

บทที่ 1 บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หนังสือพิมพ์มีส่วนส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าแก่สังคม ด้วยการให้ความรู้ ข้อเท็จจริง ทวีปัญญา ปลุกฝังวัฒนธรรมอันดีงาม ให้การศึกษาแก่สังคมในทุกๆด้าน ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงเปรียบเสมือนสถานศึกษาของผู้ใหญ่และเด็กร่วมกัน (นวลนิภา มณีฉาย,2525:37)

หน้าที่หนึ่งของหนังสือพิมพ์ที่เป็นที่คาดหวังของสังคมในยุคสารสนเทศ คือ การให้การศึกษาด้านต่างๆแก่ผู้อ่านในกลุ่มต่างๆกัน เช่น การให้ความรู้เรื่องธุรกิจการค้าแก่ผู้ประกอบการ การให้ความรู้ด้านการเกษตรแก่เกษตรกร การให้ความรู้เพื่อการดำเนินชีวิตประจำวันแก่ประชาชนทั่วไป เป็นต้น

เนื่องจากการศึกษาในระบบโรงเรียนมักถูกวิจารณ์ว่า แนวทางการสอนยังห่างไกลจากสิ่งแวดล้อมในชีวิตจริงและอยู่ในวงจำกัด จึงได้มีการนำสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในระบบการศึกษาด้วย เช่น ใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนนอกเหนือจากตำราเรียน เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เพิ่มเติมจากประสบการณ์ภายนอกด้วยอีกทางหนึ่ง (นวลนิภา มณีฉาย,2525:37) ปัจจุบันนี้จึงมีสื่อที่ตอบสนองของความต้องการด้านการศึกษาของสังคมในหลายๆรูปแบบ

สื่อที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของเยาวชนไทยในด้านภาษาอังกฤษเริ่มมีนับตั้งแต่กำเนิดหนังสือพิมพ์คาไลโดสโคป (Kaleidoscope) ในปี พ.ศ. 2512 จนปัจจุบันมีสื่อสิ่งพิมพ์ลักษณะนี้ 2 ฉบับหลักๆ คือ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สติวเด้นท์ วีคลี่ (Bangkok Post Student Weekly) และนิตยสารเนชั่นจูเนียร์ (Nation Junior) และเคยมีหนังสือพิมพ์ในแนวนี้อีกฉบับคือ สติวเด้นท์ ไทม์ (Student Time) แต่ปัจจุบันได้ปิดตัวเองไปแล้ว

ในยุคโลกาภิวัตน์ เยาวชนจำเป็นต้องเปิดหูเปิดตาสู่โลกภายนอกเพื่อแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารมากมายส่งผ่านสื่อในหลายรูปแบบโดยใช้ภาษาอังกฤษ ซึ่งถือเป็นภาษาสากลในการสื่อสาร ดังนั้น การจะรับรู้และเข้าใจข้อมูลเหล่านั้นได้ จึงจำเป็นต้องมีความรู้ภาษาอังกฤษด้วย หากจะเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจน ก็คงเปรียบได้เสมือนว่า ข้อมูลที่ส่ง

ผ่านถึงกันทั่วโลกอย่างรวดเร็วอยู่บนทางด่วนข้อมูล และผู้รับสารกำลังขบถอยู่บนทางด่วน สายนี้ที่มีป้ายบอกทางต่างๆเป็นภาษาอังกฤษ หากผู้ขับที่ไม่สามารถอ่านป้ายให้เข้าใจได้ ก็ไม่สามารถไปสู่จุดหมายที่ต้องการได้ (อนุสรณ์ ทวีสิน , สัมภาษณ์ : 2 ธันวาคม 2541)

สำหรับเยาวชนไทย หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วีคลี่ และนิตยสารเนชั่น จูเนียร์ จึงเป็นเวทีฝึกฝนการใช้ภาษา ทั้งเพื่อการเรียนการสอน และการหาประสบการณ์ด้าน ภาษา เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศสำหรับเยาวชนมักเสนอเรื่องราวและข่าวสาร เกี่ยวกับบทบาทของนักเรียน ชาวที่นักเรียนควรจะสนใจ เช่น ความเคลื่อนไหวทางการศึกษา ชาวกีฬา คอลัมน์เกี่ยวกับนักเรียน เช่น นักเรียนประจำสัปดาห์ที่เรียนดีหรือกิจกรรมเด่น น่ายกย่อง นอกจากนี้ยังมีการตอบปัญหาความรู้รอบตัวชิงรางวัล ฝึกภาษาอังกฤษ ช่วยเสริม ความรู้ของนักเรียนให้กว้างขวางขึ้น (นวลนิภา มณีฉาย,2525:37)

สำหรับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วีคลี่ นั้น เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ เฉพาะกลุ่มสำหรับเยาวชนรายสัปดาห์ เพื่อการพัฒนาภาษาอังกฤษ ที่บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) เริ่มจัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2512 เพื่อบุกเบิกตลาดใหม่ โดยในสมัยนั้นใช้ชื่อว่า คาไลโดสโคป วางแผงทุกวันจันทร์ ลักษณะเป็นหนังสือพิมพ์สีขาว-ดำ ขนาดแทบลอยด์ มีเพียง 16 หน้า ราคา 50 สตางค์ ต่อมาในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ.2517 หนังสือพิมพ์ คาไลโดสโคป ถูกเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น " สตีวเด้นท์ วีคลี่ " และใช้ชื่อหัวหนังสือนี้มาจนถึงปี พ.ศ. 2539 ก็ถูกเปลี่ยนชื่ออีกครั้งและใช้มาจนปัจจุบันเป็น "บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วีคลี่" (เฮเลน จันทมิตร , หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วีคลี่ : 18) เพื่อให้หัวหนังสือช่วยประชาสัมพันธ์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ไปในตัว (อนุสรณ์ ทวีสิน , สัมภาษณ์ : 2 ธันวาคม 2541)

ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วีคลี่ จัดจำหน่ายมาขึ้นปีที่ 31 ปกพิมพ์ 4 สี เพิ่มหน้าขึ้นเป็น 20-32 หน้า ราคาปัจจุบันคือ 10 บาท มียอดขาย 250,000 ฉบับในช่วง เปิดเทอม การออกแบบจัดหน้าเป็นแบบ 5 คอลัมน์ด้วยคอมพิวเตอร์ที่ต่อตรงยังฝ่ายผลิตแทน การเรียงพิมพ์ด้วยมือในอดีต มีโฆษณาเพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายหลักก็ปรับเปลี่ยนจาก นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยมาเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาขึ้นไปแทน (เฮเลน จันทมิตร , หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วีคลี่ : 18) เมื่อกลางปี พ.ศ. 2541 หนังสือพิมพ์ บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วีคลี่ ปรับการออกแบบ (Redesign) หนังสือใหม่ให้ดูทันสมัย เจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นด้วยหัวหนังสือใหม่และปกที่สะดุดตา หลังจากนั้นเล็กน้อย web site

ของหนังสือพิมพ์ก็ปรับโฉมเสร็จสมบูรณ์ตามมา (อนุสรณ์ ทวีสิน , สัมภาษณ์ : 2 ธันวาคม 2541)

สำหรับนิตยสารเนชั่นเนียร์ นั้น อยู่ในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) นิตยสารมีขนาดแทบลอยด์ 10 ½" x 13 ½" ปกใช้กระดาษอาร์ตอามัน เนื้อในใช้กระดาษธรรมดา พิมพ์ทั้งขาว-ดำและ 4 สี เนื้อหาเน้นให้ความบันเทิงด้วยเรื่องราวที่หลากหลาย เน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ผู้สนใจอ่านสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษอย่างง่าย โดยเน้นจุดขายคือมีทีมผู้บริหารที่มีชื่อเสียง เช่น สุทธิชัย หยุ่น แอนดรูว์ บิกส์ และดึงนักเขียนที่มีชื่อเสียงมาร่วมงาน เช่น อารีญา ชุมสาย อดีตนางสาวไทย และทอดด์ ทองดี ปัจจุบันจัดจำหน่ายมาเป็นปีที่ 8 ราคาขาย 15 บาทต่อฉบับ ออกเป็นรายบีกซ์ ทุกวันที่ 1 และ 15 ของเดือน ความหนาประมาณ 48 หน้า ยอดจำหน่าย 140,000 ฉบับ (ศุภนิศย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ , 2541 : 13-15)

จากบทบาทและเป้าหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชนไทยทั้ง 2 ฉบับนี้ จึงเป็นที่น่าสนใจว่า สิ่งพิมพ์ทั้งสองนี้ ได้ถูกใช้ประโยชน์จากเยาวชนไทยกลุ่มไหน ใช้อย่างไร และใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในด้านใด ซึ่งการแสวงหาคำตอบต่อปัญหาวิจัยนี้จะเป็นไปตามแนวทางการศึกษาสื่อตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้อ่าน(Uses and Gratifications) ซึ่งเน้นแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารเป็นผู้กระทำการเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้อ่านยังสามารถตรวจสอบกับเนื้อหาที่น่าเสนอ เพื่อหาความสัมพันธ์กัน อันจะเป็นประโยชน์ในแง่การตรวจสอบประสิทธิผลการสื่อสาร (Media Effectiveness)

ปัญหาคำวิจัย

1. เนื้อหาที่สิ่งพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับนำเสนอมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านหรือไม่
2. เยาวชนไทยกลุ่มใดและมีลักษณะทางประชากรอย่างไร ที่ติดตามอ่านสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษนี้
3. เยาวชนไทยกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการอ่านอย่างไร ทั้งในแง่ปริมาณ ความถี่ และระยะเวลาที่ได้ติดตามอ่าน
4. เยาวชนไทยกลุ่มนี้มีความต้องการและใช้ประโยชน์อะไรจากการอ่าน
5. กลุ่มเยาวชนผู้อ่าน หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วิคตี และผู้อ่าน นิตยสารเนชั่นเนียร์ มีความพึงพอใจต่อสิ่งพิมพ์ทั้งสองฉบับนี้ในด้านต่างๆแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

6. เยาวชนกลุ่มนี้ที่มีความแตกต่างกันทางลักษณะทางประชากร มีพฤติกรรมการอ่าน ความต้องการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ แตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสอดคล้องของประเภทเนื้อหาที่นำเสนอกับความต้องการต่อประเภทเนื้อหาของเยาวชนผู้อ่านสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษ
2. เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรของกลุ่มเยาวชนที่ติดตามอ่านสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษนี้
3. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการอ่านของเยาวชนในแง่ปริมาณ ความถี่ และระยะเวลาที่ได้ติดตามอ่าน
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่าน ความต้องการ และการใช้ประโยชน์จากการอ่านของเยาวชนไทย
5. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเยาวชนต่อสิ่งพิมพ์ทั้งสองฉบับ
6. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการอ่าน ความต้องการ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของเยาวชนว่ามีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรหรือไม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ความต้องการต่อเนื้อหาของเยาวชนมีความสอดคล้องกับปริมาณเนื้อหาที่สื่อสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษนำเสนอ
2. เยาวชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่าน ความต้องการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการอ่านสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการสำรวจกลุ่มเยาวชนไทยที่เป็นผู้อ่านสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษ 2 ชื่อฉบับคือ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วิคลี และ นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ ในเรื่องลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการอ่าน ความต้องการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยการวัดปริมาณพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาของสิ่งพิมพ์ทั้ง 2 ชื่อฉบับ

ความต้องการ หมายถึง ระดับของการคาดหวังประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างที่จะได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์ บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วิกตี และนิตยสาร เนชั่นจูนีเยร์ ในด้านความต้องการต่อประเภทเนื้อหา

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำผลที่ได้จากการอ่านไปใช้ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ได้อ่านจากในสิ่งพิมพ์ ใช้เป็นแนวปฏิบัติตนในเรื่องต่างๆ ทั้งการเรียนและสังคม ได้ใช้ข้อมูลในการพูดคุยกับบุคคลใกล้ชิด เป็นต้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความพอใจที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์ บางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วิกตี และนิตยสาร เนชั่นจูนีเยร์ ในด้านความพึงพอใจต่อประเภทเนื้อหา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นองค์ความรู้ด้านแนวคิดการใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจในการอ่านสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษของเยาวชนไทย
2. เป็นแนวทางสำหรับพัฒนาสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชนไทย
3. เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทสื่อสิ่งพิมพ์ในการตอบสนองความต้องการของผู้อ่านในด้านอื่นๆ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย