

อิทธิพลของสื่อนิคยสารห้วนอภภาษาไทยต่อค่านิยมความงามของผู้อ่าน

นางสาวนนทชา แสงรุจน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา)

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THAI-VERSION FOREIGN MAGAZINES AND THEIR INFLUENCE
ON THE READERS' BEAUTY VALUES

Miss Nonthacha Sawaengruj



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Human and Social Development

(Interdisciplinary Program)

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

500249

หัวข้อวิทยานิพนธ์	อิทธิพลของสื่อนิยายสารห้วนภาษาไทยต่อค่านิยมความงามของผู้อ่าน
โดย	นางสาวนนทชา แสงอรุณ
สาขาวิชา	พัฒนามนุษย์และสังคม
อาจารย์ที่ปรึกษา	นางทรายแก้ว ทิพากร
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

รองอธิการบดี
 รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ม.ร.ว.กัลยา ดิงศภัทย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัจฉรา เอ็นท์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
 (นางทรายแก้ว ทิพากร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ)

..... กรรมการ
 (นางกนกพรรณ อยู่ชา)

..... กรรมการ
 (นางสาวเปรมใจ วงศ์ศิริไพศาล)

นนทชา แสงวรุจน์ : อิทธิพลของสื่อนิตยสารหัวนอกที่มีต่อค่านิยมความงามของผู้อ่าน
(THAI-VERSION FOREIGN MAGAZINES AND THEIR INFLUENCE ON THE
READERS' BEAUTY VALUES) อ. ที่ปรึกษา : นางทรายแก้ว ทิพากร, อ. ที่ปรึกษาร่วม
: ผศ. ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 164หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่านิยมในเรื่องความงามของผู้อ่านนิตยสารหัวนอก วิเคราะห์
เนื้อหาสื่อที่เกี่ยวข้องกับความงามในนิตยสารหัวนอก ศึกษาอิทธิพลของเนื้อหาของนิตยสารหัวนอกที่
เกี่ยวข้องกับค่านิยมความงามของผู้อ่าน การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม
การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ บรรณาธิการความงามของนิตยสารแอล นิตยสารคอลโม
โพลีแทน และนิตยสารคลีโอ รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานครทั้ง 10 สถาบัน

ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์นิตยสารทั้ง 3 ฉบับนี้ ผู้ผลิตต้องการนำเสนอเนื้อหาที่ตอบสนอง
การใช้ชีวิตของผู้หญิงรุ่นใหม่ โดยจะเน้นให้ผู้อ่านนำสิ่งที่อ่านได้มาปรับใช้ให้เหมาะสม เพื่อให้เป็นผู้หญิง
ทันสมัย และภายในสองปีที่ผ่านมาคือปี 2548 และ 2549 ประเภทสินค้าที่นำเสนอมากที่สุดคือ สินค้าเกี่ยวกับ
บุคลิกภาพ โดยนิตยสารแอลเป็นนิตยสารที่มีประเภทสินค้านำเสนอมากที่สุด โดยเฉพาะสินค้าที่วาง
ชีวิตประจำวัน ทั้งนี้วิธีการนำเสนอในนิตยสารส่วนใหญ่มักจะสอดแทรกภาพความงามผ่านตามคอลัมน์ต่างๆ
โดยผ่านการถ่ายทอดของกลวิธีการเขียนอันได้แก่ การใช้โวหารภาษาเขียน การใช้ภาษาในทางการแพทย์ และ
การใช้ภาษาภาพ เป็นต้น

นอกจากนั้นจากการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างพบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์มาก
ที่สุด รองลงมาคือเพื่อนและอินเทอร์เน็ต โดยนิตยสารที่นิสิตนักศึกษาอ่านบ่อยมากเป็นประจำคือ นิตยสาร
คลีโอ ส่วนใหญ่จะหาอ่านตามสถานบริการต่างๆ เช่น ร้านเสริมสวย และใช้เวลาในการอ่านโดยเฉลี่ย 1 ชั่วโมง
ต่อ 1-10 วัน/ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 70-80 ซึ่งระยะเวลาในการอ่านส่วนใหญ่น้อยกว่า 6 เดือน และจะอ่าน
ละเอียดเป็นบางคอลัมน์ ส่วนเหตุผลในการอ่านคือเพื่อหาความรู้ต่างๆ ไป และติดตามข่าวสารแฟชั่น โดยกลุ่ม
ตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่องค่านิยมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางค่อนข้างสูง และมีความสนใจเนื้อหาด้าน
ความงามในการดูแลผิวพรรณมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระหว่างผู้อ่านกับผู้ไม่อ่านโดย
มีลักษณะตัวแปรทั่วไปมาคุมแล้ว พบว่า นิตยสารหัวนอกมีอิทธิพลต่อค่านิยมในเรื่องการแต่งกายและการ
แต่งหน้าค่อนข้างมาก ซึ่งปัจจัยจากสื่อ เพื่อน และครอบครัว มีอิทธิพลต่อการบริโภคค่านิยมความงามของ
กลุ่มนิสิตนักศึกษาเป็นอย่างมาก

สาขาวิชา พัฒนามนุษย์และสังคม
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิสิต.....นนทชา.....แสงวรุจน์.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4789081320 : MAJOR HUMAN AND SOCIAL DEVELOPMENT

KEY WORD: BEAUTY VALUES / THAI-VERSION FOREIGN MAGAZINE

NONTHACHA SAWAENGRUJ : THAI-VERSION FOREIGN MAGAZINES AND THEIR INFLUENCE ON THE READERS' BEAUTY VALUES. THESIS ADVISOR : MRS. SAIKAEW THIPAKORN, THESIS COADVISOR : ASSOC.PROF. DUANG-KAMOL CHARTPRASERT, Ph.D., 164 pp.

The research aims to study the Thai-version foreign magazine on the beauty values of readers; analyze the relationship between the media and its content on beauty in those magazines; explore the influence of the magazines on readers in terms of beauty values. In collecting the data for this research, questionnaires and interviews have been were used. The interview has been were made with both the magazine readers—the sample group of students from ten universities in Bangkok, and with the beauty editors of three major magazines: Elle, Cosmopolitan and Cleo.

The result shows that all three magazines - Elle, Cosmopolitan and Cleo - aim to respond to the lifestyle of modern women by helping them keep up with new trends and offer the idea to improve themselves. In the past two years, 2005-2006, the products about personality have been represented mostly in the magazines. This is probably because this kind of products is daily used in everyday life. The magazines encourage the readers to consume the products, reassuring them how the products can improve their looks. In most columns, there is the construction of beauty image through writing style using persuasive language, medical term and imagery.

Moreover, the data collected from the sample group indicates that most university students receive information from televisions, friends and internet respectively. The most frequently read magazine is Cleo. Most students read magazines in beauty salons. The average of reading is one hour every 1-10 days or around 70-80 percent. Most of them started reading less than six months. Only some columns have been care-fully read. The reasons of reading are to find general knowledge and keep up with news and fashion. The sample group accepts beauty values in moderate to quite high rate. They are interested most in the topic of beauty and skin care. In proving the hypothesis comparing between the readers and the non-readers of the magazines under the condition of general variable, the result shows that the Thai-version foreign magazines significantly influence the beauty values of readers Media, friends and families are other major influences on the beauty values of university students.

Field of study: Human and Social Development	Student's signature: Nonthacha Sawengruj
Academic year: 2007	Advisor's signature: S. Chaow
	Co-advisor's signature: Duangkamol Chartprasert

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ด้วยความกรุณาจากบุคคลต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด โดยข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทวยแก้ว ทิพากร อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่คอยเมตตาชี้แนะ ให้คำปรึกษา และดูแลเอาใจใส่ในการตรวจงานแก้ไขข้อบกพร่องมาโดยตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และผู้ช่วยศาสตราจารย์อัจฉรา เอ็นท์ ประธานกรรมการสอบที่กรุณาให้คำอธิบายต่างๆ เกี่ยวกับงานวิจัยและตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และให้ความรู้ในเรื่องของการวิจัยเป็นอย่างดี รวมถึงอาจารย์กนกพรรณ อยู่ชา และอาจารย์เปรมใจ วังศิริไพศาล กรรมการสอบ ที่ได้ช่วยแนะแนวทางแก้ไขปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณบรรณาธิการความงามในนิตยสารแอล นิตยสารคอสโมโพลิแทน และนิตยสารคลีโอ รวมทั้งขอบคุณนิสิตนักศึกษา ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยสังคม วิทยาลัยประชากรศาสตร์ และสถาบันเอเชียศึกษาทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ที่มีประโยชน์ ความช่วยเหลือ ประสานงานด้านต่างๆ ด้วยดี รวมทั้งอำนวยความสะดวกในการค้นคว้าข้อมูลต่างๆ เป็นอย่างดี

ขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ในหอพักศึกษิตินิเวศน์ พี่น้อม พี่เมย์ พี่เป็ด พี่แอน ปอ ส้ม ตูน ด้อย น้องจุก ใหญ่ นัท ฯลฯ ที่ให้กำลังใจและร่วมทุกข์สุขในหอแห่งนี้ ขอขอบคุณพี่ๆ ปริญญาโททุกคนที่มีน้ำใจและช่วยเหลือกันมาตลอด พี่เดียร์ พี่เลิศ พี่เสือดาว พี่อีด พี่ฝน พี่ปาน พี่จอย แหวน พี่ตุ้งติ๋ง นก กู๋ แอน ฝน ตูน ไม้ แอม หวาน อัพ พู๋ ปกรณ์ อนุชด์ ฯลฯ และเพื่อนสนิทที่แสนดีของข้าพเจ้า สาลี่ มิ่ง ย้งยี่ ม่าน อิว จี เจ เกด(ญ) รวมทั้งณัฐที่เป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าเสมอมา

ขอขอบพระคุณ คุณปู่ คุณย่า คุณยาย ป้าตา อาตุ๋ น้ำตุ้ม น้ำพลและญาติพี่น้องที่คอยให้กำลังใจข้าพเจ้ามาตลอด สุดท้ายนี้ความดีความชอบของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ขอมอบให้กับพ่อกับแม่ของข้าพเจ้าที่เลี้ยงดู ให้การสนับสนุน ให้คำแนะนำ ข้อคิดดีๆ และให้กำลังใจในยามท้อแท้หรือมีปัญหา จนสามารถก้าวผ่านปัญหาและอุปสรรคต่างๆ จนประสบความสำเร็จกับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	4
1.3 คำถามในการศึกษา.....	4
1.4 สมมติฐานในการศึกษา.....	5
1.5 ขอบเขตของการศึกษา.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม.....	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริโภค.....	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความงาม.....	16
2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
3.1 วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ.....	34
3.1.1 วิธีการศึกษา.....	34
3.1.2 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย.....	34
3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	36
3.1.4 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล.....	37

	ช หน้า
3.1.5 การวัดตัวแปร.....	38
3.1.6 การทดสอบเครื่องมือ.....	40
3.1.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
3.2 วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ.....	41
3.2.1 วิธีการศึกษา.....	41
3.2.2 กลุ่มตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	42
3.2.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
3.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์.....	43
บทที่ 4 การบริโภคภาพความงามในสื่อนิตยสารห้วงนอก.....	44
4.1 รายละเอียดของนิตยสารห้วงนอกที่นำมาศึกษา.....	44
4.1.1 นิตยสารคลีโอ.....	44
4.1.2 นิตยสารคอสโมโพลิแทน.....	46
4.1.3 นิตยสารแอล.....	49
4.2 การนำเสนอโฆษณาสินค้าความงามในนิตยสารห้วงนอก.....	53
4.3 วิธีการนำเสนอความงามผ่านนิตยสารห้วงนอก.....	63
4.3.1 การใช้โวหารในภาษาเขียน.....	63
4.3.2 การใช้ภาษาในทางการแพทย์.....	64
4.3.3 การใช้ภาษาภาพ.....	66
บทที่ 5 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	67
5.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
5.2 การเปิดรับสื่อในเรื่องความงาม.....	70
5.3 พฤติกรรมการอ่านนิตยสารห้วงนอกฉบับภาษาไทย.....	72
5.4 ความสนใจในการแสวงหาข่าวสารด้านความงามจากสื่อต่างๆ.....	78
5.5 ค่านิยมเรื่องความงาม.....	79
5.6 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมความงามและการรับสื่อนิตยสารห้วงนอก.....	90
บทที่ 6 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	108
6.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร.....	108

6.1.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่นๆ.....	109
6.1.2 พฤติกรรมการอ่านสื่อนิตยสารหัวนอก.....	111
6.2 อิทธิพลของค่านิยมความงามจากสื่อนิตยสารหัวนอก.....	112
6.2.1 ค่านิยมความงามเรื่องรูปร่าง.....	113
6.2.2 ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งกาย.....	114
6.2.3 ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้า.....	116
6.2.4 ค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ.....	117
6.2.5 ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย.....	119
6.2.6 ค่านิยมความงามเรื่องบุคลิกภาพ.....	120
6.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคค่านิยมความงาม.....	121
6.3.1 ปัจจัยจากสื่อ.....	122
6.3.2 ปัจจัยจากครอบครัว.....	124
6.3.3 ปัจจัยจากเพื่อน.....	125
6.4 ค่านิยมความงามกับผลกระทบที่เกิดขึ้นในสังคมไทย.....	127
6.4.1 ผลกระทบเชิงบวก.....	127
6.4.2 ผลกระทบเชิงลบ.....	128
บทที่ 7 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	133
7.1 สรุปผลการศึกษา.....	134
7.1.1 การเปิดรับสื่อ.....	134
7.1.2 วิเคราะห์เนื้อสื่อที่เกี่ยวข้อง.....	135
7.1.3 อิทธิพลของสื่อนิตยสารหัวนอกที่มีต่อค่านิยมความงาม.....	136
7.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	138
7.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	139
7.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ.....	139
7.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	140
รายการอ้างอิง.....	141
ภาคผนวก.....	148

	ญ หน้า
ภาคผนวก ก.	149
ภาคผนวก ข.	158
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	164

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	ตารางแสดงรายชื่อมหาวิทยาลัยและจำนวนนิสิต.....37
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้าความงามจำแนกตาม ประเภทสินค้าในนิตยสารแต่ละฉบับ และปี.....56
ตารางที่ 3	การกระจายความถี่และร้อยละ ของลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....69
ตารางที่ 4	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในเรื่องความงามจากสื่อต่างๆ.....71
ตารางที่ 5	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามนิตยสารหัวนอกฉบับภาษาไทย.....72
ตารางที่ 6	การกระจายความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารหัวนอก ฉบับภาษาไทยของกลุ่มตัวอย่าง.....75
ตารางที่ 7	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านความสนใจในการแสวงหาข่าวสาร ในเรื่องความงาม.....78
ตารางที่ 8	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ความคิดเห็นค่านิยม ความงามในเรื่องรูปร่าง.....80
ตารางที่ 9	การกระจายความถี่และร้อยละ ของคะแนนรวมด้านความคิดเห็น ค่านิยมความงามในเรื่องรูปร่าง.....81
ตารางที่ 10	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ความคิดเห็นค่านิยม ความงามในเรื่องการแต่งกาย.....82
ตารางที่ 11	การกระจายความถี่และร้อยละ ของคะแนนรวมด้านความคิดเห็น ค่านิยมความงามในเรื่องการแต่งกาย.....83
ตารางที่ 12	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ความคิดเห็นค่านิยม ความงามในเรื่องการแต่งหน้า.....84
ตารางที่ 13	การกระจายความถี่และร้อยละ ของคะแนนรวมด้านความคิดเห็น ค่านิยมความงามในเรื่องการแต่งหน้า.....85
ตารางที่ 14	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ความคิดเห็นค่านิยม ความงามในเรื่องผิวพรรณ.....85
ตารางที่ 15	การกระจายความถี่และร้อยละ ของคะแนนรวมด้านความคิดเห็น ค่านิยมความงามในเรื่องผิวพรรณ.....86
ตารางที่ 16	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ความคิดเห็นค่านิยม ความงามในเรื่องริ้วรอย.....87

ตารางที่ 17	การกระจายความถี่และร้อยละ ของคะแนนรวมด้านความคิดเห็น ค่านิยมความงามในเรื่องวีรรอย.....	88
ตารางที่ 18	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ความคิดเห็นค่านิยม ความงามในเรื่องบุคลิกภาพ.....	89
ตารางที่ 19	การกระจายความถี่และร้อยละ ของคะแนนรวมด้านความคิดเห็น ค่านิยมความงามในเรื่องบุคลิกภาพ.....	90
ตารางที่ 20	การกระจายร้อยละของค่านิยมความงามเรื่องรูปร่างของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไปและการรับสื่อในเรื่องความงาม.....	91
ตารางที่ 21	การกระจายร้อยละของค่านิยมความงามเรื่องการแต่งกายของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไปและการรับสื่อในเรื่องความงาม.....	94
ตารางที่ 22	การกระจายร้อยละของค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้าของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไปและการรับสื่อในเรื่องความงาม.....	97
ตารางที่ 23	การกระจายร้อยละของค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไปและการรับสื่อในเรื่องความงาม.....	100
ตารางที่ 24	การกระจายร้อยละของค่านิยมความงามเรื่องวีรรอยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไปและการรับสื่อในเรื่องความงาม.....	102
ตารางที่ 25	การกระจายร้อยละของค่านิยมความงามเรื่องบุคลิกภาพของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไปและการรับสื่อในเรื่องความงาม.....	105

สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่ 1	แผนภาพแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา.....	33
-------------	-------------------------------------	----