

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาถึงความสำคัญของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของนักเรียนมัธยมศึกษา ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษา และทำความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)
2. แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ (Thai Drama)
3. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)
4. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น (Teenager)
5. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย (Behavior of Homosexual Male)
 - พฤติกรรมชายรักชาย
 - การเปิดเผยตนเอง
6. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมทางเพศ (Sexual Values)
7. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning)
8. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ (Imitation)
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และการเปิดรับข่าวสาร

“การเปิดรับสื่อ” หรือ “การเปิดรับข่าวสาร” (Media Exposure) นั้น หมายถึง ความบ่อยครั้ง รูปแบบ เนื้อหาของข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ และการพูดคุยกับสื่อบุคคล (ลดาวัลย์ แก้วสินवल, 2553: Online)

ดังนั้น การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ หมายถึง ช่องทางที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งใช้ในการรับชมละครโทรทัศน์ ซึ่งในวิจัยนี้จะหมายถึง ความบ่อยครั้ง ช่วงเวลา และระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเปิดรับข่าวสาร มาจากการสื่อสารของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคล หรือสภาพจิตวิทยา โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

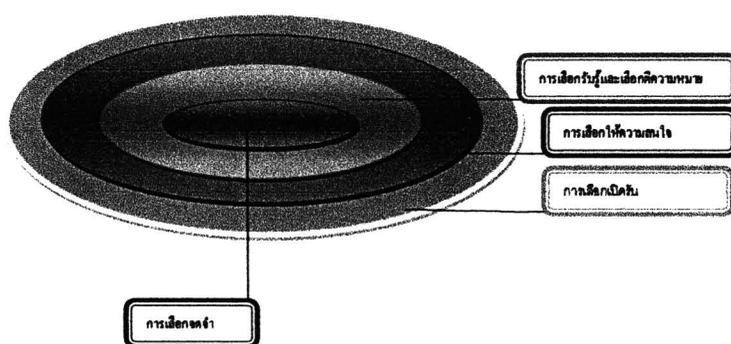
โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960: 19-25 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสาร หรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้อง กับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. **การเลือกรับรู้ และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)** เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้ และตีความหมายสารแตกต่างกันไป ตามความสนใจ ทักษะสติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. **การเลือกจดจำ (Selective Retention)** บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะสติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืม หรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริม หรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทักษะสติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในอนาคตต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง และมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น



แผนภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขภาพศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online)

พีระ จิรโสภณ (25237 อ้างถึงใน ศศิญา วิจิตรจามรี, 2545) ได้กล่าวถึงการเปิดรับข่าวสารว่า ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ทักษะสติ

ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล โดยจะเลือกเปิดรับที่มีประโยชน์ใช้สอยตรงตามความต้องการของตนเอง

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ยันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (ปรมะ สตะเวทิน, 2541: 122-124 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขาภิบาลศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. **ความต้องการ (Need)** ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกาย และใจทั้งความต้องการระดับสูง และความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ
2. **ทัศนคติ และค่านิยม (Attitude and Values)** ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำ หรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์ กับสิ่งแวดล้อม และคนซึ่งทัศนคติ และค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ
3. **เป้าหมาย (Goal)** มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน
4. **ความสามารถ (Capability)** ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเรา ในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้
5. **การใช้ประโยชน์ (Utility)** กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจ และใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973:121-122 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษา และสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกาย และจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Scharm อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสาร ดังนี้



สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่าย และมีสาระประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้น อาจมีสาเหตุอื่น ๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของ ข่าวสาร ตลอดจนสถานะทางสังคม และจิตใจของแต่ละคนด้วย

สุกัญญา ตีระวนิช (2528 อ้างถึงใน วิศาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) กล่าวว่า ฐานะทาง เศรษฐกิจทางสังคมของเด็กส่งผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อ และการเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อ ทั้งนี้ เนื่องจากพ่อแม่มีความรู้ และมีเวลาให้คำแนะนำ

Roger (1969 อ้างถึงใน วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540) การรู้หนังสือ การศึกษา สภาพสังคม อายุ การติดต่อกับสังคมภายนอก เป็นตัวแปรต้นที่จะนำไปสู่กระบวนการเปิดรับสื่อ ซึ่งสอดคล้อง กับ การศึกษาของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ที่พบว่า อายุ การศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการสื่อสาร และสิทธิรัตน์ น้อยสง่า (2540) กล่าวว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของ ครอบครัว และวิถีชีวิตประจำวัน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ ครอบครัวที่มีฐานะดี ทำให้นักเรียนไม่จำเป็นต้องรับจ้างงานทำ เพื่อช่วยเหลือครอบครัว ทำให้มี เวลาในการเปิดรับสื่อมากขึ้น

สำหรับความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1972 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ

1. **การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)** กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูล เมื่อต้องการให้ความรู้คล้อยคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป
2. **การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity)** กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความเอา ใจใส่อ่าน หรือดู หรือฟังเป็นพิเศษ

3. **การเปิดรับประสบการณ์** (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไร จากสื่อใดนั้น มีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman, 1951 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) มีความเห็นแนวเดียวกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้เมอร์ตัน (Merton) ไวท์ (Wright) และวาบเลส (Waples) เรียกว่า "พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร" นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพทางสังคมของผู้รับสาร ก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร ก็ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการ คือ (สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, 2533:40-44 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online)

1. **เพื่อการรับรู้** (Cognition) คือ ผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้
2. **เพื่อความหลากหลาย** (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความ เร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน
3. **เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม** (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง
4. **การผละสังคัม** (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อ หรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

แม็คคอมบ์ และ เบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979: 51-52 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ได้ให้แนวคิดที่ว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

1. **เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance)** บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นที่ทันเหตุการณ์ ทันสมัย
2. **‘เพื่อการตัดสินใจ (Decision)** การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องชีวิตประจำวัน
3. **เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion)** บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุย กับผู้อื่นได้
4. **เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation)** เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบ ๆ ตัว

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์, 2544: 13-14 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) คือ

1. **การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน** โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน จะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ให้นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกันโรเจอร์ส และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมาก ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจน และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

- การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจ กับประชนโดยตรง
- การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540:135 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ตัวอย่างของ สื่อเฉพาะกิจ เช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละ

คนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์ หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ หรือ การเปิดรับข่าวสารนั้น ทำให้ผู้วิจัย เข้าใจความหมาย ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อ กระบวนการเลือกรับข่าวสาร วัตถุประสงค์ของการเปิดรับสื่อ ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำแนวคิด และทฤษฎีดังกล่าว มาใช้ในการนิยามศัพท์ การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการอภิปรายผล

2. แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์

“ละครโทรทัศน์” เป็นรูปแบบหลักรูปแบบหนึ่งของรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ตั้งแต่สมัยแรกเริ่ม โดยแบ่งเป็น ละครสั้น และละครยาว ในปี 2501 ละครโทรทัศน์เฟื่องฟู และละครประเภทนี้ได้รับความนิยม คือ ละครชุดสมัยใหม่ แนวชีวิต และแนวตลก ใช้วิธีแสดงแบบสมจริง ช่วงทศวรรษ 2520-2530 จัดว่าเป็นยุคทองของละครโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ต่างก็ผลิตละครโทรทัศน์แข่งขันกัน ออกอากาศหลังรายการข่าว (ปนัดดา ธนสถิตย์, 2531 อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 456) รายการละครเป็นรายการที่นำรายได้หลักมาสู่สถานี จากเดิมมีความยาวตอนละ 60 นาที เพิ่มเป็น 75 นาที 90 นาที และ 105 นาทีในปัจจุบัน

นักแสดงที่แสดงในละครโทรทัศน์จะใช้หลายมุมกล้อง บางครั้งนักแสดงจะไม่ทราบว่ามีกล้องจะจับภาพ ทางด้านบทละครโทรทัศน์ ต้องมีความละเอียดทุกขั้นตอนกว่าละครเวที เพราะบทโทรทัศน์เป็นตัวกำหนดมุมกล้อง กำหนดฉาก การแต่งกายของผู้แสดง ดนตรี เสียงประกอบ และบางเรื่องยังมีคอมพิวเตอร์กราฟฟิกเข้ามาเพื่อความสมจริงอีกด้วย (วิกิพีเดีย, 2552: Online)

ละครโทรทัศน์เรื่องแรกของประเทศไทย คือ เรื่อง สุริยานีไม่ยอมแต่งงาน (2498) บทประพันธ์ของนายรำคาญ (ประหยัด นาคะนาค) เรื่องที่สองคือ ดึกเสียแล้ว ของอุษณา เพลิงธรรม ทั้ง 2 เรื่องออกอากาศทางช่อง 4 บางขุนพรหม (วิกิพีเดีย, 2552: Online) มีพระเอก 2 คนคือ

ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ กับ ไซติ สโมสร นางเอก คือ นवलละอ ทองเนื้อดี ไม่มีผู้กำกับ ทุกคนจะช่วยกัน นำโดยคุณ พจนีย์ โปร่งมณี ซึ่งเป็นผู้จัดละครเรื่องนี้ (Clipmass.com, 2551: Online)

ละครเรื่องแรกของช่อง 3 คือ เรื่อง ไฟฟาย (2519) นำโดย สมภพ เบญจาธิกุล, ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ กำกับโดย ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ เป็นละครเรื่องแรกที่ผู้แสดงต้องท้องบทมาก่อน และไม่มีการบอกรบเหมือนอย่างที่พากันมาตั้งแต่เริ่มมีละครทางช่อง 9 และช่อง 5 (7 ขาวดำในสมัยนั้น) มาจนในขณะนั้นก็ยังพากันอยู่ เรียกว่าปฏิรูปโดยภัทราวดี ก็ว่าได้ (Clipmass.com, 2551: Online)

ละครเรื่องแรกของช่อง 5 หรือสมัยนั้นยังเป็นช่อง 7 ขาวดำ ก็คือ เรื่อง หญิงก็มีหัวใจ ยาวหลายตอนจบ แสดงและออกอากาศสดเดือนละครึ่ง โดยใช้ผู้แสดงเป็นนักแสดงละครวิทยุคณะกันตนาเองเกือบทั้งสิ้น (เรื่องนี้กำกับการแสดงโดย มจ.ชาติเฉลิม ยุคล ขณะมีอายุ 16 ปี) จากนั้นทางสถานีจึงให้เพิ่มเวลาเป็นเดือนละ 2 ครั้ง และสัปดาห์ละครึ่งตามลำดับ แต่เนื่องจากละครโทรทัศน์ในขณะนั้นเป็นการแสดงสดทั้งสิ้น ทำให้ผู้แสดง และผู้ร่วมงานทำงานหนักมากเกินไปเป็นเหตุให้กันตนาต้องยกเลิกการแสดงละครโทรทัศน์ในเวลาต่อมา เพราะขณะนั้นละครวิทยุของคณะกันตนา กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง และจัดแสดงวันละหลายเรื่องหลายสถานี (Clipmass.com, 2551: Online)

ละครเรื่องแรกของช่อง 7 สี คือ เรื่อง กลิ่นยี่โถแดง (2510) นำโดย พัลลภ พรพิชณ, รัชฎาภรณ์ รัชชณเวช (Clipmass.com, 2551: Online)

ละครเรื่องแรกของไอทีวี คือ เรื่อง ผู้พิชิตมัจจุราช นำแสดงโดยบิลลี่ โอแกน (Clipmass.com, 2551: Online)

อุตสาหกรรมละครผลิตสินค้าวัฒนธรรมในรูปแบบของละครโทรทัศน์ ละครวิทยุ และตีพิมพ์เรื่องบทในหนังสือพิมพ์รายวัน ละครภาคค่ำ (Prime-Time หรือ A-Time Drama) ส่วนใหญ่นำมาจากนวนิยายที่เคยตีพิมพ์ในนิตยสารสตรีมาก่อน และบางเรื่องอาจได้รับการตีพิมพ์รวมเล่มมาก่อนเป็นละครโทรทัศน์ ในการนำเสนอรายการละครโทรทัศน์ภาคค่ำหลังข่าวหลักประจำวัน สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อสมท. เป็นสองสถานีคู่แข่งขั้นที่สำคัญ โดยมีสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นผู้นำเสนอรายใหญ่รายที่สาม (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547:456)

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 มีผู้ผลิตละครโทรทัศน์ภาคคำรายใหญ่ 2 ราย คือ บริษัท ดาราวิดีโอ และบริษัทกันตนา สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อสมท. มีผู้ผลิตสำคัญหลายราย ได้แก่ บริษัท ริงสิโรตม์วณิช, บริษัท วรายุทธ มิลินทจินดา, บริษัท อัครมีเดีย, บริษัท โซนิคส์ ยูธ, บริษัทซาโดว์, บริษัท บางกอกการละคร และบริษัท โพลีพลัส เป็นต้น ส่วนสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีผู้ผลิตขนาดกลาง 1 ราย ได้แก่ บริษัท เอ็กแซ็กท์ (เครือแกรมมี่) สำหรับบริษัทผู้ผลิตละครรายใหญ่ มีกิจการแบบครบวงจรในแนวตั้ง (Vertical Integration) ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาธุรกิจของคนอื่นในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นจนจบ จึงสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อุบลรัตน์ ศิริวุศักดิ์, 2547:456-457)

นอกจาก ละครโทรทัศน์จะให้ความบันเทิงเป็นหลักแล้ว ในลักษณะของอิทธิพลทางอ้อม ละครโทรทัศน์ ยังเป็นแหล่งความรู้ ซึ่งทำหน้าที่ในการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการที่สอนให้รู้ถึงการปฏิบัติตัวในสังคม ละครโทรทัศน์จึงเป็นตัวแทน (Socializing agent) ในการบอกให้คนในสังคมได้รับรู้ถึงเป้าหมาย ค่านิยม บทบาท และแบบอย่างของสังคมโดยทางอ้อม ผู้ชมละครโทรทัศน์จึงเรียนรู้สิ่งเหล่านี้โดยไม่รู้ตัว (พัชรินทร์ ไทยบัณฑิตย์, 2548: Online)

ละครโทรทัศน์ เป็นรายการเพื่อความบันเทิงประเภทหนึ่ง ที่นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านทางบทสนทนา ซึ่งเรื่องราวที่นำเสนอ นั้น อาจจะมาจากเค้าโครงเรื่องจริง หรือแต่งขึ้นจากจินตนาการ กล่าวคือ สื่อมวลชนจะสะท้อนสิ่งที่มีอยู่ และเป็นอยู่ในสังคมให้คนในสังคมได้รับรู้ และขณะเดียวกันก็สร้างภาพแห่งความเป็นจริงในสังคมขึ้นมาใหม่ โดยการเลือกที่จะเสนอเนื้อหาประเภทใด และให้ความหมายกับสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่ออย่างไร ดังนั้น ละครโทรทัศน์ในฐานะผลผลิตของสื่อมวลชน แม้ว่าจะเสนอภาพพจน์ของตนเองว่าเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง จึงไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงตัวให้ความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่สื่อสารกับประชาชน โดยการถ่ายทอดความคิด ค่านิยม และทัศนคติต่าง ๆ แก่ประชาชนผ่านทางเนื้อหาของละครโทรทัศน์ด้วย (อภิญา, 2534: 1-2 อ้างถึงในพัชรินทร์ ไทยบัณฑิตย์, 2548: Online)



ประเภทของละคร (ชาญวุฒิ พรหมสาขา, 2552: Online)

1. ละครประเภทโศกนาฏกรรม หรือที่เรียกว่า แทรจิดี (TRAGEDY)
2. ละครประเภทตลกขบขัน หรือที่เรียกว่า ฟาร์ส (FARCE) และ คอเมดี้ (COMEDY)
 - สุขนานฏกรรม (ROMANTIC COMEDY)
 - ละครตลกชั้นสูง (HIGH COMEDY) หรือ ตลกผู้ดี (COMEDY OF MANNERS)
 - ละครตลกประเภทเสียดสี (SATIRIC COMEDY)
 - ละครตลกประเภทความคิด (COMEDY OF IDEAS)
 - ละครตลกประเภทสถานการณ์ (SITUATION COMEDY)
 - ละครตลกประเภทโครมคราม (SLAPSTICK COMEDY)
 - ละครตลกรักกระจุ่มกระจิม (SENTIMENTAL COMEDY) และละครเศร้า

เคล้าน้ำตา (TEARFUL COMEDY)

3. ละครอิงนิยาย หรือที่เรียกว่า โรมานซ์ (ROMANCE)
4. ละครประเภทเรจรมย์ประเภท เมโลดรามมา (MELODRAMA)
5. ละครสมัยใหม่ (MODERN DRAMA)
 - ละครสมัยใหม่แนว "เหมือนชีวิต" (REALISM) และ แนทเชอรัลลิสม์

(NATURALISM)

- ละครสมัยใหม่แนว "ต่อต้านเรียลลิสม์" (ANTI-REALISM)
 - ละครแนวสัญลักษณ์ หรือ ซิมโบลิสม์ (SYMBOLISM)
 - ละครแนว "โรแมนติก" (ROMANTIC) หรือ "โรแมนติกิสม์"

(ROMANTICISM)

สมัยใหม่

- ละครแนว "เอกเปรสชันนิสม์" (EXPRESSIONISM)
- ละครแนว "เอพิค" (EPIC)

— ละครแนว “แอบเสิร์ด” (ABSURD)

ผลกระทบของสื่อละครโทรทัศน์ต่อเยาวชน (พัชรินทร์ ไทยบัณฑิตย์, 2548: Online)

1. ทำให้เยาวชนเกิดจินตนาการ เกิดความสนุกสนาน ตื่นเต้น
2. ทำให้เยาวชนชมซ้ำสิ่งที่ได้ดูไป โดยไม่รู้ตัว อาจทำให้เห็นความสำคัญทางด้าน
วัตถุมากกว่าด้านจิตใจ
3. การแสดงออกซึ่งความรักอย่างโจ่งแจ้ง ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบตามอย่าง
โดยไม่รู้สึกรู้หา เช่น การจับมือ การโอบกอด เป็นต้น
4. เป็นการสะท้อนค่านิยมต่าง ๆ เช่น การรักพวกพ้อง การมีภรรยาหลายคน การมี
อำนาจ หรือความเป็นเจ้าพ่อ ความหุนหาว ฟุ่มเฟือย ความมั่งคั่ง และการเบี่ยงเบนทางเพศ เป็น
ต้น
5. สะท้อนความไม่ชอบธรรมในสังคม
6. สะท้อนการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในสังคม
7. ทำให้เกิดการครอบงำทางความคิด
8. ทำให้เยาวชนเกิดความอยากเป็นแบบพระเอก นางเอกในละคร หรือเหมือนตัว
ละครที่สามารถทำอะไรรุนแรงก็ได้
9. ทำให้เยาวชนเกิดความก้าวร้าว รุนแรง และการใช้กำลังมากขึ้น
10. ทำให้เยาวชนเกิดความหวาดกลัว และเสียขวัญ ในกรณีที่ละครเรื่องนั้นเป็นเรื่อง
สยองขวัญ
11. ในกรณีที่ละครมีการนำเสนอความไม่ถูกต้อง และไม่ชัดเจนทางวัฒนธรรม อาจ
ทำให้เยาวชนได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง
12. ทำให้เยาวชนใกล้ชิดกับสื่อมวลชนมากเกินไป ซึ่งเป็นการเสียเวลาไปโดยเปล่า
ประโยชน์ ทำให้ไม่รู้จักรับการแบ่งเวลาทำกิจกรรมอื่น

จากผลกระทบดังกล่าวข้างต้น กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุ
โทรทัศน์แห่งชาติ (กองงาน กกช.) กรมประชาสัมพันธ์ และสถานีวิทยุโทรทัศน์ทั้ง 5 สถานี อัน

ประกอบด้วย ช่อง 3, 5, 7, 9 และ ThaiPBS มีความเห็นร่วมกันในบทสรุปว่าด้วยเรื่อง การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม โดยแบ่งระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชมไว้ดังนี้

คำแนะนำสำหรับผู้ชม...



รายการสำหรับเด็ก (๒-๑๒ ปี)

สัญลักษณ์รูปจิกซอว์สีฟ้า ตามด้วยตัวอักษร ค.เด็ก

เป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 2 ถึง 12 ปี และผู้ชมทั่วไป รายการนี้จะจัดเน้นเนื้อหาสาระให้กับเด็ก ๆ การใช้สัญลักษณ์รูปจิกซอว์สีฟ้านั้น สื่อถึงการพัฒนาของเด็ก ๆ ที่จะต้องได้รับสาระจากรายการนี้ นอกจากนี้ ผู้ใหญ่สามารถให้คำแนะนำแก่เด็ก ๆ ในด้านของสาระความรู้จากรายการประเภทนี้

คำแนะนำสำหรับผู้ชม...



รายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน (๒-๖ ปี)

สัญลักษณ์รูปหน้ายิ้มสีชมพู ตามด้วยตัวอักษร ก.ไก่

เป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน อายุ 2 ถึง 6 ปี รายการนี้มีลักษณะคล้ายกับสัญลักษณ์ ค. แต่จะเน้นเจาะจงไปหาเด็กเล็ก ซึ่งรายการประเภทนี้ จะให้ความบันเทิงและสาระที่สนุกสนาน สำหรับเด็ก ๆ ที่ควรจะได้รับชมตามความเหมาะสม

คำแนะนำสำหรับชุมชน...



รายการทั่วไปเหมาะสำหรับชุมชนทุกวัย

สัญลักษณ์รูปบ้านสีเขียว ตามด้วยตัวอักษร ท.ทหาร

เป็นรายการทั่วไปที่เหมาะสมกับผู้ชมทุกเพศทุกวัย รายการประเภทนี้ เป็นรายการที่ให้สาระ และความบันเทิงอย่างไม่มีพิษภัยต่อเด็ก และเยาวชน และมีแง่คิดดี ๆ จากสาระให้กับทุกเพศทุกวัย ซึ่งการใช้สัญลักษณ์รูปบ้านสีเขียวนั้น สื่อถึงครอบครัว ที่หมายถึงทุกคนสามารถรับชมรายการประเภทนี้ได้

คำแนะนำสำหรับชุมชน...



รายการสำหรับผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำ

สัญลักษณ์รูปเครื่องหมายถูกและผิดสีส้มอ่อน ตามด้วยตัวอักษร น.หนู

เป็นรายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำแก่เด็ก ๆ รายการเหล่านี้ เป็นรายการที่มีเนื้อหาบางส่วนที่ผู้ปกครองของเด็กควรใช้วิจารณญาณในการชม และควรแนะนำให้กับเด็ก ๆ ว่า เนื้อหาส่วนไหนที่ถูกหรือผิด ควรหรือไม่ควร และไม่ควรให้เด็กดูรายการประเภทนี้ตามลำพัง ซึ่งจะต้องมีผู้ใหญ่มาแนะนำระหว่างชม สัญลักษณ์นี้จะมี 2 ประเภทย่อยออกไปอีก ได้แก่



ตัวอักษร น.หนู ข้างล่างมีเลข 13 ไทย (๑๓)

เป็นรายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี ซึ่งจะเน้นหนักว่า ให้ผู้ปกครองแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี เพราะมีเนื้อหาที่อาจไม่เหมาะสมสำหรับคนในวัยดังกล่าว



ตัวอักษร น.หนู ข้างล่างมีเลข 18 ไทย (๑๘)

เป็นรายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งจะเน้นหนักว่า ให้ผู้ปกครองแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เพราะมีเนื้อหาที่อาจไม่เหมาะสมสำหรับคนในวัยดังกล่าว



สัญลักษณ์รูปสายฟ้าสีแดง ตามด้วยตัวอักษร จ.จิ้ง

เป็นรายการเฉพาะ(ผู้ใหญ่) ซึ่งไม่เหมาะสมต่อเด็ก และเยาวชน รายการเหล่านี้จะมีเนื้อหาที่อันตรายอย่างชัดเจน ซึ่งจะมีภาพที่ใช้ความก้าวร้าว รุนแรง น่ากลัว สะเทือนใจ มีผลกระทบทางจิตใจ หรือลักษณะที่ไม่เหมาะสม และอาจมีภาพที่มักจะเกี่ยวกับบางสิ่งๆที่เด็กไม่ควรเลียนแบบ

เพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงแบบของเด็ก ๆ รายการดังกล่าว จึงใช้สัญลักษณ์แบบนี้ เมื่อเปิดเจอรายการที่เป็นลักษณะนี้แล้ว จึงไม่ควรให้เด็กและเยาวชนชม

จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อละครโทรทัศน์ ทำให้ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจในวิวัฒนาการ ประเภท และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อละครโทรทัศน์ ทั้งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และก่อให้เกิดโทษกับผู้ชม โดยเฉพาะผู้ชมที่เป็นเด็ก หรือเยาวชนที่ยังมีประสบการณ์ชีวิตน้อย ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ในการนิยามศัพท์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ และการอภิปรายผลในบทที่ 5

3. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย แต่ในต่างประเทศมีการพัฒนา และศึกษาแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อกันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศอังกฤษ แคนาดา และสหรัฐอเมริกา (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2549)

ในประเทศอังกฤษ ใช้คำว่า "Media Education" หรือสื่อศึกษา ในความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ โดยนักวิชาการ และนักศึกษาจำนวนมากเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับรูปแบบของการสื่อสารมวลชนตั้งแต่ปี 1960 เนื่องจากต้องการที่จะปกป้องอิทธิพลจากวัฒนธรรม โดยเฉพาะการต่อต้านจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมที่มาจากสหรัฐอเมริกา ต่อมาในช่วงทศวรรษ 1980 Media Education ได้กลายเป็นหลักสูตรระดับชาติ และเป็นหลักสูตรในโรงเรียนระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา ทำให้เด็กนักเรียนได้ศึกษาองค์ประกอบของสื่อ และสามารถวิเคราะห์สื่อได้

ส่วนประเทศแคนาดา แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเริ่มแพร่หลายในปี 1987 จากกลุ่มอาจารย์จาก Ontario Association for Media Literacy (AML) ที่ได้ร่างแนวคิดหลักของการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อเสนอต่อรัฐบาลเมืองออนตาริโอ ประเทศแคนาดา ให้ผลักดันการรู้เท่าทันสื่อบรรจุไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนภาษาอังกฤษสำหรับเด็กนักเรียนเกรด 8-13 จนกระทั่งได้ตีพิมพ์วิธีการเข้าสู่การรู้เท่าทันสื่อ (Approaches to Media Literacy) เพื่อใช้สอนในวิชา Language Arts ของโรงเรียนมัธยมในประเทศแคนาดา



ในประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มสนใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ จากความกังวลในเรื่องของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากสื่อด้านศีลธรรมที่สื่อเสนอเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ ความรุนแรง และการสนับสนุนวัฒนธรรมบริโภคนิยม และวัตถุนิยม ในขณะที่ประเทศต่าง ๆ ในแถบละตินอเมริกาสนใจเรื่องของการศึกษาเกี่ยวกับสื่อ เนื่องจากต้องการป้องกันอิทธิพลจากสื่อด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมที่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา

นอกจากคำว่า การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) แล้ว ยังมีคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน คือ คำว่า “การศึกษาสื่อ” (Media Education) และ “การเรียนรู้สื่อ” (Media Study) ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับว่านักวิชาการแต่ละท่านจะอ้างอิงข้อมูลมาจากองค์กร หรือสถาบันใด ตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกานิยมใช้คำว่า “Media Literacy” ในขณะที่ออสเตรเลีย และยุโรปนิยมใช้คำว่า “Media Education” นอกจากนี้ยังมีคำที่ใช้เพื่ออธิบายความหมายของ Media Literacy อีก ได้แก่ Media Awareness, Media Studies เป็นต้น

สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะใช้คำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) เพราะต้องการศึกษาเรื่องสภาวะของความรู้ ความเข้าใจสื่อ อิทธิพล และผลกระทบของสื่อ ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ และความสามารถในการตอบโต้สื่อของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

Silverblatt (1995) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการเลือก การเข้าใจ ในบริบทของเนื้อหา รูปแบบ ผลกระทบ อุตสาหกรรม และการผลิตของสื่อมวลชน จนสามารถตั้งคำถาม ประเมิน สร้างสรรค์ รวมทั้งตอบสนองต่อสื่อมวลชนด้วยความคิดที่รอบคอบ

Potter (1998) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความเข้าใจลักษณะรูปแบบของสื่อ และความสามารถในการอธิบายความหมายของสิ่งที่เราพบในสื่อได้ เราจะสามารถเข้าใจลักษณะรูปแบบของสื่อ และสามารถอธิบายความหมายของข้อมูลข่าวสาร หรือเนื้อหาของสื่อได้จากฐานความรู้ที่เรามี ซึ่งฐานความรู้นั้นต้องการเครื่องมือ และวัตถุดิบในการสะสมเพิ่มพูน โดยที่เครื่องมือ คือ ทักษะความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ของเราเอง เพื่อการอ่านสื่อให้ออก และวัตถุดิบ คือ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ และจากโลกแห่งความเป็นจริง

สมสิทธิ์ จิตรสถาพร (2550: Online) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การเรียนรู้ หรือ ความเข้าใจในธรรมชาติของสื่อมวลชน ทราบเทคนิคของการนำเสนอสื่อ หรือเป็นการให้ผู้รับสื่อ ทราบว่าสื่อ นั้นสื่อความหมายอย่างไร เพื่ออะไร

สุขุมล จันทวี (2550: Online) กล่าวว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นการผสมคำระหว่าง คำว่า “การรู้เท่าทัน” กับคำว่า “การสื่อสาร” โดยคำว่า “การรู้เท่าทัน” หมายถึง การรู้จักจริงตามธรรมดา หรือ การรู้ถึงเหตุการณ์หรือความคิดของบุคคลได้ทันที การรู้เท่าทัน เป็นทักษะชีวิตที่สำคัญมาก เพราะนอกจากช่วยให้เรารู้ความจริงของสิ่งนั้นตามที่เป็นแล้ว ยังทำให้เราคิด ทำ และวางท่าที ความสัมพันธ์ต่อสิ่งนั้น ๆ ได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย ส่วนคำว่า “การสื่อสาร” หมายถึง การถ่ายทอด ความหมาย และการรับรู้ความหมาย เพื่อให้เกิดการเข้าใจความหมายร่วมกัน

พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ (2548) ได้นิยามว่า เป็นความสามารถในการวิเคราะห์ วิจัย และประเมินค่าสื่อ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ นำเสนอสื่อในแบบฉบับของตนเอง และผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารได้หลายรูปแบบ นอกจากนี้ การเรียนรู้สื่อยังหมายถึง กิจกรรมทางการ ศึกษาเพื่อการพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ วิจัย และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ โดยทักษะแต่ละ ด้านมีรายละเอียด ดังนี้

1. การเข้าถึง (Access) คือ การได้รับสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างเต็มที่ และรวดเร็ว สามารถรับรู้ และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มความสามารถ มีการแสวงหา ข่าวสารจากสื่อหลายประเภท และไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป
2. การวิเคราะห์ (Analyze) คือ การตีความเนื้อหาสื่อตามองค์ประกอบ และฟอร์มที่ สื่อแต่ละประเภทนำเสนอว่า สิ่งที่น่าเสนอนั้นส่งผลกระทบต่อสังคม การเมือง หรือ เศรษฐกิจ โดยใช้พื้นฐานความรู้เดิม และประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น ที่อาจมาจาก การวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อ (กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ) จุดยืนของสื่อ บริบทต่าง ๆ ของสื่อที่ส่งผลต่อการนำเสนอของสื่อ โดยอาจใช้วิธีการของการ วิเคราะห์ เปรียบเทียบ การแตกองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ หรือการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเหตุ และผล
3. การประเมินค่าสื่อ (Evaluate) เป็นผลจากการวิเคราะห์สื่อที่ผ่านมา ทำให้ สามารถประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสารที่ถูกส่งออกมานั้นว่า มีคุณค่าต่อผู้รับสารมากน้อย

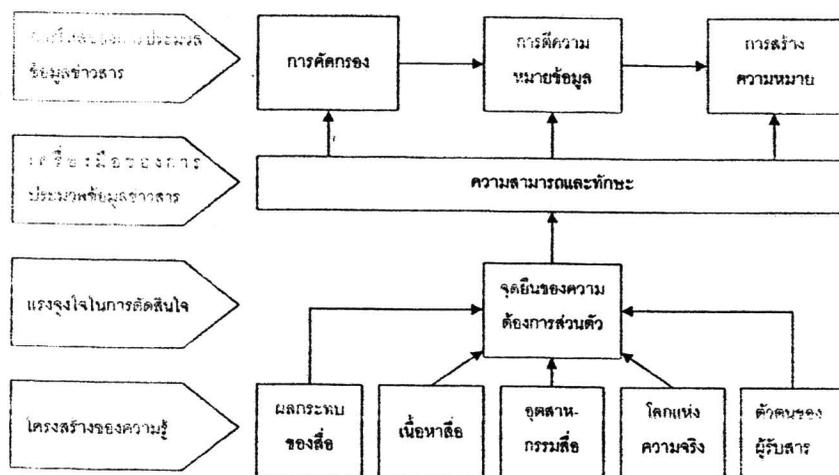
เพียงใด สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับสารในด้านใดได้บ้าง คุณค่าที่เกิดขึ้นเป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นทางใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือมีคุณค่าทางศีลธรรม จรรยาบรรณสังคม วัฒนธรรม หรือ ประเพณีอย่างไรบ้าง สิ่งที่สื่อนำเสนอมีคุณค่าต่อการเรียนรู้ศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งหรือไม่อย่างไร ในขณะเดียวกัน การประเมินค่าที่เกิดขึ้นอาจเป็นการประเมินคุณภาพของสื่อว่า การนำเสนอของสื่อ นั้นมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพหรือไม่ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อในประเภทเดียวกัน

4. **การสร้างสรรคสื่อ (Create)** การเรียนรู้สื่อ รวมถึงการพัฒนาทักษะการสร้างสื่อ ในแบบฉบับของตนเองขึ้นมา เมื่อผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจสามารถวิเคราะห์ วิจาร์ณ ประเมินค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้ว ทุกคนจะต้องเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ผลิตที่จะต้องวางแผน เขียนบท ค้นคว้าข้อมูล เนื้อหา มาประกอบตามเทคโนโลยีของสื่อ หรือรูปแบบองค์ประกอบของสื่อแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถสื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตนได้วางไว้ การพัฒนาทักษะนี้จึงเป็น บทสรุปที่ทำให้ครบกระบวนการเรียนรู้สื่อได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด

ดังนั้น "การรู้เท่าทันสื่อ" จะหมายถึง การที่ผู้รับสารรู้เท่าทันการสื่อสารทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การรู้เท่าทันจุดมุ่งหมายแท้ ๆ ของผู้ส่งสาร รู้เท่าทันความหมายแท้ ๆ ของสาร รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันผลโดยตรง และผลกระทบสืบเนื่องของการสื่อสารครั้งนั้น รวมถึงมีวิถีคิด และวิถีตัดสินใจ เลือกวางท่าทีในการสื่อสาร ให้เหมาะสมแก่สถานการณ์ หรือภาวะการณ์นั้น (สุขุมล จันทวี, 2550: Online)

ทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ

แผนภาพที่ 2.2 แสดงแบบจำลองการรู้เท่าทัน (The Media Literacy Model) (ที่มา: Potter, 2005)



การรู้เท่าทันสื่อ เน้นปัจจัยหลัก 4 ประการ ดังนี้ ปัจจัยแรก คือ โครงสร้างความรู้ (Knowledge Structure) เป็นฐานของปัจจัย ปัจจัยที่สอง คือ จุดยืนของความต้องการส่วนตัว (Personal Locus) ซึ่งได้รับการป้อนข้อมูลจากความรู้หลาย ๆ โครงสร้างความรู้ร่วมกัน นี่คือ จุดที่ การตัดสินใจเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลได้รับการกระตุ้น ปัจจัยที่สาม คือ ชุดของความสามารถ และทักษะของบุคคลหนึ่ง ๆ (Competencies and Skills) ซึ่งก็เป็นเครื่องมือในการประมวลผล ข้อมูล และปัจจัยที่สี่ คือ การจัดประมวลผลข้อมูล (Information-Processing Tasks) ปัจจัยที่สี่นี้จะ ทำงานร่วมกันในระบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Potter, 2005)

1. ‘โครงสร้างความรู้’ (Knowledge Structures) สร้างขึ้นโดยใช้ข้อมูลเป็นวัตถุดิบ และทักษะเป็นเครื่องมือ โดยจะต้องสร้างอย่างระมัดระวัง มีสติ และมีระบบ โครงสร้างความรู้จึงจะ ประกอบไปด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง และมีประโยชน์ และเมื่อนำโครงสร้างความรู้ที่มีข้อมูลมาใช้ ประมวลผลข้อมูล กระบวนการประมวลผลข้อมูลก็จะทำงานได้อย่างถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อไป คือ เราสามารถตัดสินใจหาข้อมูล ใช้ข้อมูล และสร้างความหมายจากข้อมูลได้ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ และสามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่ไม่ดีจากสื่อ ทั้งยังมีโอกาสได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างความรู้ใหม่ อีกครั้ง จากข้อมูลที่ผ่านการประมวลไปแล้วอย่างถูกต้อง โครงสร้างความรู้ที่คนมีความรู้เท่าทันควร มี ได้แก่

- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “ผลกระทบของสื่อ” (media effects) ได้แก่ ธรรมชาติของผลกระทบของสื่อ เช่น ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งดี และไม่ดี (ถ้ารู้จักเลือกเอาแต่ผลดี ประโยชน์ก็จะเกิดขึ้นกับตนเอง) ผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ในระยะสั้น และระยะยาว ผลกระทบที่เกิดขึ้นได้หลายระดับตั้งแต่ในระดับของการรับรู้ เจตคติไปจนถึงพฤติกรรม ฯลฯ

- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “เนื้อหาสื่อ” (media content) ได้แก่ วิธีการ นำเสนอของสื่อแต่ละประเภท เช่น วิธีการนำเสนอข่าวเป็นแบบที่รามิดหัวกลับ เป็นต้น ค่านิยมที่ แฝงอยู่ในเนื้อหาสื่อ (สื่อเลือกเน้นเสนอบางอย่าง ไม่เสนอบางอย่าง) สถิติต่าง ๆ จากเนื้อหาสื่อ เช่น ปริมาณความรุนแรงที่แสดงในเนื้อหาสื่อต่าง ๆ จำนวนบทบาทการแสดงของฝ่ายชายที่มี มากกว่าฝ่ายหญิง เป็นต้น

- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “อุตสาหกรรม” (media industries) ได้แก่ เจ้าของสื่อ การรวมตัวกันของธุรกิจสื่อ การลดต้นทุน และเพิ่มรายได้ของสื่อ วิธีการตลาดที่สื่อใช้สร้างแรงจูงใจในการบริโภค เป็นต้น
- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “โลกในความเป็นจริง” (real world) ได้แก่ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในโลก ทำให้สามารถเปรียบเทียบได้ว่าโลกของสื่อกับโลกในความเป็นจริงแตกต่างกัน
- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “ตัวเอง” (the self) ได้แก่ เป้าหมายส่วนตัว ลักษณะการรับ และใช้ข้อมูลเฉพาะตัว

โครงสร้างความรู้จะช่วยควบคุมการประมวลผลข้อมูลให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เมื่อเรารู้ว่าเนื้อหาสื่อที่สร้างขึ้นนั้น เกิดจากแรงผลักดันทางธุรกิจ เราก็จะเข้าใจว่าสื่อจะส่งผลต่อเราได้อย่างไร และทำให้เราสามารถตั้งเป้าหมายสำหรับเปิดรับสื่อได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม เพียงแค่โครงสร้างความรู้ไม่สามารถเป็นสิ่งยืนยันได้ว่า ถ้ามีแล้วก็จะรู้เท่าทันสื่อ แต่ต้องมีปัจจัยอื่นประกอบด้วย ดังจะกล่าวในลำดับต่อไป (Potter, 2005)

2. **จุดยืนส่วนตัว (Personal Locus)** เป็นตัวควบคุมการประมวลผลข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมาย (goal) และแรงขับที่ก่อให้เกิดความต้องการ/ความอยาก (drive) เป้าหมายจะกำหนดการประมวลผลข้อมูล โดยระบุว่าสิ่งใดที่ควรรับเข้ามา และสิ่งใดที่ควรกรองออกไป นอกจากนี้ เป้าหมายยังกำหนดการจับคู่ความหมาย และการสร้างความหมายด้วย ดังนั้น ยิ่งบุคคลรู้จักจุดยืนของตนเอง ซึ่งก็คือเป้าหมาย และความอยากของตนได้มาก และสามารถกำหนดจุดยืนของตนอย่างมีสติได้มาก พวกเขาก็จะยิ่งควบคุมการประมวลผลข้อมูลได้มาก เมื่อควบคุมการประมวลผลข้อมูลได้มาก ก็ยิ่งมีความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นด้วย ทั้งนี้ ไม่ได้หมายความว่าต้องควบคุมการประมวลผลข้อมูลได้อย่างสมบูรณ์แบบ และควบคุมได้ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นไปได้ที่จะมีใครคงระดับความใส่ใจให้คงอยู่ในระดับสูงได้ตลอด ดังนั้น ความรู้เท่าทันสื่อจะมีมากขึ้นได้ ก็ต้องรู้จักควบคุมการประมวลผลข้อมูลให้มากขึ้น และรู้จักควบคุมอย่างกระตือรือร้น

การควบคุมการประมวลผลข้อมูลแบ่งได้ 2 แบบ คือ การควบคุมการประมวลผลข้อมูลแบบมีสติ (consciousness) และการควบคุมการประมวลผลข้อมูลแบบไม่มีสติ (unconsciousness) เมื่อบุคคล

ควบคุมการประมวลข้อมูลแบบมีสติ ก็จะเลือกเปิดรับสื่ออย่างระมัดระวัง และสามารถตัดสินใจได้ตรงตามความต้องการ และเป้าหมายของตน ในขณะที่เมื่อบุคคลประมวลข้อมูลแบบไม่มีสติ พวกเขาจะเปิดรับสื่อ และตัดสินใจไปแบบไม่รู้ตัว ทำให้สื่อส่งผลกระทบต่อพวกเขามาก คือ ทำให้พวกเขาตัดสินใจไปตามเป้าหมาย หรือความต้องการของสื่อ (media locus) นอกจากนี้สาร คือ ภาพและเสียง ก็จะเข้ามาอยู่ในจิตได้สำนึกโดยไม่รู้ตัว ดังนั้น เพื่อให้เกิดความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น ผู้ปฏิบัติต้องเน้น และใส่ใจกับ “จุดยืนส่วนตัว” ซึ่งเป็นตัวควบคุมการประมวลข้อมูลเป็นพิเศษ การควบคุมการประมวลข้อมูลอย่างถูกต้อง จะช่วยให้บุคคลรู้จักเปิดรับสาร หลีกเลี่ยงสารที่ไม่ดี และไม่ได้รับผลเสียจากสารที่ไม่ดีเหล่านั้น (Potter, 2005)

3. ความสามารถ และทักษะ (Competencies and Skills)

ความสามารถ คือ เครื่องมือที่เราใช้ในการรับสื่อ และเข้าถึงข้อมูลในสาร เราเรียนรู้ความสามารถได้ในช่วงต้นของชีวิต และนำมาใช้อย่างอัตโนมัติในเวลาต่อมา ความสามารถแบ่งได้ 2 ส่วน คือ คนเราสามารถทำอะไรสักอย่างหนึ่งได้ หรือไม่สามารถทำได้ ตัวอย่างเช่น คนเราสามารถเรียนรู้วิธีการจดจำคำ และจับคู่ความหมายของมันกับความหมายที่เรามีอยู่แล้วในหัวหรือไม่สามารถทำได้ การมีความสามารถไม่ได้หมายความว่า คนนั้นมีความรู้ และความเข้าใจสื่อ แต่การขาดความสามารถนี้ เป็นการกันผู้หนึ่ง จากการมีความรู้ และความเข้าใจสื่อ เพราะความบกพร่องนี้กันคนผู้หนึ่ง จากการเข้าถึงข้อมูลบางประเภท เช่น คนที่ขาดความสามารถพื้นฐานในการอ่าน ก็จะไม่สามารถเข้าถึงสิ่งพิมพ์ได้ ซึ่งจะจำกัดสิ่งที่เขาไม่สามารถสร้างขึ้นได้ในโครงสร้างความรู้ และยังไประงับระยะแรงผลักดันของจุดยืนของความต้องการอีกด้วย คนที่อ่านไม่ออกก็จะมีแรงจูงใจน้อยในการรับข้อมูลเป็นสิ่งพิมพ์ (Potter, 2005)

ส่วนทักษะเป็นเครื่องมือที่คนเราพัฒนาขึ้นมาจากการฝึกฝน ความสามารถทางทักษะไม่ได้แบ่งเป็น ส่วน แต่เป็นสิ่งที่หลากหลาย บางคนก็มีความสามารถน้อยในทักษะบางอย่าง ขณะที่คนอื่น ๆ อาจจะมีความสามารถสูงมาก ดังนั้น ทักษะจึงเหมือนกับบักล้ามเนื้อ หากขาดการฝึกฝน ทักษะก็จะด้อยลง แต่หากมีการฝึกฝนก็จะมีทักษะมากขึ้น เมื่อจุดยืนของความต้องการมีแรงผลักดันที่สูงในการใช้ทักษะ ทักษะนี้ก็จะมีโอกาสสูงขึ้นไปสั่นที่ทรงพลังกว่าเดิม

ทักษะที่เกี่ยวข้องกับความรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด ประกอบด้วย 7 ทักษะได้แก่

- การวิเคราะห์ (analysis) คือ การแยกย่อยเนื้อหาสารให้เป็นหน่วยที่มีความสำคัญ
- การประเมินค่า (evaluation) คือ การตัดสินคุณค่าของข้อมูลนั้น โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานบางชนิด
- จัดแบ่งกลุ่ม (grouping) คือ การกำหนดว่าข้อมูลใดมีความเหมือน และต่างกับบางประการออกมา
- อุปนัย (Induction) คือ การพิสูจน์หาความจริง หรือข้อสรุปจากการอ้างถึงส่วนประกอบ หรือส่วนย่อย ๆ แล้วจึงสรุปเป็นภาพรวม
- นิรนัย (deduction) คือ การพิสูจน์หาความจริง หรือข้อสรุปจากการใช้หลักใหญ่ หรือภาพรวม เพื่ออธิบายสิ่งย่อย ๆ หรือส่วนประกอบต่าง ๆ
- การจับใจความสำคัญ หรือการสกัด (abstract) คือ การให้คำบรรยายสั้น ๆ ชัดเจน และถูกต้องแม่นยำ และมีสาระสำคัญของสารด้วยจำนวนคำที่น้อยกว่าตัวสารเอง

ทักษะ และความสามารถทำงานร่วมกันในลักษณะของกระบวนการวงจรถัดต่อเนื่อง ทักษะและความสามารถบางชนิดจะมีความสำคัญมากกว่าชนิดอื่น เมื่อใช้กับการประมวลข้อมูลบางชนิด เช่น การกรองข้อมูล ทักษะการวิเคราะห์ และประเมินค่าเป็นทักษะที่สำคัญที่สุด การจับใจความหมาย ความสามารถเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด และการสร้างความหมาย ทักษะการจัดแบ่งกลุ่ม การพิสูจน์ความจริง การอนุมานแบบอุปนัย และนิรนัย การสังเคราะห์ และการสกัดสำคัญที่สุด อย่างไรก็ตาม คุณค่าของทักษะ และความสามารถแต่ละชนิดจะแตกต่างกันออกไปตามความท้าทายที่เสนอขึ้นโดยสารต่าง ๆ (Potter, 2005)

นอกจากนี้ Baran (2006) ยังได้เพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออีกว่า หากต้องการเป็นผู้บริโภคที่รู้เท่าทันสื่อก็ต้องมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อดังต่อไปนี้

- ยินดี และมีความพยายามเพื่อเข้าใจเนื้อหา และให้ความสนใจกับสิ่งที่มา กีดขวางขณะบริโภคสื่อพร้อมกับขจัดมันออกไป สิ่งกีดขวางกระบวนการสื่อสารเหล่านี้เกิดขึ้นจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่ผิด ๆ ของเราเองเป็นส่วนมาก เช่น ขณะดูโทรทัศน์ เรามักจะทำอย่างอื่นไปด้วย ไม่ว่าจะเป็น กิน อ่าน และคุยโทรศัพท์ หรือขับรถพร้อม ๆ กับการฟังวิทยุ เป็นต้น ทั้งนี้ เรา

จะสร้างความหมายของเราเองได้อย่างมีคุณภาพหรือไม่ ก็ต้องขึ้นอยู่กับว่า เรามีความพยายามที่จะเข้าใจเนื้อหา และให้ความสนใจกับสิ่งที่มาเกิดขวางขณะบริโภคสื่อพร้อมกับขจัดมันออกไปได้มากแค่ไหน

- เข้าใจ และย้ำเกรงอิทธิพลของสารในสื่อ โดยปกติเราจะละเลยอิทธิพลของสื่อโดยมักเห็นว่าผู้อื่นได้รับอิทธิพลจากสื่อ แต่ตัวเราไม่ได้รับ (Third person effect) คือ เรามีความรู้เท่าทันสื่อเพียงพอที่จะเข้าใจถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อทัศนคติ พฤติกรรม และค่านิยมของคนอื่น แต่ไม่มีความตระหนักในตัวเอง และข้อสัจพจน์ที่จะเห็นอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นกับชีวิตของเราเอง

- สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างการโต้ตอบด้วยอารมณ์ และการโต้ตอบด้วยเหตุผลออกจากกัน เมื่อตัวเรามีปฏิกิริยาตอบสนอง และการกระทำโต้ตอบกับเนื้อหาสื่อ เนื้อหาสื่อมักจะสร้างขึ้นเพื่อดึงดูดให้เรามีอารมณ์ร่วม เราชอบที่จะเคลิบเคลิ้มไปกับเพลง ภาพยนตร์ และรายการโทรทัศน์ที่ดี อย่างไรก็ตาม เราไม่ควรระบุสาเหตุลงไปว่า เมื่อเรามีอารมณ์ร่วมกับเนื้อหาสารนั้นหมายความว่า เนื้อหาสารนั้นจะไม่มีนัยยะ หรือความหมายที่สำคัญสำหรับชีวิตเรา เราควรตั้งคำถามกับตนเองว่า ภาพในโทรทัศน์นั้นบ่งบอกประเด็นใดใกล้ตัวเราที่เป็นประเด็นที่ใหญ่กว่า แทนที่จะมีอารมณ์ร่วมไปกับภาพในโทรทัศน์ ซึ่งตั้งใจแพร่ภาพออกมาเพื่อให้มีผลกับอารมณ์ของเราเท่านั้น เราสามารถสร้างความหมายโดยเริ่มต้นจากอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นของเราเอง เช่น ถามตัวเองว่าทำไมเนื้อหานี้ถึงทำให้เรารู้สึกแบบนี้ได้

- สามารถพัฒนาตนเอง ให้ตั้งความหวังกับเนื้อหาสื่อให้ได้ในระดับสูงมาก เราควรตั้งความคาดหวังกับเนื้อหาสื่อให้อยู่ระดับสูง เนื่องจาก ถ้าเราตั้งความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อน้อย เราก็มีแนวโน้มที่จะพยายาม และให้ความสนใจในการสร้างความหมายน้อย ตัวอย่างของพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการตั้งคาดหวังเกี่ยวกับสื่อน้อย ได้แก่ การเปิดโทรทัศน์แล้วหารายการที่จะดูมากกว่าหาดูรายการโทรทัศน์ทั้งหมดก่อน เพื่อดูว่ามีรายการใดน่าชมบ้าง

- รู้จักคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท และตระหนักได้ว่าสื่อใดมีคุณลักษณะของสื่อต่างประเภทกันผสมกัน ตัวอย่างประเภทของสื่อ ได้แก่ ข่าวภาคค่ำ สารคดี หรือ ภาพยนตร์สยองขวัญ เป็นต้น ส่วนตัวอย่างของคุณลักษณะของสื่อ ได้แก่ ข่าวภาคค่ำที่มีฉากนำ

สั้น ๆ และคนที่ดูที่นั่งอยู่ที่โต๊ะจำนวนหนึ่งถึงสองคน เป็นต้น เราต้องรู้จักคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท เนื่องจากความรู้เรื่องนี้จะช่วยชี้ทางในการสร้างความหมายของเรา เช่น เราว่าคุณลักษณะของสื่อภาพยนตร์แต่ละประเภทเพื่อเข้าใจว่า รายละเอียดเกี่ยวกับการจมองไปได้ทะเลเลขของเรือไทเทนิคในภาพยนตร์สารคดีน่าเชื่อถือกว่าในภาพยนตร์ฮอลลีวูด นอกจากนี้ ทักษะในข้อนี้ยังสำคัญเนื่องจาก การผสมคุณลักษณะของสื่อต่างประเภทเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสรรค์สื่อ และเพิ่มปริมาณผู้ชม อันหมายถึงผลกำไรที่ตามมาด้วย ส่งผลให้การอ่านเนื้อหาสื่อยากขึ้น ดังนั้น ถ้ามีทักษะนี้เราก็จะอ่านเนื้อหาสื่อได้ง่าย

- สามารถคิดวิเคราะห์สารจากสื่อ ไม่ว่าจะที่มาของสารจากสื่อ นั้น จะน่าเชื่อถือมากแค่ไหน ความน่าเชื่อถือของสื่อเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากในระบบประชาธิปไตย ซึ่งปกครองโดยประชาชน เนื่องจากสื่อเป็นศูนย์กลางของกระบวนการปกครองในระบบนี้ ดังนั้น บางครั้งสื่อจึงถูกเรียกว่าเป็นฐานันดรที่ 4 อย่างไรก็ตาม เราไม่ควรเชื่อทุกอย่างตามที่สื่อรายงาน แม้ว่าสื่อที่น่าเชื่อถืออย่างมากก็ตาม

- รู้ภาษาที่แฝงอยู่ในสื่อ และสามารถเข้าใจผลกระทบของภาษาที่แฝงอยู่ในสื่อ ไม่ว่าจะซับซ้อนเพียงใด สื่อแต่ละประเภทมีคุณลักษณะ และรูปแบบที่แตกต่างกันเฉพาะตัว นอกจากนี้วิธีการสื่อสารแต่ละวิธียังมีภาษาเฉพาะตัวด้วย ดังนั้น เราจึงต้องเข้าใจภาษาสื่อก่อนถึงจะสามารถอ่านสื่อได้ ตัวอย่างไวยากรณ์ของภาษาแบบนี้ ได้แก่ ภาพในโทรทัศน์ดูจาง ๆ แสดงว่าตัวละครนั้นกำลังฝันอยู่ (ทักษะนี้เรียนรู้มาตั้งแต่สมัยเด็ก) เป็นต้น ยิ่งเราสามารถอ่านสื่อได้ เรายังสามารถสร้างความหมายได้เทียบเท่ากับผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อ

4. การจัดการประมวลข้อมูล (Information-Processing Tasks) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- การกรองสาร
 - หน้าที่: ตัดสินใจว่าจะเก็บข้อมูลใดไว้ และข้อมูลใดที่จะคัดออกไป
 - จุดมุ่งหมาย: เพื่อที่จะใส่ใจกับเนื้อหาสารที่มีประโยชน์มากที่สุด และหลีกเลี่ยงเนื้อหาสารอื่น ๆ

- จุดสนใจ: เนื้อหาสารต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรา
- การจับคู่ความหมาย
 - หน้าที่: ใช้ความสามารถพื้นฐานในการจดจำสัญลักษณ์ และหาคำนิยาม
 - จุดมุ่งหมาย: เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงความหมายที่ได้เรียนรู้มาแล้วอย่างมีประสิทธิภาพ
- จุดสนใจ: สัญลักษณ์ในเนื้อหาสารต่าง ๆ
- การสร้างความหมาย
 - หน้าที่: การใช้ทักษะเพื่อก้าวข้ามการจับคู่ความหมายไปสู่การสร้างความหมายสำหรับตน เพื่อให้ได้ประโยชน์จากเนื้อหาสารมากขึ้น
 - จุดมุ่งหมาย: แปรเนื้อหาสารจากมุมมองที่เปิดกว้าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการหาคอบของทางเลือกทางความหมาย จากนั้นก็เลือกมาหนึ่งความหมาย หรือสังเคราะห์ความหมายที่หลากหลายนั้น
 - จุดสนใจ: โครงสร้างความรู้ส่วนบุคคล

ทั้งนี้ กระบวนการประมวลข้อมูลของแต่ละคนทำงานได้ไม่เท่ากัน กระบวนการประมวลข้อมูลจะขึ้นอยู่กับชุดทักษะ และโครงสร้างความรู้ของแต่ละคน ถ้าทั้ง 2 อย่างนี้พัฒนากระบวนการประมวลข้อมูลก็จะทำงานได้ดี และทำให้ความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น (Potter, 2005)

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ปัจจัยทั้ง 4 ที่มีผลต่อการรู้ทันเท่าสื่อ จะต้องทำงานไปอย่างมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ถ้าเกิดมีจุดอ่อนที่ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง ปัจจัยอื่นก็จะพลอยเสียหายตามไปด้วย ดังนั้น สามารถสรุปการปฏิบัติตนให้เกิดการรู้เท่าทันสื่ออย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้

1. ต้องควบคุมการประมวลข้อมูลให้ได้ตามเป้าหมาย และความอยากของตน ด้วยการควบคุมการประมวลข้อมูลอย่างมีสติให้มากที่สุด โดยรู้เป้าหมาย และความอยากของตนเอง และกำหนดทั้งสองอย่างนี้อย่างมีสติเสียก่อน
2. ต้องมีทักษะเป็นเครื่องมือ และโครงสร้างความรู้ เพื่อใช้ในการประมวลข้อมูล
3. ต้องพัฒนาทักษะขั้นสูงมาสร้างโครงสร้างความรู้

4. ต้องฝึกฝนพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง
5. ต้องพัฒนาโครงสร้างความรู้อย่างต่อเนื่อง โดยหมั่นใช้ทักษะในการประมวลข้อมูล เพื่อปรับเปลี่ยนข้อมูลเก่าเป็นข้อมูลใหม่แล้วจัดเก็บไว้ในโครงสร้างความรู้อย่างเป็นระบบ
6. ต้องสร้างความหมายด้วยตัวเอง ไม่ใช่แค่กรองสาร และจับคู่ความหมายได้เท่านั้น (การสร้างความหมายในที่นี้ ไม่ใช่แค่การวิพากษ์วิจารณ์เท่านั้น แต่หมายถึงการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาร และการสร้างความหมายขึ้นมาใหม่)

นอกจากนี้ องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ (ok. Nation, 2550: Online) ในบริบทของสังคมไทยประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1. มิติในการรับสื่อ
2. การวิเคราะห์สื่อ
3. การเข้าใจสื่อ
4. การประเมินค่าสื่อ

องค์ประกอบที่ 1 มิติการรับสื่อ

มิติการรับสื่อ ตามทฤษฎีการสื่อสารของ Berlo ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ที่เป็นสื่อกลางในการส่งผ่านสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร แต่ในบริบทของไทย การเข้าใจว่าสิ่งที่สื่อส่งมาจะกระทบจะผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 (ตา หู จมูก ลิ้น กาย)ก่อนที่จะส่งต่อการทำงานของจิตใจภายใน การรู้จักแยกแยะ : จิตรู้ จิตคิด เรื่องที่คิด อารมณ์ และการรู้สึกตัว บนเส้นทางของสติ สมานธิ ปัญญา “เพียงเงากระทบตาจะพาให้หลงไหล” และ “เพียงลมกระทบหูควรอยู่หรือจะคล้อยตาม” จะเป็นพื้นฐานการเรียนรู้เท่าทันสื่ออันดับแรกก่อนที่จะส่งต่อขั้นตอนต่อไปได้

องค์ประกอบที่ 2 การวิเคราะห์สื่อ

การวิเคราะห์สื่อ หมายถึง การแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของสื่อ ในประเด็นของ

1. วัตถุประสงค์ของสื่อ
2. กลุ่มเป้าหมายของสื่อ



3. สิ่งที่เราได้นำมาเสนอส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจและการเมืองอย่างไร
4. รูปแบบการนำเสนอของสื่อ
5. ข้อมูลที่นำมาเสนอเป็นข้อเท็จจริงหรือความเห็น
6. ปัจจัยเกี่ยวกับบริบททางสังคม ศีลธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณี ค่านิยม ที่สื่อ
นำเสนออยู่ในกรอบของจรรยาบรรณหรือไม่ ส่งเสริมคุณธรรมให้กับสังคมหรือไม่ การวิเคราะห์
ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ จะทำให้เราเห็นภาพความเป็นจริงของสื่อได้อย่างชัดเจนขึ้น

องค์ประกอบที่ 3 การเข้าใจสื่อ

การเข้าใจสื่อ หรือการอ่านสื่อ หรือการตีความสื่อ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารหลังจาก
เปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อที่จะทำความเข้าใจ ในสิ่งที่สื่อนำเสนอ เข้าใจภาษาเฉพาะของสื่อแต่ละ
ประเภท และรู้จักที่มาข้อมูลประเภทต่าง ๆ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีความเข้าใจสื่อได้ไม่
เหมือนกัน ตีความไปคนละแบบ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิม พื้นฐานการศึกษาและคุณสมบัติต่างๆ
ในการเรียนรู้ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคล ที่ไม่เท่ากันมาก่อน

องค์ประกอบที่ 4 การประเมินค่า

หลังจากการที่ผู้รับสารผ่านการวิเคราะห์ และการทำความเข้าใจสื่อแล้ว ผู้รับสารควรที่จะ
ทำการประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงไร ไม่ว่าจะป็นเนื้อหาที่
สื่อนำเสนอ หรือวิธีการนำเสนอในรูปแบบใดก็ตาม สื่อได้ใช้เทคนิคอะไรก่อให้เกิดความสนใจ
ความพอใจขึ้น หรือทำให้หลงเชื่อไปโดยขาดการวิเคราะห์อย่างถ่องแท้

องค์ประกอบที่ 5 การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์

ถ้าผู้รับสารได้ใช้การวิเคราะห์ และทำความเข้าใจในองค์ประกอบขั้นต้นทั้ง 4 มาได้เป็น
อย่างดีแล้ว เท่ากับว่าผู้รับสารได้ผ่านกระบวนการการรู้เท่าทันสื่อที่ครบถ้วน แต่ยังไม่เพียงพอเพราะ
เมื่อเราเข้าใจองค์ประกอบสื่อ อ่านสื่อได้ ประเมินค่าได้ โดยใช้องค์ปัญญาที่เกิดขึ้นนี้ แต่เราทุกคนไม่
สามารถออกไปจากโลกของสื่อได้ ความจำเป็นที่จะต้องอยู่ในโลกของสื่อต่อไปเราควรที่จะปฏิบัติ
ได้ดังนี้

- เอาสิ่งที่ตนวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ได้
- เลือกรับสื่อเป็น
- สามารถส่งสารต่อได้ และมีปฏิริยาตอบกลับสื่อได้

ระดับของการรู้เท่าทันสื่อ (สุขุมล จันทวี, 2550: Online) แบ่งออกเป็น

การรู้เท่าทันสื่อ ระดับต้น

เน้นที่การรู้เท่าทันกระบวนการสื่อสารครั้งนั้นๆ ทั้งกระบวนการ ได้แก่การรู้เท่าทัน ความหมายแท้จริงของสาร รู้เท่าทันเจตนาของผู้ส่งสารการรู้เท่าทันสื่อ รู้ผลกระทบ และผล สืบเนื่องของการสื่อสาร ครั้งนั้น ๆ รู้เท่าทันสื่อประเภทนั้น ๆ ทั้งกระบวนการ

ถามอย่างง่ายว่าการรู้เท่าทันสื่อ ระดับต้น เราต้อง รู้ อะไร

ตอบอย่างง่ายว่าต้องรู้ความหมาย รู้กระบวนการสร้างความหมาย รู้ผลอันเกิดจาก ความหมาย และรู้เจตนาที่ทำให้สื่อความหมายเช่นนั้นออกมา และเพ่งไปที่ การรู้เท่าทัน กระบวนการสื่อสาร ในฐานะที่เราเป็นผู้รับสาร
สรุปเป็นคำสั้น ๆ ว่า คิดทัน รู้ทัน

การรู้เท่าทันสื่อ ระดับกลาง

เน้นที่การรู้เท่าทันเจตนา ว่าเขามีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารครั้งนั้น ๆ ใด ๆ อย่างไร เจตนา หรือจุดมุ่งหมายนั้น จะให้คุณให้โทษแก่เราอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์ชีวิต และความรู้ทางจิตวิทยาการสื่อสารเข้ามาช่วย เพื่อให้เราวางท่าทีความสัมพันธ์กับเขาได้อย่าง ถูกต้องเหมาะสม และเพ่งไปที่ การรู้เท่าทันเจตนา ในฐานะที่เราเป็นผู้รับสาร การรู้เท่าทันสื่อ ทั้ง ระดับต้นและระดับกลาง ยังเป็นทักษะแบบตั้งรับ คือมีปัญหามาก่อน แล้วจึงหาวิธีรับมือกับปัญหา
สรุปเป็นคำสั้น ๆ ว่า คิดทัน รู้ทัน และหยั่งรู้ได้

แปลว่าบางที เราอาจยังไม่ได้ "รู้เท่าทันธรรมดา" แค่อ่านใจคนออกโดยการวิเคราะห์
สังเคราะห์ข้อมูลรอบด้านอย่างแยบคาย ให้มากพอ ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์การสื่อสารที่
ซับซ้อนมาก ในระยะเวลาที่นานพอสมควร

การรู้เท่าทันสื่อ ระดับสูง

เน้นที่การรู้เท่าทันที่เกิดขึ้นในจิตใจ ของคนผู้นั้น ทั้งในฐานะที่เป็น ผู้ส่งสาร และเป็นผู้รับ
สาร คือ ไม่ว่าจะกำลังอยู่ในบทบาทของผู้ส่งสาร หรือผู้รับสาร ก็ตามทั้งสองบทบาทนั้น ก็ควร
ฝึกกระบวนการสื่อสารอย่างรู้เท่าทัน คือ ฝึก "ติดตาม - กำกับใจตนให้ทัน" ทุกครั้งที่สื่อสาร (ทั้งใน
ฐานะผู้ส่งสาร และผู้รับสาร) ต้องถามตัวเองว่า เราเป็นใคร เราคิด หรือ กำลังทำอะไร ที่เราคิด
หรือกำลังทำ นี้ เหมาะไหม ควรไหม ถ้าควร จะต่อไปอย่างไร ถ้าไม่ควร จะหยุดอย่างไร หรือ
จะเปลี่ยนไปทำอย่างไร คือ เน้นให้เกิดการรู้เท่าทันความจริงตามธรรมดา รู้เท่าทันโลก รู้เท่าทัน
ชีวิต รู้เท่าทัน "ใจ" คน (ทั้งคนอื่น และตนเอง) "การรู้เท่าทันสื่อระดับสูง" มิใช่ทักษะที่สูงเกิน
ความสามารถของมนุษย์ มีมนุษย์จำนวนมากเพียรพยายามฝึกตนจนเข้าใจ และทำให้ดำรงชีวิต
อยู่ได้ด้วยดีบนโลกใบนี้

สรุปเป็นคำสั้น ๆ ว่า คิดทัน รู้ทัน หยั่งรู้ และหยั่งเห็นตามที่เป็นจริง
ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ที่บรรยายมาทั้งหมดนี้ ยังมีใช้การปฏิบัติธรรมเพื่อการหลุดพ้น
ตามคติแนวพุทธ แต่เป็นการ หาวิธี ช่วยฝึกวิธีคิด เพื่อทำให้พอเข้าใจจิตใจของตน และ
มองเห็นแนวทางเบื้องต้น ที่จะทำให้ใจสงบ และไม่คิดเบียดเบียนผู้อื่น (เกิดจิตกุศล) เท่านั้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

McQuail (1997, อ้างถึงในวิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) กล่าวว่า ปัจจัยภายนอกของ
ผู้รับสาร เช่น อายุ เพศ รายได้ และปัจจัยภายในของผู้รับสาร เช่น ทักษะคิด ค่านิยม ความคิดเห็น
เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ลักษณะทางประชากร บุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และฐานะทางเศรษฐกิจทางสังคม จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ตามลักษณะทางประชากร ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) สรุปว่า การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นแตกต่างกันไปด้วย

ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ชูลีพร เหวงศักดิ์โสภาคย์ (2541 อ้างถึงในวิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) อธิบายว่า ครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ ในการสร้างประสบการณ์ กล่อมเกลา และปลูกฝังทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ครอบครัวมีผลต่อการสร้างพฤติกรรม และการรับรู้ของแต่ละบุคคลได้เสมอ ดังนั้น ปัจจัยบางอย่างที่บ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองก็น่าจะส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนด้วย

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ Atkin (1973 อ้างถึงในวิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) กล่าวว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารอย่างกว้างขวาง และมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลอย่างมาก จะส่งผลให้บุคคลนั้น เป็นผู้ที่มีความรู้เท่าทันสภาวะมากขึ้น

อุปสรรคสำคัญต่อการรู้เท่าทันสื่อ

อุปสรรคสำคัญต่อการรู้เท่าทันสื่อ ในที่นี้จะหมายถึงแนวคิดที่ว่าด้วย “the third person effect” หมายถึง การที่คนเรามักจะรู้สึกว่ “ข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อ นั้น จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลอื่นอย่างมาก แต่ไม่เกิดผล หรือไม่มีอิทธิพลต่อตัวเราแต่ประการใด” ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงแล้วนั้น เราอาจจะได้รับอิทธิพลจากสื่อ นั้นมากกว่าที่เราคาดคิดไว้ก็เป็นได้ (Severin and Tankard, Jr., 2001 อ้างถึงในอุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และคณะ, 2549)

