

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง นิติสารวัยรุ่นที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงกายของนักเรียน ใน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้วิจัยจะทำการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของวัยรุ่นที่สนใจอ่านนิติสารวัยรุ่น (2) เพื่อศึกษา เนื้อหา วิธีการนำเสนอของนิติสารวัยรุ่นที่กลุ่มวัยรุ่นนิยมอ่าน (3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงกายของวัยรุ่นจากแฟ้มชั้นในนิติสาร

กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ เป็นกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดให้เป็นกลุ่มวัยรุ่นชาย หญิง ที่มีอายุระหว่าง 13-19 ปี ที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง ปีที่ 6 ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973, p. 727) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 5%

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง (self-administrated) เป็นคำถามปลายปิด (close-ended questions) และทำการตรวจสอบทดสอบเครื่องมือด้านความถูกต้องใช้ได้ (validity) และความน่าเชื่อถือ (reliability) จนทำให้แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือจากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง ก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้จริง การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในเดือนมิถุนายน 2554

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาลงรหัสข้อมูลเพื่อประมวล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for The Social Sciences) for Windows version 17 ณ สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดย

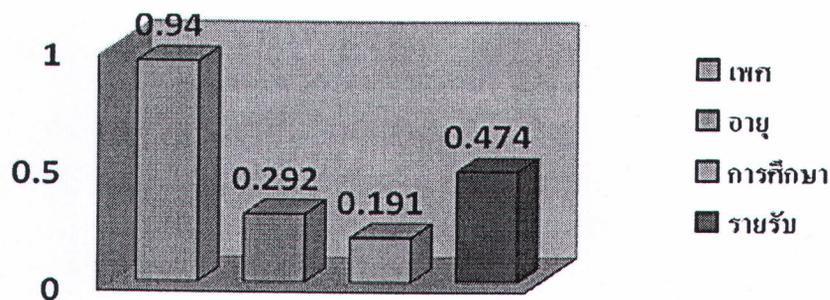
แบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ใช้วิธีคำนวณค่าต่าง ๆ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนออยู่ในรูปตารางประกอบความเรียง เพื่ออธิบายลักษณะประชากรของวัยรุ่น พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เนื้อหา และวิธีการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร โดยใช้สถิติ t test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย นิตยสารวัยรุ่นที่มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายของนักเรียน ในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง มีประเด็นที่ควรสรุปผลดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารแตกต่างกัน



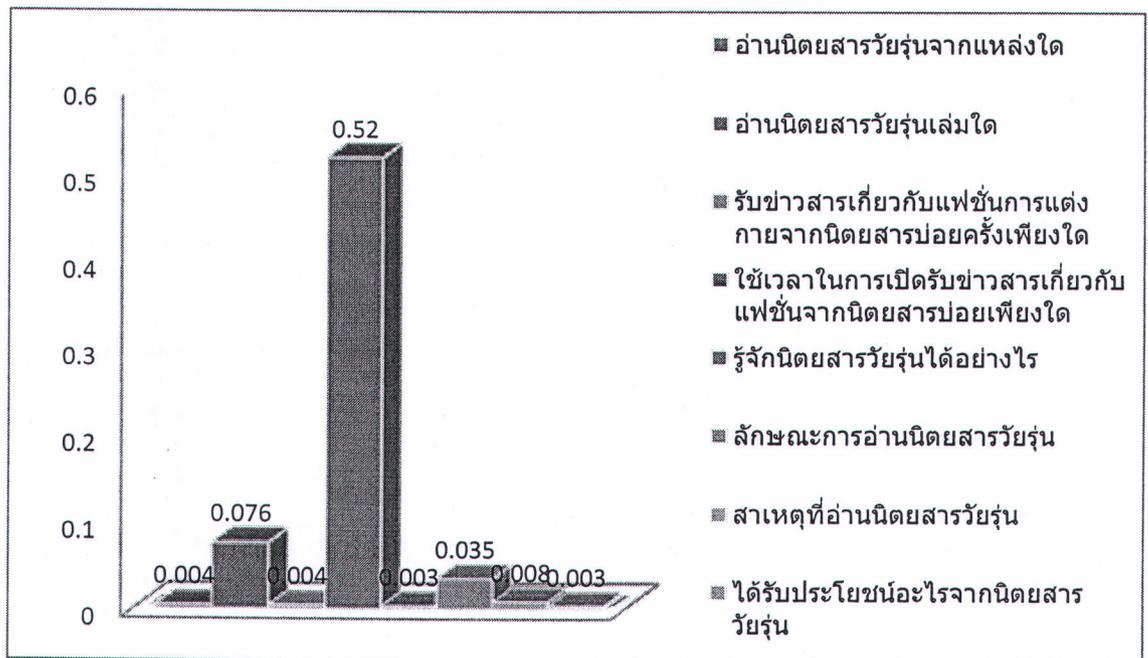
ภาพ 3 ลักษณะประชากรของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารแตกต่างกัน

ที่มา. จาก ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างลักษณะประชากรของผู้อ่านแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร

แตกต่างกัน โดยภาพรวม เพศ รายได้ อายุ การศึกษา ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ไม่มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นจากนิตยสารแตกต่างกัน



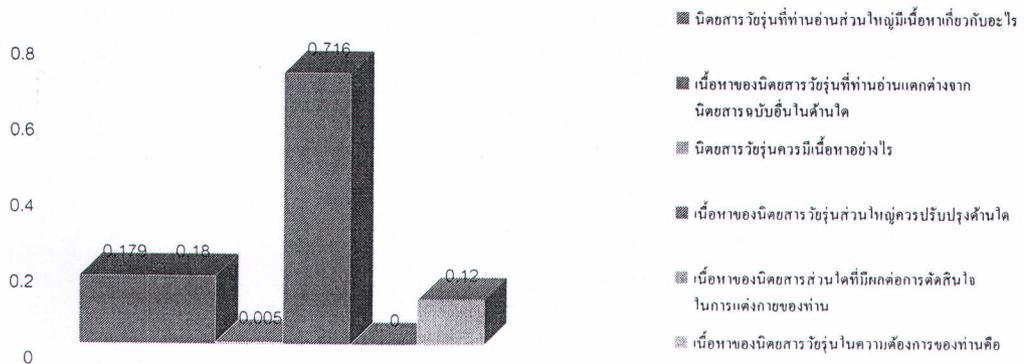
ภาพ 4 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นจากนิตยสารแตกต่างกัน

ที่ 7. จาก ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นจากนิตยสารแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า การเปิดรับข่าวสารจะเลือกการอ่านนิตยสารวัยรุ่นจากการรู้จักนิตยสาร และการใช้เวลาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นนิตยสารเป็นอันดับแรก ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ไม่มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร ส่วนการรู้จักแหล่งนิตยสารวัยรุ่น การรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากนิตยสารบ่อยครั้ง และลักษณะการอ่านนิตยสารวัยรุ่น สาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น

และได้รับประโยชน์อะไรจากนิตยสารวัยรุ่น เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร

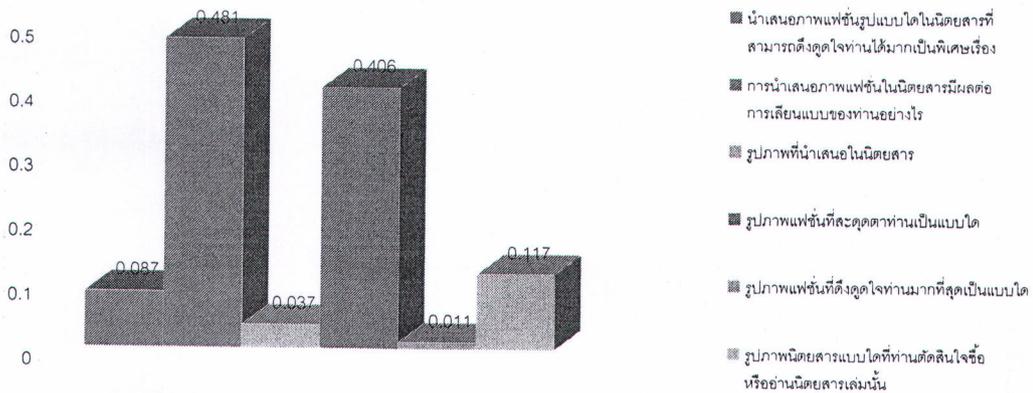
สมมติฐานที่ 3 เนื้อหาของนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่นแตกต่างกัน



