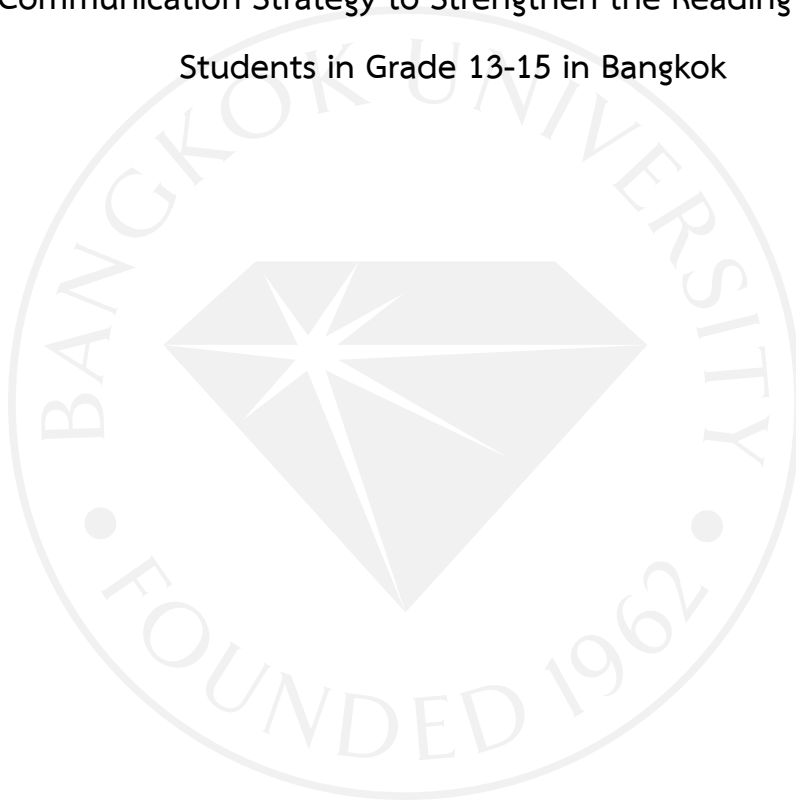


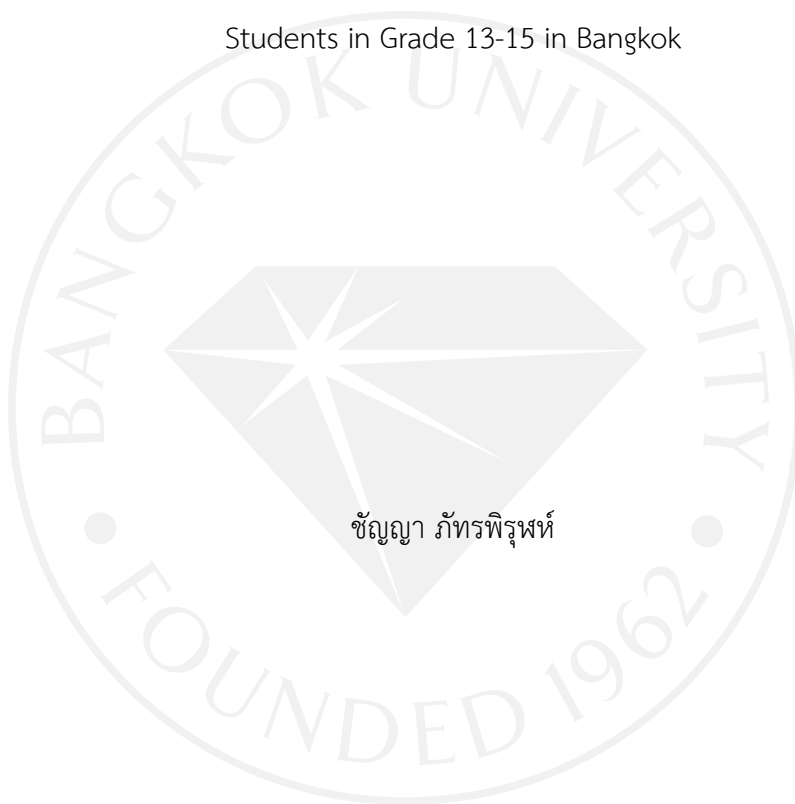
กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียน  
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

The Communication Strategy to Strengthen the Reading Behavior of  
Students in Grade 13-15 in Bangkok



กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียน  
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

The Communication Strategy to Strengthen the Reading Behavior of  
Students in Grade 13-15 in Bangkok



ชญญา ภัทรพิรุฬห์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2559



©2560

ชญญา ภัทรพิรุฬห์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัด  
กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ชัยญา ภัทรพิรุฬห์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา พลอนันต์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



(ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม)



(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

24 กุมภาพันธ์ 2560

ชัยญา ภัทรพิรุฬห์. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, กุมภาพันธ์ 2560, บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัด  
กรุงเทพมหานคร (43 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ผลอนันต์

### บทคัดย่อ

การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูล 2 คน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 เกิดจากปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ เยาวชนมีพฤติกรรมการอ่านไม่ยาวนานนัก เฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 1 ชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง 18 นาที โดยชอบอ่านหนังสือนอกตำราเรียน โดยเฉพาะหนังสือการ์ตูน ทั้งนี้ เพราะต้องการความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน เป็นสำคัญ ปัจจัยด้านบุคคลคือ ความต้องการเป็นอิสระและการได้รับการยอมรับจากสังคม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมคือ ครอบครัว โรงเรียน มายาคติ และนโยบายรัฐบาล

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของกลุ่มเยาวชน คือ เข้าใจและระบุกลุ่มเป้าหมายว่าเราต้องการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายใด เพื่อสามารถพัฒนาเนื้อหาสาระและเลือกใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม โดยเนื้อหาสาระควรใช้เนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของช่วงวัย มีเนื้อหาที่สั้น กระชับ มีภาพประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจ พร้อมทั้งสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักเรียนได้ การเลือกใช้สื่อโดยมียุทธวิธีการอ่านเป็นสื่อ เป็นผู้นำการอ่านให้กับนักเรียน และการนำไอดอลของกลุ่มเยาวชนมาเป็นแรงจูงใจให้นักเรียนเกิดความต้องการอ่านหนังสือ พร้อมกับการจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างพฤติกรรมการอ่าน เช่น กิจกรรมหนังสือเดินได้ กิจกรรมนิทานคุณธรรม กิจกรรมยุวทูตรักการอ่าน

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, การสื่อสาร, พฤติกรรมการอ่าน

Phattraphirul, C. M.Com.Art, February 2017, Graduate School, Bangkok University.

The Communication Strategy to Strengthen the Reading Behavior of Students in Grade 13-15 in Bangkok (43 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Mallika Polanan, Ph.D.

## ABSTRACT

The objectives of the study of the communication strategy is to strengthen the reading behavior of students in grade 13-15 by studying both factors which affect the reading behaviour. and the communication strategy to strengthen the reading behavior of grade 13-15 students in Bangkok. This study is qualitative research by using documentary research and in-depth interviews of two persons. The research found that.

The reading behaviors of the students is driven by behavior factor which is the short reading period about 60 to 78 minutes in daily average, and mostly is to read cartoon books due to the enjoyment. The second factor is human factor which they need the independent and the social acceptance. The last one is the environment factor which is family, school, myth, and government policies.

The communication strategy to strengthen the reading behavior of the youth is to understand and specify the target group to able to develop the suitable information and media. The content should match with the interest of each age group and be concise. Illustration can attract the teens' interest and inspire them to read more. The communication channels are reading ambassadors and Idols to persuade the students to read the books.

Also the campaign for strengthen the reading behavior such as walking books, moral tales, the ambassadors of reading.

*Keywords: Communication Strategy, Communication, Reading Behavior*

### กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ที่ปรึกษาระยะแรก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ผลอนันต์ และอาจารย์ที่ปรึกษาภายหลัง ดร.ปฐมา สตะเวทิน ได้ให้ความรู้ ชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์สำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชา ความรู้ ทำให้สามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ชญญา ภัทรพิรุฬห์



## สารบัญ

|                                          | หน้า |
|------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย                          | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                       | จ    |
| กิตติกรรมประกาศ                          | ฉ    |
| สารบัญตาราง                              | ณ    |
| สารบัญภาพ                                | ญ    |
| บทที่ 1 บทนำ                             |      |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา            | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย              | 3    |
| 1.3 คำถามนำวิจัย                         | 4    |
| 1.4 ขอบเขตการวิจัย                       | 4    |
| 1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย       | 4    |
| 1.6 นิยามศัพท์                           | 4    |
| บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง |      |
| 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร      | 5    |
| 2.2 แนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ      | 6    |
| 2.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมปัญญา        | 8    |
| 2.4 พฤติกรรมการอ่าน                      | 9    |
| 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น               | 11   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย               |      |
| 3.1 วิธีวิจัย                            | 14   |
| 3.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง            | 15   |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล                  | 15   |
| 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล      | 15   |
| 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล                   | 15   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล                                        |    |
| 4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่าน                              | 16 |
| 4.2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่าน              | 23 |
| บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ                           |    |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย                                               | 30 |
| 5.2 อภิปรายผล                                                    | 34 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ                                                   | 38 |
| บรรณานุกรม                                                       | 40 |
| ประวัติผู้เขียน                                                  | 43 |
| เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ |    |

## สารบัญตาราง

หน้า

|                                                                                      |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---|
| ตารางที่ 1.1: ตารางเปรียบเทียบอัตราการอ่านหนังสือของไทย มาเลเซีย สิงคโปร์และเวียดนาม | 2 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---|



## สารบัญภาพ

|                                                                                           | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ภาพที่ 4.1: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 | 22   |
| ภาพที่ 4.2: กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของกลุ่มเยาวชน                 | 29   |



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันที่ได้ชื่อว่าเป็นยุคของข่าวสาร การสื่อสารทำให้คนมีความรู้ ทำให้สังคมเรานี้เจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์เราสามารถพัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเอง และสังคมได้ การสื่อสารคือปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาคน สร้างสรรค์ความเป็นอยู่ที่ดีแก่มนุษย์ ในทุกด้านไม่มีใครที่จะดำรงชีวิตได้โดยไม่มีการสื่อสาร ในการปฏิบัติหน้าที่การงานก็เช่นเดียวกัน ทุกสาขาอาชีพก็ต้องมีการสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้อง

กลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategy) คือ วิธีอันมีขั้นตอนแบบแผนอย่างมีความรู้ความชำนาญ ที่จะส่งสารจากบุคคลหนึ่งไปยังเป้าหมาย ด้วยทักษะและความรู้ความชำนาญ เพื่อให้ตรงกับผลลัพธ์ที่ผู้สื่อสารต้องการ (Miller, 2006 อ้างใน ภทริยา สุมะโน, 2550, หน้า 12 ) จากความหมายของกลยุทธ์ที่กล่าวมา ผู้ศึกษาจะใช้ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักเรียนเกิดพฤติกรรมการอ่าน

ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ (2542) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารที่จูงใจที่จะมีอิทธิพลต่อผู้อื่นให้เปลี่ยนทัศนคติและการกระทำไปจากเดิม ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ การที่จะบรรลุเป้าหมายได้นั้นอยู่ที่ผลลัพธ์จากการสื่อสารที่ได้หมายความว่า จะต้องเปลี่ยนทัศนคติและเกิดทักษะการอ่านไปจากที่เคยเป็นมา และมีการอ่านใหม่ตามที่โน้มน้าวใจหรือผู้จูงใจต้องการ แต่การที่จะทำให้นักเรียน เปลี่ยนพฤติกรรมนั้น ผู้ส่งสารจะต้องทำให้นักเรียนรับรู้ ความสำคัญ ประโยชน์ของการอ่านที่ถูกต้องตรงกับผู้ส่งสารหรือผู้จูงใจ

เยาวชนอยู่ในวัยที่มีการปรับเปลี่ยนทั้งทางกาย สติปัญญา อารมณ์ อย่างรวดเร็วมีความกระตือรือร้นสนใจใคร่รู้ในเรื่องต่างๆ และอยู่ในวัยเรียน การอ่านจึงจำเป็น เนื่องจากผู้มีทักษะการอ่านย่อมแสวงหาความรู้ และเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน คือกลุ่มที่มีความเปลี่ยนแปลงจากวัยเด็กสู่วัยรุ่นจึงมีความสนใจในขอบเขตกว้าง การใฝ่รู้สิ่งแปลกใหม่ซึ่งจะเป็นพื้นฐานชีวิตในวันข้างหน้า

รัฐบาลมีมติให้ประเทศไทยในปี 2552 ถึง 2561 คือทศวรรษแห่งการอ่าน (“มีมติให้ปี 52-61 เป็นทศวรรษแห่งการอ่านของประเทศ”, 2552) โดยเห็นว่า การเรียนรู้จากการอ่าน สามารถทำให้คนเรานั้นเปลี่ยนความคิดและการกระทำ เพื่อพัฒนาตนเองและผู้อื่นได้

ดังนั้นในต่างประเทศจึงได้ส่งเสริมประชากรให้การอ่านเป็นวัฒนธรรมของชาติตนเอง เพื่อพัฒนาประชากรของประเทศตน อาจสรุปได้ว่า เป็นตัวชี้วัดการพัฒนาประเทศหนึ่ง ๆ คืออัตราการอ่านของประชากรของประเทศนั้น สำหรับในไทยเรานั้น จากสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2548 ทำให้ทราบถึง เกือบร้อยละ 40 ของพลเมืองหรือคนไทย 22.4 ล้านคน ไม่อ่านหนังสือ เพราะชอบดูโทรทัศน์ ฟังเพลง

การอ่านยังเป็นปัญหาในสังคมไทยเรา เพราะหากเราเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ เช่น เกาหลี สิงคโปร์ ญี่ปุ่นฮ่องกง ประเทศเหล่านี้ระดับการศึกษาของประชากรสูงกว่าเราโดยเฉลี่ย จะขึ้นชอบการอ่านกว่าไทยเรา

ตารางที่ 1.1: ตารางเปรียบเทียบอัตราการอ่านหนังสือของไทย มาเลเซีย สิงคโปร์และเวียดนาม

| ประเทศ   | อัตราการอ่าน<br>เล่ม/ปี | อัตราการรู้หนังสือ<br>คิดเป็นร้อยละของประชากร |
|----------|-------------------------|-----------------------------------------------|
| ไทย      | 2-5                     | 92.6                                          |
| มาเลเซีย | 40                      | 92.5                                          |
| สิงคโปร์ | 40-50                   | 94.7                                          |
| เวียดนาม | 60                      | 92.8                                          |

ที่มา: คนไทยอ่านหนังสือ 5 เล่มต่อปี. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://phirakan.blogspot.com/2014/05/5.html#/2014/05/5.html>.

จากปัญหาดังที่กล่าวมาข้างต้น ทางกระทรวงศึกษาธิการจึงได้จัดให้มีการส่งเสริมการอ่าน ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ คือ พัฒนาคนไทยให้มีความสามารถในการอ่าน สร้างให้คนไทยมีนิสัยรักการอ่าน สร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการอ่านให้ยั่งยืน โดยมีการก่อตั้งแผนงานส่งเสริม

วัฒนธรรมการอ่าน จากการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อสร้างเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการอ่านในสังคมไทยอย่างยั่งยืน

คุณสุจิต พรหมเกิด ผู้จัดการแผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่าน กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของทางแผนงาน คือต้องการให้ เด็ก เยาวชน ครอบครัว เกิดการรับรู้และมีทัศนคติแนวโน้มสู่พฤติกรรมกรรมการอ่านสู่สภาวะ ปลุกฝังวัฒนธรรมรักการอ่านให้แก่สังคมไทย โดยจะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมรักการอ่านอย่างยั่งยืน

การอ่านคือทักษะสำคัญหนึ่งในสี่แห่งทักษะการสื่อสาร ได้แก่ ฟัง พูด เขียน และอ่าน แต่การอ่านไม่ใช่เรื่องติดตัวมาตั้งแต่เกิด เป็นเรื่องที่ได้รับจาก การสั่งสอน การฝึกฝน จนเกิดเป็นทักษะและกลายเป็นนิสัย ซึ่งควรเริ่มตั้งแต่วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ จวบจนถึงวัยชรา ในแต่ละช่วงชีวิต ต้องได้รับการปรับปรุงการอ่าน (จินตนา ไบกาซูยี, 2547)

สถาบันที่ช่วยสร้างนิสัยรักการอ่าน ได้แก่ บ้านและสถาบันศึกษา (กรมวิชาการ, 2549 อ้างใน สุชาติ ชุมดวง, 2553, หน้า 2) การอ่านของเด็กมีน้อยมาก ทั้งที่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของรัฐหรือเอกชน ได้ร่วมกันจัดโครงการให้เกิดการอ่านขึ้นในเด็กไทย อาจเป็นเพราะปัจจัยที่หลากหลาย อาทิ สภาพเศรษฐกิจ ราคาหนังสือ ไม่มีหนังสืออ่าน ชื่นชอบสื่ออื่นมากกว่าหนังสือ สถานที่ไม่เอื้ออำนวย

จากความสำคัญของการอ่าน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทราบถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือ เพื่อนำมาสร้างนิสัยรักการอ่าน รักการค้นคว้าใฝ่หาความรู้ สามารถนำความรู้ที่ได้จากการอ่านมาพัฒนาตนและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ที่จะนำพาประเทศไปสู่การแข่งขันระดับสากลได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมกรรมการอ่านของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### 1.3 คำถามนำวิจัย

- 1) ปัจจัยใดที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

- 1) การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการอ่าน จำนวน 10 เล่ม
- 2) การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร โดยมีระยะเวลาของการวิจัยระหว่างเดือนเมษายน-ธันวาคม 2559

### 1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

- 1) ผลที่ได้จากการศึกษา นำไปสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการอ่านในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3
- 2) ทำให้ทราบถึงประเภทของหนังสือ เพื่อผู้ผลิตหนังสือ ผลิตเนื้อหาสาระตามความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3

### 1.6 นิยามศัพท์

**กลยุทธ์การสื่อสาร** หมายถึง กลยุทธ์หรือวิธีการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3

**พฤติกรรมการอ่าน** หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการอ่าน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การค้นคว้า หัวข้อ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ผู้วิจัยค้นคว้าข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ โดยจะนำเสนอตามลำดับ

#### 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร

มนุษย์ต้องการอยู่รวมกลุ่มกันเป็นก้อน โดยใช้การสื่อสารเพื่อให้ได้เข้ากลุ่ม การสื่อสารของมนุษย์นั้นได้รับการพัฒนาตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นสมัยโบราณหรือสมัยปัจจุบัน ต่างมีจุดมุ่งหมายเพราะต้องการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน เพื่อสื่อความนึกคิดไปยังอีกบุคคลหนึ่ง วิธีในการส่งข่าวสารจึงมีการปรับเปลี่ยนมาตลอด มีความยุ่งยากมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่เราจะต้องทราบถึงข้อมูลต่อไปนี้

ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2542) กล่าวถึง การส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ คือความประสงค์ของคนหนึ่งเพื่อให้บุคคลอื่นเข้าใจตน และป้องกันความเข้าใจผิดพลาดซึ่งกันและกัน

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546) กล่าวว่า การส่งผ่าน ความนึกคิด จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนคือขั้นตอนการสื่อสาร

จากข้อความข้างต้นอาจสรุปได้ว่า ผู้ส่งสารจะส่งสารผ่านคำพูด กริยาท่าทาง การเขียน รูปภาพหรือสัญลักษณ์ ฯลฯ โดยการสื่อสารจะต้องมีองค์ประกอบทั้ง 4 ประการ ทำงานร่วมกัน โดยมีผู้ส่งสาร ส่งสาร มีสื่อเป็นตัวนำสาร หรือข้อมูล ซึ่งผู้รับสารก็จะรับสารนั้นและมีการตอบกลับไป หากการตอบกลับเป็นไปอย่างที่ต้องการถือว่าการสื่อสารนั้นสัมฤทธิ์ผล และตรงกันข้ามกัน กระบวนการครั้งนี้ถือว่าล้มเหลว

#### กลยุทธ์การสื่อสาร

กลยุทธ์การสื่อสาร คือการกำหนดเทคนิคตั้งแต่ ผู้ส่งสาร ข้อความ ช่องทางที่ใช้ส่ง ผู้รับสาร และผลตอบกลับ

ธงชัย สันติวงษ์ (2542) กล่าวว่า กลยุทธ์การสื่อสารมี 3 ชั้น คือ กำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มผู้รับสาร และการกำหนดวิธีการ

วาสนา จันทรสว่าง และดวงพร คำณูวัฒน์ (2547) ได้สรุปสาระของกลยุทธ์การสื่อสารไว้ว่า

- 1) การสื่อสารทุกครั้ง จะต้องมียุทธประสงค์ เพื่อทราบว่า สื่อสารไปเพื่ออะไร
- 2) สารหรือข้อความที่จะส่งไป ผู้ส่งสารจะต้องรู้ว่าส่งเรื่องใด โดย

ตนเองจะต้องรู้เรื่องนั้นเป็นอย่างดี

3) ผู้ที่จะสื่อสารได้ดีต้องมีความรู้และเข้าใจสื่อที่จะใช้ในแต่ละเวลา สถานที่ สถานการณ์และผู้รับสาร ภาษาเป็นสื่อที่สำคัญ ภาษาท่าทาง รวมไปถึงพาหะหรือเครื่องส่งที่จะนำสาร เช่นรูปภาพ วัตถุ แผนงาน

4) การดำเนินการสื่อสาร ควรจะรู้จักผู้รับสาร ยิ่งรู้จักมากก็ยิ่งสื่อสารได้เหมาะสม ได้แก่ ในด้านทัศนคติ (Attitude) ความรู้ (Knowledge) ระบบสังคม (Social system)

5) ศักยภาพของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารต้องพร้อมที่จะสื่อสารทุกครั้งที่เกิดกระบวนการสื่อสาร

6) ผู้สื่อสารต้องมีจิตวิทยาการสื่อสารเพื่อเข้าใจผู้รับสาร

## 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

เพชรดา จิตติยาภรณ์ (2557) ให้ความหมายว่า คือนุชนัยต้องการมีอิทธิพลเหนือคนอื่น โดยเน้นขั้นตอนการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการสื่อสารเท่านั้น จะประกอบด้วย ผู้ส่ง สาร ช่องทางของสื่อ ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับที่จะปรากฏอยู่ในทุกสภาพการณ์

อรรพรรณ ปิณฑน์โอวาท (2537) อธิบายว่า องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวมีดังต่อไปนี้

การโน้มน้าวใจเมื่อมองจากภายนอกผู้รับสาร มี 3 ข้อ คือ

1) ความแตกต่างภายในผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารแต่ละคนมีปัจจัยแตกต่างกัน ทำให้มีความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน เช่นความน่าเชื่อถือ อำนาจของบุคคล บทบาทของกลุ่มตนสัมพันธ์กับผู้รับสาร และลักษณะด้านต่าง ๆ

2) ความแตกต่างภายในสาร สารแต่ละชิ้นที่แตกต่างกัน จะมีความน่าโน้มน้าวใจต่างกัน เช่น ความต่างในสาระของสาร

3) ความแตกต่างของสื่อ ความน่าโน้มน้าวใจของสารจะแตกต่างกัน เมื่อเกิดการสื่อสารส่วนบุคคลเปรียบเทียบกับ การส่งสารผ่านช่องทางอื่น ๆ

การโน้มน้าวใจเมื่อมองจากตัวผู้รับสาร การที่ผู้รับสารคนหนึ่ง ๆ จะมีความละเอียดอ่อนต่อการถูกโน้มน้าวเพียงใด อาจพิจารณาได้จาก

1) ลักษณะของประชากร

- 2) ทรรศนะและทัศนคติ
- 3) ความรู้ ที่ผู้รับสารมีเกี่ยวกับสารนั้น ๆ
- 4) ลักษณะด้านอารมณ์
- 5) ความสำคัญที่ผู้รับสารให้แก่หัวข้อหนึ่ง ๆ
- 6) วิธีการที่ผู้รับสารรับรู้สภาพการณ์หนึ่ง

ธนวดี บุญลือ (2545) ได้ศึกษา โครงการเพื่อบำบัดยาเสพติดปฏิบัติธรรมนำปัญญา มีกระบวนการ การโน้มน้าวใจเมื่อมองจากภายในผู้รับสาร ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความน่าเคารพนับถือ เพราะเป็นพระสงฆ์ สารแต่ละชิ้นที่นำมาโน้มน้าวใจมีความแตกต่างกัน สารที่นำมาอบรม มีเนื้อหาที่ทันสมัย มีการใช้จุดจูงใจในสารโดยใช้ความรู้สึกและใช้การกลัวเพื่อโน้มน้าวใจ ความน่าโน้มน้าวใจจะแตกต่างกันตามความแตกต่างของสื่อ สื่อที่นำมาใช้ในการฝึกอบรมมีลักษณะเป็นสื่อผสม กลยุทธ์ที่ใช้สื่อสารพบว่าใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ในการจูงใจให้เข้ารับการบำบัดยาเสพติดหลายกลยุทธ์

### 2.2.1 ทฤษฎีการโน้มน้าวใจโดยคิดขยายรายละเอียด (Elaborate Likelihood Model หรือ ELM)

สร้างโดย Petty และ Cacioppo (n.d. อ้างใน อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2552, หน้า 96) ได้อธิบายถึงหลักสำคัญของการโน้มน้าวใจโดยผู้รับสารจะคิดโต้แย้งขยายรายละเอียดจากข้อมูลที่ข้องเกี่ยวกับประเด็นเป็น

- 1) เส้นทางหลัก (Central Route) คือ ผู้รับสารข้องเกี่ยวในประเด็นการโน้มน้าวใจสูง ทำให้มีการคิดอย่างมีเหตุผล ต้องใช้การคิดเชิงโต้แย้ง และนำเอาความคิดเหล่านั้นไปเปรียบเทียบกับทัศนคติที่มีอยู่เดิม เพื่อตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธสารเพื่อโน้มน้าวใจ
- 2) เส้นทางริม (Peripheral Route) คือ ผู้รับสารมีความข้องเกี่ยวในประเด็นการ โน้มน้าวใจนั้นต่ำ เนื่องจากไม่มีสนใจความจริง หรือผู้รับสารเห็นว่าไม่จำเป็นต้องวิเคราะห์หาความจริง เพียงแต่อาศัยนัยต่าง ๆ ที่ซ่อนอยู่ในกระบวนการสื่อสาร เช่น ความน่าเชื่อถือของครูประจำชั้น การชอบหรือไม่ชอบตำราของเดิมที่มีอยู่ของนักเรียนก็เพียงพอที่จะยอมรับหรือปฏิเสธสารนั้นได้

ทฤษฎี ELM (Petty & Cacioppo, n.d. อ้างใน อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2552) ยังพบว่า การดึงดูดโดยใช้เหตุผลเป็นทัศนคติที่แสดงความจริงนั้นจะมีคุณภาพหากใช้การโน้มน้าวโดยใช้ Central Route ในส่วนการใช้ความรู้สึกดึงดูด เช่น ใช้ดารา เป็นต้น จะได้ผลเมื่อผู้รับสารที่มีความคิดโต้แย้งในระดับไม่สูง ซึ่งคือการโน้มน้าวใจโดย Peripheral Route

นพพัชรธรรม พุกเฉย (2548) ได้ศึกษาเรื่อง “การโน้มน้าว เพื่อให้เกิดการทำประกันจาก บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด สาขาพญาเหนือ” พบว่า เพื่อให้มีการทำประกันชีวิต คือ การอ้าง บุญคุณ ซึ่งมองได้ว่าผู้รับสารจะมีการคิดโต้แย้ง ในเส้นทางริม (Peripheral Route)

## 2.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา (Social Cognitive Learning Theory)

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมปัญญา (Social Cognitive Learning Theory) เป็นทฤษฎีของ Bandura (1977 อ้างใน ศรัณย์ สิงค์หน, 2552) อธิบายว่า การเรียนรู้เกิดจาก บุคคลและสิ่งแวดล้อม มีความเกี่ยวข้องกัน และอิทธิพลต่อกัน โดยปัจจัยด้านบุคคลจะรวมถึงความสามารถด้านสติปัญญา ลักษณะทางกายภาพ ฯลฯ โดยวิธีการคือ การลอกเลียนจากตัวแบบ (Model) ในสังคม ใช้วิธีสังเกต (Observation) ซึ่งตัวแบบที่มักจะเริ่มต้นจากตัวแบบที่อยู่ใกล้กับบุคคลนั้นก่อน อาทิ พ่อ แม่ พี่ น้อง ครู ฯลฯ

และจากที่กล่าวมา จะนำไปสู่การคิดและเกิดพฤติกรรมได้ 4 ข้อ (Bandura, 1977 อ้างใน ศรัณย์ สิงค์หน, 2552, หน้า 16-17)

### 1) กระบวนการให้ความสนใจ (Attentional Process)

บุคคลเรียนรู้ได้หากให้ความสนใจสังเกตจากตัวแบบ แม้ว่าการสังเกตจะมีความหมายต่อการเรียนรู้ก็ตาม อธิบายได้ว่า หากนักเรียนไม่สนใจในพฤติกรรมของพ่อแม่ การเรียนรู้จากตัวแบบ ของนักเรียนก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ ถึงแม้ว่า พ่อแม่ ผู้ปกครองจะมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเยาวชนก็ตาม

### 2) การจดจำ (Retention Process)

บุคคลจะต้องจดจำเพื่อให้มีความหมายจากการทรงจำที่ได้เรียนรู้จากตัวแบบใน 2 ลักษณะ คือ ภาพในใจ (Imaginary) กับ คำพูด (Verbal) ความทรงจำทั้ง 2 ลักษณะจะช่วยให้บุคคลจดจำ พฤติกรรมได้ง่ายและนานขึ้น ในการค้นคว้านี้อธิบายได้ว่า เยาวชนจะจดจำภาพของ พ่อแม่ กำลังนั่ง อ่าน หรือ เล่าเรื่องหนังสือที่ตนประทับใจให้นักเรียนฟัง อันจะนำไปสู่การอ่านหนังสือหรือการเล่าเรื่อง หนังสือที่ตนประทับใจเมื่อได้รับสิ่งเร้าที่คล้ายกับตัวแบบที่นักเรียนจดจำไว้

### 3) การแสดงออก (Motor Reproduction Process)

บุคคลจะแสดงออกมาและดำเนินพฤติกรรมต่อไปเมื่อเขาได้รับการตอบสนองที่น่าพอใจ ในการวิจัยนี้สามารถอธิบายว่า นักเรียนอ่านหนังสือ จากการสนใจและการจดจำตัวแบบคือพ่อแม่ และ จะอ่านหนังสือ เมื่อได้รับคำชมเชยจากพ่อแม่

### 4) การจูงใจ (Motivational Process)

การแสดงออกของบุคคลเกิดจากการได้เรียนรู้จากตัวแบบ หากได้รับผลเป็นที่น่าพอใจ โดยการลอกเลียนจากตัวแบบของบุคคลมาจากความพอใจ ในการค้นคว้านี้ อธิบายได้นักเรียน เรียนรู้ การอ่านหนังสือของพ่อแม่ เพราะนักเรียนคาดหวังว่าตนเองจะได้รับคำชมเชยจากพ่อแม่

## 2.4 พฤติกรรมการอ่าน

### การอ่าน

การอ่าน คือ การเข้าใจ คำ สัญลักษณ์ ซึ่งมนุษย์สามารถรับรู้และตีความหมายได้ ถ้าอ่านไม่เข้าใจจะถือว่าเป็นการอ่านโดยแท้จริงไม่ได้ (พนิตนัน, 2542 อ้างใน สุนันทา ฤกษ์สง่า, 2551, หน้า 23)

การอ่าน หมายถึง การอ่านตามการเข้าใจตัวหนังสือ (วัชรวิ บวรณะสิงห์และนิรมล สดวุฒิ, 2542)

การอ่านมีจุดประสงค์ 5 ประการ คือรับรู้ข่าวสารทั่วไป เพิ่มพูนความรู้ เพื่อค้นหา รายละเอียด เพื่อความสุข และเพื่อประเมินค่าและอ่านเชิงวิจารณ์ (เพ็ญศรี รังสิยากุล, 2539 อ้างใน วัชรวิ บวรณะสิงห์ และนิรมล สดวุฒิ, 2542)

### ประเภทของหนังสือ

1) หนังสือทั่วไป คือ สิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาครอบคลุมเรื่องราวต่าง ๆ อาทิ เรื่องสั้น นิยาย สารคดีและตำราวิชาการ เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาความรู้พื้นฐานทั่วไป

2) หนังสืออ้างอิง คือ สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเฉพาะใช้ค้นหาสาระความรู้เฉพาะเรื่อง หนึ่งเรื่องใด มีสารบัญและตรรกะช่วยค้น มีการเพิ่มเติมและเปลี่ยนแปลงเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่เสมอ สม่่าเสมอ อาทิเช่น อักษรานุกรมชีวประวัติ หนังสือประจำปี ฯลฯ

### 3) สิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง

3.1) วารสาร คือจะมีเนื้อหาหลากหลาย มีผู้เขียนหลายคน จัดพิมพ์

ต่อเนื่องมีกำหนดออกแน่นอน เช่น รายปักษ์ รายเดือน

3.2) หนังสือพิมพ์ คือจะมีเนื้อหาที่ทันสมัยและผู้คนกำลังให้ความสนใจทั้ง

ด้านเศรษฐกิจ บ้านเทิง ฯลฯ

3.3) สิ่งพิมพ์รัฐบาล คือ สิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์โดยรัฐ

3.4) วิทยานิพนธ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่เป็นผลงานการค้นคว้าผู้ศึกษา อันมี

กำหนดตามหลักสูตรต่าง ๆ

3.5) จุลสาร คือ ระเบียบข้อบังคับ สุนทรพจน์ของบุคคลสำคัญ เนื้อหาจะ

มีประโยชน์มาก

3.6) กฤตภาค คือ สิ่งพิมพ์ที่ตัดจากข่าว ของสิ่งพิมพ์นำมาแปะบนกระดาษ

เนื้อการส่วนใหญ่จะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

3.7) รายงาน คือ สิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ต่อเนื่อง เนื้อหาครอบคลุมทุกสาขา

มุ่งเน้นการรายงานความก้าวหน้าของสาขาวิชานั้น ๆ เช่น รายงานการค้นคว้าทดลอง รายงานผลปฏิบัติการ อ่านได้แก่ รายงานการสัมมนาทางวิชาการ รายงานผลการวิจัย

ฉวีวรรณ คูหาภินันท์ (2545) ให้รายละเอียด การเลือกหนังสือให้ตรงกับความสนใจของผู้เรียน เนื้อหาต้องตรงกับธรรมชาติของผู้เรียน ต้องมีลักษณะดังนี้

1) เมื่ออ่านแล้วทำให้เกิดความสุข สนุกสนานให้กับนักเรียนได้  
2) มีเนื้อหาที่เพิ่มเติมจินตนาการนักเรียนได้ โดยผู้เรียนในชั้นมัธยมต้น ซึ่งความเป็นเด็กยังคงมีอยู่ในตัวนักเรียน ทำให้เนื้อหาที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินให้กับนักเรียนได้ ก็จะเป็นที่ได้รับความสนใจ

3) สร้างเสริมความภูมิใจ มั่นใจในผลสำเร็จของตัวละครในหนังสือ ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวจะทำให้เด็กเกิดความภูมิใจในตนเอง

4) มีเนื้อหาที่นักเรียนปรารถนา เช่น นักเรียนอยากเป็นเด็กดี อยากเป็นคนเก่ง อยากเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จ อยากได้ความรัก อยากเป็นผู้กล้า

5) มีเนื้อหาสาระความรู้ ข่าวสาร เพื่อช่วยพัฒนาทัศนคติและค่านิยม

6) มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย สั้น กระชับ ตัวละครในเรื่องมีวัยใกล้เคียงกับนักเรียน

- 7) ใช้ภาษาที่นักเรียนรู้ความหมายได้ทันที ทำให้นักเรียนสนใจที่จะติดตามเรื่อง
- 8) มีภาพประกอบเนื้อหา คือ หัวใจสำคัญของหนังสือสำหรับนักเรียน นักเรียนชอบเรื่องสนุก ชอบดูภาพมากกว่าตัวหนังสือ ภาพที่งดงาม มีชีวิตชีวา ภาพที่ทำให้รู้สึกเคลื่อนไหวได้ จะสามารถเรียกร้องความสนใจให้นักเรียนหยิบหนังสือมาดูและอ่าน

ดวงกมล เวชบรรยงศ์รัตน์ (2542) ได้อธิบายถึง การเลือกหนังสือให้ตรงกับความต้องการของนักเรียนได้ดังนี้

- 1) อีสรภาพจากการคิดและเลือกหนังสือที่ตนสนใจได้ สามารถเลือกหนังสือที่ตนสนใจได้
- 2) การรู้เรื่องเพศ เพศตรงข้ามและเพื่อนต่างเพศ
- 3) การยอมรับจากผู้ใหญ่ พ่อแม่ ครู เนื่องจากจะทำให้นักเรียนภูมิใจในตนเอง เช่น ภูมิใจหากพ่อแม่ชมว่าตนเองเรียนดี หรือได้รับยกย่อง
- 4) นักเรียนมีอุดมคติของตนเอง นักเรียนอยู่ในวัยที่มองทุกสิ่งในชีวิตในแง่อุดมคติปรัชญา ถ้านักเรียนชอบก็จะชอบมาก ถ้าไม่ชอบก็จะคัดค้านให้ถึงที่สุด นักเรียนจะยึดถืออุดมคติที่ตนเองเห็นว่าดี และจะต่อต้านหากใครมาทำลายอุดมคติของตนเอง

สุชาติ ชุมดวง (2553) ได้ศึกษาเรื่องการอ่านของนักเรียนชั้นประถมศึกษาโรงเรียนดาราวิทยาพบว่า ครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้การอ่านเกิดขึ้น วัตถุประสงค์คือ เพื่อความสนุกสนาน และเพื่อพัฒนาการอ่านของตน สถานที่อ่าน คือ บ้าน โรงเรียน และร้านเช่าหนังสือ การวิจัยนี้รู้ถึงกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน คือการแนะนำหนังสือที่น่าสนใจ การจำหน่ายหนังสือราคาถูก

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

ศรีเรือน แก้วกังวาน (2545) กล่าวว่า คือเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อ ช่วงวัยที่คาบเกี่ยวกันนี้ ทำให้เกิดปัญหาได้ง่าย สามารถเรียกอีกอย่างได้ว่า วัยวิกฤต เนื่องจากวัยรุ่นหรือวัยวิกฤต จะมีพัฒนาการทั้งร่างกาย สติปัญญา ทำให้วัยรุ่นบางคนเกิดปัญหาในชีวิตได้

นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 (เพ็ญพิไล ฤทธาณานนท์, 2550) แบ่งเป็นช่วงระยะวัยรุ่นตอนต้น มีอายุระหว่าง 12-15 ปี นักเรียนในวัยนี้จะต้องพบเจอกับเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทั้งทางกาย คือ มีการพัฒนาทางด้านร่างกาย อารมณ์ อารมณ์ที่เกิดกับนักเรียนวัยรุ่นนี้มีทุกประเภท เช่นรัก โลภ โกรธ หลง ฯลฯ นักเรียนวัยรุ่นนี้ชอบอยากรู้เห็น สามารถใช้เหตุผลได้ ต้องพบเจอกับกลุ่มสังคมใหม่ การปรับตัวที่รวดเร็วนี้ หากนักเรียนปรับตัวไม่ทันก็จะ มีความกังวลตามมาได้

จากพัฒนาการที่กล่าวมาอาจมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างที่คล้ายกัน แต่สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2549) พบว่า ยังมีบริบทแวดล้อมที่จะทำให้ มีความแตกต่างกัน สามารถอธิบายบริบทแวดล้อมได้เป็น 4 ประการ

#### 1) นักเรียนกับครอบครัว

นับตั้งแต่อยู่ในวัยเด็กจนโต ครอบครัวเป็นเสมือนบ้านหลอม ให้นักเรียนเป็นคนดีหรือไม่ดีต่างกันไป (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539) ปัญหาวัยรุ่นส่วนใหญ่ ล้วนมาจากปัญหาภายในบ้านตนเอง ขาดต้นแบบของครอบครัวที่อบอุ่น พ่อแม่ไม่ปฏิบัติเป็นต้นแบบของครูผู้ฝึกสอน ไม่ใส่ใจ ทำให้นักเรียนเห็นว่าตนไม่จำเป็นต้องเป็นคนดีต่อสังคมที่ตนต้องไปอยู่ร่วมด้วย

#### 2) นักเรียนกับโรงเรียน

เป็นสถาบันที่จะได้พบเพื่อนใหม่รุ่นเดียวกัน เรียนรู้สิ่ง นักเรียนจะรับรู้ สิ่งที่จะช่วยพัฒนาให้นักเรียนมีวุฒิภาวะทางสังคม ครูคือบุคคลสำคัญที่สุดภายในโรงเรียน ครูจะช่วยถ่ายทอดวิชาความรู้ให้กับนักเรียน และ สร้างให้นักเรียนมีวุฒิภาวะที่สมบูรณ์ (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539)

#### 3) นักเรียนกับเพื่อน

กลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลกับ ทักษะคติของนักเรียนมาก เนื่องจากนักเรียนต้องการ การยอมรับ การเข้ากลุ่มจะช่วยให้ นักเรียนมีสังคมที่กว้างขึ้น มั่นใจในตัวเองเพิ่มขึ้น (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539)

#### 4) นักเรียนกับกิจกรรม

ช่วงวัยที่มีความอยากรู้ อยากทดลองสิ่งใหม่ ๆ เรื่องที่ทำท่าย เร้นลับ เพื่อตอบสนองของ ตนเองโดยธรรมชาติและเพื่อคลายเครียดและเรื่องที่กดดัน (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539)

### แนวคิดเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของนักเรียน

1) เป็นวัยที่ชอบลอกเลียนแบบ รักการแสดงออก ขาดความยับยั้งชั่งใจ ทำให้ถูกจูงใจไปในทางที่ผิดได้ง่าย (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539)

2) ค่านิยมในกลุ่มที่ตนเข้าร่วม กลุ่มมีผลต่อนักเรียน ในที่นี้จะขออธิบายได้ ดังนี้ (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539)

2.1) ต้องการ รักจากพ่อแม่ผู้ปกครอง และก็ต้องการได้รับความรักต่อ เช่นเดียวกัน

2.2) ต้องการเพเลิดเพลิน สนุกสนาน

2.3) ความเป็นอิสระ ไม่ต้องการให้ใครมาช่วยเหลือ สั่งสอนหรือก้าวท้าวชีวิตของตนเอง

2.4) นักเรียนต้องการ การยกย่องจากสังคม เช่น นักเรียนอยากชนะการประกวด อ่านทำนองเสนาะ อยากชนะเลิศในการแข่งขันเขียนเรียงความวันพ่อ เป็นต้น เพื่อให้สังคมได้รับรู้ว่าตนเองทำดีที่สุดแล้ว

2.5) นักเรียนมีอุดมคติสูง คือนักเรียนอยู่ในวัยที่เรียนรู้ทางทฤษฎี บางครั้งอาจตกเป็นเหยื่อจากผู้ไม่หวังดี เนื่องจากมีอุดมคติแรงกล้า กล้าได้กล้าเสีย กล้าเสี่ยง เชื่อคนง่าย

2.6) นักเรียนสนใจเรื่องเพศและเพื่อนต่างเพศ

2.7) ต้องการอยู่รวมกลุ่ม เพื่อนสำคัญมากกับนักเรียน นักเรียนอยากให้เพื่อนยอมรับ

2.8) ประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำ เช่น การอ่านหนังสือเล่มใหม่ การร่วมกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ตนเองยังไม่เคยได้ร่วมทำกิจกรรมนั้น ๆ

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจะใช้วิธีวิจัยใน 2 ลักษณะคือ

#### 3.1 วิธีวิจัย

##### 3.1.1 การวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

ค้นคว้าจากเอกสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการอ่าน จำนวน 10 เล่ม

##### 3.1.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักสื่อสาร จำนวน 2 ท่าน คือ

- คุณสุดใจ พรหมเกิด ผู้จัดการแผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่าน ภายใต้สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ผู้วิจัยได้เลือกสัมภาษณ์คุณสุดใจ เนื่องจากทางแผนงานดังกล่าว มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงจากกระทรวงศึกษาธิการให้เข้ามาดูแลยุทธศาสตร์ สร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมรักการอ่านอย่างยั่งยืน ซึ่งแผนงานดังกล่าวยังดูแลกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านให้กับนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นของไทย

- คุณจรัญ หอมเทียนทอง นายกสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้เลือกสัมภาษณ์คุณจรัญ เนื่องจาก ทางสมาคมมีวิสัยทัศน์ เพื่อมุ่งสร้างสรรค์สังคมไทยให้เป็น “สังคมแห่งการเรียนรู้” โดยภารกิจของทางสมาคมคือ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมการอ่านในสังคมไทย ซึ่งตรงกับนโยบายของทางกระทรวงศึกษาธิการ จึงอาจเป็นประโยชน์กับการทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานครได้

### 3.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้จัดการแผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่านและนายกสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย เป็นเลือกตัวอย่างของผู้ศึกษาในการพิจารณาผู้ที่จะให้สัมภาษณ์ ที่สามารถให้ข้อมูลเรื่องกลยุทธ์การสื่อสาร ที่สามารถตอบคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมจากเอกสาร ได้แก่ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย รวมทั้งหมด จำนวน 10 เล่ม และรวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยกำหนดคำถามสำหรับสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษานี้ใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้ศึกษากำหนดแนวคำถาม แบ่งได้ คือ

