

ยุทธวิธีในการลดผลกระทบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชนต่อพฤติกรรมเยาวชน

Strategies to reduce the impact of mass media celebrities' inappropriate conduct on juvenile delinquency

มาริษา สุจิตวนิช และเสวี วงษ์มณฑา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
E-mail: Voon58@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ยุทธวิธีในการลดผลกระทบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนต่อพฤติกรรมเยาวชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชนที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคม (2) ศึกษาพฤติกรรมของพฤติกรรมเยาวชนที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคม (3) ศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชนที่มีผลต่อพฤติกรรมเยาวชน (4) หายุทธวิธีที่จะป้องกันหรือลดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนและ (5) หายุทธวิธีสร้างภูมิคุ้มกันให้กับพฤติกรรมเยาวชน ระเบียบวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กัน ผลการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้ (1) พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนมีในด้านการแต่งกาย การใช้สินค้าราคาแพงมีหยิ่ง ความรุนแรง การเที่ยวกลางคืน พฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม การเสพยาเสพติดและการรับและกระจายสื่อลามก (2) พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของพฤติกรรมเยาวชนคล้ายคลึงกับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน (3) พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของพฤติกรรมเยาวชนได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน (4) ข้อเสนอแนะเพื่อหายุทธวิธีในการป้องกันหรือลดอิทธิพลของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน ได้นำเสนอไว้ 3 ยุทธวิธี คือ มาตรการด้านกฎหมาย ด้านการจัดการ และด้านการศึกษาและฝึกอบรม และ (5) ข้อเสนอแนะยุทธวิธีในการสร้างภูมิคุ้มกันพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของพฤติกรรมเยาวชนมี 6 ข้อ คือ เพิ่มความเข้มแข็งให้สถาบันครอบครัว ปรับปรุงระบบการจัดการศึกษาสถาบันการศึกษา ปรับระบบการบริหารจัดการสื่อสารมวลชน เพิ่มความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคมและสถาบันทางศาสนา การให้ความร่วมมือของคนในชุมชนและการปรับปรุงกระบวนการยุติธรรม

Abstract

This research entitled A Strategies to Reduce the Impact of Mass Media Celebrities' Inappropriate Conducts on Juvenile Delinquency. The purposes of this research were to (1) study inappropriate behaviors of mass media celebrities that caused social problems; (2) study inappropriate behaviors of juvenile delinquents that caused social problems; (3) study the impacts of inappropriate behaviors of mass media celebrities on juvenile delinquents; (4) find strategies to reduce inappropriate behaviors of mass media celebrities; and (5) find strategies to create immunity in youth in order to protect them from mass media celebrities' inappropriate behaviors. This study employed both the quantitative and the qualitative research methodologies. The Finding were as follows: (1) inappropriate behaviors of mass media celebrities included inappropriate dressing, using expensive brand name goods, violent behaviors, night life, inappropriate sexual behaviors, drugs addiction, using and distributing pornography, and inappropriate verbal and physical manners; (2) inappropriate behaviors of youths and juvenile delinquents were similar to those of mass media celebrities in all aspects cited above; (3) inappropriate behaviors on juvenile delinquency were derived of the inappropriate behaviors of mass media celebrities; (4) the suggested strategies for prevention or reduction of the influence of inappropriate behaviors of mass media celebrities were comprised of three measures, namely, legal measures, management measures, and education and training measures; and (5) suggested strategies for preventing inappropriate behaviors on juvenile delinquency were comprised of six measures, namely, increasing strengths of the family institution, improvement of the educational system management, improvement of mass media management, increasing strengths of social and religious institutions, cooperation of community, and improvement and development of the justice system.

บทนำ

หากจะกล่าวถึงสิ่งที่เยาวชนให้ความสนใจในอันดับต้นๆ หนึ่งในนั้นคงหนีไม่พ้น สื่อมวลชน ซึ่งในปัจจุบันมีงานวิจัยมากมายหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อสังคม ทัศนคติ ชีวิตความเป็นอยู่ และทำให้เด็กและเยาวชนไทยมีพฤติกรรมที่หมกมุ่น ชื่นชม หลงใหลกับ ค่านิยมที่ผิดๆ จะเห็นได้จากสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น พฤติกรรมของวัยรุ่นที่แหกข้อไปบริโภค อาหารจานด่วนเป็นการบริโภคนิยม พฤติกรรมการเสียดูข่ายตัวเพื่อหาเงินมาสังเวยด้านวัตถุนิยม พฤติกรรมการติดยา อ้อยา ความรุนแรงและฟริเซ็กซ์ พฤติกรรมการซิ่งรถ และการนิยมเซ็กซี่แบบ

เอื้ออาทร และสวองกิ้ง นี่เป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของเยาวชนไทยที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมและกำลังอยู่ในภาวะวิกฤตซึ่งในงานวิจัยนี้ขอเรียกว่า “ทุรกรรมเยาวชน”

ประเด็นที่น่าจับตามองจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและพฤติกรรมที่ปรากฏสู่สังคมไทยของเยาวชนเหล่านี้ คือปัญหาต่างๆ ที่เยาวชนไทยรับจากการเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารประเภทต่างๆ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ตเท่านั้นหรือที่ทำให้พฤติกรรมของเยาวชนไทยเปลี่ยนแปลงไปในทางลบได้ขนาดนี้ ในด้านทฤษฎีการสื่อสารนั้นประกอบไปด้วยองค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร (S) สาร (M) สื่อ (C) และผู้รับสาร (R) หากนำมาเปรียบเทียบในการถ่ายทอดสารของสื่อมวลชน จึงถือได้ว่าสื่อมวลชน เป็นตัวที่ถ่ายทอดสารต่างๆ ไปยังผู้รับสาร แล้วสิ่งที่เรามองข้ามไปคือตัวสารที่ถูกถ่ายทอดผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียง งานวิจัยของจันรี ทรงประยูร (2537) ได้ศึกษาการใช้ “บุคคลที่มีชื่อเสียง” ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ พ.ศ. 2535 – 2536 พบว่าการนำ “บุคคลที่มีชื่อเสียง” ที่เป็นศิลปินนักร้อง หรือนายแบบ นางแบบ นักกีฬา มาใช้เสนอเป็นพรีเซนเตอร์ในภาพยนตร์โฆษณา จะประสบความสำเร็จเป็นที่รู้จักในวงสังคม จากงานวิจัยจะเห็นได้ว่าบุคคลที่มีชื่อเสียง คนดัง นักร้อง นักแสดง ศิลปิน บุคคลเหล่านี้ มีผลกับผู้รับสาร ไม่ว่าจะเกิดเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการรับสารของผู้รับสาร ซึ่งมีต้นแบบเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงที่พวกเขาชื่นชอบ ในการทำพฤติกรรมเลียนแบบ ทั้งด้านบวกและลบ โดยบางครั้งผู้รับซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนไม่สามารถแยกแยะได้ว่าการกระทำหรือพฤติกรรมคนเขาเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดีหรือไม่อย่างไร นอกจากนี้ บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือคนดังนั้นยังมีอิทธิพลและผลกระทบกับเยาวชน ในด้านอื่นๆ อีกไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายซึ่งเยาวชนมักจะเลียนแบบทั้งเสื้อ กางเกง ทรงผม รองเท้า เรื่องประดับ การใช้ภาษาพูด ท่าทางการเดิน และพฤติกรรมอื่นๆ เช่น การคลออดก่อนกำหนดของเหล่าดาราร การอภัยของหมู่ดาราวัยรุ่น การแต่งกายที่ล่อแหลมออกงานสังคม การเที่ยวกลางคืน การใช้ยาสูบเพื่อขี้ ใช้สินค้ายี่ห้อดัง การถ่ายแบบ การเล่นหนังละคร ภาพยนตร์ที่ต้องมีบทไปเปลี่ยยกอดจูบลูบคลำ และการมีว่สัมพันธภาพทางเพศ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแฟนหรือคู่ควง การเปลี่ยนคู่นอน การอยู่ก่อนแต่ง จนกระทั่งในปัจจุบันมีสโลแกนว่า “ห้อง แท่ง ทิ้ง” เพราะกระทำลงไปโดยคิดว่าเป็นการแสดงถึงรสนิยม ทันสมัย และโก้เก๋ อาจจะใช้เครื่องแต่งกายที่ราคาแพง แต่งกายแบบเปิดเผยเห็นสัดส่วน ซึ่งพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้นำไปสู่ปัญหาสังคม เป็นต้น

จากปรากฏการณ์อันเป็นปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับยุทธวิธีในการลดผลกระทบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชนต่อทุรกรรมเยาวชน โดยเฉพาะบุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ ที่แสดงออกผ่านสื่อมวลชนในด้านต่างๆ อย่างเป็นบ้างและมากน้อยเพียงใด พฤติกรรมดังกล่าวมีผลกระทบต่อทุรกรรมเยาวชนอย่างไรและสร้างความเสียหายต่อสังคมอย่างไรบ้างและมียุทธวิธีในการลดผลกระทบของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชนต่อการทำให้เกิดทุรกรรมเยาวชนอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคม
2. ศึกษาพฤติกรรมของทุรกรรมเยาวชนที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคม
3. ศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนที่มีผลต่อทุรกรรมเยาวชน
4. เพื่อหายุทธวิธีที่จะป้องกันหรือลดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน
5. หายุทธวิธีที่จะสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเยาวชนเพื่อไม่ให้ได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน

วิธีการศึกษา

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) การหาข้อมูลจากเอกสาร จากข่าว บทความ บทวิเคราะห์ ที่รายงานเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงและปัญหาทุรกรรมเยาวชน ซึ่งมีผลเนื่องมาจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนจากสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ ตลอดจนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารงานวิจัยต่างๆ

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview) กับกลุ่มบุคคล 4 กลุ่ม ดังนี้
กลุ่มที่ 1 กลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน ได้แก่ คารา นักร้อง นางแบบ นายแบบ พิธีกร ผู้ประกาศข่าว

กลุ่มที่ 2 กลุ่มองค์กรภาครัฐ จากกระทรวงยุติธรรม กรมสุขภาพจิตนักจิตวิทยา

กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ ครู-อาจารย์ และผู้เชี่ยวชาญ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มครอบครัว เครือข่ายผู้ปกครอง

