสบการณ์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน บ้านและชุมชน เช่น จัดการละเล่นของนักเรียนบนเวที การออกบัตรเชิญแขกผู้มีเกียรติเข้าชม โดยให้นักเรียนจัดการกันเอง เพื่อให้รู้จักการเข้าหาผู้ใหญ่และไม่สะทกสะท้าน

10. วัยรุ่นทุกคนต้องการที่จะปรับปรุงความเสมอภาคในการคิดอย่างมีเหตุผล และมีความสามารถในการที่จะแสดงความคิดเห็นของตนได้อย่างแจ่มแจ้ง สามารถอ่านและฟังได้อย่างเข้าใจ

เพื่อสนองความต้องการข้อนี้ โรงเรียนควรจัดให้นักเรียนทุกคนปรับปรุงวิธีแก้ปัญหา โดยวิธีอภิปราย และครูสรุปเป็นกฎเกณฑ์ที่ถูกต้อง จัดให้นักเรียนได้ใช้การอ่านเป็นบ่อเกิดแห่งความรู้ ซึ่งจัดเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และเปิดโอกาสให้นักเรียนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี

สรุป ความต้องการของวัยรุ่นเป็นเรื่องที่ผู้ใหญ่ทุกคนควรทำความเข้าใจ ไม่มีอคติคั่งนั้น ผู้ใหญ่จึงควรให้โอกาสเขาในการตัดสินใจปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเอง เพื่อที่จะให้วัยรุ่นเจริญขึ้นไปเป็นผู้ใหญ่ที่มีความรับผิดชอบ เชื่อมมั่นในตนเอง และมีบุคลิกลักษณะที่ดี มรความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่ต้องคอยพึ่งผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ การเรียนรู้และเข้าใจความต้องการของวัยรุ่นยังช่วยสร้าง ความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ซึ่งเป็นการกำจัดช่องว่างระหว่างวัยให้หมดไป

แนวคิดลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

พฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow (1970) โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (wanting animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะ

ได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ

ความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิดและความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนา ตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ (Maslow, 1970)

ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (the need-hierarchy conception of human motivation) Maslow (1970) เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (safety needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belongingness and love needs)
4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (esteem needs)
5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (self-actualization needs)

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs)

ความต้องการที่สำคัญที่สุดทางร่างกาย และเป็นความต้องการอันดับแรก ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย (ปัจจัยสี่) การขับถ่าย การพักผ่อน การอยู่ในสภาพอุณหภูมิที่พอเหมาะ ต้องการทางเพศ ต้องการขจัดความเจ็บปวด และต้องการรักษาสมดุลของร่างกาย

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (safety or security needs)

เมื่อความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์ ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบ คือ ความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย และความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย ได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี เป็นต้น ส่วนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานมั่นคง การทำงานที่มีหลักประกันอย่างเพียงพอจะมีผลต่อการตัดสินใจในการทำงานต่อไปอันจะเป็นข้อมูลในการตัดสินใจลาออกจากงานหรือการพิจารณาเลือกงานใหม่ แต่

ตราบไคที่ความต้องการด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการที่จะได้รับความมั่นคงปลอดภัยก็ค่อนข้างน้อย

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belongingness and love needs)

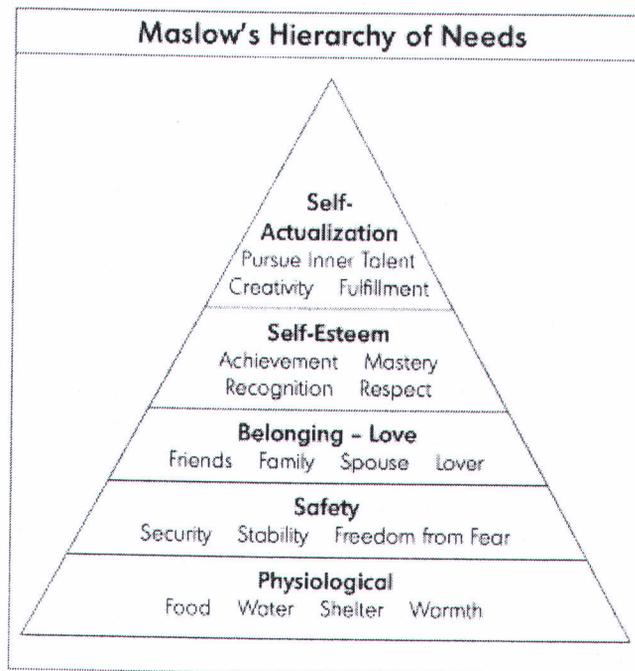
ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของเป็นความต้องการขั้นที่ 3 ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือกับผู้อื่น สมาชิกภายในกลุ่มจะเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้งไม่มีใครยอมรับ หรือถูกตัดออกจากสังคม ไม่มีเพื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจำนวนเพื่อน ๆ ญาติพี่น้อง สามีหรือภรรยาหรือลูก ๆ ได้ลดน้อยลงไป นักเรียนที่เข้าโรงเรียนที่ห่างไกลบ้านจะเกิดความต้องการเป็นเจ้าของอย่างยิ่ง และจะแสวงหาอย่างมากที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (esteem needs)

ความต้องการที่รู้สึกว่าตนเองมีค่า หมายถึง ความปรารถนาที่จะมองตนเองว่ามีคุณค่าสูงเป็นที่น่าเคารพยกย่องจากทั้งตนเองและผู้อื่น ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นตนมีความสามารถ มีคุณค่า มีเกียรติ มีตำแหน่งฐานะ บุคคลที่มีความต้องการประเภทนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเอง

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (self-actualization needs)

Maslow (1970) อธิบายความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ว่าเป็นความปรารถนาในทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลสามารถจะได้รับอย่างเหมาะสมบุคคลที่ประสบผลสำเร็จในขั้นสูงสุดนี้จะใช้พลังอย่างเต็มที่ ในสิ่งที่ท้าทายความสามารถและศักยภาพของเขา และมีความปรารถนาที่จะปรับปรุงตนเอง พลังแรงขับของเขาจะกระทำพฤติกรรมตรงกับความสามารถของตน กล่าวโดยสรุปการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของบุคคลที่จะบรรลุถึงจุดสูงสุดของศักยภาพเช่น “นักดนตรีก็ต้องใช้ความสามารถทางด้านดนตรี ศิลปินก็ต้องวาดรูป กวีก็ต้องเขียน โคลงกลอน ถ้าบุคคลเหล่านี้ได้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตนตั้งไว้ก็เชื่อได้ว่าเขาเหล่านั้นเป็นคนที่รู้จักตนเองอย่างแท้จริง



ภาพ 2 Maslow's Hierarchy of Needs

ที่มา. จาก *Motivation and personality* (2nd ed.), by Maslow, 1970, New York: Harper & Row.

ทฤษฎีการเลียนแบบ

กระบวนการเลียนแบบ คือการที่บุคคลทำการเปลี่ยนพฤติกรรมหรือนำพฤติกรรมของ กลุ่มอ้างอิงมาดัดแปลงใช้ การเลียนแบบเกิดขึ้นเพราะผู้เลียนแบบเห็นว่า จะนำไปสู่ผลในทางบวก แต่หากการเลียนแบบจะทำให้เกิดผลในทางลบก็จะทำการหลีกเลี่ยง

ปกติมนุษย์จะมีแนวความคิดของตนเอง และจะอาศัยแนวความคิดของตนเองนั้น มาเป็นตัวกำหนดแนวทางการปฏิบัติตัว ซึ่งจะส่งผลไปยังพฤติกรรมการบริโภคของตนเองอีกด้วย แนวความคิดของตนเองนั้นเกิดขึ้นโดยอาศัยการยึดเป้าหมายไว้กับสิ่งที่ต้องการจะเป็นหรือที่ เรียกว่าตัวตนในอุดมคติ ความแตกต่างระหว่างตัวตนในอุดมคติ กับตัวตนที่แท้จริงจะเป็นเป้าหมาย ที่คนเราพยายามปรับปรุงตัวให้เป็นตามตัวตนในอุดมคติที่ตั้งไว้

การกำหนดตัวตนในอุดมคติทำได้จากความคิดและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล หรือ อาจประเมินตัวตนในอุดมคติกับกลุ่มอ้างอิงของแต่ละบุคคลเช่น ดารา นักแสดง บุคคลที่ให้ ความเคารพ กลุ่มเพื่อนฝูง ฯลฯ และลอกเลียนแบบพฤติกรรม ความคิด ทักษะคติของกลุ่มอ้างอิงก็ได้ ซึ่งการเลียนแบบกลุ่มอ้างอิงเป็นการกระทำที่มีผลกระทบ ต่อพฤติกรรมที่ซื้อเป็นอย่างมาก ฉะนั้น จึงควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการ เลียนแบบเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดให้เหมาะสม

ประเภทของการเลียนแบบ

การเลียนแบบชนิด overt modeling คือ การเลียนแบบที่ผู้บริโภคเห็นต้นแบบที่เป็นตัวบุคคลจริง ๆ เช่น พนักงานขายกำลังทำการสาธิตสินค้าหรือโฆษณาตามโทรทัศน์ หรือวิดีโอในร้านค้า การเลียนแบบมีประโยชน์ทางการตลาดดังต่อไปนี้

1. การทำให้เกิดปฏิกิริยาแบบใหม่ ที่ผู้บริโภคยังไม่เคยเรียนรู้มาก่อน เช่นการเอาทีวีมาตั้งโฆษณาสินค้ายี่ห้อใหม่ภายในซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้บริโภคที่เห็นโฆษณาอันนี้จะมีแนวโน้มไปเลือกสินค้ายี่ห้อใหม่นี้มาลองใช้ ซึ่งการสร้างปฏิกิริยาแบบใหม่ต่อผู้บริโภค และทำให้ผู้บริโภค ทำการเลียนแบบจะมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยจะเป็นการเพิ่ม ข่าวดารผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค พัฒนาผู้บริโภคให้สามารถใช้สินค้าได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและสุดท้ายการทำให้ผู้บริโภค เกิดปฏิกิริยาใหม่ ๆ ยังอาจช่วยพัฒนา พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ เช่น การที่ พนักงานขายสินค้าสอนให้เราวิธี เลือกสินค้าที่มีคุณภาพเป็นต้น

2. การยับยั้งปฏิกิริยาตอบที่ไม่พึงปรารถนา เช่น เรารู้ว่ากลุ่มวัยรุ่นมักมีค่านิยมในการเลียนแบบคารานักร้องที่พวกเขาชื่นชอบ เราจึงนำคารานักร้องเหล่านี้มารณรงค์ต่อต้านการใช้ ยาเสพติด ซึ่งเมื่อวัยรุ่นเห็นว่ากลุ่มอ้างอิงของพวกเขาเร่งเกี้ยวและไม่ใช้ ยาเสพติด กลุ่มวัยรุ่นก็จะ ทำการเลียนแบบพฤติกรรมโดยจะหลีกเลี่ยงการใช้ยาเสพติด เป็นต้น

3. การอำนวยความสะดวกแก่ปฏิกิริยาตอบที่ผู้บริโภคปรารถนา เพราะการใช้ โฆษณาจะสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่าใครเป็นผู้ใช้สินค้านั้นในสถานการณ์อย่างไร ได้ ผลลัพธ์อย่างไร

การเลียนแบบชนิด covert modeling คือการที่ผู้บริโภคลียนแบบพฤติกรรมที่เรา กำหนดให้โดยไม่มีการแสดงพฤติกรรมจริง ไม่มีการแสดงผลของพฤติกรรม แต่จะ ใช้ การแจ้งให้ผู้บริโภคนึกภาพ (image) พฤติกรรมของต้นแบบในสถานการณ์ต่าง ๆ และ การรับผลจากพฤติกรรมนั้น ๆ เช่น การใช้โฆษณาและให้ผู้บริโภคนึกภาพตาม (ชนิตว์สรณ์ ตรีวิทยาภูมิ, 2544)

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้ผู้ส่งสาร (source) ได้ ตระหนักถึงความแตกต่างของบุคคลที่อยู่ในฐานะผู้รับสาร ซึ่งจะมีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการใช้สื่อ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual difference theory) ได้อธิบายว่า บุคคล (individual difference) มีความแตกต่างกันหลายประการ เช่น บุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา และความสนใจ เป็นต้น และความแตกต่างนี้ยังขึ้นอยู่กับ สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นสาร (message) จะมีอิทธิพลมากน้อยเพียงใดก็ ขึ้นอยู่กับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้น สาร(message) จะมีอิทธิพลมากน้อย เพียงใดก็ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของผู้รับสาร

แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ คือ (Klapper, 1967, p. 49)

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพจิตวิทยา
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพกันจะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพที่แตกต่างในการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารพบว่า มี ปัจจัย 2 ประการ ที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวกับการยอมรับการสื่อสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร (sender) คือ (สุรพงษ์ โสชนะเสถียร, 2537, หน้า 63-64)

1. ภูมิหลังหรือปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน ย่อมจะมอง หรือยอมรับประเด็นในการสื่อสารแตกต่างกันไป

2. ภูมิหลังหรือปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

2.1 ภูมิหลังของประชากร (demographics) เช่น เพศ อายุ และสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (socio economic status) เป็นต้น

2.2 ภูมิหลังทางจิตวิทยา (psychographics) หรือแบบแผนการดำเนินชีวิต (lifestyle)

2.3 ภูมิหลังในการเปิดรับสื่อ ส่วนนี้นับเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารและมักเป็นตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาเพื่อติดตามผลการเปิดรับสื่อที่แตกต่างอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากนิสัยการเปิดรับสื่อที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งความแตกต่างนี้มีอิทธิพลถึงการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์ของบุคคล มีผลมาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ เฉพาะตัวละบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งมีอิทธิพลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการสื่อสารเหมือนหรือแตกต่างกัน ดังนี้

2.3.1 อายุ นักจิตวิทยาพบว่า เมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น โอกาสเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจน้อยลง นอกจากนี้อายุยังมีอิทธิพล ทำให้การเปิดรับสื่อตามความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมมารับข่าวสาร

2.3.2 เพศ สังคม และวัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดบทบาทกิจกรรมที่แตกต่างกัน ทำให้ความคิด ค่านิยม ทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมความต้องการ ตลอดจนการตัดสินใจยอมรับสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน

3. การศึกษา ทำให้บุคคลเกิดความคิด ความต้องการ อุดมการณ์ที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสารเพราะเป็นผู้รับสารที่ดีและมีความรู้กว้างขวาง จึงมีความเข้าใจสารได้ดีและลึกซึ้งกว่า

4. อาชีพ อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวคิด ทัศนคติ อุดมการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน เพราะอาชีพเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบของเวลา และสถานที่ทำให้มีผลต่อการรับสื่อของแต่ละบุคคลด้วย

5. รายได้ เป็นปัจจัยกำหนดความเป็นอยู่ ความต้องการ ความคิดเห็น ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ดังนั้นบุคคลที่มีรายได้สูง จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้บุคคลเปิดรับสื่อได้หลากหลายประเภทกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อย

6. ภูมิสำเนา ที่อยู่อาศัย จะเกี่ยวข้องกับสภาพทางเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้บุคคลที่อยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกันมีทัศนคติ พฤติกรรมแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล

ลักษณะการอบรมเลี้ยงดู การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่แตกต่างกัน มีผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการทางจิตใจในแง่ การรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ ทำให้บุคคลสร้างกรอบความคิดเห็น ความเชื่อ ทัศนคติ รวมทั้งค่านิยมภายในตัวเองขึ้นมาเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคล

ปัจจัยทางสังคม

ลักษณะทางสังคมของบุคคลมีผลต่อความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ตลอดจนการแสดงออกด้านพฤติกรรมต่าง ๆ รวมทั้งพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคล

นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลแต่ละคนดังนี้ (Schramm, 1972, pp. 121-124)

1. ประสบการณ์ บุคคลจะแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลัง บุคคลที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อเนื้อหาของสารและพฤติกรรมการเลือกรับสื่อของบุคคล
5. ความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของบุคคลทำให้มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของตน
7. อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์เป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร

8. ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

จากแนวความคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ลักษณะทางประชากร-ศาสตร์ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคมแตกต่างกัน ส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันแนว

ความคิดดังกล่าวข้างต้นนี้ ชี้ให้เห็นว่าหากต้องการจะสื่อสารให้เกิดสัมฤทธิ์ผล ควรจะต้องเข้าใจถึงคุณลักษณะของประชากร ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อและการรับฟังข่าวสารของผู้รับเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ (Defleur, 1970, pp. 122-124) ได้เสนอ ทฤษฎีกลุ่มสังคม (social categories theory) โดยกำหนดให้ปัจจัยทางสังคมเป็นตัวแปรแทรก (intervening variables) ซึ่งกล่าวว่า ประชาชนมีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน เช่น การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น

ลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิสำเนา เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐานนั้น ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีคามสนใจหรือมีพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน

สรุปบุคคลจะเกิดพฤติกรรมการรับข่าวสารก็เพื่อสนองความพึงพอใจส่วนบุคคล โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อมวลชน ซึ่งจะพิจารณาจากความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อสารบนพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก และการเลือกสรร หรือแสวงหาข่าวสารก็ยังคงอยู่บนพื้นฐานของคุณลักษณะทางประชากรของแต่ละบุคคลอีกด้วย

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่ อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรง

กับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหา ดังกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2531, หน้า 3)

ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้นดังที่ Atkin (1973, หน้า 208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2548, หน้า 14-15)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (selective process) ที่แตกต่างกัน

กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับ ต่อไปนี้ (Klapper, 1960, pp. 19-25)

1. การเลือกเปิดรับ (selective exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือเป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (cognitive dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (selective perception and interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (selective retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Hunt and Ruben (1993, p. 65) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทศนคติและค่านิยม (attitude and values) ทศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (preference and predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. ลีลาในการสื่อสาร (communication style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สถานะ (context) สถานะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร

เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (experience and habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น Becker (1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคือ

1. การแสวงหาข้อมูล (information seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหา ข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (information receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับ ข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (experience receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิก ภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ (Merton), (Wright), (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพทางสังคมของผู้รับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Friedson, Riley & Flowerman อ้างถึงใน กองสุขศึกษา, 2553)

แนวคิดโดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ (McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52)

1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นที่ทันเหตุการณ์ ทันสมัย

2. เพื่อการตัดสินใจ (decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องชีวิตประจำวัน

3. เพื่อพูดคุยสนทนา (discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบ ๆ ตัว

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไป ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ดีตามบุคคล แต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันยอมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย (ข้อมูลจาก กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (gratification) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรม ได้ให้ความจำกัดความไว้ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จ

ตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation) (Wolman, 1973)

ความพึงพอใจหมายถึง พอใจ ชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542, หน้า 775) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ (Quirk, 1987) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ (Hornby, 2000)

การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารมีจุดกำเนิดมาจากสภาวะทางจิตใจและสังคมที่มาจากความต้องการ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งสารอื่น ซึ่งนำไปสู่รูปแบบต่าง ๆ ของการมีโอกาสดูรับสารจากสื่อมวลชนและก่อให้เกิดผลที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสาร อาจกล่าวได้ว่า ผู้รับสารแต่ละคนใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาความพอใจจากสื่อมวลชน ผ่อนคลายความเครียด ค้นหาความรู้หรือเอาประโยชน์ใดประโยชน์หนึ่ง เป็นการศึกษา กระบวนการรับสารซึ่งมีความแตกต่างไปจากการศึกษาในอดีตที่เน้นศึกษาเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อผู้รับสาร วิธีการนี้เป็นการศึกษาว่าผู้รับสารใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาความพอใจเพื่อบรรลุนความต้องการของตน (Blumler & Gurevitch, 1983) ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อหรือผู้รับสารมี ดังนี้ (Katz, 1983)

1. สภาพทางสังคมและลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสาร (social and psychological origins) ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป
2. ความต้องการและความคาดหวังการใช้สื่อของผู้รับสาร (need expectation of the mass media) ที่แตกต่างกันทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกัน

สรุปความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจ ชอบใจ และมีความสุข ที่ความ ต้องการ หรือเป้าหมาย ที่ตั้งใจไว้บรรลุผลหรือสมหวังนั่นเอง สำหรับนักเรียนแล้วก็ใช้สื่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอนส่วนใหญ่ก็ย่อมจะมีความต้องการหรือความคาดหวังว่าสื่อคอมพิวเตอร์ ช่วยสอนจะสามารถช่วยให้ตัวเองสามารถเข้าใจบทเรียน ได้ดียิ่งขึ้นหรือได้ผลการเรียนดีขึ้นนั่นเอง ซึ่งสามารถวัดได้จากแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจ หรือผลการสอบ

สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจจากการศึกษามีดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของหรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล
4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) คือ ความสัมพันธ์ฉันท์มิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพันความพึงพอใจและสภาพการเป็นอยู่ร่วมกัน เป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

แนวคิดความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

ทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง (S-R Theory)

ทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง

ทฤษฎีนี้มีชื่อเรียกหลายชื่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะในภาษาอังกฤษ มีชื่อเรียกต่าง ๆ เช่น Associative Theory, Associationism, Behaviorism เป็นต้น นักจิตวิทยาที่สำคัญในกลุ่มนี้ คือ พาฟลอฟ (Pavlov) วัตสัน (Watson) ธอร์นไดค์ (Thorndike) กัทธรี (Guthrie) ฮัล (Hull) และสกินเนอร์ (Skinner) ทฤษฎีนี้อธิบายว่า พื้นฐานการกระทำซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ของแต่ละคน ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม หน้าที่ของผู้สอน คือ คอยเป็นผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับผู้เรียน

หลักการของทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง (สยาม จวงประโคน, 2549)

1. การเสริมแรง (reinforcement) เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง หรือให้เกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ตามที่ต้องการเช่น การให้รางวัล หรือการทำโทษ หรือการชมเชย เป็นต้น ผู้สอนจึงควรจะหาวิธีจูงใจ ให้ผู้เรียนมีความอยากเรียนให้มากที่สุด
2. การฝึกฝน (practice) ได้แก่การให้ทำแบบฝึกหัดหรือการฝึกซ้ำ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหาที่สัมพันธ์กัน โดยเฉพาะวิชาที่เกี่ยวกับการปฏิบัติ
3. การรู้ผลการกระทำ (feedback) ได้แก่ การที่สามารถให้ผู้เรียนได้รู้ผลการปฏิบัติได้ทันทีเพื่อจะทำการปรับปรุงพฤติกรรมได้ถูกต้องอันจะเป็นหนทางการเรียนรู้ที่ดี หน้าที่ของผู้สอนจึงควรจะต้องพยายามทำให้วิธีสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์แห่งความสำเร็จ
4. การสรุปเป็นกฎเกณฑ์ (generaliation) ได้แก่ การได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ ที่สามารถสร้างมโนทัศน์ (concept) จนกระทั่งสรุปเป็นกฎเกณฑ์ที่จะนำไปใช้ได้
5. การแยกแยะ (discrimination) ได้แก่ การจัดประสบการณ์ ที่ผู้เรียนสามารถแยกแยะความแตกต่างของข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้นอันจะทำให้เกิดความสะดวกต่อการเลือกตอบสนอง
6. ความใกล้ชิด (continuity) ได้แก่ การสอนที่คำนึงถึงความใกล้ชิดระหว่าง สิ่งเร้าและการตอบสนองซึ่งเหมาะสำหรับการสอนคำ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยในประเทศไทย

ชิดชนก ผิวงาม (2550) ศึกษาเรื่อง *ความคิดเห็นของวัยรุ่นต่ออิทธิพลของการนำเสนอภาพแพชั่นในนิตยสารวัยรุ่นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบการแต่งกาย* มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร อิทธิพลการนำเสนอภาพแพชั่นในนิตยสารวัยรุ่นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบการแต่งกายและความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารวัยรุ่นกับอิทธิพลของภาพแพชั่นในนิตยสาร ที่

ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบการแต่งกายของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 คน แบ่งเป็นชาย 200 คน หญิง 200 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิเคราะห์เชิงพรรณนา วิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยใช้การทดสอบแบบ Chi-square, One-way ANOVA โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 12.0

การศึกษาของ ชิดชนก ผิวงาม ซึ่งให้เห็นว่า วัยรุ่นมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับอิทธิพลของภาพแฟชั่นในนิตยสารวัยรุ่น ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบการแต่งกายของวัยรุ่นในด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารวัยรุ่น

อัจฉรา เชื้อนสาร (2550) ศึกษาเรื่อง การโฆษณาในนิตยสารวัยรุ่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าของวัยรุ่นไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรของวัยรุ่น และศึกษาเนื้อหาโฆษณาสินค้า และรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในนิตยสารที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าของวัยรุ่น โดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นอายุ 15-21 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การศึกษาของ อัจฉรา เชื้อนสาร ซึ่งให้เห็นว่า ลักษณะประชากรของวัยรุ่นทางด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ส่วนเนื้อหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้า ทั้งการใช้ภาษาเนื้อหาและรายละเอียดในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของวัยรุ่นไทย ส่วนราคา การโฆษณาสินค้า สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อการซื้อสินค้า หากแต่นายแบบและนางแบบที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของวัยรุ่นไทย

วิญาวิ วัฒนถาวร (2551) ศึกษาเรื่อง นิตยสารแฟชั่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่นไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหาของแฟชั่นนิตยสารแฟชั่นที่วัยรุ่นนิยมอ่าน และศึกษารูปแบบวิธีการนำเสนอของนิตยสารแฟชั่นที่มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือกลุ่มประชากรวัยรุ่นช่วงอายุ 13-19 ปี ในเขตพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่ตอบคำถามด้วยตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (multiple comparison) ด้วยวิธี LSD ในกรณีที่พบความแตกต่าง

การศึกษาของ วิญาวิ วัฒนถาวร พบว่า วัยรุ่นได้รับประโยชน์จากนิตยสารเรื่องความพลิดเพลิน และมีผลต่อการเลียนแบบนิตยสารแฟชั่นมากกว่าวัยรุ่นที่รับประโยชน์เรื่องการนำแฟชั่นไปปรับใช้กับตนเอง และวัยรุ่นส่วนใหญ่คิดว่าเนื้อหาของนิตยสารแฟชั่นมีส่วนในการตัดสินใจจากรูปภาพที่นำเสนอมีผลต่อการเลียนแบบนิตยสารแฟชั่น มากกว่านายแบบ นางแบบที่มีชื่อเสียง

วิไลลักษณ์ จิระญาวัลพร (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารแฟชั่นของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร และศึกษาผลต่อการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร ที่มีผลต่อการแต่งกายเลียนแบบของเยาวชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือกลุ่มประชากรวัยรุ่นช่วงอายุ 16-25 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดไว้ 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่ตอบคำถามด้วยตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (multiple comparison) ด้วยวิธี LSD ในกรณีที่พบความแตกต่าง

การศึกษาของ วิไลลักษณ์ จิระญาวัลพร พบว่า เยาวชนที่มีรายได้ 7,001-10,000 บาท มีผลต่อการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารมากกว่า เยาวชนที่มีรายได้ 10,000 บาทขึ้นไป และเยาวชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่ารูปภาพที่ถ่ายจากภาพจริง มีผลต่อการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร มากกว่ารูปที่แสดงเฉพาะตัวสินค้า และรูปวาดมีผลต่อการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารมากกว่ารูปภาพการ์ตูน

งานวิจัยต่างประเทศ

Paone (2006) ศึกษาลักษณะการเลียนแบบในขอบเขตเกี่ยวกับแรงกระตุ้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยทดสอบกับเด็กจำนวน 3 กลุ่ม ซึ่งในระหว่างการทดสอบหนึ่งในกลุ่ม

ตัวอย่างถูกเสนอให้มีการเสริมแรง ส่วนอีก 2 กลุ่ม และทดสอบด้วยแรงกระตุ้นต่าง ๆ เมื่อสิ้นสุดการทดสอบ พบว่า ทุกกลุ่มมีลักษณะที่เหมือนกัน คือ เมื่อมีแรงกระตุ้นเพิ่มขึ้น ระดับของการเลียนแบบเพื่อการตอบสนองเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าการลอกเลียนแบบจะควบคุมการตอบสนองของแรงกระตุ้น

การศึกษาของ Paone เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเลียนแบบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวิจัยในด้านพฤติกรรม การเลียนแบบของวัยรุ่นที่เกิดจากความแตกต่างของลักษณะประชากร และพฤติกรรมการเปิดรับ

Choi and Becker (1987) ศึกษาเกี่ยวกับ *Media use issue/discriminations and voting* ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจที่แตกต่างกันเป็นตัวกำหนดให้เกิดพฤติกรรม การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน แรงจูงใจดังกล่าวนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ (1) แรงจูงใจเพื่อแสวงหาข่าวสาร (2) แรงจูงใจเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลินและ (3) แรงจูงใจเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง และให้คำอธิบายว่า แรงจูงใจ เป็นแนวคิดรวบยอด หรือแนวคิด โดยสรุปที่ครอบคลุมทั้งการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ

การศึกษาของ Choi and Becker ซึ่งให้เห็นว่าแรงจูงใจที่แตกต่างกันเป็นตัวกำหนดให้เกิดพฤติกรรม การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน โดยมีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ในการศึกษาประเภทของแรงจูงใจต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับสาร

McCracken (1993) ศึกษาเรื่อง นิตยสารต่างประเทศในด้านปัจจัยการออกแบบ สี สัน และรูปภาพที่ดึงดูดสายตาและน่าสนใจ มีผลต่อการเปิดรับนิตยสารเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

Bennett (2002) ศึกษาอิทธิพลจากความชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีต่อวัยรุ่น พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนมากมักเลียนแบบการแต่งกาย และพฤติกรรมของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ เช่น การแสดง การเล่นกีฬา การทานอาหาร หรือการเสพยาเสพติด แต่การเลียนแบบดังกล่าวไม่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตอย่างถาวร ซึ่งอิทธิพลของบุคคลที่มีชื่อเสียงมีผลต่อทัศนคติ ค่านิยม รวมถึงศีลธรรม และจริยธรรม ในการประกอบอาชีพจะมีมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับพัฒนาการในการสร้างเอกลักษณ์ ความเป็นตัวเองเป็นสำคัญ โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นเพศชายจะได้รับความนิยมนมากกว่าบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นเพศหญิง วัยรุ่นชายจะชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็น

เพศชายเป็นบุคคลต้นแบบ ในขณะที่วัยรุ่นหญิงจะชื่นชอบภาพลักษณ์ที่ดึงดูดของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นเพศชาย

การวิจัยของ Bennett พบว่า พฤติกรรมการเลียนแบบอิทธิพลจากความชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งอิทธิพลของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีต่อทัศนคติ ค่านิยม รวมถึงศีลธรรมและจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษานิตยสารวัยรุ่นที่มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายของนักเรียนในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ตามกรอบแนวคิดที่วางไว้ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่นำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ต่อไป