ส่วนที่ 1 ถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3

ส่วนที่ 2 ถามเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้านี้ คือการศึกษาในเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่หลากหลาย และวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลหลักที่ได้จากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์และให้ข้อมูลในแบบการพรรณนา แบ่งได้เป็นประเด็น 2 ข้อคือ

- 1) ปัจจัยใดที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3
- 2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 เป็นอย่างไร

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผลการค้นคว้าครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานครและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

#### 4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3

จากการสัมภาษณ์ จากคุณสุจิต พรหมเกิด ผู้จัดการแผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่าน และคุณจรัญ หอมเทียนทอง นายกสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยและการวิจัยเอกสาร พบว่าการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 เกิดจากปัจจัยที่หลากหลาย โดยแบ่งปัจจัยดังกล่าวตามทฤษฎีปัญญางานสังคมจาก อัลเบิร์ต แบนดูรา คือ

ปัจจัยด้านพฤติกรรม

- พฤติกรรมการอ่านของกลุ่มเยาวชน

ปัจจัยด้านบุคคล

- ความแตกต่างระหว่างเพศ
- ความต้องการเป็นอิสระ
- ความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม
- ความต้องการความสนุกสนาน ความบันเทิง และความเพลิดเพลิน
- ความอยากได้และต้องการของใหม่ ๆ
- การสร้างแรงจูงใจและความภาคภูมิใจ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

- ครอบครัว
- โรงเรียน เช่น ครูบรรณารักษ์ เพื่อน
- บุคคลที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเยาวชน เช่น ไอดอล
- นโยบายและการทำงานของรัฐบาล
- มายาคติทางสังคม

### ปัจจัยด้านพฤติกรรม

สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (สอว.) (2551) เปิดเผยว่า กลุ่มเยาวชนมีพฤติกรรมการอ่านไมนานักเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ไม่เกิน 1 ชั่วโมง (สมาคมผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย PUBAT, 2558) ถึง 1 ชั่วโมง 18 นาที โดยชอบอ่านหนังสือการ์ตูนมากกว่าหนังสือที่อยู่ในตำราเรียนต่างกันอยู่ที่ 9 นาที (สอว.) (2551) ทั้งนี้เพราะเด็กต้องการความสนุกสนาน ความบันเทิง และความเพลิดเพลินเป็นสำคัญ (PUBAT, 2558) นอกจากความสนุกสนาน ความบันเทิงและความเพลิดเพลินที่เด็กจะได้รับแล้วนั้น เด็กยังจะได้รับความรู้ เกิดจินตนาการ และหลักคิดเชิงเหตุและผลจากการอ่านการ์ตูนด้วยเช่นกัน ดังคำสัมภาษณ์ของ ในปัจจัยด้านพฤติกรรม ดังนี้

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า“.... ตัวที่มีอิทธิพลที่สร้างความเพลิดเพลินให้กับน้อง ๆ ได้มากที่สุด คือหนังสือการ์ตูน ถ้าเป็นสมัยก่อน ผู้ใหญ่จะไม่ให้เด็กอ่านหนังสือการ์ตูนเลย แต่ตอนนี้เรารู้แล้วว่าการ์ตูนจะทำให้สมองซีกซ้าย ซีกขวาของเด็ก ๆ ทำงานไปพร้อม ๆ กัน แล้วตัวการ์ตูนมันมาพร้อมความคิดสร้างสรรค์ เรื่องจินตนาการ มีงานวิจัยของจุฬาฯเองที่ทำเรื่องเด็กที่อ่านการ์ตูนพบว่ามีความคิดในเชิงตรรกะ ความรอบรู้ในเรื่องของคณิตศาสตร์มากกว่ากลุ่มเด็กที่ไม่อ่านการ์ตูน ... เราก็เลยจะเน้นเรื่องของความสุข ความเพลิดเพลินจากการเป็นหัวใจสำคัญ ไม่ใช่หนังสือเรียน ...”

### ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มเยาวชนเป็นเรื่องที่นักการสื่อสารให้ความสำคัญ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการอ่านจะต้องเข้าใจ ดังนี้

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “...เด็กช่วงวัยนี้บุคลิกเข้าเป็นอย่างไร จิตวิทยาการเรียนรู้เขาเป็นอย่างไร เช่น เด็กเขาเริ่มโตขึ้น เขาอยากเป็นที่ยอมรับของสังคม อยากมีความเป็นอิสระ เริ่มสนใจเพศตรงข้าม ในกลุ่มผู้ชาย อาจจะชอบอะไรที่โลด โผนผจญภัย สงคราม การกีฬา เด็กผู้หญิงก็เริ่มสนใจเนื้อตัวของตัวเอง ความสวย ความงาม การบ้าน การเรียน แต่ทั้งสองเพศเพิ่งจะหลุดจากวัยประหม่ปลาย ๆ เพราะฉะนั้นเรื่องของเทนิยาย เขาก็ยังชอบอยู่...”

อาจสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ความแตกต่างระหว่างเพศ ความต้องการเป็นอิสระ และความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม สำคัญต่อการผลักดันให้เกิดพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน

นอกจากปัจจัยดังที่กล่าวมา หากพิจารณาจากปัจจัยด้านพฤติกรรม จะเห็นได้ว่า กลุ่มเยาวชนเองก็มีความต้องการความสนุกสนาน เรื่องบันเทิง และความเพลิดเพลิน เช่นเดียวกับความอยากรู้ของใหม่ ๆ การจูงใจและความภาคภูมิใจ ดังที่คุณจรัญ หอมเทียนทองและคุณสุดใจ พรหมเกิดได้กล่าวไว้

คุณจรัญ หอมเทียนทอง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า  
 “... อย่างเด็กบางคนทีไปงานหนังสือ บางคนทีพ่อแม่เขาพาเด็กมา เขาพร้อมจะซื้อหนังสือ เขาก็พา  
 เด็กมาซื้อ แต่พอเราไปเจอพ่อแม่เด็กทีอยู่ในร้านหนังสือในห้าง เขาจะไม่ซื้อให้ลูกเขาเลย ลูกจะเอาก็  
 ไม่ให้ “เล่มทีแล้วลูกซื้อไปยังไม่อ่านนี่ อ่านให้จบก่อน แล้วซื้อเล่มใหม่ไม่ดีหรือ” คือเด็กต้องการ  
 ของใหม่ตลอด ต้องพัฒนาทีพ่อแม่เขา คือเด็กไม่เกียวยเลย ...”

คุณสุตใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า  
 “... เพราะตอนนี้วิกฤตการอ่านมันมีมากขึ้นอย่างไร พ่อเด็กเขารู้ว่ามันเป็นวิกฤตระดับชาติ เขาเป็นตัว  
 เล็ก ๆ ทีจะช่วยเรื่องนี้ได้ ให้เขามีความภูมิใจภูมิใจในการเป็นยุวทูตการอ่านประจำโรงเรียน เพราะ  
 เรามีการประกาศรางวัลด้วยนะคะ ให้ระดับโรงเรียนมีโล่ของสมเด็จพระเทพฯ มีรางวัลจุใจ แต่สำคัญ  
 ก็คือให้เขาเห็นคุณค่าว่า พ่อเขาทำให้เพื่อนคนหนึ่งมีความสุขจากการอ่าน เขาจะภูมิใจในตัวเอง ภูมิใจ  
 ในฐานะทีตนเองเป็นผู้ให้มากกว่ารางวัลทีตนเองได้รับด้วยซ้ำ คุณครูชื่นชม มีเข็มติด...”

### ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

#### ครอบครัว

ทั้งจากการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ พบว่า ครอบครัวถือเป็นตัวแปรสำคัญทีทำให้กลุ่ม  
 เยาวชนมีพฤติกรรมรักการอ่าน โดยผลการวิจัยของ ศุภรางค์ อินทุมภ์ (2553) พบว่า อิทธิพลการ  
 เลี้ยงดูและการสนับสนุนจากครอบครัวทำให้กลุ่มเยาวชนเกิดพฤติกรรมรักการอ่านได้ ดังเช่นคำ  
 สัมภาษณ์ของคุณจรัญ หอมเทียนทองและคุณสุตใจ พรหมเกิด กล่าวว่า

คุณจรัญ หอมเทียนทอง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า  
 “... มนุษย์เราสังคมแรกของเราคือ พ่อแม่เรา คือคนจำนวนมากมายคิดว่า ทำอย่างไรให้เด็กอ่าน แต่  
 เรากลับมองว่า ทีจริงแล้วต้องให้ผู้ใหญ่อ่านก่อน ถ้าผู้ใหญ่ไม่อ่าน เด็กก็ไม่อ่าน ต้นไม้มีพิษ ลูกก็ย่อมมี  
 พิษ นั่นเพราะผู้ใหญ่ไม่อ่านหนังสือ ลูกไม่อ่านหนังสือเพราะให้ลูกอยู่กับคนงานพม่า คุณไม่อ่าน  
 หนังสือ คุณอ้างว่า ไม่สะดวก เพราะฉะนั้นการให้เด็กอ่านหนังสือ คนทีอยู่กับเขาต้องฝึกฝนทีผู้ใหญ่  
 สำคัญมากที่สุด ทำอย่างไรก็แล้วแต่ คนทีออกเงินซื้อหนังสือคือพ่อแม่เขาซื้อ อย่างเด็กบางคนทีไปงาน  
 หนังสือ บางคนทีพ่อแม่เขาพาเด็กมา เขาพร้อมจะซื้อหนังสือ เขาก็พาเด็กมาซื้อ แต่พอเราไปเจอพ่อ  
 แม่เด็กทีอยู่ในร้านหนังสือในห้าง เขาจะไม่ซื้อให้ลูกเขาเลย ลูกจะเอาก็ไม่ให้ “เล่มทีแล้วลูกซื้อไปยังไม่  
 อ่านนี่ อ่านให้จบก่อน แล้วซื้อเล่มใหม่ไม่ดีหรือ” คือเด็กต้องการของใหม่ตลอด ต้องพัฒนาทีพ่อแม่เขา  
 คือเด็กไม่เกียวยเลย ...”

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “... มนุษย์หรือเด็กเล็ก ๆ สามารถมีการเรียนรู้ได้ตั้งแต่เด็ก ๆ เราก็เลยไปรณรงค์ตั้งแต่แม่ตั้งครรภ์ ให้ ความรู้ความเข้าใจว่า ตัวแม่สามารถอ่านหนังสือให้ลูกฟังได้โดยเฉพาะ 6 เดือนแรกของชีวิต ที่ได้รับรู้ ชุ่มเสียงของคนเป็นพ่อ เป็นแม่แล้ว รับรู้ชุ่มเสียงของภายนอกแล้ว ...”

และทั้งการศึกษาของสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (2551) และบทสัมภาษณ์ของ คุณจรัญ หอมเทียนทอง ชี้ให้เห็นว่ารายได้ที่แตกต่างกันของครอบครัวมีผลต่อความเหลื่อมล้ำด้าน พฤติกรรมรักการอ่านของเยาวชน ดังที่

คุณจรัญ หอมเทียนทอง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “... เด็กในกรุงเทพฯ พ่อแม่มีเงินก็ไม่มีปัญหา ลูกคนมีเงิน พ่อแม่เขาจะเห็นความสำคัญของการอ่าน เขาก็จะเอาหนังสือให้ลูกเขาอ่าน แต่เด็กในชนบทเรา พ่อแม่ไม่มีตังค์ ไม่รู้จะเอาหนังสืออะไรอ่าน ห้องสมุดไม่ใช่คำตอบสำหรับพวกเขา เพราะห้องสมุดนั้นไม่ได้ทำหน้าที่เป็นห้องสมุดให้เด็กในชนบทได้ มีโอกาสในการอ่านหนังสือ คือน่าสงสารที่สุด คือ รัฐบาลไม่เคยมีนโยบายอะไรเกี่ยวกับการอ่านเป็น เรื่องเป็นราว...”

จากบทสัมภาษณ์ของคุณจรัญ หอมเทียนทอง จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญใน การพัฒนาการอ่านของเยาวชน นั่นคือ นโยบายและการทำงานของรัฐบาล ซึ่งจะนำเสนอรายละเอียด ต่อไป อย่างไรก็ตาม คุณสุดใจ พรหมเกิด กลับมองในทิศทางตรงข้ามกันว่า ฐานะของครอบครัวไม่ได้ทำ ให้เด็กเกิดพฤติกรรม หากแต่เกิดจากความเข้าใจในความต้องการด้านพฤติกรรม และด้านบุคคลของ เยาวชนว่า มีความต้องการด้านความบันเทิง ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินเป็นสำคัญ ดังที่ กล่าวว่า

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “... ถ้า เด็กได้เจอความสุข ความเพลิดเพลินจากการอ่าน เด็กจะกลายเป็นเด็กที่รักการอ่านไปตลอดชีวิต แล้วก็สร้างกระบวนการเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง ไม่ขึ้นกับเศรษฐฐานะ ไม่ขึ้นกับฐานะทางการเงิน ของครอบครัว ไม่ขึ้นว่าครอบครัวนั้นจะยากดีมีจนอย่างไร พ่อแม่ฉลาดหรือไม่ฉลาด แต่ตัวการตัวนี้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เด็กหลงรักการอ่านได้ ...”

## โรงเรียน

นอกเหนือจากผู้ปกครองแล้ว โรงเรียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งครู ครูบรรณารักษ์ คือปัจจัยสำคัญ ในการผลักดันพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชนได้ดีอีกด้วย (ศุภางค์ อินทฤทธิ์, 2553; คุณสุดใจ พรหมเกิด ) เช่นเดียวกัน อิทธิพลของเพื่อนจะทำให้กลุ่มเยาวชนเกิดแรงบันดาลใจที่จะปฏิบัติ

ตาม โดยคุณสุดใจ พรหมเกิด ใช้กลยุทธ์การสร้างยุวทูตการอ่าน เป็นผู้นำ และอาสาสมัครส่งเสริมการอ่าน

### บุคคลที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเยาวชน

เยาวชนมักจะเลียนแบบการกระทำของบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ ตามที่คุณสุดใจ พรหมเกิด ได้เข้าใจและเห็นความสำคัญในการใช้บุคคลที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเยาวชนเพื่อช่วยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม ดังที่

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “... เราก็พยายามเอาไอดอลต่าง ๆ ที่เป็นไอดอลของเด็ก มาทำให้เด็กเห็นว่าคนดังเขาก็อ่านหนังสือนะ มาจูงใจว่าคนดังเขาชอบอ่านหนังสือแบบไหน อะไร อย่างไร ใครดังขึ้นมาเราก็จะพยายามมีบทความ ไปสัมภาษณ์เขา ว่าคนดังเหล่านี้อ่านหนังสืออะไร ทำไมชอบอ่าน เพื่อที่จะเป็นแนวทางให้เด็ก ๆ สนใจ เช่น นักกีฬา ผู้ประกาศข่าว ดารา นักร้อง เราอยากให้หลากหลายมากเลย แม้กระทั่งคนที่อยู่แวดวงผลิตหนังสือเอง ที่เป็นผู้บริหาร เราก็จะรวบรวมไว้ในหนังสือ ...”

### นโยบายและการทำงานของรัฐบาล

จากที่ได้กล่าวไว้ตอนต้น ว่านอกจากความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมแล้ว คุณเจริญ หอมเทียนทอง ยังชี้ให้เห็นว่า อุปสรรคสำคัญอีกเรื่องหนึ่งของการไม่สามารถขับเคลื่อนพฤติกรรม ของกลุ่มเยาวชนได้ เกิดขึ้นจาก นโยบายและการทำงานของรัฐบาลที่ไม่สนับสนุนมิติด้านการอ่านอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลเป็นลูกโซ่ต่อการพัฒนาประเทศ ดังที่กล่าวว่า

คุณเจริญ หอมเทียนทอง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “... เช่นในชนบท เราเคยเอาหนังสือเล่มหนึ่งไปให้เด็กก่อสร้าง เด็กในชนบทโอกาสเข้าถึง เขาอยากเรียนหนังสือ แต่โอกาสเข้าถึงเขาน้อย เพราะอะไร เพราะรัฐ ไม่มีเงินให้เขา รัฐคือห้องสมุดโรงเรียน ห้องสมุดต่าง ๆ ไม่มีเงินซื้อหนังสือ รัฐบาลทุกรัฐบาล ไม่ใช่รัฐบาลชุดนี้นะ ทุกรัฐบาลที่ผ่านมา ไม่เคยมีนโยบายอะไรเลยเกี่ยวกับหนังสือ เด็กในชนบทไม่มีโอกาสเข้าถึงหนังสือเลย ห้องสมุดในชนบทก็ไม่มีหนังสือ เพราะกลายเป็นที่เก็บของ ... คือรัฐบาลไม่เคยตั้งงบประมาณรายจ่ายประจำปีเป็นงบการอ่าน มันจึงเป็นผลให้กับประเทศชาติ ที่เด็กในประเทศนี้อ่านหนังสือน้อย พออ่านหนังสือน้อยมันก็ส่งผลกับประเทศเรา ... เราไปดูงานสิงคโปร์ ดูจนกระทั่งเงินที่เราดูงาน สามารถสร้างตึกให้เขาได้ตึกหนึ่ง คือหน่วยงานที่รับผิดชอบการอ่านบ้านเรา มันไม่ชัดเจน ระบบกระทรวงศึกษามันไม่ใช่ ...”

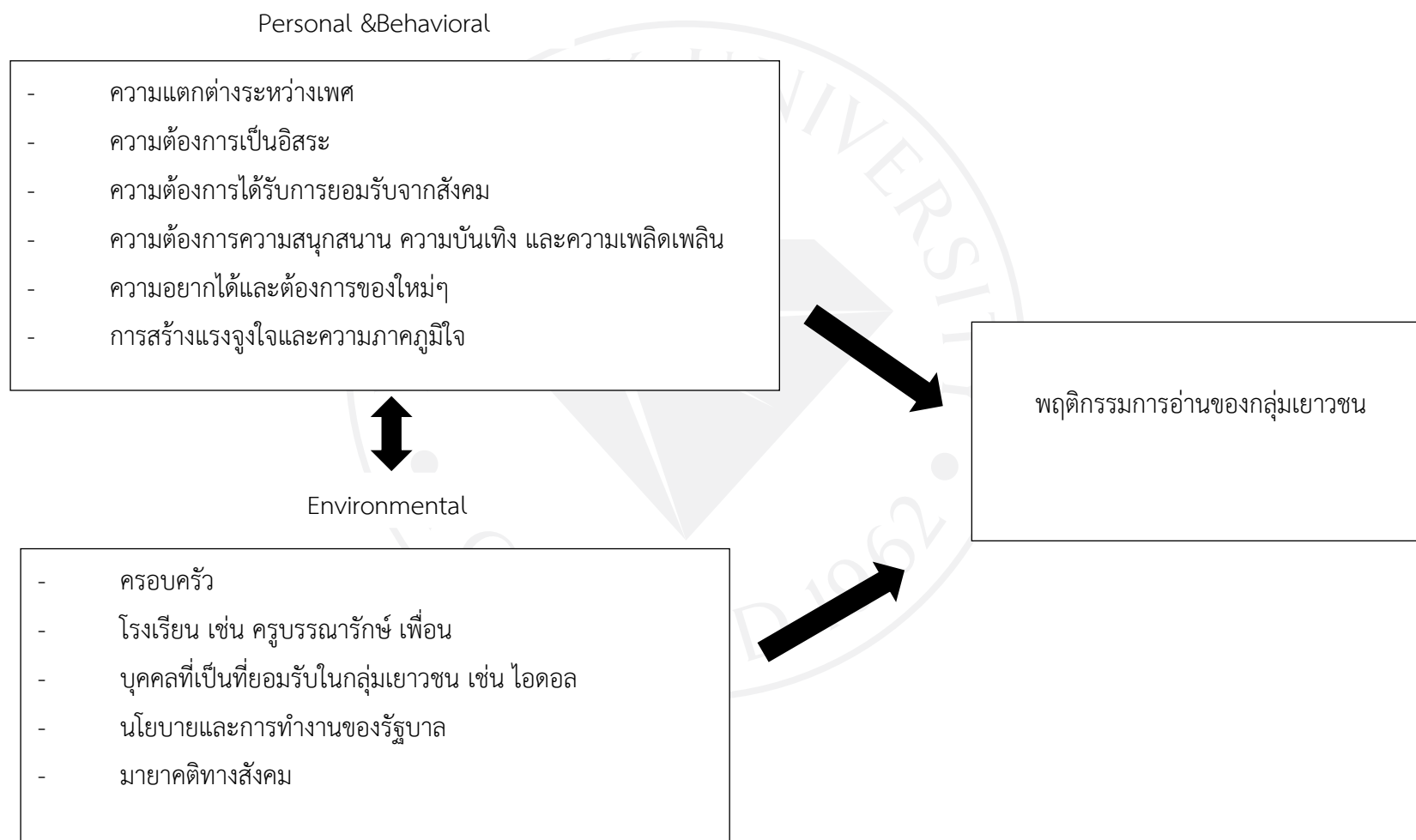
### มายาคติทางสังคม

คุณจรัญ หอมเทียนทอง ยังได้สะท้อนภาพความจริงในสังคมเรื่องค่าหนังสือที่มีราคาแพง โดย

คุณจรัญ หอมเทียนทอง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “... การที่คนเราพูดว่าหนังสือแพง แล้วไม่อ่านหนังสือมันเป็นมายาคติ มายาคติที่คนบ้านเราบอกว่า หนังสือแพง หนังสือบ้านเรา ถ้าเราไปเปรียบเทียบกับสังคมนิยมทั่วไป ไม่ว่าจีน จีนก็ไม่เสรีนิยมนะ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย หนังสือบ้านเราราคาถูกมาก ขณะที่การผลิตเริ่มต้นที่ 1,000 เล่ม ขณะที่ในต่างประเทศเขาเริ่มต้นที่ ห้าหมื่นเล่ม หนังสือบ้านเราราคาถูกมาก แต่มันเป็นมายาคติที่คนพยายามจะพูดว่าหนังสือบ้านเราแพง ผมมีความเชื่อว่า คนที่คุยว่าหนังสือบ้านเราแพง คือคนที่ไม่อ่านหนังสือ เข้าใจเอาเหตุผลว่า เขาไม่อ่านหนังสือ เพราะหนังสือมันแพง ....”



ภาพที่ 4.1: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3



ภาพที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 เกิดจากปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ความต้องการเป็นอิสระ และการได้รับการยอมรับจากสังคม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ครอบครัว โรงเรียน มายาคติ และนโยบายของรัฐบาล

#### 4.2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมกรรมการอ่านของกลุ่มเยาวชน ประกอบด้วย เข้าใจและระบุกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาเนื้อหาสาระ เลือกใช้สื่อที่เหมาะสม และเติมเต็มด้วยกิจกรรมรณรงค์

##### เข้าใจและระบุกลุ่มเป้าหมาย

นักสื่อสารจำเป็นที่จะต้องรับทราบและเข้าใจว่าเราต้องการสื่อถึงกลุ่มใด ทั้งนี้เพื่อสามารถพัฒนาเนื้อหาสาระและเลือกใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม ดังที่

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า“... อย่างกลุ่มแม่ตั้งครรภ์ เราก็ไปกระตุ้นกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ แต่ถ้าเป็นกลุ่มวัยมัธยมเราก็เจาะกลุ่มครู กลุ่มผู้บริหาร ...”

โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มเยาวชน เป็นกลยุทธ์สำคัญด้านแรกในการที่จะพัฒนาการสื่อสาร เพื่อให้กลุ่มเยาวชนเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม ดังที่คุณสุดใจ พรหมเกิด ยกตัวอย่างเนื้อหาสาระของหนังสือที่เหมาะสมและกลุ่มเยาวชนเข้าถึงได้ ดังนี้

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า“... เรา จะเห็นว่า นิยายอย่าง แฮรี่พ็อตเตอร์ กลุ่มนิยายกลุ่มนี้ก็ยังผูกใจเด็กกลุ่มนี้ให้มาหลงรักการอ่านได้ เด็กหลายคนแม้จะยังไม่ได้อ่านหนังสือฟิกเชอร์บุ๊กแบบนี้ (หนังสือภาพ) มาเจอหนังสือแบบนี้ หรือว่า มาเจอฟิกเชอร์บุ๊กสักชนิดหนึ่ง ก็สามารถกระโดดไปเอนทิเนียนแบบนั้นได้เลย ขอให้ชอบ แม้กระทั่ง ประสบการณ์ตรงของพี่เจเอง พี่เจมีลูกในวัยนี้ก็มารักแฮรี่พ็อตเตอร์หัวปักหัวปำ ตั้งแต่ประถมปลายถึง ม.ต้น...”

##### พัฒนาเนื้อหาสาระ

##### เน้นการใช้ภาพในการเล่าเรื่อง มีเนื้อหาที่สั้น กระชับ เข้าใจได้เร็ว

การได้รับทราบและเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมายของนักสื่อสารจากที่กล่าวมาข้างต้นว่าเรา ต้องการสื่อสารถึงกลุ่มใดแล้ว เราสามารถนำมาพัฒนาสารโดย ดังที่

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า“... ต้อง

ใช้หนังสือที่มันแตกต่าง ยกตัวอย่างเช่น เด็กในครรภ์ที่มีอายุตั้งแต่ 6 เดือน จนถึง 3 ปี ต้องใช้หนังสือภาพที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก มีบทบรรยายเล็กน้อย โดยหนังสือภาพนี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่ใช้บรรจงให้แม่ตั้งครรภ์หรือแม่ที่มีลูกเล็ก ๆ แรกเกิดถึง 3 ขวบ อ่านหนังสือกับลูก จากที่กล่าวมาในตอนต้นแล้วว่า มารดาที่มีอายุครรภ์ตั้งแต่ 6 เดือน สามารถอ่านหนังสือกับเด็กในครรภ์ได้ เนื่องจากเด็กจะรับรู้ได้ถึง ชุ่มเสียงของผู้เป็นพ่อแม่ได้แล้ว ...หรือนิยายอย่าง แฮรี่พ็อตเตอร์ ที่ได้กล่าวไป ในตอนต้นซึ่งนิยาย เรื่องดังกล่าว มีเนื้อหาสาระ ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเยาวชน ที่ต้องการความเพลิดเพลินจากการ อ่าน ที่สามารถส่งเสริมด้านจินตนาการ ให้กับกลุ่มเยาวชน ได้กลับมาหลงรักการอ่านหนังสืออีกครั้ง...”

“... เราจะเห็นว่า นิยายอย่าง แฮรี่พ็อตเตอร์ กลุ่มนิยายกลุ่มนี้ก็ยังผูกใจเด็กกลุ่มนี้ให้ มาหลงรักการอ่านได้ เด็กหลายคนแม้จะยังไม่ได้อ่านหนังสือฟิกเชอร์บุ๊กแบบนี้ (หนังสือภาพ) มาเจอ หนังสือแบบนี้ หรือว่ามาเจอฟิกเชอร์บุ๊กสักชนิดหนึ่ง ก็สามารถกระโดดไปในเทคนิคนิยายแบบนี้ได้เลย ขอให้ชอบ...”

หลังจากหนังสือภาพ ที่เน้นรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ มีคำบรรยายเล็กน้อย ซึ่งเหมาะกับ เด็กเล็กจนถึงวัยประถม เมื่อเริ่มเป็นเยาวชน เนื้อหาที่เหมาะสมกับเยาวชน ก็ควรเป็นเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของช่วงวัย โดยปรับจากหนังสือที่มีเนื้อหา สั้น กระชับ เป็นวรรณกรรมที่มีตัวหนังสืออย่าง เดียว

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “...ที่นี้ ขยับจากฟิกเชอร์บุ๊ก หนังสือที่มันมีภาพ และมีคำบรรยายน้อย ๆ กระชับขึ้นเป็นการดู สดท้าย ปลายทาง เราอยากให้เด็กไปถึงวรรณกรรม ที่เป็นแค่ตัวหนังสือ แต่เด็กก็จะสนุก...”

วรรณกรรมที่เยาวชนควรอ่านก่อนเป็นผู้ใหญ่นั้น ได้รับคัดเลือกมา 50 ชื่อเรื่อง ยกตัวอย่าง เช่น โต๊ะโตะจัง เด็กหญิงขำหน้าต่า, เจ้าชายน้อย (ฉบับครบรอบ 70 ปี), วินนี่ เดอะ พูห์, ขวัญสงฆ์, วัยฝันวันเยาว์, ฝัเสื้อและดอกไม้, ความสุขของกะทิ ฯลฯ

กลุ่มเยาวชนเมื่อเขาได้พบกับหนังสือที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจของตนแล้ว พวกเขาก็จะ เกิดความสุขในการอ่าน ตามที่คุณสุดใจ พรหมเกิด ให้ความสำคัญกับ “...ความสุข ความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่านหนังสือ...” โดยกลยุทธ์ที่ใช้คือเนื้อหาหนังสือที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเยาวชน ได้แล้ว ทางผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารก็จะจัดกิจกรรมผ่านสื่อที่ เหมาะกับช่วงวัย โดยจะกล่าวในช่วง ถัดไป

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) ยังกล่าวอีกว่า “...กลุ่มเยาวชนยังต้องการคำแนะนำที่ดีจากครูบรรณารักษ์ พ่อ แม่ เพื่อน เกี่ยวกับหนังสือที่ดีให้กับ ตนเอง แม้ว่ากลุ่มเยาวชนต้องการเลือกในสิ่งที่ตนสนใจก็ตาม เพราะคำแนะนำที่ดี จะช่วยเพิ่มความ หลากหลายของเนื้อหาสาระ ให้กลุ่มเยาวชนได้เลือกเนื้อหาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น...”

หลังจากนักสื่อสารได้รู้กลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาเนื้อหาของสารที่จะส่งถึงนักเรียนเรียบร้อยแล้ว กลยุทธ์การสื่อสารที่จะนำเนื้อหาสารไปถึงกลุ่มเยาวชน ทางคุณสุดใจ พรหมเกิด ได้เน้นถึงการสื่อสารที่ให้ผู้เรียน หรือกลุ่มเยาวชนได้รับความรู้ ไปพร้อม ๆ กับความสนุกที่ได้ร่วมกิจกรรม หรือเรียกอีกอย่างได้ว่า เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) คือการเรียนรู้ผ่านสื่อที่ให้ผู้เรียนได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน โดยสื่อที่ใช้จะกล่าวในลำดับถัดไป

### สารบันเทิง (Edutainment)

คือให้ผู้เรียนเกิดความสุขจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่โรงเรียนจัดขึ้น

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “...ใช้กระบวนการอ่านเนี่ยนะคะพัฒนาตัวเอง พัฒนาศักยภาพของตนเองได้ตลอดชีวิต ซึ่งในลักษณะของโรงเรียนเนี่ยคะ เราก็มักจะเน้นเรื่องของความสุขความเพลิดเพลินจากอ่านเนี่ยเป็นหัวใจสำคัญ ไม่ใช่หนังสือเรียนแต่เด็กบางคนอาจจะชอบอ่านหนังสือเรียนก็ได้ถ้าหนังสือเรียนนั้นทำให้เขามีความสุข ความเพลิดเพลิน แต่เราไม่เน้นเรื่องหนังสือเรียนเลย พยายามให้เด็กเพลิดเพลินกับหนังสือต่าง ๆ ...”

นอกจากการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสื่อแล้ว นักสื่อสารยังมีกลยุทธ์เรื่องการสร้างแรงบันดาลใจจากเนื้อหาสาระในหนังสือ เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ให้กับเยาวชน โดยการยกตัวอย่างบุคคลสำคัญ แล้วนำผลงานมาพัฒนาเนื้อหาสาระเป็นหนังสือ ที่ประกอบเรื่องราวเป็นการตุน ซึ่งเน้นเล่าเรื่องราวของบุคคลสำคัญเป็นภาพการ์ตูนเสียส่วนใหญ่ภายในเล่ม มีบทบรรยายเพียงเล็กน้อย และในท้ายเล่ม ก็เพิ่มเติมด้วยประวัติของบุคคลสำคัญดังกล่าว กลยุทธ์เรื่องการสร้างแรงบันดาลใจนี้จะช่วยกระตุ้นเราให้กลุ่มเยาวชนอ่านหนังสือ เนื่องจากมีภาพการ์ตูนที่กลุ่มเยาวชนชื่นชอบ มีบทบรรยายเพียงเล็กน้อย มีสีสันสะดุดตา โดยจะกล่าวในส่วนต่อไป

### เนื้อหาที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ

การนำบุคคลสำคัญของโลก คือ ดร.ป๋วย อึ๊งภากร มาเป็นกลยุทธ์ในการจัดทำเนื้อหา โดยเล่าเรื่องเป็นภาพการ์ตูนมีบทบรรยายเล็กน้อย เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ให้กับกลุ่มเยาวชน

คุณสุดใจ พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า “...กลยุทธ์สำคัญ ๆ อีกอันนึงนะคะ เราก็จะมองจังหวะว่า อย่างป๋วย อึ๊งภากร ท่านได้รับการประกาศเกียรติคุณเป็นบุคคลสำคัญของโลกจากยูเนสโก เราก็ทำชุดหนังสือขึ้นมาเพื่อทั้งคู่ ทั้งนักเรียนให้สนใจ อย่างเช่นงานเขียน จากกรรมมาตาถึงเชิงตะกอน ถือว่าเป็นงานเขียนที่มีการกล่าวขวัญถึงมากที่สุด แล้วก็มิติอิทธิพลที่ทำให้ นักกิจกรรมทางสังคม นักพัฒนาสังคมหลาย ๆ คนเนี่ย เอามาเป็นฐานในการรณรงค์เรื่องดี ๆ ขึ้นในสังคม ทีนี้ถ้าสมมุติว่ามันเป็นแค่ข้อเขียน ถ้าเป็นข้อเขียนเฉย ๆ เนี่ย คนอื่นอ่านทั่วไปอาจจะสร้างแรงบันดาลใจ แต่ถ้าเป็นเด็กกลุ่มวันนี้ เด็กช่วงกลุ่มวัยมัธยม อาจจะารู้จักท่าน

มาก่อน เราก็เอาประวัติของท่านมาเขียนให้เด็ก ๆ รับรู้อย่างสั้น ๆ แล้วเอางานเขียนของท่านมา เราก็เอามาประกอบกับเรื่องราวของการ์ตูน ก็จะทำให้เด็ก ๆ สนใจหนังสือเล่มนี้ แล้วก็ทางโครงการร้อยปีของอาจารย์ปวย โดยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร้นำรักมาก เขาพิมพ์หนังสือชุดนี้แสนกว่าเล่มนะคะ มอบให้กับห้องสมุดของโรงเรียนต่าง ๆ เพื่อไปกระตุ้นการเรียนรู้ของเด็ก ๆ ...”

จากการที่นักสื่อสารได้เข้าใจและระบุกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสามารถพัฒนาเนื้อหาสาระของสารที่จะส่งถึงกลุ่มเยาวชนได้แล้ว สิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จคือ สื่อ สื่อที่ผู้เชี่ยวชาญเลือกใช้ในกลุ่มยุทธการสื่อสารครั้งนี้ คือ กลุ่มเยาวชนที่เป็นยุวทูตการอ่าน เป็นผู้นำให้กับเพื่อน โดยยุวทูตการอ่านเป็นสื่อ ระหว่างนักเรียนกับหนังสือ ให้นักเรียนอ่านหนังสือ ยุวทูตการอ่านถือเป็นปัจจัยแวดล้อมที่เป็นต้นแบบให้กับกลุ่มเยาวชน

### การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม

#### ใช้ยุวทูตการอ่าน

คุณสุจิต พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า“...ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนแล้วก็กระบวนการส่งเสริมการอ่านของเด็ก ๆ ก็คือตัวเด็ก เราจะให้เด็ก ๆ มีบทบาทหน้าที่เป็นยุวทูตการอ่าน เป็นผู้นำการอ่าน เป็นอาสาสมัครส่งเสริมการอ่าน ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการอ่านในโรงเรียน...”

กลยุทธ์อีกอย่างหนึ่งที่ใช้ คือ การนำไอดอลของกลุ่มเยาวชนมาจูงใจนักเรียน ตามที่ คุณสุจิต พรหมเกิด ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การเลือกใช้ไอดอลของเยาวชน นำข้อคิดเห็น บทสัมภาษณ์ มาลงในหนังสือ มาจัดทำเป็นเรื่องราว

#### การใช้เน็ตไอดอล

คุณสุจิต พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า“...ยกตัวอย่าง เราก็พยายามเอาไอดอลต่าง ๆ ที่เป็นไอดอลของเด็ก มาทำให้เด็กเห็นว่าคนดังเค้าก็อ่านหนังสือนะ มาจูงใจ ว่าคนดังเค้าชอบอ่านหนังสือแบบไหน อะไร ยังไง ใครดังขึ้นมาเราก็จะพยายามมีบทความ ไปสัมภาษณ์เค้า ว่าคนดังเหล่านี้่านหนังสืออะไร ทำไมชอบอ่าน เพื่อที่จะเป็นแนวทางให้เด็ก ๆ สนใจ เช่น นักกีฬา ผู้ประกาศข่าว ดารา นักร้อง เราอยากให้หลากหลายมากเลย แม้กระทั่งคนที่อยู่แวดวงผลิตหนังสือเอง ที่เป็นผู้บริหาร เราก็จะรวบรวมไว้ในหนังสือ...”

กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้เติมเต็มสำหรับโครงการอ่านสร้างสุข คือใช้การรณรงค์ ให้กลุ่มเยาวชนอ่าน โดยที่จัดขึ้นนั้นมีครบครบถ้วนลักษณะเป็นแกนนำจัดทำกิจกรรมและมีนักเรียนที่เป็นยุวทูต ร่วมกันจัดที่เหมาะสมกับช่วงวัย

คุณสุจิต พรหมเกิด (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2559) กล่าวว่า“...ครูบรรณालักษณ์ก็สามารถจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยให้เค้าได้ แต่กลยุทธ์ที่เราใช้แล้วได้ผลมาก ๆ อันนี้ ซึ่งเราคิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์ แล้วก็พยายามทำเรื่องนี้ไปทั่วประเทศเลย ก็คือเราพยายามทำให้เกิดโปรเจกต์โรงเรียนอ่านสร้างสุข ตัวโรงเรียนอ่านสร้างสุข จะเป็นโรงเรียนที่ทำงานร่วมกับผู้นำในชุมชน ทำงานร่วมกับชุมชนตั้งแต่ระดับผู้บริหาร มีคุณครูแกนนำบรรณารักษ์...”

### **เติมเต็มด้วยกิจกรรมรณรงค์**

ในการรณรงค์อ่าน จัดขึ้นโดยแผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่าน ซึ่งมีกิจกรรมที่จัดขึ้นถึง 73 กิจกรรม ที่โดดเด่น อาทิเช่น

#### **กิจกรรมหนังสือเดินได้**

ดำเนินการโดยมีเจ้าหน้าที่ จะนำกระเช้าหนังสือไปวางตามจุดต่าง ๆ ในโรงเรียน ในเวลาเช้าและพักกลางวัน ซึ่งนักเรียนใช้บริการได้ ตามจุดต่าง ๆ ภายในโรงเรียน ในเวลาเช้ามืดก่อนเข้าเรียนและเวลาพักกลางวัน

ผลที่ได้ คือ นักเรียนที่ร่วมกิจกรรม เกิดความอยากอ่านหนังสือที่น่าสนใจ มีภาพประกอบสวยงาม นักเรียนมีพัฒนาการด้านการอ่านเพิ่มขึ้นจากการได้อ่านหนังสือที่หลากหลาย

#### **กิจกรรมนิทานคุณธรรม**

ให้นักเรียนได้ประดิษฐ์หนังสือเป็นหนังสือการ์ตูน พร้อมแต่งเป็นนิทาน และนักเรียนต้องวาดภาพในหนังสือประกอบ นิทานคุณธรรมของตนเอง ซึ่งหนังสือนิทานคุณธรรมต้องสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม และข้อคิดต่าง ๆ ลงไป

ผลสำเร็จที่ได้ คือ นักเรียนเกิดความคิด สร้างสรรค์จินตนาการและมีทักษะจากการประดิษฐ์หนังสือ

#### **กิจกรรมยุวทูตรักการอ่าน**

จะคัดเลือกยุวทูตรักการอ่านห้องละ 5 คน ให้ยุวทูตการอ่านมาช่วยกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านให้กับเพื่อนนักเรียน

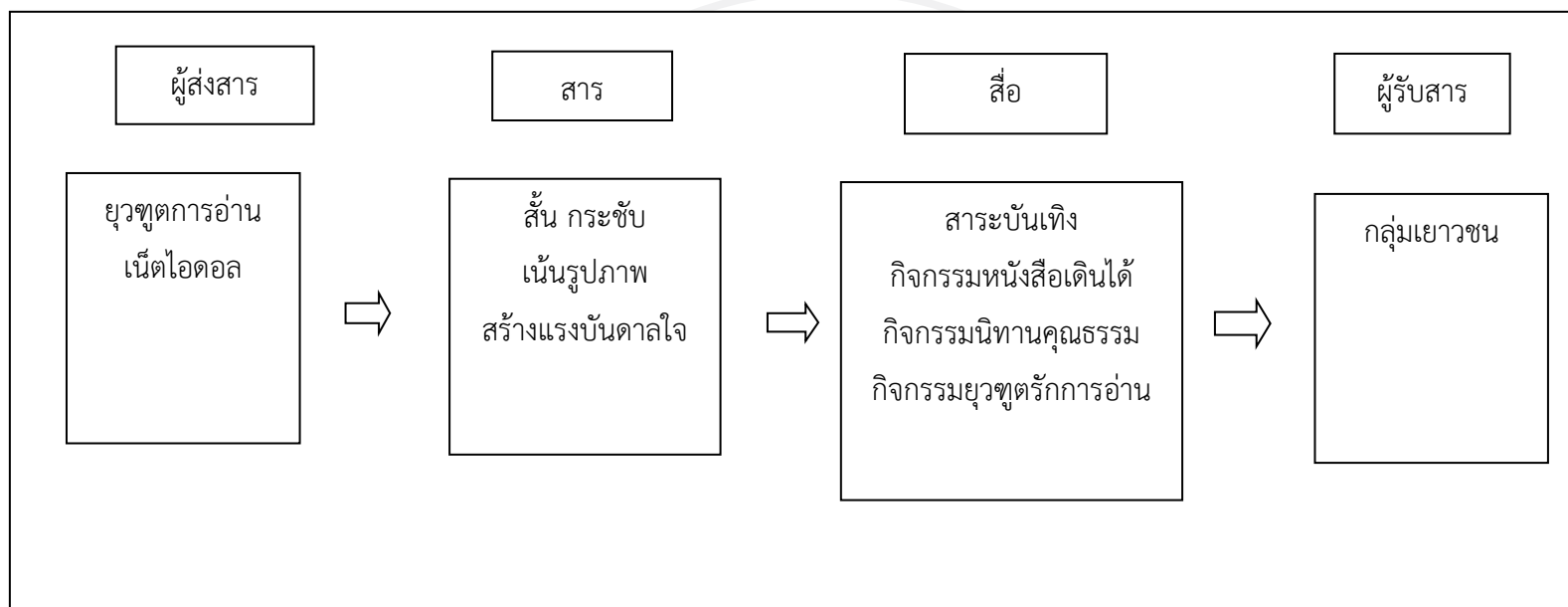
ผลสำเร็จที่ได้รับจากกิจกรรมยุวทูตรักการอ่าน คือ ยุวทูตการอ่านและเพื่อนนักเรียน เกิดนิสัยรักการอ่านที่ยั่งยืน

#### **กิจกรรมการส่งเสริมทางปัญญา**

โรงเรียน ห้องสมุดและบริเวณโรงเรียน จะถูกจัดให้มีมุมรักการอ่าน จัดตะกร้าหนังสือไว้ตามจุดต่าง ๆ ภายในโรงเรียน

ผลสำเร็จคือ เกิดแหล่งความรู้เพิ่มขึ้น จากที่ก่อนหน้านี้มีเฉพาะห้องสมุด ทำให้นักเรียนมีความรู้และเกิดประสบการณ์

ภาพที่ 4.2: กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของกลุ่มเยาวชน



จากภาพที่ 4.2 สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของกลุ่มเยาวชน คือ มีผู้ส่งสารเป็นยูวทูตการอ่าน โดยใช้หนังสือที่มีเนื้อหาที่สั้นกระชับ สามารถเข้าใจได้ง่าย รวมทั้งสร้างแรงบันดาลใจได้เป็นสาร โดยผ่านสื่อที่อยู่ในรูปแบบของกิจกรรม อาทิ กิจกรรมหนังสือเดินได้ เพื่อเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของกลุ่มเยาวชนที่เป็นผู้รับสารในครั้งนี้

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

##### ปัจจัยด้านพฤติกรรม

ผลการศึกษา สอร. (2551) พบว่า กลุ่มเยาวชนมีพฤติกรรมการอ่านไม่นานนักเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ไม่เกิน 1 ชั่วโมง (PUBAT, 2558) ถึง 1 ชั่วโมง 18 นาที (สอร., 2551) โดยชอบอ่านหนังสือที่อยู่นอกตำราเรียนมากกว่าหนังสือที่อยู่ในตำราเรียน ต่างกันอยู่ที่ 9 นาที (สอร., 2551) โดยเฉพาะหนังสือการ์ตูน ทั้งนี้เพราะเด็กต้องการความสนุกสนาน ความบันเทิง และความเพลิดเพลินเป็นสำคัญ (PUBAT, 2558) เด็กยังจะได้รับความรู้ การสร้างความคิด จินตนาการ และหลักคิดเชิงเหตุและผลจากหนังสือการ์ตูน

##### ปัจจัยด้านบุคคล

ของกลุ่มเยาวชนได้แก่ ความต้องระหว่างเพศ เช่น ผู้ชายอาจชอบเกี่ยวกับเรื่องโลดโผน ผจญภัยสงคราม ในกลุ่มเด็กผู้หญิง อาจชอบเรื่องความสวยงาม การบ้านการเรียน

การเข้าใจกลุ่มเยาวชน เช่น เมื่อเด็กเริ่มโต เขาต้องการการยอมรับจากสังคม อยากมีความเป็นอิสระ เริ่มสนใจในเพศตรงข้าม จะช่วยสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรม อย่างการเป็นยุวทูตการอ่าน ประจำโรงเรียน จะสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดขึ้นกับเยาวชนได้ ทำให้เห็นค่าในตนเอง

##### ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

##### ครอบครัว

เป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมการอ่าน โดยผลการวิจัยของ ศุภรางค์ อินทุมภ์ (2553) พบว่า อิทธิพลการเลี้ยงดูทำให้กลุ่มเยาวชนเกิดพฤติกรรมการอ่าน

จากคำสัมภาษณ์ของคุณจรัญ หอมเทียนทอง กล่าวว่า หากต้องการให้เด็กเกิดพฤติกรรมรักการอ่าน ต้องเริ่มต้น โดยพ่อแม่ เป็นตัวอย่างให้กับเด็ก เด็กก็จะทำตามพ่อแม่ต้นเช่นกัน จากคำ

สัมภาษณ์ของคุณสุดใจ พรหมเกิด กล่าวว่า เด็กสามารถรับรู้เสียงของการอ่านให้เด็กฟัง ตั้งแต่มีอายุครรภ์ 6 เดือนแรกของชีวิต

ทั้งการศึกษาของ สอร. (2551) และบทสัมภาษณ์ของคุณจรรย์ หอมเทียนทอง ชี้ให้เห็นว่า รายได้ที่แตกต่างกันของครอบครัวมีผลต่อความเหลื่อมล้ำด้านพฤติกรรมของเยาวชน ดังที่คุณจรรย์ หอมเทียนทอง กล่าว

แต่อีกด้านหนึ่ง ทางคุณสุดใจ พรหมเกิด กลับมองตรงข้ามว่า รายได้ของครอบครัวไม่ได้ทำให้เด็กเกิดพฤติกรรม หากแต่เกิดจากความเข้าใจในความต้องการ และด้านบุคลิกของกลุ่มเยาวชนว่า มีความต้องการด้านความบันเทิง ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินเป็นสำคัญ

### โรงเรียน

เป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เกิดพฤติกรรมรักการอ่านของกลุ่มเยาวชนได้ดีอีกด้วย โดยเฉพาะครูในโรงเรียน

รวมทั้งอิทธิพลของเพื่อนจะทำให้กลุ่มเยาวชนเกิดการปฏิบัติตาม โดยการใช้กลยุทธ์การสร้าง ยุทธการอ่าน เป็นผู้นำ ให้กับเพื่อนนักเรียน

### บุคคลที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเยาวชน

การใช้บุคคลที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเยาวชนเพื่อช่วยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม โดยกลุ่มเยาวชนมักจะเลียนแบบบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ เช่น การใช้ไอดอลของเด็ก มาจูงใจ ให้เด็กสนใจ เช่น นักกีฬา ดารา นักร้อง ผู้ประกาศข่าวหรือคนที่อยู่ในแวดวงผลิตหนังสือ

### นโยบายและการทำงานของรัฐบาล

ที่ไม่สนับสนุนมิติด้านการอ่าน จึงเป็นอุปสรรคสำคัญอีกด้านหนึ่งของการไม่สามารถขับเคลื่อนพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชนได้

### มายาคติทางสังคม

มายาคติที่เกิดขึ้นในสังคม เกี่ยวกับราคาของหนังสือ คือเหตุให้คนเราไม่อ่านนั้น นักสื่อสารได้อธิบายว่า เป็นเพียงข้ออ้างของบุคคลที่ไม่อ่านหนังสือ เนื่องจากห้องสมุดโรงเรียนก็จัดให้มีการอ่านหนังสือฟรี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

## ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประกอบด้วย เข้าใจและระบุกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาเนื้อหาสาระ เลือกใช้สื่อที่เหมาะสม และ  
เติมเต็มด้วยกิจกรรมรณรงค์

### เข้าใจและระบุกลุ่มเป้าหมาย

นักสื่อสารต้องรับทราบและเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการสื่อสารด้วย เพื่อพัฒนา  
เนื้อหาสาระและสามารถเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม ตรงกลุ่มเป้าหมาย ดังที่คุณสุจิตใจ พรหมเกิด ยกตัวอย่าง  
หากกลุ่มแม่ตั้งครรภ์ นักสื่อสารก็ต้องไปกระตุ้นกลุ่มแพทย์ หรือกลุ่มวัยมัธยมนักสื่อสารก็ต้องเจาะ  
กลุ่มครู กลุ่มผู้บริหาร

การทราบถึงปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มเยาวชน เป็นกลยุทธ์สำคัญด้านแรกในการที่จะพัฒนา  
เพื่อเข้าถึงกลุ่มเยาวชนอย่างถูกต้อง ได้แก่ ความต่างของเพศ ความต้องการเป็นอิสระ การได้รับการ  
ยอมรับจากสังคม ความสนุกสนาน บันเทิง ความอยากรู้ของใหม่ ๆ และการสร้างแรงจูงใจและความ  
ภาคภูมิใจในนั้น และเหมาะสม ยกตัวอย่างเนื้อหาสาระที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเยาวชนได้ คือแฮรี่  
พอตเตอร์ นิยายกลุ่มนี้สามารถเรียกร้องความสนใจให้เยาวชนหันมาหลงรักการอ่านได้

### พัฒนาเนื้อหาสาระ

เน้นการใช้ภาพในการเล่าเรื่อง มีเนื้อหาที่สั้น กระชับ และสามารถทำให้เข้าใจได้อย่าง  
รวดเร็ว

เมื่อได้รับทราบและเข้าใจว่าเราต้องการสื่อสารกับใครแล้ว เราสามารถนำมาพัฒนาเนื้อหา  
สาระของสารใช้หนังสือที่มันแตกต่าง ยกตัวอย่างเช่น เด็กในครรภ์ที่มีอายุตั้งแต่ 6 เดือน จนถึง 3 ปี  
ต้องใช้หนังสือภาพที่เหมาะสมกับเด็กเล็ก มีบทบรรยายเล็กน้อย โดยหนังสือภาพนี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่ใช้  
รณรงค์ให้แม่ตั้งครรภ์หรือแม่ที่มีลูกเล็ก ๆ แรกเกิดถึง 3 ขวบ อ่านกับลูก เนื่องจากเด็กรู้ได้ถึงชื่อเสียง  
ของผู้เป็นพ่อแม่ได้

หลังจากหนังสือ ที่เน้นภาพเป็นส่วนใหญ่ มีคำบรรยายเล็กน้อย ซึ่งเหมาะกับเด็กเล็กจนถึงวัย  
ประถม เมื่อเริ่มเป็นเยาวชน เนื้อหาที่เหมาะสมกับเยาวชน ก็ควรเป็นเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของช่วง  
วัย โดยปรับจากที่มีเนื้อหา สั้น กระชับ เป็นวรรณกรรมที่มีตัวหนังสืออย่างเดียว

กลยุทธ์ที่ใช้คือหาหนังสือที่ตรงกับใจกลุ่มเยาวชนได้แล้ว ทางผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารก็จะจัดกิจกรรมผ่านสื่อที่ให้ผู้เรียน ที่เหมาะกับช่วงวัย

กลุ่มเยาวชนยังต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับหนังสือที่ดีจากครูบรรณารักษ์ พ่อ แม่ เพื่อน ให้กับตนเอง เพราะคำแนะนำที่ดี จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ

### สาระบันเทิง (Edutainment)

ให้ผู้เรียนได้รับความสุข การร่วมกิจกรรมการอ่านหนังสือ โดยกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้จะเน้นความสุขที่ได้รับจากการอ่านหนังสือเป็นหัวใจสำคัญ โดยให้การอ่านพัฒนาตัวเองได้ตลอดชีวิต

### เนื้อหาที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ

ใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นเร้าให้กับกลุ่มผู้เรียน โดยการยกตัวอย่างบุคคลสำคัญ นำผลงานนั้นมาพัฒนาเนื้อหาสาระเป็นหนังสือ ซึ่งเน้นเล่าเรื่องราวของบุคคลสำคัญเป็นภาพการ์ตูน จะมีบทบรรยายเพียงเล็กน้อย และเพิ่มเติมประวัติของบุคคลสำคัญดังกล่าวในท้ายเล่ม กลยุทธ์นี้จะช่วยกระตุ้นเร้าให้กลุ่มเยาวชนเกิดแรงบันดาลใจในการอ่านหนังสือ เนื่องจากมีภาพการ์ตูนที่กลุ่มเยาวชนชื่นชอบ มีบทบรรยายเพียงเล็กน้อย มีสีสันสะดุดตา

### การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม

#### ใช้ยุทธการอ่าน

หลังจากได้เข้าใจและระบุกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว รวมทั้งสามารถพัฒนาเนื้อหาสาระของสารที่จะส่งถึงกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่จะช่วยได้นั้นคือการคัดเลือกเป็นยุทธการอ่าน คือสื่อกลาง เป็นผู้นำให้กับเพื่อนนักเรียน โดยยุทธการอ่านเป็นสื่อ ให้นักเรียนมีพฤติกรรมการอ่าน ยุทธการอ่านคือปัจจัยแวดล้อมที่เป็นต้นแบบ ให้ได้ลอกเลียนแบบในสิ่งที่ดีงาม

### การใช้เน็ตไอดอล

กลยุทธ์การเลือกใช้ไอดอลของนักเรียน นำข้อคิดเห็น บทสัมภาษณ์ มาจัดทำเป็นบทความลงในหนังสือจากโครงการอ่านสร้างสุข เช่น นักกีฬา ผู้ประกาศข่าว ดารา นักร้อง

### เติมเต็มด้วยกิจกรรมรณรงค์

กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้เติมเต็มสำหรับโครงการอ่านสร้างสุข คือรณรงค์ โดยมีกระบวนการ  
ลักษณะเป็นแกนนำจัดทำกิจกรรมและมีนักเรียนที่เป็นยุวทูต ร่วมกันคิดกิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงวัย  
เพื่อสร้างการเรียนรู้ไปพร้อมกับ ความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่านที่ตรงกับความสนใจของนักเรียน  
หรือกลุ่มเยาวชน

## 5.2 อภิปรายผล

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ความต้องการเป็นอิสระ และการได้รับการ  
ยอมรับจากสังคม การเกิดพฤติกรรมการอ่านสอดคล้องกับผลวิจัย จาก สอร. (2551) เพราะความ  
สนุกสนาน ความบันเทิง และความเพลิดเพลินจากการอ่านการอ่านเป็นสิ่งสำคัญ

และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โรงเรียน ครอบครัว มายาคติ และนโยบายจากรัฐบาล ซึ่ง  
สอดคล้องกับทฤษฎีปัญหาทางสังคม ศรีธัญย์ สิงค์หน (2552) อธิบายได้ว่า การเรียนรู้ โดยมีวิธีเรียนรู้  
จาก การเลียนแบบจากตัวแบบ (Model) โดยการสังเกต (Observation) ซึ่งตัวแบบในที่นี้คือ พ่อ แม่  
ครู และเพื่อน จะสร้างอิทธิต่อนักเรียนได้ก่อน

การเรียนรู้จากตัวแบบโดยการสังเกต สามารถนำไปสู่ความคิดและพฤติกรรมได้ 4 ประการ  
ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1977 อ้างใน ศรีธัญย์ สิงค์หน, 2552, หน้า 16-17)

#### 1) การให้ความสนใจ (Attentional Process)

หากกลุ่มเยาวชนไม่ให้ความสนใจจากตัวแบบที่ตนสังเกต ตัวแบบจะมีอิทธิพลต่อ  
การสร้างการเรียนรู้จากสังคม กล่าวได้ว่า หากกลุ่มเยาวชนไม่สนใจในพฤติกรรมของพ่อแม่ การเรียนรู้  
การพฤติกรรมของพ่อแม่ ของกลุ่มเยาวชนก็จะเกิดขึ้น

#### การจดจำ (Retention Process)

กลุ่มเยาวชนจะต้องจดจำเพื่อก่อให้เกิดความหมายจากการจดจำที่ได้เรียนรู้  
จากตัวแบบใน 2 ลักษณะ คือ ภาพในใจ (Imaginary) กับ คำพูด (Verbal) ความทรงจำทั้ง 2  
ลักษณะจะช่วยให้จดจำได้ง่ายและนานขึ้น อธิบายได้ว่า กลุ่มเยาวชนจะจดจำภาพของ พ่อแม่ กำลัง  
นั่งอ่าน หรือได้เล่าเรื่องหนังสือที่ตนประทับใจให้กลุ่มเยาวชนฟัง

## 2) กระบวนการแสดงออก (Motor Reproduction Process)

กลุ่มเยาวชนแสดงออกจากสิ่งที่ตนสนใจและการจดจำตัวแบบบุคคล จะแสดงพฤติกรรมออกมาและดำเนินพฤติกรรมต่อไปเมื่อเขาได้รับการตอบสนองที่น่าพอใจ นักเรียนจะอ่านหนังสือจากการสนใจและการจดจำตัวแบบคือพ่อแม่ และจะอ่านต่อไป เมื่อได้รับคำชมเชย

## 3) กระบวนการจูงใจ (Motivational Process)

บุคคลจะแสดงออกในพฤติกรรมที่ได้เรียนรู้จากตัวแบบ เมื่อบุคคลผู้นั้นได้รับการตอบสนองเป็นที่น่าพอใจ โดยการเลียนแบบจากความคาดหวังความพึงพอใจ อธิบายได้ว่านักเรียนอ่านหนังสือเพราะเรียนรู้การอ่านของพ่อแม่ เนื่องจากหวังว่าตนเองอาจได้รับคำชมเชยจากครอบครัว

สรุปได้ว่า การเรียนรู้ทางสังคมปัญญาของนักเรียนจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง มีอิทธิพลต่อการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักเรียน ตามแนวคิดทฤษฎีปัญญาสังคมของอัลเบิร์ต แบนดูรา

ครอบครัวคือปัจจัยสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้เยาวชนเกิดพฤติกรรมรักการอ่านก็สอดคล้องกับผลวิจัยของ ศุภรางค์ อินทฤทธิ์ (2553) ที่พบว่า อิทธิพลการเลี้ยงดูและการสนับสนุนจากครอบครัวทำให้กลุ่มเยาวชนเกิดพฤติกรรมรักการอ่าน และจากนักสื่อสาร โดยนักเรียนจะเลียนแบบจากบุคคลในครอบครัวก่อน คือพ่อแม่ และโรงเรียน โดยเฉพาะครู ยังเป็นปัจจัยเช่นเดียวกัน

และสอดคล้องกับ สุชาติ ชุมดวง (2553) ได้ศึกษาเรื่องการอ่านของนักเรียนชั้นประถมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้เด็กเกิดการอ่าน วัตถุประสงค์ในการอ่าน คือ เพื่อความสนุกสนาน สถานที่ที่นักเรียนชอบอ่าน คือ บ้าน และร้านเช่าหนังสือ

นอกจากสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างให้เกิดการอ่าน ยังมีปัจจัยแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคในการส่งเสริมการอ่านคือ นโยบายของภาครัฐ เกี่ยวกับงบประมาณการอ่านหนังสือ และมายาคติเกี่ยวกับราคาของหนังสือ ซึ่งก็สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สอร. (2551) เรื่องราคาที่แพงเกินไปของหนังสือ เป็นอุปสรรคการอ่าน

## ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

การค้นคว้า พบว่า กลยุทธ์การสื่อสาร ตรงกับวิธีคิดของ ธงชัย สันติวงษ์ (2542) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การสื่อสารนั้นมี 3 ขั้นตอนสำคัญ คือการกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและ

การกำหนดวิธีการ โดยการค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่าน กลุ่มผู้รับสารคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 และมีกำหนดวิธีการสื่อสารเป็นขั้นตอน จะกล่าวในลำดับถัดไป

และยังตรงกันกับคำกล่าวจาก (วาสนา จันทร์สว่าง และดวงพร คำบุญวัฒน์, 2547, หน้า 21-28) ซึ่งได้สรุป สารของกลยุทธ์การสื่อสารไว้ดังต่อไปนี้

- 1) จะต้องทราบว่า จะสื่อสารไปทำไม โดยการสื่อสารในครั้งนี้ ต้องการสื่อสารไปเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่าน
- 2) เนื้อหาที่สั้น กระชับ มีภาพประกอบ
- 3) ประเภทของสื่อที่ใช้คือ ใช้ไอดอลที่กลุ่มนักเรียนสนใจ มีกิจกรรมส่งเสริมการอ่านขึ้นภายในโรงเรียน และยุทธการอ่านมีความรู้และเข้าใจในเรื่องการอ่านเป็นอย่างดี
- 4) รู้จักผู้รับสารหรือกลุ่มเยาวชนที่เราต้องการสื่อสารด้วย คือเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเยาวชน
- 5) ผู้ส่งสารที่มีคุณภาพในครั้งนี้ได้คัดเลือกนักเรียนที่เป็นยุวทูต เป็นผู้นำอ่าน ยุวทูตการอ่านคือนักเรียนที่เป็นต้นแบบที่ดีให้กับเพื่อนนักเรียน

กลยุทธ์ที่ใช้ในครั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการโน้มน้าวใจโดยคิดขยายรายละเอียด จาก Petty และ Cacioppo (n.d. อ้างใน อรรณพ ปิลันธน์โอวาท, 2552) การใช้อารมณ์ในการดึงดูด เช่น ใช้ความดึงดูดใจโดยผู้มีชื่อเสียง มาดึงดูดใจหรือไอดอลของกลุ่มเยาวชน เช่น ดารา นักกีฬา ผู้ประกาศข่าว นักแสดง นักร้อง เพื่อให้กลุ่มเยาวชน อ่านตามไอดอลของตนเอง เป็นการใชการโน้มน้าวใจในเส้นทางริม (Peripheral Route) โดยอธิบายได้ว่าผู้รับสาร เห็นว่าไม่ต้องอาศัยการคิดวิเคราะห์หาข้อเท็จจริง เพียงแต่อาศัยนัยต่าง ๆ ที่ซ่อนอยู่ เช่น เห็นว่าไอดอลของตนเองชอบอ่านหนังสือ ตนเองก็ทำตามโดยไม่ต้องค้นหาข้อเท็จจริง ที่เป็นเส้นทางหลัก คือ การอ่านหนังสือที่มีเนื้อหาที่สั้นกระชับ เข้าใจได้ทันที

ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงการเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่าน ซึ่งก็คือตัวสาร ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งที่จะค้นหาถึงลักษณะของสารหรือการเสริมสร้างพฤติกรรมการอ่านว่าจะใช้วิธีการในการสร้างสารเพื่อการโน้มน้าวใจอย่างไร โดยใช้กรอบในเรื่องการสร้างสารเพื่อการโน้มน้าวใจในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรู้จักกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มเยาวชนแล้ว ก็สามารถนำมาพัฒนาเนื้อหาสาระให้ตรงกับความสนใจของกลุ่มเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับ ฉวีวรรณ คูหาภินันท์ (2545) กล่าวว่า การเลือกหนังสือให้ตรงกับความสนใจของเยาวชน ต้องมีเนื้อหาที่ตรงกับธรรมชาติของ

นักเรียน สร้างความสุข เพลิดเพลิน เสริมจินตนาการ สร้างความภูมิใจ มีเนื้อหาที่เข้าใจง่ายและที่สำคัญต้องมีภาพประกอบ สามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1) มีเนื้อหาที่สามารถสร้าง เพลิดเพลิน เมื่อได้อ่านแล้วเกิดความสุขได้
- 2) เสริมด้านจินตนาการของกลุ่มเยาวชนได้ เช่นที่ยกตัวอย่างจาก หนังสือแฮรี่พ็อตเตอร์ เยาวชนเป็นวัยช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ ซึ่งความเป็นเด็กยังคงมีอยู่ในตัวนักเรียน ทำให้เนื้อหาของหนังสือเรื่องแฮรี่พ็อตเตอร์ สร้างความพ็อฝึ้นให้กับนักเรียนได้ หนังสือเล่มนี้จะได้รับความสนใจจากกลุ่มเยาวชนเป็นอย่างมาก โดยเยาวชนสามารถร่วมสร้างจินตนาการไปด้วยได้
- 3) มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย สั้น กระชับ ตัวละครในเรื่องมีวัยใกล้เคียงกับนักเรียน
- 4) ใช้ภาษาที่นักเรียนสามารถเข้าใจง่าย ทำให้นักเรียนสนใจที่จะติดตามเรื่อง
- 5) มีภาพประกอบเนื้อหา คือ หัวใจสำคัญของหนังสือสำหรับนักเรียน นักเรียนชอบอ่านด้วยภาพมากกว่าตัวหนังสือ ภาพที่งดงาม มีชีวิตชีวา ภาพที่ทำให้รู้สึกเคลื่อนไหวได้ จะสามารถเรียกร้องความสนใจให้นักเรียนหยิบหนังสือมาดูและอ่าน เช่นหนังสือเรื่องจากกรรมมารดา ถึงเชิงตะคอน ของ ดร.ป๋วย อึ๊งภากร

และการให้โอกาสกลุ่มเยาวชนได้ร่วมคิดโครงการส่งเสริมการอ่าน ในโครงการอ่านสร้างสุข ซึ่งตรงกับแนวคิดความต้องการความเป็นอิสระ เช่น ได้คิดโครงการด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการของนักเรียน (พรพิมล เจียมนาคินทร์, 2539)

- 1) นักเรียนต้องการความสุข เช่นการได้เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการอ่านต่าง ๆ ของโรงเรียนทำให้ตนเองเกิดความสุขสนุกสนาน
- 2) ต้องการเป็นอิสระ เช่น ได้เลือกหนังสือที่ชอบ ได้คิดโครงการด้วยตนเอง เพราะนักเรียนอยู่ในวัยหัวเลี้ยวหัวต่อ จึงไม่ต้องการให้ใครมาช่วยเหลือ สั่งสอนหรือก้าวก่ายชีวิตของตนเอง
- 3) นักเรียนต้องการคำชมเชย เช่น นักเรียนอยากชนะการประกวดอ่านทำนองเสนาะอยากชนะเลิศในการแข่งขันเขียนเรียงความวันพ้อ เป็นต้น เพื่อให้สังคมได้รับรู้ว่า ตนเองทำดี
- 4) นักเรียนชอบการเข้ากลุ่ม เพื่อนมีความสำคัญมากกับนักเรียน นักเรียนอยากให้เพื่อนยอมรับ
- 5) นักเรียนต้องการให้ผู้ใหญ่ยอมรับในความสามารถของตัวเอง
- 6) นักเรียนต้องการคำแนะนำจากผู้ใหญ่ เช่น พ่อแม่ ครู เมื่อตนทำดี และนักเรียนต้องการคำตักเตือนจากพ่อแม่ ครู เมื่อตนเองทำผิด

- 7) นักเรียนอยากได้หลักประกันว่า เมื่อตนทำในสิ่งที่ดี สิ่งที่ถูกต้องแล้ว ตนเองจะไม่ถูกทำโทษ
- 8) นักเรียนชอบเรื่องใหม่ เช่น โครงการใหม่ ๆ ที่ตนเองยังไม่เคยได้ร่วมทำกิจกรรมนั้น ๆ การอ่านหนังสือเล่มใหม่

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) ผู้บริหาร โรงเรียน ครู ควรมีโครงการส่งเสริมการอ่านอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการอ่าน ให้การอ่านไม่ใช่เพียงการอ่านออก แต่ทำให้เป็นวัฒนธรรม
- 2) ภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงศึกษาธิการ ควรมีนโยบาย ที่เกี่ยวข้องกับการอ่านของนักเรียน
- 3) กลยุทธ์การสื่อสาร จะต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้นักเรียนมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือและเห็นว่าการอ่านนั้นสามารถสร้างความเพลิดเพลิน ความสุขได้
- 4) โครงการที่จัดขึ้นมา จะต้องมีการประเมินผลงานทุกครั้ง เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงกิจกรรมครั้งหน้า

#### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

- 1) ภาครัฐ ควรเพิ่มงบประมาณในส่วนของการหนังสือให้กับนักเรียนเพิ่มขึ้น เพื่อให้นักเรียนได้อ่านหนังสือที่ตนเองชื่นชอบ จะนำไปสู่การเกิดวัฒนธรรมการอ่าน
- 2) ทางแผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่านควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านให้หลากหลายมากกว่า 1 โครงการ

- 3) ปรับปรุงโครงการ เช่น ให้ทุนการศึกษาแทนการให้สิ่งของเป็นรางวัลตอบแทน

#### ข้อเสนอแนะในการศึกษาและวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรวิจัยระดับการศึกษาชั้นประถมและมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่ยังไม่ได้ศึกษา เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาให้เกิดพฤติกรรมการอ่านให้มากขึ้น
- 2) ในการค้นคว้านี้ เป็นการศึกษากลยุทธ์จากองค์กรเดียว ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาจากกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการอ่านของนักเรียนด้านอื่น เช่น การใช้หนังสือการ์ตูนและหนังสือที่เด็กสนใจมาเสริมสร้างพฤติกรรมให้นักเรียนอ่าน
- 3) ในการค้นคว้านี้เป็นการให้ข้อมูลของผู้จัดการ แผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่าน

และนายกสมาคมผู้จัดพิมพ์หนังสือแห่งประเทศไทยเพียงด้านเดียว ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควร  
ศึกษาจากแหล่งอื่นที่หลากหลาย เช่น จากครู หรือผู้บริหารโรงเรียน

- 4) มีการประเมินผลกิจกรรมที่จัดขึ้น เพื่อนำไปพัฒนาการจัดกิจกรรมในครั้งต่อไป



### บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ อัครเดชา. (2544). *สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมวิชาการ. (2542). *กระบวนการเรียนรู้และยุทธศาสตร์การเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: เดอะมาสเตอร์กรุ๊ปแมนเนจเม้นท์.
- จินตนา ไบกาซูยี. (2535). *การเขียนสื่อการสอน*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น19.
- ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. (2545). *การอ่านและการส่งเสริมการอ่าน*. กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาการ.
- ชลลดา ธีระวงศ์กุล. (2547). *พฤติกรรมกรบริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงกมล เวชบรรยงรัตน์. (2542). *บุคลิกภาพและลักษณะนิสัย*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. (2542). *ทฤษฎีการจูงใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทีมข่าวการศึกษา. (2552). *มีมติให้ปี 52-61 เป็นทศวรรษการอ่านของประเทศ*. สืบค้นจาก <http://www.thairath.co.th/content/edu/245032552>.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2542). *พฤติกรรมบุคคลในองค์การ (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนวดี บุญลือ. (2545). *โครงการเพื่อบำบัดยาเสพติดปฏิบัติธรรมนำปัญญา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.
- นพพัชรพรรณ พุกเฉย. (2548). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเพื่อให้เกิดการทำประกันชีวิตของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด สาขาพญาไทเหนือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปฐนียา ศิริประพสิทธิ์. (2548). *กระบวนการสื่อสารเพื่อการ โน้มน้าวใจในการจัดการความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลด้านคุณภาพ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เปลื้อง ณ นคร. (2515). *จิตวิทยาสำหรับชีวิต*. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.
- พรพิมล เจียมนาคินทร์. (2539). *พัฒนาการวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ: คอมฟอร์ม.

- เพชรดา ฐิติยาภรณ์. (2557). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจบุคคลให้มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ทางพระพุทธศาสนา ณ พุทธมณฑล*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญพิไล ฤทธาคณานนท์. (2550). *พัฒนาการมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ธรรมดาเพรส.
- ภพริยา สุ่มะโน. (2550). *กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการของไทย*.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มัลลิกา คณานุรักษ์. (2547). *จิตวิทยาการสื่อสารของมนุษย์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ราตรี พัฒนรังสรรค์. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ: ราชภัฏจันทรเกษม.
- วาสนา จันทรสว่าง และดวงพร คำณวนวัฒน์. (2547). *สื่อสารประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*.  
กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- วัชร บวรณสิงห์ และนิรมล ศตวุฒิ. (2542). *การอ่านเชิงวิเคราะห์วิจารณ์ด้านหลักสูตรและการสอน*.  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 10)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- ศุภรางค์ อินทუნท์. (2553). *ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมและปัจจัยเชิงผลด้านการจัดการกับความเครียดของพฤติกรรมรักการอ่านในนักเรียนวัยรุ่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรัณย์ สิงค์ทน. (2552). *การเรียนรู้ทางสังคมของวัยรุ่นไทยจากวัฒนธรรมเพลงสมัยใหม่ของประเทศเกาหลีใต้*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2545). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย เล่ม 2 วัยรุ่น-วัยสูงอายุ (พิมพ์ครั้งที่ 8)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2549). *การศึกษาทางไกล*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมาคมผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (2558). *การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย*. สืบค้นจาก <http://thaipublica.org/wpcontent/uploads/2016/04/2558>.
- สุชาติ ชุมดวง. (2553). *พฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นประถมศึกษา โรงเรียนดาราวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สุนันทา ฤกษ์สง่า. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการอ่านและพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานอุทยานการเรียนรู้. (2551). *ทัศนคติและพฤติกรรมการอ่านของคนไทย*. สืบค้นจาก <https://www.tkpark.or.th/stocks/extra/00067d.pdf>.
- หลุย จาปาเทศ. (2533). *จิตวิทยาการจูงใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สามัคคีสาส์น.
- อรรวรรณ ปิณฑร์โอวาท. (2552). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชาติ สุขประเสริฐ. (2555). *พฤติกรรมการอ่านของเยาวชนในชุมชนแออัดแขวงเมืองราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล ชัญญา ภัทรพิรุฬห์  
อีเมล CHANYAUOB@GMAIL.COM  
ประวัติการศึกษา ปี 2547 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
คณะนิติศาสตร์ วิชาเอกวารสารศาสตร์ วิชาโทประชาสัมพันธ์  
ปี 2543 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา จากโรงเรียนวชิรธรรมสาธิต  
ประสบการณ์การทำงาน เจ้าหน้าที่ ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 30 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ชัยญา ภัทรพิรพีห์ อยู่บ้านเลขที่ 288/693  
ซอย พิจัย 50 ถนน — ตำบล/แขวง บางจาก  
อำเภอ/เขต พระโขนง จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10260  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7530300339  
ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก  
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา — คณะ นิเทศศาสตร์  
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมกรรมการอ่านของนักเรียน  
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย  
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ชัญญา ภัทรพิรุฬห์ ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( ชัญญา ภัทรพิรุฬห์ )

ลงชื่อ อภัย ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ ภ- ..... พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ ปฐมา สตะเวทิน ..... พยาน  
(ดร.ปฐมา สตะเวทิน)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร