

**ทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี**  
**TEENAGERS' ATTITUDE TOWARD THE INFLUENCE**  
**OF PAPARAZZI MAGAZINES**

**ธัญชา โสเมเกษตรินทร์<sup>1</sup>**

**ดร.วรวัชญ์ กระจุกจิต<sup>2</sup>**

**<sup>1</sup> นักศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม**

**E-mail: shehothits@hotmail.com**

**<sup>2</sup> ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม**

**E-mail: warat.ka@spu.ac.th**

**บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ 2) ทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ กับทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 20 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 13 – 21 ปี ในเขตกรุงเทพฯ ผลจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า

พฤติกรรมการเปิดรับ ส่วนใหญ่นิยมอ่านนิตยสารกอสซิป สตาร์ ความถี่ในการเปิดอ่าน 1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์ ตัดสินใจอ่านและซื้อจากภาพ และ หน้าปก โดยชื่นชอบคอลัมน์ภาพหลุด ภาพลับ ภาพเซ็กซี่ หัวือหวาของดารามากที่สุด

ทัศนคติต่อการใช้ประโยชน์ ผู้อ่านได้รับความบันเทิง สนุกสนาน และช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด ทัศนคติด้านเนื้อหา เนื้อหาอาจสร้างความเข้าใจผิดต่อตัวดารา และละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมากเกินไป ทัศนคติด้านผลกระทบต่อผู้อ่าน พบว่า ภาพและเนื้อหากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบ และต้องการมีรูปร่างที่ดี หรือ เซ็กซี่เหมือนกับดารา ทั้งภายังมีความรุนแรง หยาดคาย ส่งเสริมให้ใช้ภาษาที่ผิดๆ ในด้านพฤติกรรม ความรุนแรงเนื้อหาในนิตยสารอาจเป็นตัวปลูกฝังให้ผู้อ่านนำพฤติกรรมนั้น ไปใช้ในชีวิตประจำวัน และทัศนคติด้านผลกระทบต่อการสร้างค่านิยม พบว่า นิตยสารประเภทนี้จะเป็นตัวปลูกฝังค่านิยมให้ผู้อ่านเกิดการเลียนแบบ การแต่งกายตามศิลปิน ดารา และต้องการที่จะใช้สินค้าเหมือนกับศิลปินดารา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี พบว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการใช้ประโยชน์ การใช้สินค้าที่โฆษณาจะส่งผลให้ผู้อ่านเลียนแบบดารา หรือฟรีเซ็นเตอร์ในการใช้สินค้าที่โฆษณาในนิตยสาร และ การเป็นศิลปินดารามีชีวิตที่มี

ความสุข ในขณะที่เพศ มีความสัมพันธ์กับการใช้คำพูดหรือการกระทำที่รุนแรงของดาราเมื่อมีความขัดแย้ง เป็นสิ่งที่ยอมรับได้

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับกับผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี่ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านผลกระทบต่อผู้อ่าน และผลกระทบต่อการสร้างค่านิยม หลังอ่านเห็นว่าการเป็นศิลปิน ดารา มีชีวิตที่มีความสุข

**คำสำคัญ :** ทัศนคติของวัยรุ่น ผลกระทบของนิตยสารปาปารัซซี่

## ABSTRACT

The research “Teenagers’ Attitude toward the Influence of Paparazzi Magazines” was a survey research whose objectives were to study 1) the teenagers’ exposure and attitude toward the influence of paparazzi magazines, 2) the relationship between demographic characteristics and exposure to paparazzi magazines and 3) the attitude toward the influence of paparazzi magazine.

The researcher used 400 copies of questionnaires as the research tool, and also did 20 in-depth interviews. The samples used in this study were teenagers in Bangkok aged between 13-21 years old. The result was as follows:

Regarding the exposure to the magazine, *Gossip Star* was found to be most read. Most of the samples read the paparazzi magazine 1-2 times/ week. Pictures and cover page were the main reasons for buying and reading the magazines. The favorite columns were hidden pictures, secret pictures and sexy pictures of the celebrities.

The attitude toward the benefit of paparazzi magazines, teenagers thought that the magazines can create entertainment, amusement and relaxation for readers. At the same time, the contents could cause a misunderstanding toward the stars and violate the personal rights.

The attitude toward the effects of paparazzi magazines, The teenagers thought the magazines’ pictures and contents can arouse imitation of behavior and the need of having a good shape or sexy body as the star. Teenagers also thought that the language used in the magazines was aggressive and rude which could encourage teenagers to use it in everyday life.

The attitude toward the building of values, teenagers thought that paparazzi magazines could cause the reader to imitate the stars’ fashion style and accessories.

The relationship analysis found that income was related to the attitude toward the benefit of paparazzi magazines. The teenagers thought that using the advertised products would make them be the same as the stars or presenters, and being a star was a happy life. The teenagers of different sexes thought differently regarding how they thought about the stars’ usage of impolite or rude words. The frequency of exposure to the magazines

is found to be related to the attitude toward the effects and the building of values. Teenagers who read paparazzi thought that being a star would bring them a happy life.

**KEYWORDS:** Teenagers' attitude, the Influence of paparazzi magazine.

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมนุษย์กำลังเผชิญกับสภาวะความตึงเครียดอันเนื่องมาจากปัญหาในด้านต่างๆ การเปิดรับ “ข่าวบันเทิง” จากสื่อบันเทิง อาทิ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ฯลฯ จึงเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ประชาชนเลือกเปิดรับ เพื่อนำมาช่วยบรรเทาภาวะความตึงเครียด จากผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่น นิสิตนักศึกษาเกี่ยวกับความนิยมในการอ่านข่าวประเภทต่างๆ จากหนังสือพิมพ์ พบว่า นิสิต นักศึกษานิยมอ่านข่าวหน้าหนึ่งมากที่สุด รองลงมาคือข่าวบันเทิง ในขณะที่ข่าวเกี่ยวกับการศึกษา มีอัตราการเปิดรับค่อนข้างน้อย (สำนักงานวิจัยเอแบคโพลล์, 2550)

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวบันเทิงของวัยรุ่น จากการวิจัยของบริษัทนาโน เซิร์ช จำกัด (อ้างถึงในนิตยสารบิสิเนสไทย, (ออนไลน์) 2550) พบว่า กลุ่มวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 16-20 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นิยมเปิดรับข่าวบันเทิงจากสื่อ นิตยสารบันเทิงมากที่สุด ในปัจจุบันนิตยสารบันเทิงที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้อ่านเป็นอย่างมาก คือ นิตยสารบันเทิงประเภทปาร์ตี้ เป็นนิตยสารที่มุ่งเน้นการนำเสนอด้วยภาพแอบถ่าย (Paparazzi) และภาพหลุดๆ ภาพเซ็กซี่ (Snapshot/ Candid) ของดารา นักร้อง และเรื่องราวของคนในวงการบันเทิงแบบเจาะลึก ข่าวอื้อฉาวๆ ทั้งยังมีการใช้ภาษาในการนำเสนอที่ค่อนข้างรุนแรง สองแง่สองง่าม

สำหรับนิตยสารบันเทิงประเภทปาร์ตี้ ที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน ค่อนข้างสูงในปัจจุบัน คือ นิตยสารซุบซิบ นิตยสารกอสซิปสตาร์ นิตยสารสตาร์นิวส์ และ นิตยสารสตาร์คลับ ซึ่งนิตยสารแต่ละฉบับต่างนำเรื่องราวที่เป็นที่สนใจของประชาชน ทั้งภาพและเนื้อหาทั้งด้านบวกและด้านลบมาเป็นกลยุทธ์นำเสนอเพื่อดึงดูดใจผู้อ่าน ในส่วนของเนื้อหาด้านบวก มีการนำเสนอเรื่องราวของศิลปินดารา ที่มีความประพฤติที่ดีงามควรเอาเป็นแบบอย่างในสังคม อาทิ ศิลปิน-ดาราได้รับรางวัลจากความสามารถ ดาราถูกกักตัญญูที่ทำงานเพื่อช่วยเหลือ แต่บางภาพ บางเนื้อหา ในนิตยสารบันเทิงประเภทปาร์ตี้ ก็มีการนำเสนอเรื่องราว ในแง่มุมที่รุนแรง ก้าวร้าว หรือกระตุ้นให้เกิดการเลียนพฤติกรรมดารา เช่น ดาราทะเลาะกันแย่งคนรัก ศิลปินมีคนรักหลายคน หรือ ดาราแต่งกายด้วยชุดที่มีเสื้อฝ้ายน้อยชิ้น ฯลฯ จนทำให้นักวิชาการทางสังคมหลายๆ ท่าน และเครือข่ายครอบครัว รู้สึกเป็นห่วงว่านิตยสารบันเทิงประเภทปาร์ตี้ จะเป็นตัวปลูกฝังค่านิยมทางสังคมให้กับวัยรุ่นเกิดการเลียนแบบพฤติกรรม

ดังนั้นเมื่อเกิดประเด็นต่างๆ มากมายเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวบันเทิงในนิตยสารบันเทิงประเภทปาร์ตี้ ทั้งในด้านบวกและด้านลบ และเนื่องด้วยผู้วิจัยเองเป็นผู้สื่อข่าวบันเทิง จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาร์ตี้ ผลการวิจัยเรื่องดังกล่าวนี้ จะเป็นข้อมูลและแนวทาง ในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวบันเทิง ในนิตยสารบันเทิงประเภทปาร์ตี้ ให้มีความเหมาะสม ทั้งด้านภาพ เนื้อหา ภาษา ฯลฯ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน และส่งผลกระทบต่อผู้อ่าน โดยเฉพาะวัยรุ่นให้น้อยที่สุด

## 2. ปัญหาการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชีของวัยรุ่น เป็นอย่างไร
2. ทักษะคิดของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชีเป็นอย่างไร
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดของวัยรุ่น ต่อผลกระทบ ของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชีหรือไม่และอย่างไร

## 3. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชีของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาทักษะคิดของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี กับทักษะคิดของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี

## 4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ทักษะคิดของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย 2 วิธี ดังนี้

1. แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด
2. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) จำนวน 20 คน

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 13-21 ปี และต้องเป็นผู้ที่เคยเปิดรับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี จากจำนวน 4 ฉบับ ได้แก่ นิตยสารกอสซิปสตาร์ นิตยสารซุบซิบ นิตยสารสตาร์นิวส์ นิตยสารสตาร์คลิก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม และมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

**กลุ่มที่ 1** การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ได้แก่ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 13 - 21 ปี ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการเปิดตาราง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน  $\pm 5\%$  จึงได้กลุ่มตัวอย่าง คือ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 13 - 21 ปี จำนวน 400 คน จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Random Sampling) ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากเลือกจำนวนเขต จากจำนวน 50 เขตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการจับฉลากได้หมายเลข 5 จำนวนเขตในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยจับฉลากเลือกชื่อเขต ได้แก่ เขตลาดพร้าว เขตรังสิต เขตชนบุรี เขตปทุมวัน และเขตบางกะปิ

2. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การเจาะจงเลือกกลุ่มที่จะศึกษา ต้องเป็นผู้ที่เคยเปิดรับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี ได้แก่ นิตยสารกอสซิปสตาร์ นิตยสารซุบซิบ นิตยสารสตาร์คลิก นิตยสารสตาร์นิวส์ เล่มใดเล่มหนึ่ง จำนวนเขตละ 80 คน

**กลุ่มที่ 2** การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ได้แก่ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 13 – 21 ปี จำนวน 20 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่เคยอ่านนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี่ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 20 คน แบ่งเป็น เพศชาย 10 คน และเพศหญิง 10 คน จากนั้นผู้วิจัยทำการแบ่งผู้ที่เคยอ่านนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี่จาก 4 ฉบับ ได้แก่ นิตยสารซุบซิบ นิตยสารสตาร์นิวส์ นิตยสารกอสซิป สตาร์ และนิตยสารสตาร์ คลิป เล่มละ 5 คน โดยแบ่งช่วงอายุในการเก็บข้อมูล ได้แก่

- วัยรุ่นตอนต้น อายุระหว่าง 13 - 15 ปี จำนวน 6 คน แบ่งเป็นเพศชาย 3 คนและเพศหญิง 3 คน
- วัยรุ่นตอนกลาง อายุระหว่าง 16 – 17 ปี จำนวน 7 คน แบ่งเป็นเพศชาย 3 คนและเพศหญิง 4 คน
- วัยรุ่นตอนปลาย อายุระหว่าง 18 – 21 ปี จำนวน 7 คนแบ่งเป็นเพศชาย 3 คนและเพศหญิง 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 แบบ คือ แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด และ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน

1. แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากร ส่วนที่ 2 ได้แก่คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี่ และส่วนที่ 3 ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี่

2. แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) มีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นหลัก เกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับ และ ทัศนคติต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี่ ของกลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร ด้วยวิธีการทดสอบแบบ ไคสแควร์ (chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ .05

## 5. ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.8 และเพศชาย ร้อยละ 32.3 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19 - 21 ปี ร้อยละ 34.5 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 66.0 และส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ระดับอนุปริญญา/ปวส./ปริญญาตรี ร้อยละ 34.3

กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเพศชาย 10 คน และ เพศหญิง จำนวน 10 คน มีอายุระหว่าง 13 – 15 ปี จำนวน 6 คน อายุ 16 – 18 ปี จำนวน 7 คน และ อายุ 19 – 21 ปี จำนวน 7 คน มีรายได้ส่วนใหญ่ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท และส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ ระดับอนุปริญญา/ ปวช./ ปริญญาตรี

### 1. พฤติกรรม的开รับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี่ของวัยรุ่น เป็นอย่างไร

จากการวิจัย พบว่า พฤติกรรม的开รับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่าง จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดอ่านนิตยสารบันเทิงประเภท

ปาปารัชชี 1 – 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัชชีที่กลุ่มตัวอย่าง จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามนิยมอ่านมากที่สุด คือ นิตยสารกอสซิบ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม มีปัจจัยในการตัดสินใจอ่านและซื้อ จากภาพที่น่าเสนอ สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่ให้ความสำคัญกับหน้าปกของนิตยสารเป็นหลักในการตัดสินใจอ่านและซื้อ ด้านคอลัมน์ในนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัชชีที่ชื่นชอบ กลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกมีความเห็นสอดคล้องกัน คือ ชื่นชอบคอลัมน์ที่เกี่ยวกับภาพหลุด ภาพลับ ภาพเซ็กซี่ หรือหวิวของดารา หรือ ที่เรียกกันว่า ภาพแคนดิด (Candid) สแนปช็อต (Snapshot)

## 2. ทศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัชชีเป็นอย่างไร

ทศนคติต่อการใช้ประโยชน์จากนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัชชี จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า นิตยสารบันเทิงประเภทนี้ให้ความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน และสามารถช่วยผ่อนคลายความเครียดให้กับผู้อ่าน ทั้งยังมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในวงการบันเทิงได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่ เห็นว่าเนื้อหาและภาพที่น่าเสนอในนิตยสารประเภทนี้อาจแฝงผลกระทบมาสู่ผู้อ่าน ในด้านเนื้อหา อาจสร้างความเข้าใจผิดต่อตัวดารา ทำให้ชอบหรือไม่ชอบดาราที่เป็นข่าว และในส่วนของภาพ เห็นว่าในบางครั้งก็ ละเมิด ก้าวก้ำกัยสิทธิส่วนบุคคล และเรื่องส่วนตัวของศิลปิน ดารามากเกินไป

ทศนคติด้านผลกระทบต่อผู้อ่านของนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัชชี กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องกันว่าภาพและเนื้อหาของนิตยสารประเภทนี้ กระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดพฤติกรรมการเล่นแบบพฤติกรรมของศิลปินดารา และ กระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึก ต้องการมีรูปร่างที่ดี และเซ็กซี่เหมือนกับดาราในข่าว ด้านเนื้อหาที่รุนแรง สองแง่สองง่าม และหยาบคาย รวมถึง การส่งเสริมให้ผู้อ่านใช้ภาษาที่ผิดๆ ที่นิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัชชีนิยม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเห็นด้วยมากกว่า สิ่งเหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อผู้อ่าน นำภาษาจากนิตยสารประเภทนี้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ความเห็นดังกล่าว ไม่สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่เห็นด้วยน้อยกว่าเนื้อหา และภาษาของนิตยสารประเภทนี้จะส่งผลกระทบต่อผู้อ่าน ส่วนผลกระทบด้านพฤติกรรมความรุนแรงจากการนำเสนอภาพหรือเรื่องราวความขัดแย้งของศิลปินดารา เช่น ดาราหญิงทะเลาะกันเพื่อแย่งแฟนมา กลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่านิตยสารประเภทนี้อาจเป็นตัวปลูกฝังให้ผู้อ่านนำพฤติกรรมดังกล่าวของดาราไปใช้ใน ชีวิตประจำวันได้ หรือหากเกิดเหตุการณ์ในลักษณะเดียวกันก็อาจจะใช้ความรุนแรงเป็นตัวตัดสินใจ สำหรับภาพจากนิตยสารประเภทนี้จะกระตุ้นอารมณ์ทางเพศให้กับผู้อ่าน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลางว่าภาพมีส่วนกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ทางเพศ ซึ่งขัดแย้งกับกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่เห็นด้วยน้อย ว่าภาพจากนิตยสารประเภทนี้จะกระตุ้นอารมณ์ทางเพศให้กับผู้อ่าน

ทศนคติเกี่ยวกับผลกระทบด้านการสร้างค่านิยม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม มีความเห็นว่า นิตยสารประเภทนี้เป็นตัวปลูกฝังค่านิยมให้กับผู้อ่านในระดับปานกลางเท่านั้น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มีความคิดเห็นขัดแย้งกับกลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามว่า นิตยสารประเภทนี้ปลูกฝังค่านิยมให้ผู้อ่าน ให้เกิดการเลียนแบบการแต่งกายของศิลปิน ดารา และนอกจากค่านิยมเรื่องการเลียนแบบการแต่งกายของศิลปิน ดาราแล้ว กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ยังเห็นอีกว่า นิติสารประเภทนี้มีส่วนทำให้ผู้อ่านมีความต้องการที่จะใช้สินค้าเหมือนศิลปินดาราคอนันต์ ไร่ หรือที่ลงโฆษณาในนิติสารฯ รวมถึงสินค้าที่ตราเป็นฟรีเซ็นเตอร์

### 3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับนิติสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี

มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิติสารบันเทิงประเภทปาปรัชชีหรือไม่และอย่างไร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของ นิติสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี ผลการวิจัย พบว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการใช้ประโยชน์จากนิติสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี และ เพศ กับทัศนคติด้านผลกระทบต่อการสร้างค่านิยม ที่มีต่อการใช้คำพูดหรือการกระทำที่รุนแรงของดาราเมื่อ มีความขัดแย้ง เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ไม่ใช่เรื่องร้ายแรง หรือส่งผลเสียต่อสังคม มีความสัมพันธ์กัน ในขณะที่ รายได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อผลกระทบด้านการสร้างค่านิยม 3 ด้านด้วยกัน คือ รายได้ มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติด้านการแต่งกายเช็กชัวร์ช่วยวนของศิลปินดารามีผลบวกต่อศิลปิน หรือดาราคอนันต์ นอกจากนั้น รายได้ยังมี ความสัมพันธ์กับ ทัศนคติด้านผลกระทบต่อการสร้างค่านิยมในการใช้สินค้าที่ลงโฆษณาในนิติสารบันเทิง ประเภทปาปรัชชีจะส่งผลให้ผู้อ่านเหมือนกับดาราหรือศิลปินที่เป็นฟรีเซ็นเตอร์ใช้ และ ทัศนคติด้านผลกระทบ ต่อการสร้างค่านิยมหลังการอ่าน เห็นว่าการเป็นศิลปินดารามีชีวิตที่มีความสุข น่าอิจฉา จนอยากมีชีวิต หรือมี ความรักเหมือนคนในวงการบันเทิง

พฤติกรรมการเปิดรับกับทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของ นิติสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี ผลการวิจัย พบว่า ความถี่ในการเปิดรับ กับทัศนคติด้านผลกระทบต่อผู้อ่าน มีความสัมพันธ์กัน และในส่วนของ ความถี่ในการเปิดรับ กับทัศนคติด้านผลกระทบต่อการสร้างค่านิยมหลังการติดตามอ่านเห็นว่าการเป็นศิลปิน ดารา มีชีวิตที่มีความสุข น่าอิจฉา และอยากมีชีวิตแบบนั้น หรือมีคนรักในวงการบันเทิงมีความสัมพันธ์กัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### 6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของวัยรุ่นต่อผลกระทบของนิติสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี” ผู้ศึกษามี ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผลกระทบจากการอ่านนิติสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี อาจจะยังส่งผลไม่รุนแรงต่อผู้อ่านมากนัก แต่ในฐานะ สื่อมวลชนและบริษัทที่ดำเนินการธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ในฐานะผู้ส่งสาร ควรตระหนักและมีการพิจารณาความเหมาะสมด้านภาพและเนื้อหาให้มากขึ้น เพราะหากผู้อ่านมีความถี่ในการอ่านที่บ่อยครั้ง ข้อมลเล็กน้อยไม่ได้ที่นิติสารบันเทิงประเภทดังกล่าวจะเป็นตัวปลูกฝังค่านิยม และส่งผลกระทบที่รุนแรงต่อ ผู้อ่านในระยะยาวได้

2. ในการนำเสนอภาพและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น ภาพหน้าอก หรือภาพถ่ายได้กระโปรงของศิลปิน ดารา สื่อมวลชนและบริษัทที่ดำเนินการด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ควรมีการระมัดระวัง หรืออาจจะมีการเซ็นเซอร์ภาพที่ รุนแรงเกินไป เนื่องจากคอดัมน์ที่เกี่ยวกับภาพหลายๆ ภาพเช็กชัวร์ของดารา เป็นที่นิยมของผู้อ่านเป็นอย่างมาก อาจจะส่งผลกระทบด้านให้เกิดผลกระทบต่างๆ ตามมา

3. ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้มากยิ่งขึ้น เช่น การศึกษาทัศนคติของวัยรุ่น ในต่างจังหวัด เพราะ นิติสารบันเทิงประเภทปาปรัชชี ได้รับความนิยมน้อยอย่างมาจากผู้อ่านต่างจังหวัด โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น

4. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติด้านผลกระทบของนิตยสารบันเทิงประเภท ปาปารัชชี ต่อศิลปิน ดารา หรือคนในวงการบันเทิง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากนิตยสาร บันเทิงประเภทปาปารัชชี

5. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับผลที่ได้รับในทางบวกจากการเปิดรับนิตยสารบันเทิงประเภทปาปารัชชี นอกจากการให้ความบันเทิง นิตยสารบันเทิงประเภทดังกล่าวส่งผลด้านบวกอย่างไรบ้างต่อผู้อ่าน

## 7. รายการอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ, 2547. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ. จริญญา นิลแพทย์, 2540. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านเนื้อหาบันเทิง และบุคลิกใน วงการ บันเทิงที่มีต่อทัศนคติในเรื่องความรักและเพศสัมพันธ์ของเด็กวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ณัฐพงษ์ กระจ่าง, 2544. การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชายของเยาวชนที่ปรากฏ ใน รายการละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

น้ำทิพย์ สิงห์หนู, 2549. การศึกษาบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมของปาปารัชชีในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บิสิเนสไทย, 2550. นิตยสารบันเทิงแชมป์วัยรุ่น. [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2552 จาก

<http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=412623>

วีรพล จิรปิติ, 543. ผลกระทบของโฆษณาทางโทรทัศน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์, 2550. สัญญาณของสื่ออันตรายกับวัยรุ่นวัยใสเมืองกรุง. กรุงเทพฯ. สำนักวิจัยเอแบคโพลล์.

สุดารัตน์ ดิษยวรรณชะ จันทราวัฒนากุล, 2550. สื่อปาปารัชชี:วารสารศาสตร์แนวเมโอดราม่า. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Write, C. R., 1995. **Mass Communication: A Sociological Perspective**. New York: Random House.

Engel, J. F., Kollat, D. T. and Blackwell, R. D., 1968. **Consumer Behavior**. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Gerbner, G. L., Morgan, M., Signorlel, N. and Jackson, B. M., **The Demonstration of Power : Violence Profile** No, 10 Journal of Communication.

Lasswell, D. H., 1948. **The Structure and Function of Communication: The Communication of Ideals**. Lyman ed, New York: Harper and Row Publishers.

MacCombs, M. E. and Shaw, D.L. 1972. **The Agenda – Setting Function of Mass Media, Public Opinion Quarterly**.

McQuail, D., and Windahl, S., 1981. **Communication Models for the Study of Mass Communications**. Harlow, UK: Longman.