ขั้นตอนที่ 3 การหายุทธวิธีในการแก้ปัญหา โดยใช้วิธีการต่อไปนี้

1. สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มบุคคล เพื่อหายุทธวิธีในการลดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน

2. จัดอภิปรายแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มองค์กรภาครัฐ กลุ่มผู้ปกครอง เครือข่าย และกลุ่มเยาวชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นที่จะนำมาซึ่งข้อสรุปและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับยุทธวิธีในการลดผลกระทบของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนต่อพฤติกรรมของเยาวชนและทุรกรรมเยาวชน โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลและดำเนินรายการ ในการสัมภาษณ์กลุ่มถึงเรื่องที่ทำการศึกษา แล้วรวบรวมจัดนำความคิดเห็นของกลุ่มมา

ประมวลหาข้อสรุป ข้อคิดเห็น โดยผ่านการตรวจสอบ ทบทวนความถูกต้องภายในด้วยสมาชิกของกลุ่ม แล้วจึงนำมาประมวลเพื่อสรุป และเสนอในรายงานการวิจัยเป็นรายประเด็น ตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงแบ่งการจัดอภิปรายแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มองค์กรภาครัฐ กระทรวงยุติธรรม กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ประกอบการเครือข่าย กลุ่มที่ 3 เยาวชนกลุ่มที่มีปัญหา กลุ่มที่ 4 เยาวชนกลุ่มเสี่ยง กลุ่มที่ 5 เยาวชนกลุ่มดี

ขั้นตอนที่ 4 ใช้การวิจัยเชิงปริมาณตรวจสอบผลการวิจัยเชิงคุณภาพ หลังจากได้ข้อสรุป ยุทธวิธีในการแก้ปัญหาแล้ว ได้ตรวจสอบผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสอบถามถามเยาวชน เพื่อตรวจสอบความเห็นของเยาวชนอีกครั้งหนึ่งต่อยุทธวิธีการแก้ไข้ปัญหา

ขั้นตอนที่ 5 การสรุปผลและเขียนรายงานการวิจัย หลังจากการดำเนินงานครบ 4 ขั้นตอน ผู้วิจัยนำผลที่ได้ในขั้นที่ 1 - ขั้นที่ 4 มาสรุป เพื่อเสนอในรายงานการวิจัย

ผลการศึกษา

ในการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชน ผลการศึกษาจากการวิจัยเอกสารและจากสื่อต่างๆ รวมทั้งการสัมภาษณ์บุคคลและการจัดอภิปรายแบบสนทนากลุ่ม ทำให้ได้ข้อมูลที่แสดงถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่แสดงออกผ่านสื่อ ซึ่งได้แก่ ดารา นักร้อง นางแบบ นายแบบ พิธีกร ผู้ประกาศข่าว และนักกีฬา ที่ปรากฏเป็นข่าวในสังคมทั่วไป มีดังต่อไปนี้

1.1 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านการแต่งกาย ได้แก่ การแต่งตัว โป๊ นุ่งน้อยห่มน้อย โชว์สัดส่วน หรือรูปร่าง ขั้วอุ้งรรมณ์ทางเพศ และการแต่งตัวแบบเปลือยกายบางส่วนหรือทั้งหมด

1.2 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านการใช้สินค้าราคาแพงมียี่ห้อ ได้แก่ การใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายราคาแพง การใช้เครื่องประดับ/เครื่องใช้ราคาแพง เช่น เข็มขัด กระเป๋าถือ รองเท้านาฬิกา แวนตา การใช้ของฟุ่มเฟือยอื่นๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องสำอาง น้ำหอม รถยนต์ราคาแพง เป็นต้น

1.3 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านความรุนแรง ได้แก่ การทะเลาะวิวาทระหว่างดารากับดารา การทะเลาะวิวาทระหว่างดารากับบุคคลอื่น และการแสดงพฤติกรรมรุนแรงอื่นๆ เช่น เมาแล้วขับ เป็นต้น

1.4 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การเที่ยวตามสถานที่เร่รุ่มยัต่างๆ ในเวลากลางคืนและหลังเวลาเที่ยงคืน ซึ่งอาจนำไปสู่พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านอื่นได้ เช่น ด้านเพศ ด้านยาเสพติด และการทะเลาะวิวาท หรืออบายมุขอื่นๆ เป็นต้น

1.5 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านเพศ ได้แก่ การมีว่สมทางเพศ ไม่รักษานวลสงวนตัว การเปลี่ยนคู่ควงบ่อยๆ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน และการหย่าร้าง

1.6 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านยาเสพติด ได้แก่ การเป็นผู้เสพและผู้ค้ายาเสพติด

1.7 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านสื่อลามก ได้แก่ คาราเป็นนายแบบ นางแบบภาพโป๊ เปลือย และคารานำแสดงในสื่อลามก วิชิตีลามก

2. พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของเยาวชนและทุรกรรมเยาวชน ผลการศึกษาจากการวิจัย เอกสารและจากสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการสัมภาษณ์บุคคลและการจัดอภิปรายแบบสนทนากลุ่ม ทำให้ได้ ข้อมูลที่แสดงถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของเยาวชนและทุรกรรมเยาวชนที่ปรากฏเป็นข่าวในสังคมทั่วไป มีดังต่อไปนี้

2.1 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านการแต่งกาย การแต่งตัว โป๊ยั่วยุอารมณ์ทางเพศ ทุ่งสั้น ใส่เสื้อสายเดี่ยว เสื้อรัดรูป กางเกงเอวต่ำ โชว์สัดส่วน หรือรูปร่าง

2.2 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านการใช้สินค้าราคาแพงมียี่ห้อ ได้แก่ การใช้เครื่องแต่งกาย ราคาแพงเกินความจำเป็นและมียี่ห้อ การใช้เครื่องประดับ/เครื่องใช้ราคาแพง เช่น เข็มขัด กระเป๋าถือ รองเท้า นาฬิกา แว่นตา การใช้ของฟุ่มเฟือยอื่นๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องสำอาง น้ำหอม รถยนต์ ราคาแพง เป็นต้น

2.3 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านปัญหาความรุนแรง ได้แก่ การแสดงพฤติกรรมรุนแรง ทางกายและความรุนแรงด้านอารมณ์จิตใจ การทะเลาะวิวาท ยกพวกตีกันตามสถาบันการศึกษา หรือ ตามที่สาธารณะ การปล้น ข่มขืน ลักทรัพย์ การฆ่าตัวตาย และการจับขบถซึ่ง

2.4 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การเที่ยวดึกหลังเที่ยงคืน ตาม ร้านอาหาร ผับ บาร์ เซก และสถานเริงรมย์ต่างๆ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการทะเลาะวิวาท อบาฆมุข ยาเสพติด

2.5 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านเพศ ได้แก่ การมีพฤติกรรมแบบฟรีเซ็กส์ เซ็กส์หมู่ เปลี่ยนคู่บ่อย และแสดงความสัมพันธ์ทางเพศในที่สาธารณะอย่างเปิดเผย ไม่รักษานวลสงวนตัว มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร และการขายบริการทางเพศ การตั้งครรภ์นอกสมรส การทำแท้ง และการหย่าร้าง

2.6 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านยาเสพติด ได้แก่ เยาวชนเป็นผู้เสพยาเสพติดรวมถึง การดื่มสุรา และเยาวชนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการค้ายาเสพติด

2.7 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านการเสฟสื่อลามก ได้แก่ เยาวชนและทุรกรรมเยาวชน เป็นผู้เสฟสื่อลามก อนาจาร จากสื่อต่าง ๆ และเป็นผู้แสดงหรือผู้ผลิตสื่อลามก อนาจาร ในรูปของ วิชิตี หรือผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

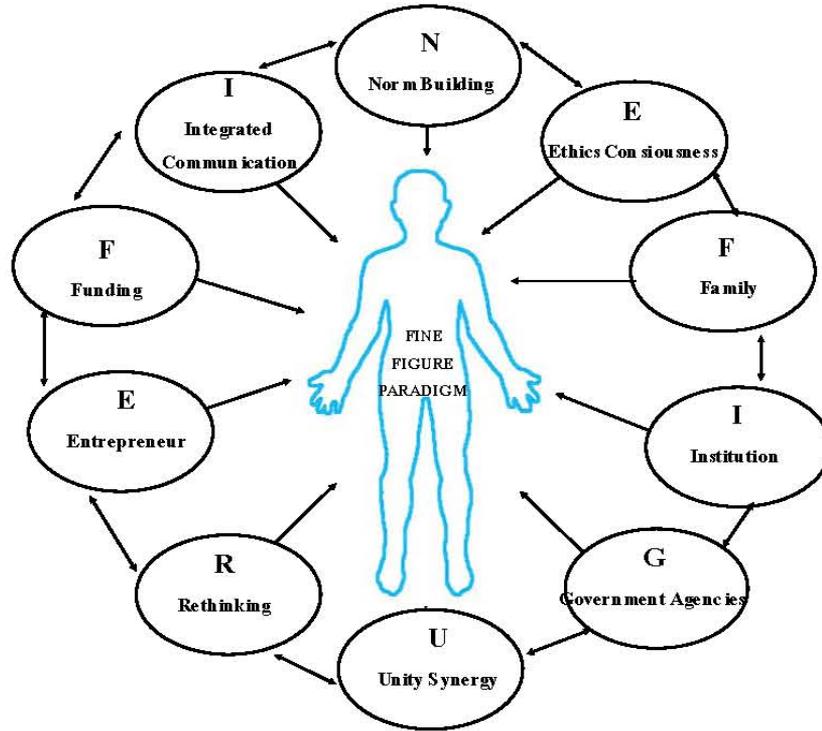
3. ผลกระทบของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนที่มีต่อ เยาวชน และทุรกรรมเยาวชน ผลจากการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์บุคคล และการจัดอภิปรายแบบ

สนทนากลุ่ม ทำให้ได้ข้อสรุป คือ พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของเยาวชนและทुरुกรรมเยาวชน เป็นผลกระทบจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน

สาเหตุที่ทำให้เยาวชนและทुरुกรรมเยาวชนมีพฤติกรรมเลียนแบบบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชน มีดังต่อไปนี้

- (1) กระแสปัจเจกนิยม วัตถุนิยม และประโยชน์นิยมในสังคมไทย
- (2) ระบบสถาบันครอบครัวกำลังอ่อนแอลง .
- (3) สถาบันการศึกษาของไทยไม่ได้ทำหน้าที่อบรมกล่อมเกลายาวชนด้านนิสัยใจคอเท่าที่ควร
- (4) การเห็นภาพที่รุนแรงผ่านสื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบ เช่น จากการเล่นเกมออนไลน์ ชมรายการเรียลลิตี้โชว์ ช่างนักร้องญี่ปุ่นฆ่าตัวตาย ความรุนแรงในการ์ตูนในสื่อละคร-ภาพยนตร์ เป็นต้น
- (5) ความเชื่อเรื่องการเลียนแบบ ทำให้เกิดการเลียนแบบการแสดงออกของดาราผ่านสื่อโทรทัศน์ เช่น เลียนแบบการแต่งกายของดาราในโทรทัศน์ เลียนแบบการแสดงออกทางด้านเพศและเลียนแบบด้านการใช้คำพูดไม่เหมาะสม เป็นต้น
- (6) การขาดสติในการพิจารณาว่าสิ่งใดควรไม่ควรของเยาวชน การขาดวิจารณญาณในการชมโทรทัศน์ทำให้เยาวชนและทुरुกรรมเยาวชนเลียนแบบดารา
- (7) การมีค่านิยมไม่ถูกต้อง เยาวชนยึดบริโภคนิยม ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ใช้สินค้ามีชื่อ ห้อ ราคาแพง
- (8) การขาดความรู้ความเข้าใจในการรับสารจากสื่อและความไม่รู้เท่าทันสื่อ ทำให้เสียสื่อโดยขาดการพิจารณาแยกแยะ โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต และวิธีติดตามกอนาจาร ทำให้มีค่านิยมที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับด้านเพศ เกิดการเลียนแบบจนถึงขั้นหลงผิดหรือถูกหลอกลวงได้
- (9) ความไม่มั่นคง ในจิตใจของเยาวชน เยาวชนหรือวัยรุ่นที่คิดเองไม่ได้ คิดเองไม่เป็น จะเลียนแบบโดยขาดการไตร่ตรอง

ยุทธวิธีในการป้องกันหรือลดอิทธิพลของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนและยุทธวิธีที่จะสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเยาวชน เพื่อไม่ให้ได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน ผู้วิจัยสรุปเป็นกระบวนการทัศน์ยุทธวิธีในการลดผลกระทบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนต่อทुरुกรรมเยาวชน FINE FIGURE PARADIGM ได้ดังนี้



คำอธิบายศัพท์ที่กระบวนการทัศน์ยุทธวิธี “FINE FIGURE PARADIGM”

- F = Funding: ต้องมีงบประมาณในการรณรงค์
- I = Integrated Communication: ต้องใช้การสื่อสารทุกรูปแบบ
- N = Norm Building: ต้องสร้างบรรทัดฐานที่เหมาะสมเป็นตัวอย่าง
- E = Ethics Consciousness: ทุกคนทุกฝ่ายต้องตระหนักในคุณธรรม
- F = Family: เรื่องของครอบครัว
Love: ต้องให้ความรัก
Socialization: ต้องขัดเกลา
Relation: ต้องสร้างสัมพันธภาพในครอบครัวให้เข้มแข็ง
- I = Institution: สถาบันต่าง ๆ
Good Activities: ต้องมีกิจกรรมที่ดี
Supports: ต้องช่วยสนับสนุน
Advocacy: ต้องเป็นคนที่ช่วยปลุกฝัง
- G = government Agencies: หน่วยงานภาครัฐ
Agenda: ต้องทำให้ทุกรรรมเยาวชนเป็นวาระของชาติ
Campaigns: ต้องมีการรณรงค์จากภาครัฐ

- Law Enforcement: ต้องมีการใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดในแง่ของการตรวจการเข้าสถานที่
- U = Unity: การทำงานร่วมกันอย่างเป็นเอกภาพ
- Synergy: ทุกฝ่ายต้องรวมพลังกัน
- Integration: ต้องทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการ ขจัดความขัดแย้ง
- Shared Value: ต้องมีค่านิยมร่วมกัน ในแง่ของการปลูกฝังเยาวชน
- R = Rethinking: ทุกคนต้องคิดใหม่
- Sufficiency Economy: ทุกคนต้องยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำริ
- Morality: ทุกคนต้องมีจิตสำนึกในด้านศีลธรรมมากกว่านี้
- Appropriateness: ทุกคนต้องคำนึงถึงความถูกต้อง ความเหมาะสม ไม่ใช่มองในแง่กฎหมายเท่านั้น บางอย่างไม่ผิดกฎหมายแต่ ผิดความเหมาะสม ผิดศีลธรรม
- E = Entrepreneurs: เหล่าบรรดาผู้ประกอบการต่างๆ
- Public Spirit: ต้องมีจิตสาธารณะ
- Social Responsibility: ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม
- Selection: ต้องเลือกศิลปินที่มีคุณภาพ

กระบวนทัศน์ยุทธวิธี “FINE FIGURE PARADIGM” นี้ได้นำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะต่อบทบาทขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาเยาวชนในการใช้ยุทธวิธีในการลดผลกระทบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชนต่อพฤติกรรมเยาวชน ใน 6 องค์กร ดังนี้

- 1) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ได้เสนอแนะยุทธวิธีในการแก้ปัญหา ดังนี้
 - มีการจัดให้มีการแก้ไขปัญหายุทธวิธีเยาวชนเป็นวาระของชาติ
 - มีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอสำหรับการรณรงค์เพื่อการแก้ไขปัญหา
 - มีการรณรงค์เพื่อแก้ไขปัญหาย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ
 - มีการใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดกับสื่อมวลชน และการตรวจตราสถานบันเทิง
 - มีการสร้างบรรทัดฐานที่เหมาะสมเป็นตัวอย่าง
 - มีการจัดให้มีระบบการเซ็นเซอร์สื่อลามกตามเว็บไซต์ต่างๆ
- 2) บทบาทของสถาบันครอบครัว ได้เสนอแนะยุทธวิธีในการแก้ปัญหา ดังนี้
 - มีการให้ความรัก ความอบอุ่นแก่สมาชิกในครอบครัว เพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน
 - มีการอบรมปมนิสัยสมาชิกในครอบครัวอย่างสม่ำเสมอ
 - มีการสร้างสัมพันธภาพของสมาชิกในครอบครัวให้เข้มแข็ง

- 3) บทบาทของสถาบันการศึกษา ได้เสนอแนะยุทธวิธีในการแก้ปัญหา ดังนี้
- มีการให้การอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยและการแต่งกายที่เหมาะสม
 - มีการกำหนดระเบียบข้อบังคับที่เหมาะสมเกี่ยวกับการแต่งกายและความปลอดภัยของนักเรียน นักศึกษา
 - มีการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม
 - มีการยกย่องเชิดชูนักเรียน นักศึกษาและเยาวชนที่มีความประพฤติดีเด่นเป็นแบบอย่าง
- 4) บทบาทของผู้ประกอบการด้านสื่อสารมวลชน ได้เสนอแนะยุทธวิธีในการแก้ปัญหา ดังนี้
- มีการสร้างจิตสำนึกหรือวิญญานสาธารณะ ในการเสนอรายการต่างๆ ผ่านสื่อ
 - มีการนำเสนอสื่อแบบบูรณาการที่มีความผสมกลมกลืนเพื่อสร้างสรรค์หรือกระตุ้นความรู้สึกผิดชอบชั่วดี และการเป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม
 - มีการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ในการเสนอรายการผ่านสื่อ
 - มีการคัดเลือกศิลปินที่มีคุณภาพเพื่อแสดงในรายการต่างๆ
 - มีการยกย่องเชิดชูศิลปินที่มีคุณภาพ ในการแสดงผ่านสื่อมวลชน
- 5) บทบาทของประชาชนทั่วไป ได้เสนอแนะยุทธวิธีในการแก้ปัญหา ดังนี้
- มีการรวมพลังเพื่อให้เกิดแรงผลักดันที่เป็นประชาติ ในการชี้้นำให้สื่อมวลชนและผู้มีชื่อเสียงในสังคมนำเสนอหรือปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
 - มีการส่งเสริมให้เกิดแนวคิดใหม่และมุมมองใหม่ต่อบทบาทของสื่อสารมวลชนและผู้มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนสำหรับการเป็นแบบอย่างที่ดีต่อเยาวชน
 - มีจิตสำนึกด้านศีลธรรมมากขึ้น
 - มีการคำนึงถึงความถูกต้อง ความเหมาะสม ในการดำเนินการทุกอย่าง
 - มีการให้ความร่วมมือในการรณรงค์เพื่อลดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม
 - มีค่านิยมที่ดีงามร่วมกันในการปลูกฝังเยาวชน
 - มีการยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต
- 6) บทบาทของสถาบันทางศาสนาและสังคม ได้เสนอแนะยุทธวิธีในการแก้ปัญหา ดังนี้
- มีการเพิ่มความเข้มแข็งของสถาบันทางศาสนา
 - มีการเพิ่มความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคมต่างๆ
 - ทุกฝ่ายในสังคมต้องทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการขจัดความขัดแย้ง

ผลจากการวิจัยเชิงปริมาณสรุปได้ว่าเยาวชนเห็นด้วยในระดับ “มาก” กับยุทธวิธีการสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันไม่ให้เยาวชนได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน ตามกระบวนการที่เสนอแนะยุทธวิธีในการลดผลกระทบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม

ของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชนต่อพฤติกรรมเยาวชนตามที่เสนอไว้ใน FINE FIGURE PARADIGM

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

1. การอภิปรายผล

การค้นพบของงานวิจัยเรื่องนี้ ได้รวบรวมข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง น่าจะมีเหตุผลสนับสนุนดังนี้

1.1 พฤติกรรมของดารา นักร้อง นายแบบ นางแบบที่ปรากฏให้เห็นในด้านต่างๆ แสดงให้เห็นว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจริง เนื่องจากสังคมไทยไม่ยอมรับสิ่งเหล่านี้ ได้แก่ ในด้านการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมด้านการใช้สินค้าราคาแพงมีชัยหือ ด้านปัญหาความรุนแรง ด้านการเที่ยวกลางคืน ด้านพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม ด้านยาเสพติด ด้านการเสพติดลามก และด้านการใช้กิริยาวาจาไม่เหมาะสม

1.2 พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของวัยรุ่นคล้ายคลึงกับพฤติกรรมของดารา ได้แก่ ดารามีพฤติกรรมการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมในด้านใด เยาวชนและพฤติกรรมเยาวชนก็แต่งกายไม่เหมาะสมไปในลักษณะเดียวกัน ดารามีพฤติกรรมการใช้สินค้าราคาแพงมีชัยหือ เยาวชนและพฤติกรรมเยาวชนก็มีพฤติกรรมการใช้สินค้าราคาแพงมีชัยหือไปในลักษณะเดียวกัน แสดงว่าดารามีอิทธิพลต่อวัยรุ่น เป็นปัญหาของสังคมซึ่งจำเป็นต้องแก้ไข

ผลการค้นพบยุทธวิธีในการป้องกันไม่ให้เยาวชนได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชน ได้เสนอแนะไว้ 6 ประเด็นหลักดังนี้

- (1) เพิ่มความเข้มแข็งให้สถาบันครอบครัว
- (2) ปรับปรุงระบบการจัดการศึกษาของสถาบันการศึกษา
- (3) ปรับปรุงสถาบันสื่อสารมวลชน
- (4) เพิ่มความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคมและสถาบันทางศาสนา
- (5) การให้ความร่วมมือของคนในชุมชน
- (6) ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการยุติธรรม

ยุทธวิธีที่เสนอแนะไว้ทั้ง 6 ประเด็นหลักนี้นับว่าเหมาะสมและครอบคลุม หากนำไปปฏิบัติจริงๆ ก็จะสามารถแก้ปัญหา หรือป้องกันไม่ให้เยาวชนได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่อสารมวลชนได้ และถ้านำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและจริงจังก็เชื่อว่าน่าจะมีผลคืออย่างถาวรในระยะยาว

มาตรการในการดำเนินการแก้ไข แบ่งเป็น 2 แนวทางคือ

1. การรณรงค์เพื่อป้องกันหรือลดอิทธิพลของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน 7 ด้าน ที่กล่าวมาแล้ว เพื่อไม่ให้เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีที่เยาวชนและทຸກกรรมเยาวชนอาจเลียนแบบ

2. กำหนดมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับสื่อ วงการภาพยนตร์ วงการละคร และวงการเพลง ให้เข้มงวดมากขึ้นและนำกฎหมายที่มีอยู่มาบังคับใช้อย่างจริงจัง เช่น กฎหมายภาพยนตร์ กฎหมายวัสดุโทรทัศน์ กฎหมายวิทยุผู้ค้าขายสิ่งลามกอนาจาร ออกกฎหมายเกี่ยวกับภัยคาราและ ผู้สร้างภาพยนตร์ที่สร้างภาพยนตร์แนวลามกอนาจาร โดยเก็บภาษีให้สูง แล้วนำรายได้จากภาษีดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ต่อสังคม ออกกฎหมายข้อบังคับ เพื่อควบคุมและตรวจสอบเว็บอินเทอร์เน็ตราย เว็บลามกต่างๆ จัดตั้งโครงการอินเทอร์เน็ตสีขาว เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 ครอบครัว โรงเรียน วัด ชุมชน ควรเพิ่มบทบาทในการอบรม ดูแล สั่งสอนเด็กและเยาวชน ให้มีจิตสำนึกรักและภาคภูมิใจ ในเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมไทย ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีของไทยส่งเสริมเอกลักษณ์ไทยและยึดมั่น ในความเป็นไทย จัดกิจกรรมรณรงค์เมื่อมีเหตุการณ์ที่ควรแก้ไขเพื่อปลูกจิตสำนึกของคนในชุมชน

2.2 รัฐบาลโดยกระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรออกกฎหมายควบคุมสถาบันสื่อสารมวลชนทุกประเภทให้ชัดเจนรัดกุม เพื่อให้นำเสนอสื่อที่มีประโยชน์เสนอข่าวสารของดารา นักร้องและบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนอย่างสร้างสรรค์ และเป็นกฎหมายที่นำไปปฏิบัติได้จริง

2.3 สถาบันทางสังคมทุกระดับทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรสาธารณกุศล ร่วมแก้ปัญหาแบบบูรณาการทั้งด้านสังคม การศึกษา เศรษฐกิจ สุขภาพ ศาสนา เพื่อเป็นการสร้างดุลยภาพระหว่างวัตถุกับจิตใจ เพื่อให้เด็กและเยาวชนไทยมีคุณภาพ และดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

2.4 ผู้ประกอบธุรกิจภาพยนตร์ ละคร ธุรกิจค่ายเพลง และสถาบันสื่อสารมวลชนต่างๆ สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ เพื่อเป็นแนวคิดในการประกอบธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาเจาะลึกเป็นรายกรณีเกี่ยวกับบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน เช่น พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชน พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของเยาวชนและทຸກกรรมเยาวชนที่เป็นปัญหาต่อสังคม ผลกระทบจากสื่อสารมวลชนที่มีต่อเยาวชน เป็นต้น

3.2 ควรมีการวิจัยเชิงทดลองในโครงการต่าง ๆ ที่จัดขึ้น เช่น โครงการลดผลกระทบของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสารมวลชนต่อทຸກกรรมเยาวชนในเขต

กรุงเทพมหานคร หรือในจังหวัดอื่นๆ โครงการแก้ปัญหาวัยรุ่น โครงการเพิ่มภูมิคุ้มกัน ให้เยาวชน รู้เท่าทันสื่อ ฯลฯ แล้วประเมินว่าได้ผลเพียงใด เป็นต้น

3.3 จรรยาบรรณของสื่อ ในการนำเสนอข่าวของคนดังให้รู้ว่าหลีกเลี่ยงการนำตัวอย่างที่ไม่ดีมาเชิดชู อย่างให้ความสำคัญกับพฤติกรรมที่เลวร้าย

3.4 จิตสำนึกและความสำนึก เรื่องความสำนึกของผู้กำกับภาพยนตร์ ผู้อำนวยการสร้าง คนเขียนบท ผู้กำกับ ในการสนับสนุนคาราและนักร้อง ควรจะมีการลงโทษไม่ให้มีโอกาสในการสร้างผลงานในสื่อมวลชน

3.5 มอบรางวัล ให้องค์กรทางสังคมให้รางวัลและเชิดชูดารานักร้อง คนดังทั้งหลายที่มีพฤติกรรมที่ดีงาม

3.6 นำคนดังเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ให้องค์กรภาครัฐใช้คนดังที่มีพฤติกรรมที่ดีเป็น Presenter ในการรณรงค์พฤติกรรมที่ดีงามของเยาวชน โดยให้คนดังเป็น positive models

เอกสารอ้างอิง

กรองทิพย์ จันแยม. (2538). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการยอมรับค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรสของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2543). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรสโปรดักส์.

จันรี ทรงประยูร. (2537). การใช้ “บุคคลที่มีชื่อเสียง” ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ พ.ศ. 2535 – 2536. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไชยยศ เหมะรัชต์. สื่อมวลชนปริทัศน์ หน้า 31 ปีที่ 5-11 ฉบับที่ 1-22 มกราคม 2537-ธันวาคม 2538.

เต็มศักดิ์ คทวนิช. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. การพิมพ์. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

มัลลิกา คณานุรักษ์. (2547). จิตวิทยาการสื่อสารของมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

ศศกร ฉันทเศรษฐ์. (2547). การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันวิถีทรรศน์.(2547). เด็กไทยวัยกึก. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

วิรุฬห์รัตน์ พลทวี. (2539). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ดาราทางโทรทัศน์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่น: ศึกษาเฉพาะนักศึกษาสถาบันราชภัฏ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- เสรี วงษ์มณฑา และคณะ. (2536). **อิทธิพลของความรุนแรงในโทรทัศน์ต่อเยาวชนไทย**. งานวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ.
- อรวรรณ วิจักขณะ. (2534). **การเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารีศักดิ์ เงินบำรุง. (2541). **ทัศนคติและการยอมรับของวัยรุ่นต่อการนำเสนอข่าวสารด้านการป้องกันยาเสพติดผ่านนักร้อง-นักแสดง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bandura, Albert. (1977). **Social Learning Theory**. New Jersey : Prentice-Hall.
- Boon, S. and Lomore. (2002, January-February 18). **Teens Underestimate Influence of Celebrity Idols**. Psychology Today , p.18.
- Charles R, Wright. (1975). **Mass Communication**. New York : Random House, Inc.
- De Fleur, Melvin L. (1970). **Theories of Mass Communication**. New York : David McKay Company, Inc.
- Denis McQuail and Sven Windahl. (1981). **Communication Models**, New York: Longman, Inc.
- Frieman, J. (2002). **Learning and Adaptive Behavior**. USA: Wadsworth Group.
- John R. Bittner. (1983). **Mass Communication**. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Joseph R. Dominick. (1999). **The Dynamics of Mass Communication : Media in the Digital Age**. n.p.
- Kelman, J. (1967). **Social Learning and Imitation**. USA : Yale University.
- Loudon, L. D. and Bitta, A. (1993). **Consumer Behavior**. Singapore : McGraw-hill book Co.
- Margan, E.C. (1972). **Patterns of Newspaper Readership. A National Survey of Readership by Demographic Groups**.Dissertation Abstrats,New York. Journal, 18(18).
- McQuail. (2000). **Reader in Mass Communication Theory**. Books : Denis McQuail by Denis McQuail. n.p.
- Supapom, P. (1993). **The Television Saul Representation of the World : A Case Study of News Coverage of the May in Thailand on Australian Television**. Master Thesis, Sydney Macquarie University, Sydney.
- Todd Hunt and Brent D. Ruben.(1993). **Mass Communication**. New York : Harper Collins College Publishers.

Walker, K. (1978). **Understanding the Teenager How Parents Can Help**. Alyesbury: Bucks, Hazell Watson and Viney Ltd.

Warren K. Agee, Phillip H. Ault and Edwin Emery. (1988). **Introduction to Mass Communications**, New York : Harper & Row, Publishers.

Yando, R., Seitz, V. and Zigler, E. (1978). **Imitation : A Development Perspective**. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.