ภาพ 4 เนื้อหาของนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่นแตกต่างกัน
ที่มา. จาก ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวน เนื้อหาของนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่นแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า นิตยสารวัยรุ่นที่อ่านส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร และแตกต่างจากฉบับอื่นด้านใด และเนื้อหาที่วัยรุ่นต้องการเป็นแบบใด และเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่นที่ควรปรับปรุงนั้น ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ไม่มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร ส่วนนิตยสารวัยรุ่นควรมีเนื้อหาอย่างไร และเนื้อหาของนิตยสารมีผลต่อการตัดสินใจในการแต่งกาย เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร

สมมติฐานที่ 4 วิธีการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นจากนิตยสารแตกต่างกัน



ภาพ 5 วิธีการนำเสนอภาพแฟ้มในนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายแฟ้มจากนิตยสารแตกต่างกัน

ที่มา. จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนวิธีการนำเสนอภาพแฟ้มในนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายแฟ้มจากนิตยสารแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ภาพแฟ้มที่ดึงดูดใจมากเป็นพิเศษ และการนำเสนอของภาพแฟ้ม และรูปภาพที่สะดุดตา รูปภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารนั้น ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแฟ้มในนิตยสาร ส่วน รูปภาพที่นำเสนอในนิตยสาร และรูปภาพที่ดึงดูดใจ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแฟ้มในนิตยสาร

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย นิตยสารวัยรุ่นที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของนักเรียนในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง มีประเด็นที่ควรอภิปรายผลดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 450 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 เพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 45.78 อายุระหว่าง 13-14 ปี จำนวน 211 คิดเป็นร้อยละ 46.89 รองลงมาคืออายุ 15-16 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 อายุ 17-18 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22 กลุ่มที่น้อยที่สุดคืออายุ 19 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56 ตามลำดับ การศึกษามีระดับการศึกษามัธยมตอนต้น จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และมีมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รายรับ รวมต่อเดือนส่วนใหญ่จะมีรายรับ ต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 60.44 รองลงมาคือ รายรับ ระหว่าง 3,000-6,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 34.89 มีรายรับระหว่าง 6,001-9,001 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.89 และรายรับ 9,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.78 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน เพศชาย จำนวน 206 คน ส่วนใหญ่เด็กนักเรียนมีอายุระหว่าง 13-14 ปี จำนวน 211 และนักเรียนส่วนใหญ่ ได้รับรายได้จากผู้ปกครอง ต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 272 คน ซึ่ง ไม่มีผลต่อการเรียนแบบแฟชัน

จากการวิจัยจะเห็นได้ว่า เพศ อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์กัน จึงไม่มีผลต่อการเรียนแบบ และปัจจุบันเพศ ชาย หญิง มีความสนใจในแฟชั่นการแต่งกายเท่า ๆ กัน สอดคล้องกับแนวคิด และความต้องของวัยรุ่น ต้องการเป็นที่ยอมรับ ปราบปรามที่จะทำให้ผู้อื่นมองว่าตนมีรสนิยมที่ดี เป็นที่น่ายกย่อง

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิตยสาร

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิตยสารวัยรุ่นจากการซื้อตามร้านหนังสือเอง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 62.44 รองลงมาคือ ยืมผู้อื่นอ่าน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 22.44 อ่านในห้องสมุดหรือร้านเสริมสวย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 และเช่าจากร้านหนังสือ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 นิตยสารวัยรุ่นฉบับอื่น ๆ บ่อยครั้งที่สุด เป็นจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ CHEEZE

จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 26.44 A-STAR จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 CAWAII จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 THE BOY จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และ ZUPZIP จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 รับข่าวสาร 2-3 เดือนต่อเล่ม จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 37.56 รองลงมาคือ อ่านทุกๆเดือน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 อ่านมากกว่า 6 เดือนต่อเล่ม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 19.11 อ่าน 4-6 เดือนต่อเล่ม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 ใช้เวลาอ่านนิตยสารวัยรุ่น 15 นาที -45 นาที จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 44.22 รองลงมาคือ น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 40.22 ใช้เวลาอ่าน 46 นาที - 1 ชั่วโมง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22 และใช้เวลานานกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 รู้จักนิตยสารวัยรุ่นด้วยตนเอง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 30.44 รองลงมาคือ จากการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือต่างๆ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 จากการแนะนำของเพื่อน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 2.44 จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56 และรู้จากสมาชิกในครอบครัว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.56 อ่านนิตยสารวัยรุ่นเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ เป็นจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 รองลงมาคือ อ่านเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง ไม่ตั้งใจบ้าง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 32.89 เปิดผ่าน ๆ ไม่ได้ตั้งใจ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 15.11 ตั้งใจอ่านตั้งแต่หน้าแรกจนหน้าสุดท้าย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 และ อื่น ๆ จำนวน 17 คน อ่านนิตยสารวัยรุ่นสาเหตุเพื่อความบันเทิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมาคือ ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 นำไปปรับใช้กับการแต่งกายเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 13.78 เพื่อนำข้อมูลไปแลกเปลี่ยนกับเพื่อน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.56 และอื่น ๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ได้รับประโยชน์จากนิตยสารวัยรุ่น เพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 56.22 รองลงมาคือ นำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 ได้รับเนื้อหาความรู้ที่อยู่ในนิตยสาร จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 และอื่น ๆ 17 คิดเป็นร้อยละ 3.78

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่อนิตยสารเอง จำนวน 281 และอ่านนิตยสารอื่น ๆ จำนวน 180 คน และรองลงมานิตยสารที่วัยรุ่นนิยม

คือ นิติยสาร CHEEZE จำนวน 199 คน และรู้จักนิติยสารด้วยตนเอง จำนวน 137 คน และได้รับประโยชน์จากอ่านนิติยสารวัยรุ่นเพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 253 คน และนำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น จำนวน 103 คน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Choi and Becker (1987) พบว่า แรงจูงใจที่แตกต่างกันเป็นตัวกำหนดกำหนดให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่าง แรงจูงใจดังกล่าวนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ (1) แรงจูงใจเพื่อแสวงหาข่าวสาร (2) แรงจูงใจเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลินและ (3) แรงจูงใจเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง และมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากความพึงพอใจ (gratification) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรม ได้ให้ความจำกัดความไว้ว่า ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จ ตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจ ชอบใจ และมีความสุข ที่ความต้องการหรือเป้าหมาย ที่ตั้งใจไว้บรรลุผลหรือสมหวังนั่นเอง ซึ่งถ้าเปรียบกับเด็กนักเรียนที่สนใจอ่านนิติยสารวัยรุ่น ส่วนใหญ่ย่อมมีความต้องการหรือคาดหวังว่าข้อมูล เนื้อหา หรือแฟชั่น ที่นิติยสารนำเสนอ นั้น จะทำให้ตนเองได้รับประโยชน์ ได้รับข้อมูลแฟชั่นที่ทันสมัย ทันสมัย จากนิติยสาร และสามารถนำข้อมูลไปแลกเปลี่ยนกับเพื่อน และนำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ (1) สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของหรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ (2) สภาวะทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย (3) ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนอง ความต้องการของบุคคล

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหาของนิติยสารวัยรุ่น

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในเนื้อหาของนิติยสารวัยรุ่นเกี่ยวกับ แฟชั่นกายแต่งกายทั่วไป จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 41.56 รองลงมา คือ ด้านความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแสแฟชั่นในประเทศ/ต่างประเทศ จำนวน 119 คน

คิดเป็นร้อยละ 26.44 การโฆษณาแฟชั่นเทรนด์ใหม่ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5
 อื่น ๆ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44 และการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ จำนวน 18
 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 รูปแบบของนิตยสารวัยรุ่นที่แตกต่างจากฉบับอื่น ๆ ด้านการ
 นำเสนอแฟชั่น จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 รองลงมาคือ ด้านการโฆษณา
 แฟชั่นเทรนด์ใหม่ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 ด้านความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับ
 กระแสแฟชั่นในประเทศ/ต่างประเทศ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ด้านอื่น ๆ
 จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 10.89 และด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ จำนวน 31
 คน คิดเป็นร้อยละ 6.89 มีความสนใจเนื้อหาในนิตยสารวัยรุ่นที่ควรมี ให้คำแนะนำ
 เกี่ยวกับสไตล์การแต่งกายของวัยรุ่นจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 35.56 ให้ข้อมูลเกี่ยว
 แฟชั่นทั่วไป จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 33.56 แนะนำสถานที่ ที่มีสินค้าวัยรุ่น
 จำหน่ายหลากหลาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 มีโฆษณาสินค้าที่ทันสมัย
 เยอะ ๆ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44 และอื่น ๆ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ
 7.78 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ควรปรับปรุงนิตยสารวัยรุ่น ด้านแฟชั่นกายแต่งกาย จำนวน
 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.22 รองลงมาคือ ด้านการแนะนำการแต่งกาย จำนวน 108 คน
 คิดเป็นร้อยละ 24.00 ด้านโฆษณาแฟชั่น จำนวน 89 คนคิดเป็นร้อยละ 19.78 ด้านความ
 เคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแสแฟชั่นในประเทศ/ ต่างประเทศ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ
 18.67 และอื่น ๆ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ตัดสินใจแต่งกายตามนิตยสารจาก
 ภาพโฆษณา จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 31.56 รองลงมาคือ ภาพแฟชั่นที่เป็นกระแ
 นิยม จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ภาพแฟชั่นที่สวมใส่โดย นายแบบ/นางแบบที่
 มีชื่อเสียง จำนวน 105 คิดเป็นร้อยละ 23.33 อื่น ๆ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 10.22
 และด้านโฆษณาแฟชั่น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89 ต้องการแนะนำการแต่งกาย
 ที่เหมาะสมกับวัย จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 42.22 รองลงมาคือ แนะนำสไตล์
 แฟชั่นที่หลากหลายมากขึ้น 126 คิดเป็นร้อยละ 28.00 แนะนำการผสมผสานแฟชั่นที่ลงตัว
 จำนวน 67 คิดเป็นร้อยละ 14.89 แนะนำการแต่งหน้า ทรงผมหลากหลายรูปแบบ จำนวน
 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.78 และอื่น ๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.11

จากการวิเคราะห์ในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เนื้อหาของนิตยสาร พบว่า วัยรุ่น
 ต้องการให้นิตยสารวัยรุ่นมีการนำเสนอแฟชั่นแตกต่างกันออกไป จำนวน 156 คน และ

ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสไตส์การแต่งกายของวัยรุ่น จำนวน 160 คน และภาพโฆษณาที่มีผลต่อการเลียนแบบตาม จำนวน 142 คน และควรแนะนำการแต่งกายที่เหมาะสมกับวัย จำนวน 190 คน สอดคล้องกับทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร (1) การเลือกเปิดรับ (selective exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่นการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ (2) การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ (3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (selective perception and interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของ ผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ (4) การเลือกจดจำ (selective retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง เนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับวิธีการนำเสนอของนิตยสาร

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจ คิดว่ารูปแบบนิตยสารที่ดึงดูดใจจากศิลปิน/ดารา แสดงแบบ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 32.22 รองลงมาคือ กระแสของแฟชั่นที่กำลังเป็นที่นิยม จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 การจัดหน้าภายในเล่มดูสบายตา ใช้สีทันสมัยสดใสสะดุดตา จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 ภาพของสินค้าที่สื่อให้เห็นถึงการออกแบบอย่างมีระดับ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 และ อารมณ์ของภาพสื่อให้เห็นถึงความดึงดูดใจต่อเพศตรงข้าม จำนวน 47 คน คิดเป็น

ร้อยละ 10.44 มีการแต่งกายตามความเหมาะสม และเทศกาล จำนวน 177 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.33 รองลงมาคือ แต่งกายตามความต้องการของตนเอง จำนวน 145 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.22 แต่งกายตามแฟชั่นเลือกซื้อเสื้อผ้าที่นิตยสารนำเสนอ จำนวน 109 คน คิด เป็นร้อยละ 24.22 และแต่งกายตามผู้ปกครอง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.22 คิดว่า รูปถ่ายจริง เป็นรูปถ่ายที่ดึงดูดใจ จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 50.89 รองลงมาคือ รูปถ่ายการ์ตูน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 23.78 รูปวาด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อย ละ 15.89 และรูปที่แสดงเฉพาะตัวสินค้า จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9.56 รูปถ่ายที่ สวมใส่โดยนายแบบ/นางแบบเป็นภาพแฟชั่นที่สะดุดตา จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 36.89 รองลงมาคือ รูปถ่ายที่สวมใส่โดยวัยรุ่นทั่วไปที่นิตยสารนำภาพมา จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รูปถ่ายที่สวมโดยตัวการ์ตูนที่ท่านชื่นชอบ จำนวน 84 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.67 และรูปถ่ายที่แสดงเฉพาะสินค้าชิ้น ๆ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 2.44 รูปถ่ายสินค้าที่ทันสมัย ทันสมัย เป็นภาพที่ดึงดูดใจ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 48.44 รองลงมาคือรูปถ่ายสินค้าแหวกแนว ไม่เหมือนใคร จำนวน 105 คิดเป็นร้อยละ 23.33 รูปถ่ายสินค้าแนวเกาหลี จำนวน 65 คิดเป็นร้อยละ 14.44 และรูปถ่ายย้อนยุค จำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 13.78 คิดว่ารูปถ่ายแนวอาร์ต มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรืออ่านนิตยสาร จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 31.11 รองลงมาคือ รูปถ่าย สีสดใสไส จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 23.56 รูปถ่าย ดีไซน์หรูหรา จำนวน 81 คิดเป็นร้อยละ 18.00 รูปถ่าย เรียบ ๆ มีความสวยงาม จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 รูปถ่ายแนวกราฟฟิก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89 และอื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.11

ผลการวิเคราะห์ในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า วิธีนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร พบว่า รูปถ่ายที่ดึงดูดใจมากที่สุดคือ ภาพที่ ใช้ศิลปิน/ดารา แสดงแบบ จำนวน 145 คน และ วัยรุ่นแต่งกายตามความเหมาะสม และเทศกาล จำนวน 177 คน รูปถ่ายที่ดึงดูดใจ รูปถ่ายจริง จำนวน 229 คน และภาพที่สะดุดตา คือ รูปถ่ายที่สวมใส่โดยนายแบบ/ นางแบบ จำนวน 166 คน และรูปถ่ายที่ดึงดูดใจคือ รูปถ่ายสินค้าที่ทันสมัยทันสมัย จำนวน 218 คน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bennet (2002) ศึกษาอิทธิพลจากความชื่นชอบบุคคล ที่มีชื่อเสียงที่มีต่อวัยรุ่นพบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนมากมักเลียนแบบการแต่งกาย และ

เลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ เช่น การแสดง การเล่นกีฬา การทานอาหาร หรือการเสพยาเสพติด แต่การเลียนแบบดังกล่าวไม่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตอย่างถาวร ซึ่งอิทธิพลของบุคคลที่มีชื่อเสียงมีผลต่อทัศนคติ ค่านิยม รวมถึงศีลธรรม และจริยธรรมในการประกอบอาชีพจะมีมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับ การพัฒนาการในการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นตัวเองเป็นสำคัญ

สอดคล้องกับทฤษฎีของ Maslow (1970) คือ พฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (wanting animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (the need-hierarchy conception of human motivation) Maslow เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับดังนี้ (1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs) (2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) (3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belongingness and love needs) (4) ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (esteem needs) (5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (self-actualization needs)

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนของการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร

จากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 จำแนกในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องทำให้เป็นตัวของตัวเอง เป็นอันดับแรก มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.66

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องทำให้รู้สึกว่าคุณ
ตนเองเป็นคนทันสมัย มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.44

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องการแต่งกายที่
ทันสมัยทำให้ไม่ตกเทรนด์ มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.44

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องทำให้มีรสนิยม
ในการแต่งกายมากขึ้น มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.38

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องเพื่อนต่างเพศ
มอง มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.17

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องแต่งกายตาม
กระแสดังเทรนด์ มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.15

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องซื้อเครื่องใช้
ตามแบบในนิตยสาร เช่น กระเป๋า รองเท้า เข็มขัด เป็นต้น มีคะแนนระดับการเลียนแบบ
นิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.04

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องตัดแต่งทรงผม
ตามแบบในนิตยสาร มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 2.95

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องซื้อเสื้อผ้าและ
สินค้าตามสถานที่ที่ลงในนิตยสาร มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ
2.94

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องทดลอง
แต่งหน้า ตามนิตยสาร มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 2.84

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องแต่งกายตาม
ดาราในนิตยสาร มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 2.84

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่า นิตยสารวัยรุ่นในปัจจุบันถือว่าเป็นนิตยสารที่มีการแข่งขันกัน
ค่อนข้างสูง มีผู้ผลิตหลาย สำนักพิมพ์ต่าง ๆ ก็มีการแข่งขันกัน เพื่อเพิ่มยอดขาย และเพิ่ม

กลยุทธ์การตลาดจึงนำข้อมูลที่นอกเหนือจากเรื่องแฟชั่น ก็ยังมีเรื่อง เซ็กส์ ที่ สอดแทรกเข้ามาในเนื้อหา เพื่อให้กลุ่มวัยรุ่นสนใจข้อมูลในนิตยสารเพิ่มขึ้น ปัจจุบันยัง สามารถดูนิตยสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสั่งซื้อสินค้า เสื้อผ้า ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้

ดังนั้นผู้บริหารสำนักพิมพ์ต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก สำหรับเนื้อหา ที่อยู่ข้างในเล่ม เพื่อให้วัยรุ่นไม่ได้เลียนแบบ หรือรับสิ่งที่ไม่เหมาะสมแก่วัย เพราะอาจ เกิดผลตามได้ ควรแนะนำข้อมูลที่เหมาะสมแก่วัยรุ่น ไม่ว่าจะด้วยเรื่อง ของการแต่งกาย เทรนด์ใหม่ ๆ ความรู้เพื่อนำไปปรับใช้ให้กับตนเอง และสังคมต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัย ศึกษา เนื้อหาด้านอื่น ๆ เช่นปัญหาเรื่องเพศ ที่มีในข้อมูลนิตยสาร ว่า มีการเลียนแบบมากน้อยเพียงใด และวัยรุ่นคิดอย่างไรกับเนื้อหาที่สอดแทรกเข้ามาใน นิตยสาร ให้ประโยชน์ หรือให้โทษ แก่ผู้อ่าน
2. ควรทำการเปรียบเทียบข้อมูล ว่าแต่พื้นที่ หรือ หรือแต่ละสถานศึกษา ถึง ข้อมูล การเลียนแบบ ว่าแต่ละที่ แตกต่างกันมาก น้อยเพียงใด
3. ควรศึกษา และเปรียบเทียบ ระหว่างแฟชั่นในนิตยสาร และแฟชั่นใน อินเทอร์เน็ต ว่ากลุ่มวัยรุ่นสนใจข้อมูลจากด้านไหนมากกว่า และสนใจแฟชั่น ที่ซื้อ-ขาย ผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่