ดังเช่นงานวิจัยของ Moran (2004 อ้างถึงในอุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และคณะ, 2549) ได้จัดสนทนากลุ่มกับเด็กวัยรุ่นเพศหญิง เกี่ยวกับผลกระทบจากพฤติกรรมกรเปิดรับโทรทัศน์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงผลของ “the third person effect” อย่างชัดเจน คือกลุ่มตัวอย่างล้วนแล้วแต่

มั่นใจในตัวเองว่า สื่อไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อตัวเองเลย แต่ว่ามีอิทธิพลร้ายแรงต่อบุคคลอื่น กลุ่มตัวอย่างมักจะรู้สึกว่ “เรารู้หมดแล้ว เรารู้ดีแล้ว” และ “เราฉลาดกว่าสื่อ”

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจความหมาย ทฤษฎี และองค์ประกอบที่สำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อใช้ในการออกแบบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) การวิเคราะห์ และการอภิปรายผลการวิจัย

4. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น

ทฤษฎีพัฒนาการของอีริกสัน (พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา, 2544: 66 – 68 อ้างใน ไชโย นิธิอุบัติ, 2546: 28-31)

พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา ได้กล่าวถึงทฤษฎีนี้โดยสรุปว่า

พัฒนาการทางบุคลิกภาพ 8 ขั้นตอน ของอีริกสัน

อีริกสัน (Erikson) เห็นว่า พัฒนาการทางบุคลิกภาพเกิดขึ้นทุกช่วงชีวิต ดังนั้น ทุกช่วงชีวิตจึงมีความสำคัญเช่นกัน มิใช่สำคัญเฉพาะพฤติกรรมในช่วงแรกของชีวิตที่อยู่ใน Critical Period เท่านั้น อีริกสัน (Erikson) ได้เน้นว่าพฤติกรรมในอดีตของบุคคลจะมีผลสะท้อนถึงพฤติกรรมในอนาคตด้วย พัฒนาการของคนเราจะดำเนินไปเป็นขั้นตอน ขั้นพัฒนาการแต่ละขั้นจะมีความสืบเนื่องติดต่อกันตลอดเวลา โดยมีพัฒนาการทางร่างกายเป็นตัวนำไปสู่พัฒนาการขั้นต่อไป สิ่งที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการ ได้แก่ แรงขับภายใน อิทธิพลของวัฒนธรรม และลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ดังนั้น นักจิตวิทยาบางท่าน จึงเรียกพัฒนาการทางบุคลิกภาพของอีริกสันว่าขั้นพัฒนาการทางจิตสังคม 8 ขั้น (Stage of Psychosocial Development)

1. Sense of Trust VS. Sense of Mistrust (0 – 1 ปี) “ความไว้วางใจกับความไม่ไว้วางใจ”

ความไว้วางใจของเด็กที่มีทั้งต่อตัวเองและผู้อื่นนั้น เด็กจะมีมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความคงเส้นคงวาของพ่อแม่ ในการตอบสนองความต้องการพื้นฐาน “ความไว้วางใจ” ของเด็ก ความรักใคร่ของพ่อแม่ที่แสดงต่อลูกนับว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก ถ้าเด็กได้รับความรักใคร่ที่เหมาะสม

เด็กจะรู้สึกว่าการนี้ปลอดภัย น่าอยู่และไว้ใจได้ แต่ถ้าเด็กได้รับไม่เหมาะสม เด็กจะรู้สึกว่าการนี้เต็มไปด้วยอันตรายไม่ปลอดภัย เด็กก็จะมีแต่ความหวาดระแวง

2. Sense of Autonomy VS. Sense of Doubt (2 – 3 ปี) “ความเป็นตัวของตัวเองกับความคลางแคลงใจ”

เด็กในวัยนี้จะเริ่มพัฒนาความเป็นตัวของตัวเอง เช่น รู้จักควบคุมการขับถ่าย เป็นต้น เนื่องจากเป็นวัยที่กล้ามเนื้อเริ่มแข็งแรงขึ้น เด็กในวัยนี้มีความต้องการอิสระที่จะกระทำและแสดงพฤติกรรมตามที่เขาต้องการ เพื่อเป็นการทดลองใช้กล้ามเนื้อส่วนต่างๆ เด็กในวัยนี้จะเริ่มเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญและอยากเอาชนะสิ่งแวดล้อมหรืออำนาจที่มีอยู่ พ่อแม่จึงควรระวังในเรื่องความสมดุลในการเลี้ยงดู โดยเฉพาะวิธีการเลี้ยงดูแบบปกป้องเกินไป (Over Protection) และการเลี้ยงดูแบบขาดการช่วยเหลือ (Lack of Support) กล่าวคือ ถ้าพ่อแม่ให้โอกาสและให้กำลังใจแก่เด็ก เด็กจะพัฒนาความเป็นตัวของตัวเอง มีความมั่นใจ รู้จักอิสระที่จะควบคุมตนเอง แต่ถ้าพ่อแม่ไม่ให้โอกาสหรือทำแทนเด็กทุกอย่าง เด็กจะเกิดความคลางแคลงใจในความสามารถของตนเอง

3. Initiative VS. Guilt (4 – 5 ปี) “ความคิดริเริ่มกับความรู้สึกผิด”

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดถึงการใช้ภาษา จะช่วยให้เด็กเกิดแนวคิดในการวางแผนและการริเริ่มทำกิจกรรมต่างๆ เด็กในวัยนี้ถ้าได้รับการส่งเสริมให้ถูกทางจะเป็นการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ เช่น ถ้าพ่อแม่พยายามตอบคำถามเด็ก ไม่พูดตัดบทหรือแสดงความเบื่อหน่าย ก็จะเป็นการเสริมสร้างเด็กให้เกิดความรู้สึกต้องการที่จะศึกษาค้นคว้าต่อไป เด็กก็จะมีความคิดริเริ่ม (Initiative) ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ใหญ่คอยเข้มงวด หรือไม่เปิดโอกาสให้เด็ก หรือตำหนิเด็กอยู่ตลอดเวลา และเห็นว่ากรกระทำของเด็กเป็นสิ่งที่น่ารำคาญ เด็กก็จะเกิดความรู้สึกผิด (Guilt) เมื่อคิดจะทำสิ่งใด นอกจากนี้แล้วเด็กในวัยนี้จะเริ่มเรียนรู้บทบาทของเพศ มาตรฐานทางศีลธรรมและการควบคุมอารมณ์

4. Sense of Industry VS. Sense of Inferiority (6 – 12 ปี) “ความขยันหมั่นเพียรกับความรู้สึกต่ำต้อย”

เด็กในวัยนี้จะเริ่มเข้าเรียนและต้องการเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น เด็กจะเกิดพัฒนาการทางด้านความขยันขันแข็ง โดยพยายามคิดทำ คิดผลิตสิ่งต่าง ๆ ให้เหมือนผู้ใหญ่ด้วยการทุ่มเททั้งกำลังกายและกำลังใจ ถ้าเด็กได้รับคำชมเชยก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดกำลังใจและมีความมานะพยายาม (Industry) มากขึ้น แต่ถ้าเด็กไม่ได้รับความสนใจ หรือผู้ใหญ่แสดงออกมาให้เด็กเห็นว่าเป็นการกระทำที่น่ารำคาญ เด็กก็จะเกิดความรู้สึกต่ำต้อย (Inferiority)

5. Sense of Identity VS. Role Confusion (12 – 17 ปี) “ความเป็นเอกลักษณ์กับความสับสนในบทบาท”

เป็นช่วงที่เด็กเข้าสู่วัยรุ่น และเริ่มพัฒนาเอกลักษณ์ของตนเองว่าตนคือใคร ต้องการอะไร มีทัศนคติอย่างไร มีเป้าหมายอะไรในอนาคต ถ้าเด็กค้นหาเอกลักษณ์ของตนเองได้ เด็กก็จะแสดงบทบาทของตนเองได้เหมาะสม แต่ถ้าเด็กค้นหาเอกลักษณ์ของตนเองไม่พบ เด็กจะเกิดความสับสนและแสดงบทบาทที่ไม่เหมาะสม หรือไม่สอดคล้องกับตนเอง

6. Sense of Intimacy VS. Sense of Isolation (18 – 34 ปี) “ความผูกพันกับการแยกตัว”

เป็นขั้นตอนของการพัฒนาทางด้านความรัก ความผูกพัน กล่าวคือ เมื่อบุคคลสามารถค้นพบเอกลักษณ์ของตนเองได้แล้ว โดยรู้ว่าตนเองคือใคร ต้องการอะไร มีจุดมุ่งหมายและอุดมคติอย่างไร แล้วก็จะเกิดความรู้สึกต้องการมีเพื่อนสนิทที่รู้จักสามารถปรับทุกข์ซึ่งกันและกันได้ตลอดถึงแสดงความยินดี และเสียสละให้แก่กัน แต่ถ้าพัฒนาในช่วงนี้ล้มเหลว ไม่สามารถสร้างความรู้สึกเช่นนี้ได้ เขาก็จะขาดเพื่อนสนิทหรือเกิดความรู้สึกต้องการที่จะชิงดีชิงเด่น ขอบทะเลาะเบาะแว้งกับผู้อื่น เขาจะรู้สึกกลัว เผล่าเปลี่ยว เหมือนถูกทอดทิ้ง ซึ่งจะนำไปสู่การแยกตัว และดำเนินชีวิตอย่างโดดเดี่ยว

7. Sense of Generativity VS. Sense of Self Absorption (35 – 60 ปี) “การทำประโยชน์ให้สังคมกับการคิดถึงแต่ตนเอง”

เป็นช่วงของวัยกลางคน ซึ่งมีความพร้อมที่จะสร้างประโยชน์ให้สังคมได้เต็มที่ ถ้าพัฒนาการแต่ละขั้นตอนที่ผ่านมาดำเนินไปด้วยดีมีการดูแลรับผิดชอบเอาใจใส่ต่อบุตรหลานให้มีความสุข มีการอบรมสั่งสอนบุตรหลานให้เป็นคนดีต่อไปในอนาคต แต่ถ้าพัฒนาการขั้นต่างๆ ที่

ผ่านมาไม่ประสบผลสำเร็จ เขาก็จะเกิดความรู้สึกท้อถอย เมื่อหน่วยชีวิตคิดคำนึงถึงแต่ตนเองไม่
รับผิดชอบต่อสังคม

8. Sense of Integrity VS. Despair (60 ปีขึ้นไป) “บูรณาการกับความสิ้นหวัง”

เป็นช่วงของวัยชราซึ่งเป็นวัยสุดท้ายของชีวิต เป็นขั้นพัฒนาบูรณาการแห่งตนในช่วงนี้ ถ้า
บุคคลผ่านขั้นตอนพัฒนาการต่างๆ มาด้วยดี ก็จะมองอดีตว่า เต็มไปด้วยความสำเร็จมีความสุข
รอบคอบ ฉลาด มีปรัชญาชีวิตของตนเอง ภูมิใจในการถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่ลูกหลาน มี
ความรู้สึกพอใจในชีวิต และมีความสุข แต่ถ้าพัฒนาการขั้นต่างๆ ที่ผ่านมาไม่เหมาะสม มีแต่
ความล้มเหลว ก็จะรู้สึกสิ้นหวังในชีวิต เสียเวลาที่ผ่านมา ไม่พอใจกับชีวิตในอดีต ไม่ยอมรับ
สภาพตนเอง เกิดความซับซ้อนใจต่อสภาพความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ขาดความสุข

การกำหนดช่วงอายุของวัยรุ่น

สถาบันราชานุกูล (2550: Online) ได้กล่าวถึงพัฒนาการของเด็กในช่วงอายุต่าง ๆ ว่า

เด็กอายุระหว่าง 0-3 ปี โทรทัศน์จะดึงให้เด็กจ้องมองที่หน้าจอที่มีแสงสว่าง มีการ
เคลื่อนไหวภาพที่รวดเร็ว เด็กไม่มีโอกาสเรียนรู้แบบโต้ตอบกับสิ่งที่รับเข้ามา

เด็กอายุระหว่าง 3-5 ปี เด็กเริ่มพัฒนาการเรียนรู้จากการเล่นแบบสมมุติ ชอบการทดลอง
เลียนแบบระบบคิดยังไม่สามารถแยกแยะระหว่างความจริงกับจินตนาการ การรับรู้ผ่านสื่อจะรับรู้
ข้อมูลแบบซึมซับว่าเป็นจริง เลียนแบบพฤติกรรมที่เห็นไม่สามารถตัดสินใจแยกแยะได้ด้วยตัวเอง
ถึงอันตรายที่จะตามมา

เด็กอายุระหว่าง 6-12 ปี ยังเป็นช่วงที่เด็กมีการเลียนแบบสูง เนื่องจากระบบคิดยังอยู่
ในช่วงการพัฒนาความเป็นเหตุเป็นผล จึงมีแนวโน้มสูงที่จะทดลองด้วยการเลียนแบบพฤติกรรม
โดยไม่เข้าใจความหมายของพฤติกรรมนั้น และยังสร้างค่านิยมต่อพฤติกรรมที่รับรู้ผ่านสื่อว่าเป็น
ค่านิยมที่ยอมรับทางสังคม

และเด็กอายุระหว่าง 13-18 ปี ซึ่งเป็นวัยที่มีการพัฒนาระบบคิด ต้องการการยอมรับ และ
เลือกรับสิ่งที่เป็นตามกระแสหลักได้ง่าย เป็นวัยที่มีการแสวงหาต้นแบบในอุดมคติ เช่น นักร้อง นัก

ดนตรี หรือดาราในดวงใจ จะมีอิทธิพลมากต่อความคิดและพฤติกรรมของวัยรุ่น รวมทั้งต้องการแสดงพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงอายุของสถาบันราชานุกูล เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มประชากรในงานวิจัยนี้ และจะใช้ทฤษฎีพัฒนาการของอีริกสัน และแนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็ก ในช่วงวัยต่าง ๆ ของสถาบันราชานุกูล ในการทำการศึกษาระรมชาติของวัยรุ่นในงานวิจัยนี้

ลักษณะเฉพาะของวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มากมาย ส่งผลให้วัยรุ่นมีภาวะทางอารมณ์ไม่คงที่ ทำให้บิดา มารดา และบุคคลแวดล้อมสับสน กับพฤติกรรมที่เกิดขึ้น ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย และอารมณ์ การเปลี่ยนแปลงทางความคิด และการเปลี่ยนความคาดหวังของวัยรุ่น (Hooper, 1993)

1. การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย และอารมณ์ (Physical and Emotional Changes) ที่ไม่คงเกิดจากหลายสาเหตุด้วยกัน ได้แก่

การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย ร่างกายจะมีพัฒนาการเจริญเติบโตเกือบทุกระบบ ทั้งเพศหญิง และเพศชาย โดยฮอร์โมนในวันดังกล่าวจะตอบสนองต่อความชอบ และอารมณ์ทั่วไปอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนด้านสรีระ เช่น ความสูง น้ำหนัก ผิวพรรณ ฯลฯ

Casper & Offer (1990) กล่าวว่าวัยรุ่นหญิงจะให้ความสำคัญกับรูปร่าง และน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นมากกว่าวัยรุ่นชาย เพราะต้องการให้ตนมีรูปร่างที่ผอมบาง แม้จะมีน้ำหนักปกติก็ตาม และแสวงหาวิธีในการลดน้ำหนักที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่วัยรุ่นชายจะหาวิธีการในการเพิ่มน้ำหนักตัวให้มากขึ้น เพื่อให้ดูแข็งแรงเป็นนักกีฬา และวัยรุ่นหญิงมีคุณค่าจะให้ความสำคัญกับน้ำหนักตัวที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าวัยรุ่นมีชขาว ในขณะที่วัยรุ่นชายมีคุณค่าให้ความสำคัญกับการลดน้ำหนักตัวโดยการออกกำลังกายมากกว่าวัยรุ่นชายมีชขาว

การเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ พัฒนาการทางอารมณ์ของบุคคลเริ่มก่อตัวตั้งแต่วัยเด็ก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากกรรมพันธุ์ พื้นฐานทางอารมณ์ และความสัมพันธ์ระหว่างบิดามารดาในวัยเด็ก และเมื่อเสริมด้วยการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้สึกเด่น หรือค้อยในแง่มุมต่าง ๆ ในช่วงวัยรุ่นจะปรากฏรูปแบบอารมณ์ของบุคคลที่เด่นชัดมากขึ้น (วินัดดา ปิยะศิลป์, 2541) และด้วยพัฒนาการ

เปลี่ยนแปลงด้านร่างกายอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้วัยรุ่นเกิดความกังวลในการปรับตัว และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจของวัยรุ่นในเรื่องต่าง ๆ (นงพะงา ลิมสุวรรณ, 2545)

- มีความต้องการใหม่ ๆ เกิดขึ้น และเป็นไปอย่างรุนแรง เมื่อวัยรุ่นต้องการสิ่งใดแล้วไม่ได้ตั้งใจ ก็จะแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ไม่พอใจเหล่านั้น และจะพยายามแสวงหาความพึงพอใจให้เกิดขึ้นจากทางใดทางหนึ่งให้ได้ ซึ่งผู้ใหญ่มักจะไม่วุ่นวายกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าว
- มีความรู้สึกทางเพศเกิดขึ้น วัยรุ่นจะให้ความสนใจกับตัวเอง รักสวยรักงาม สนใจแฟชั่น และพิถีพิถันในการแต่งกายให้ดูดี เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน และสะดุดตาเพศตรงข้าม ซึ่งความประพฤติทางเพศของวัยรุ่นได้รับอิทธิพลจากครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญว่าเป็นแบบอย่างที่ดีมากน้อยเพียงไร และความเหมาะสมกับประเพณี และวัฒนธรรมของแต่ละสังคม
- ความกังวลเรื่องการเจริญเติบโต ร่างกายมีพัฒนาการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว ทำให้วัยรุ่นกังวลในรูปร่างของตนว่าจะใหญ่โตเกินไป ซึ่งบางคนใช้วิธีการอด หรือลดปริมาณอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก หรือยีนตัวงอเพื่อให้ตนเองตัวเล็กลง
- อารมณ์แปรปรวน และมีความรุนแรง เดี่ยวดีเดี๋ยวร้าย เมื่อพลาดพลั้งผิดหวังจะแสดงความเสียใจออกมาอย่างรุนแรง
- มีจินตนาการมากขึ้น โดยถือตนเป็นตัวละครสำคัญในจินตนาการนั้น และเรื่องที่จินตนาการส่วนมากจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรัก ความสำเร็จ ความปลอดภัย ความสงสารตัวเอง และความตาย

2. การเปลี่ยนแปลงทางความคิด (Change in Thinking) วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความคิดที่ยากต่อการทำความเข้าใจ พยายามแสวงหาเหตุผลต่าง ๆ นานา เพื่อสนับสนุนความคิดของตน วัยรุ่นมักคิดเสมอว่าความคิดของตนเป็นสิ่งที่ถูกต้อง และมีความสำคัญกับบุคคลทั่วไป บุคคลที่แวดล้อมกำลังให้ความสนใจ และอยากสนทนาพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นนั้น ๆ กับตน (Hooper, 1993)

3. การเปลี่ยนความคาดหวัง (Change in Expectation) วัยรุ่นพยายามปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนตามความคาดหวังของบุคคลที่แวดล้อม โดยพยายามเลียนแบบพฤติกรรมการณ์เป็นผู้ใหญ่ การวางตัวให้เหมาะสมในสังคม และรูปแบบการสนทนา เพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของ

กลุ่ม เป็นช่วงเวลาที่ยัยรุ่นพยายามหาเอกลักษณ์ (Identity) และปรารถนาให้มีลักษณะบางประการเหมือนผู้หนึ่งผู้ใดในสังคม (Identification) (Erickson, 1963 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนกกาญจน์, 2546: 13) ผ่านมุมมองในการมองตนเอง 3 ลักษณะ

“Abiding Self” เป็นลักษณะบุคลิกภาพภายนอกของวัยรุ่นที่เปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่น รสนิยมในการแต่งกาย ทรงผม รองเท้า การคบเพื่อน ฯลฯ เป็นส่วนที่ยัยรุ่นเปิดเผยให้ผู้อื่นรับรู้ โดยเฉพาะในกลุ่มเพื่อน

“Transient Self” คือ บุคลิกลักษณะในด้านสติปัญญา และความสามารถ เป็นส่วนที่ยัยรุ่นไม่อยากเปิดเผยให้บุคคลอื่นรับรู้ โดยเฉพาะกับบุคคลที่อาวุโสกว่า หรือด้อยอาวุโสกว่า เพราะจะทำให้เกิดปมด้อยในด้านดังกล่าว

“Personal Fable” เป็นโลกจินตนาการส่วนตัวที่ยัยรุ่นมักเป็นตัวละครเอกในเรื่อง บุคคลอื่นไม่อาจรับรู้ในส่วนดังกล่าว หรืออาจรับรู้โดยผ่านการบอกเล่า หรือการบันทึก

พัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่น

นอกเหนือจากพัฒนาการด้านร่างกาย และอารมณ์ การเปลี่ยนแปลงทางความคิด และการเปลี่ยนความคาดหวัง วัยรุ่นยังเป็นวัยของการเข้าสังคมที่มากไปกว่าครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ซึ่งความต้องการทางสังคมที่ยัยรุ่นต้องการ ได้แก่ ต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่น่าพึงพอใจกับบุคคลอื่น ต้องการคบหาสมาคมกับบุคคลที่มีภูมิหลัง และประสบการณ์ทางสังคมที่ต่างกัน และต้องการการยอมรับ ความเป็นเจ้าของ และการมีสถานภาพในกลุ่ม (บุญชรี คำชาย, 2542)

สุโท เจริญสุข (2517) ได้กล่าวถึงพัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่น ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงพัฒนาการด้านสังคมของวัยรุ่น จากความสัมพันธ์ทางสังคมในวัยเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่

| พัฒนาจากวัยเด็ก | เพื่อไปสู่วัยผู้ใหญ่ |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 1. ความสนใจในเรื่องต่าง ๆ มากมายไม่แน่นอน | 1. ความสนใจน้อยเรื่องลง แต่จะมีความลึกซึ้งในเรื่องนั้นมากขึ้น |
| 2. ชุกชอน พุดมาก กล้าทำ | 2. การแสดงออกเหมาะสมตามเพศ และวัยมากขึ้น |
| 3. คบเพื่อนที่มีลักษณะเหมือนกับตน | 3. คำนึงถึงมาตรฐานทางวัฒนธรรมของผู้ใหญ่ |
| 4. ยอมเป็นสมาชิกของหมู่คณะทั่ว ๆ ไป | 4. เลือกเป็นสมาชิกเฉพาะในหมู่คณะที่สนใจเท่านั้น |
| 5. สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของครอบครัวไม่เป็นสิ่งกีดขวางความเป็นเพื่อน | 5. คำนึงถึงฐานะ ยศศักดิ์ และสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมครอบครัวเป็นสำคัญ |
| 6. จัดกิจกรรมทางสังคมรูปแบบที่เรียบง่าย | 6. มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น |
| 7. การนัดพบเที่ยวเตร่กับเพื่อนต่างเพศมีน้อย | 7. การนัดพบเที่ยวเตร่กับเพื่อนต่างเพศมากขึ้น |
| 8. สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศอย่างธรรมดา | 8. สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ โดยคำนึงถึงเรื่องการมีครอบครัวมากขึ้น |
| 9. คบเพื่อนอย่างธรรมดา | 9. มีความจริงจังในการคบเพื่อนมากขึ้น |
| 10. มีเพื่อนฝูงมากมาย | 10. มีเพื่อนน้อยลง แต่สนิทสนมกันมากยิ่งขึ้น |
| 11. ชอบอาสาทำการทำงานอะไรก็ได้ เพื่อให้ตนเองเด่นในหมู่เพื่อนฝูง | 11. เลือกทำงานเฉพาะที่สนใจ เช่น สนใจเพื่ออาชีพ เพื่อการศึกษา |
| 12. ไม่รู้ความต้องการที่แท้จริงของตน | 12. คิดถึงผู้อื่นในสังคมมากขึ้น มีความรับผิดชอบมากขึ้น |
| 13. ต้องการอยู่ในระเบียบกฎเกณฑ์ที่ดี และมีความแน่นอน | 13. เป็นตัวของตนเอง ไม่ชอบอยู่ในอำนาจของผู้อื่น หรือผู้ใหญ่ |
| 14. ยอมรับนับถืออำนาจของผู้ใหญ่ | 14. มีสถานะเท่าเทียมกับผู้ใหญ่มากขึ้น |

นอกจากนี้ ราศรี ธรรมนิยม (2524) ได้อธิบายพัฒนาการของวัยรุ่นว่าเป็นออกได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. พัฒนาการทางร่างกาย หรือมีการเปลี่ยนแปลงทางขนาด ในน้ำหนักส่วนสูง และการทำงานของฮอร์โมน
2. พัฒนาการทางอารมณ์ และจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงของอารมณ์อย่างรวดเร็ว และรุนแรง จนเรียกว่า “พายุบุแคม” คือ มีความรู้สึกรุนแรง เปิดเผยตรงไปตรงมา มีความเชื่อมั่นในตนเอง ต้องการเป็นอิสระ ไม่ชอบกฎเกณฑ์ และการบังคับ เริ่มมีความรู้สึกทางเพศ สนใจเพศตรงข้าม และการคบหาสมาคมกับคนอื่น ๆ
3. พัฒนาการทางสติปัญญา รู้จักการคิดเป็นระบบ (Formal Operation) คิดเป็นเหตุเป็นผล คิดเป็นวิทยาศาสตร์ คิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ คิดอย่างเป็นระเบียบแบบแผน และมีจินตนาการสูง
4. พัฒนาการทางสังคม เริ่มคบหาเพื่อนฝูง และได้รับอิทธิพลจากเพื่อนเป็นอย่างมาก บางคนอาจชอบเรียกร้องความสนใจด้วยการมีพฤติกรรม การแต่งกาย กิริยาวาจา ภาษาแปลก ๆ รวมทั้งมีความคิดเห็นคล้ายตามกับกลุ่มเพื่อน

จากรูปแบบการเข้าสังคมในวัยเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ในด้านการคบหาสมาคม การวางตัว รูปแบบพฤติกรรม ความสนใจ และอื่น ๆ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญในด้านพัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่นได้ ดังนี้

1. มีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ น้อยลง แต่จะมีมุมมองอย่างลึกซึ้งมากขึ้น และมีการแสวงหาความรู้ในเรื่องที่สนใจจากแหล่งต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น การอ่านหนังสือ หรือซักถามผู้รู้
2. มีการแสดงออกที่เหมาะสมตามเพศและวัยมากขึ้น พยายามปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานภาพทางสังคมของตนมากขึ้น โดยกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อพัฒนาการเรียนรู้ในรูปแบบดังกล่าว
3. เริ่มมีมาตรฐานทางวัฒนธรรมแบบผู้ใหญ่ และมีเหตุผลในการเลือกสรรเพื่อนที่มีความเข้าใจ และมีความลึกซึ้งผูกพันมากขึ้น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มเรียนรู้ที่จะยอมรับประนีประนอมต่อกฎเกณฑ์ หรือประเพณีของกลุ่ม เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งเกิดขึ้น



4. การเป็นสมาชิกกลุ่มที่มีค่านิยม และความสนใจเดียวกัน วัยรุ่นเริ่มมีความเป็นตัวของตัวเอง มีความเข้าใจในตัวเอง และต้องการเพื่อนที่สามารถให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาเพื่อให้เกิดความรู้สึกมั่นใจและปลอดภัย

5. คำนึงถึงฐานะ ยศศักดิ์ และตำแหน่งมากขึ้น วัยรุ่นเริ่มมีความเป็นตัวของตัวเอง และต้องการมีผู้นำกลุ่ม

6. กิจกรรมทางสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น มีความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องการมีส่วนร่วมช่วยเหลือ และแก้ปัญหาสังคมร่วมกับผู้ใหญ่

7. มีการนัดพบเพื่อนต่างเพศบ่อยขึ้น ซึ่งการคบหาสมาคมในช่วงแรกมักเป็นไปเพื่อศึกษานิสัยใจคอซึ่งกันและกันอันนำไปสู่การมีชีวิตคู่ร่วมกันต่อไป

วัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการพัฒนาการที่มีลักษณะเฉพาะตน อาทิ ค่านิยม ความเชื่อ การเลือกอาชีพ และความคาดหวังของตนผ่านการเลือกรับ และปฏิเสธการเลียนแบบจากบุคคลต้นแบบ เป็นวัยที่เริ่มแยกตนออกจากครอบครัว และให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อนมากขึ้น ส่งผลให้วัยรุ่นเป็นวัยที่มีลักษณะทางสังคมที่แตกต่างจากวัยอื่น (Hochman & Huston, 1995)

ความต้องการของวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความต้องการในด้านต่างๆ เช่นเดียวกับบุคคลในวัยอื่น โดยพฤติกรรมของบุคคลถูกเราให้กระทำโดยกลุ่มความต้องการ ได้แก่ ความต้องการทางสรีรวิทยา (Physiological needs) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการมีส่วนร่วมและมีความรัก (Belongingness and Love) ความต้องการมีศักดิ์ศรี (Esteem) และต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization) (จิราภา เต็งไตรรัตน์, 2542) ระดับความต้องการของวัยรุ่นจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคลตามลักษณะของค่านิยมที่แต่ละบุคคลยึดถือ และโดยมากมักยึดถือตามกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิก ซึ่งเป็นรูปแบบความต้องการส่วนบุคคลร่วมกับความต้องการของสังคมที่ตนเข้าร่วม (สุพัทธรา สุภาพ, 2541 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 16-17) ได้แก่

1. ความต้องการความรัก วัยรุ่นมีความรักให้กับบุคคลที่แวดล้อม และในขณะเดียวกันก็ต้องการความรักตอบจากบุคคลเหล่านั้นเช่นกัน

2. ความต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลินด้านกิจกรรมกีฬา และความบันเทิง
3. ความต้องการเป็นอิสระ และการแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง ต้องการแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจเอง วัยรุ่นต้องการเพียงคำแนะนำเท่านั้น ไม่ใช่การลงมือแก้ไขปัญหิต่างๆ ให้เหมือนวัยเด็ก
4. ต้องการการยอมรับ การยกย่อง และต้องการให้สังคมชื่นชมในความสามารถของตน
5. มีความสนใจในเรื่องเพศ และเพื่อนต่างเพศ เป็นวัยที่มีความรักในด้านอารมณ์ ความรู้สึกมากกว่าการยึดหลักความเป็นจริงเข้ามาประกอบเหมือนความรักของผู้ใหญ่
6. ต้องการการรวมกลุ่ม เอนเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ และต้องการให้ตนเป็นที่ยอมรับ
7. ต้องการแบบอย่างที่ดี แม้วัยรุ่นจะเป็นวัยที่ต้องการความเป็นอิสระ แต่ก็ยังอยากได้รับคำแนะนำจากผู้ใหญ่ที่วัยรุ่นให้ความเคารพเป็นผู้คอยชี้แนะแนวทางที่เหมาะสม
8. ต้องการความมั่นคงและปลอดภัย วัยรุ่นต้องการหลักประกันการกระทำของตนว่าเป็นสิ่งที่ดี หรือทำให้บุคคลอื่นพอใจจากการกระทำของตน
9. ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งบางครั้งผู้ใหญ่อาจไม่เข้าถึง เช่น การแต่งกายแปลกๆ เพื่อให้ตนดูทันสมัย เป็นจุดสนใจของกลุ่มเพื่อน เป็นต้น
10. ความรู้สึกรุนแรง เป็นวัยที่มีการแสดงออกด้านอารมณ์ ความรู้สึกที่รุนแรง เมื่อผิดหวังเสียใจก็จะแสดงออกถึงความเสียใจ และผิดหวังที่รุนแรงกับตนเองหรือบุคคลรอบข้าง
11. ต้องการมีอนาคตและสำเร็จ เป็นวัยที่อยากแสดงความรับผิดชอบ พยายามพึ่งพาตนเองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตนได้ตั้งเป้าหมายไว้

ดร. ก่อ สวัสดิพานิชย์ (2519) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเรียนรู้มากที่สุด จะมีการเรียนรู้ ค่านิยม วัฒนธรรม รวมทั้งการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากในสังคม ดังนั้น บุคคล องค์กรสังคม และสถาบันสังคมหลายอย่าง จึงมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของวัยรุ่น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. ครอบครัว ถือเป็นสถาบันสังคมอันดับแรก และอันดับที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการสร้างค่านิยมให้แก่วัยรุ่น ทั้งนี้ เพราะครอบครัวเป็นหน่วยแรกที่อบรมสั่งสอนพฤติกรรมสังคม

ให้แก่คนตั้งแต่เกิด ถึงแม้เด็กจะเติบโตขึ้นก็ยังอาศัยอยู่กับครอบครัว และได้รับการอบรมจากครอบครัวเป็นจำเป็น แม้แต่เมื่อเด็กโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ และแยกตนไปสร้างครอบครัวใหม่แล้ว ก็ยังมีความผูกพันกับบิดามารดา และสมาชิกในครอบครัวเดิมอยู่ สิ่งใดที่ครอบครัวอบรมสั่งสอนไว้ หรือสิ่งใดที่ครอบครัวเรียกร้อง ย่อมมีผลต่อการปฏิบัติของคนอยู่ไม่มากก็น้อย

2. วัฒนธรรมของสังคม สิ่งต่าง ๆ ที่คนในสังคมปฏิบัติอยู่โดยทั่วไป ไม่ว่าจะมึระเบียบแบบแผนอย่างไร ไม่ว่าจะมึระเบียบแบบแผนอย่างไร ไม่ว่าจะมึมาตรฐานแตกต่างกันอย่างไร ย่อมมีอิทธิพลต่อค่านิยม และพฤติกรรมการแสดงออกของคนในสังคมอยู่ไม่น้อย รวมทั้งการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของคนในสังคมด้วย เช่น ในสมัยใดสังคมใดที่วัฒนธรรมการแต่งกายแบบญี่ปุ่นเข้ามา มีอิทธิพลย้อมส่งผลให้คนในสังคม มีพฤติกรรมแต่งกายที่แสดงออกมาในแนว ๆ ญี่ปุ่นเช่นกัน

3. สังคมวัยรุ่น และกลุ่มเพื่อน การคบหาสมาคมกับเพื่อนในวัยรุ่นเดียวกัน ไม่ว่าจะมึเป็นกลุ่มเพื่อนสนิท หรือการทำกิจกรรมอื่น ๆ ในสังคมวัยรุ่น ผลที่เด็กได้รับอันหนึ่ง ก็คือ การเรียนรู้ และการยอมรับค่านิยม และพฤติกรรมต่าง ๆ จากกิจกรรมนั้น ๆ ส่วนเพื่อนหรือสังคมวัยรุ่นจะมีอิทธิพลหรือมีพฤติกรรมของเด็กอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างบุคคลกลุ่มเพื่อนสนิท และองค์กรเยาวชนบางอย่าง มักมีอิทธิพลมากพอ ที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดบางอย่างให้แก่เด็กวัยรุ่นได้

4. สื่อมวลชน เด็กวัยรุ่นในปัจจุบันได้รับความรู้ และความคิดจากสื่อมวลชนเป็นอันมาก ในบางกรณีเด็กก็ยอมรับเอาความรู้ และความคิดไปยึดถือเป็นค่านิยมบางประการของตน การโฆษณาสินค้าโดยอาศัยสื่อมวลชน ก็มีส่วนทำให้เกิดค่านิยมบางอย่างแก่เด็กวัยรุ่น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุด ได้แก่ ค่านิยม หรือสมัยนิยมในการแต่งกาย การไว้ผม และการเสริมความงาม สมัยใดที่เห็นว่าการแต่งกายแบบเสื้อสายเดี่ยว กางเกงขาก๊วยเป็นที่นิยม สื่อมวลชนมักนำความคิด เช่นนี้ออกไปเผยแพร่ นักรูทิจ และนักแสดงก็ช่วยกระพือค่านิยมแบบนี้ออกสู่สังคม โดยเฉพาะวัยรุ่น และวัยรุ่นหนุ่มสาว จึงเปลี่ยนรสนิยมไปด้วย เพราะอาจเห็นว่าเป็นสิ่งที่สวยงามใคร ๆ ก็ใส่กัน ถือเป็นเรื่องธรรมดา ถึงแม้ว่าบางครั้งการแต่งกายดังกล่าว อาจไม่เหมาะกับบุคลิกภาพของแต่ละ

คน หรือไม่เหมาะกับสังคมของเราก็ตาม ซึ่งบางที่สื่อมวลชนอาจไม่ได้เป็นผู้เริ่มขึ้นเอง แต่สื่อมวลชนก็เป็นเครื่องมืออันสำคัญ ที่จะเผยแพร่ค่านิยมให้แพร่หลายได้มากขึ้น

โกรฤทธิ บุญยเกียรติ (2545 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 17) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของกลุ่มวัยรุ่นไทยเกิดจากการรับรู้ข่าวสารที่รวดเร็วจากสื่อต่าง ๆ การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเพื่อนฝูง และการสนับสนุนด้านกำลังทรัพย์จากพ่อแม่ที่มีแพชชั่นการแต่งกาย เครื่องสำอาง รองเท้า อาหารแปลกใหม่ในกลุ่มฟาสต์ฟู้ด เพราะเป็นสินค้าที่มีการแปลงตามแพชชั่นความนิยม รวมถึงสินค้าในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ เครื่องเสียง และโทรศัพท์มือถือ โดยวัยรุ่นจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อสินค้าที่รวดเร็วแต่เกิดความเบื่อหน่ายได้ง่าย และไม่มีความภักดีต่อตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งมากเป็นพิเศษ

Mistretta (2002 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 17) และ “สวนดุสิตโพล” สถาบันราชภัฏสวนดุสิต (2545 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 17) ศึกษาถึงกระแสความนิยมสินค้าโทรศัพท์มือถือในกลุ่มวัยรุ่นจนในปัจจุบันแทบแยกไม่ออกว่าเป็นสินค้าที่มีความจำเป็น ความฟุ่มเฟือย หรือแพชชั่น โดยเฉพาะอุปกรณ์เสริมสำหรับโทรศัพท์มือถือต่าง ๆ รวมถึงบริการเสริม ได้แก่ ริงโทน และการส่งข้อความ SMS เป็นต้น ซึ่งเป็นกระแสความนิยมที่เกิดจากการเลียนแบบเพื่อนในกลุ่มตามหลักจิตวิทยาว่า “สิ่งที่เพื่อนมี เราก็ต้องมีสิ่งนั้นด้วย” จึงทำให้กระแสการมีโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันกลายเป็นสินค้าแพชชั่นที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน

ณัฐวุฒิ ศรีภคปัญญา (2540) ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเนอเรชั่นวาย (กลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 12-18 ปี) ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบ คือ

- กลุ่มรักสวยรักงาม : กลุ่มที่เอาใจใส่ในเรื่องความสวยงาม แพชชั่นการแต่งกาย หารเปิดรับสื่อมาก คลั่งไคล้นักแสดงที่มีชื่อเสียง ติดเพื่อน ชอบลองและแสวงหาสินค้าใหม่

- กลุ่มนักเที่ยว : กลุ่มที่ชื่นชอบในการเที่ยวในห้างสรรพสินค้าเพื่อเดินเล่น และการเลือกซื้อสินค้า ชอบดูภาพยนตร์ ทานอาหารฟาสต์ฟู้ด เล่นสนุกเกอร์ เล่นไพ่ เล่นกีฬาต่าง ๆ ชื่นชอบการท่องเที่ยวกลางคืน และท่องเที่ยวต่างจังหวัด
- กลุ่มเด็กเรียน : กลุ่มที่ทุ่มเทเวลาให้กับการเรียนทั้งการเรียนพิเศษ อ่านหนังสือ และติวหนังสือกับเพื่อนอย่างสม่ำเสมอ มีนิสัยรักการอ่าน ชอบทำงานบ้าน และปฏิบัติกิจทางศาสนา เช่น ทำบุญตักบาตรเป็นประจำ
- กลุ่มเอาแต่ตนเอง : กลุ่มที่ชอบอยู่คนเดียว และสนใจแต่เรื่องของตนเองเท่านั้น ไม่ชอบการเปิดรับสื่อมวลชนทุกชนิดเพราะคิดว่าเป็นการเสียเวลา
- กลุ่มนักฝัน : กลุ่มที่คิด ฝัน และหวังอยากมีอนาคตที่ดี อยากประสบความสำเร็จในชีวิต แต่ไม่มีความพยายามอย่างเต็มที่ เพราะให้ความสำคัญกับการพักผ่อน สุขภาพ และการรับประทานอาหารเป็นสำคัญ
- กลุ่มรักบ้าน : กลุ่มที่ชอบใช้ชีวิตอยู่บ้านเพื่อดูโทรทัศน์ สังสรรค์และพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัว

กลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยมีปริมาณการเปิดรับสื่อในระดับมาก ให้ความสำคัญกับการศึกษา เนื่องจากได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมอย่างเต็มที่จากพ่อแม่ ชื่นชอบการเล่นกีฬา และการทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อนตามจุดนัดพบที่สำคัญ เช่น ศูนย์การค้า ร้านฟาสต์ฟู้ด ตลอดจนสถานที่เรียนพิเศษ ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และรูปแบบการแต่งกายที่คำนึงถึงแฟชั่น และนิยมสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของบุคคลที่แวดล้อมในสังคม เป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่เห็นคุณค่าของเงิน และเป็นพวกวัตถุนิยม แต่กลุ่มเจเนอเรชั่นวายยังคงให้ความสำคัญ และได้รับอิทธิพลจากครอบครัวในด้านลัทธิเสรีภาพทางความคิด การแสดงความคิดเห็น และการแสดงออก นอกจากนี้ กลุ่มดังกล่าวไม่ค่อยสนใจและไม่นิยมใช้สินค้าเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากนัก โดยการใช้อินเทอร์เน็ต และการเล่นเกมส์คอมพิวเตอร์เฉลี่ยนานกว่า 1 เดือนต่อ 1 ครั้ง และมีอุปกรณ์สื่อสารอย่างน้อยร้อยละ 15 ของกลุ่มตัวอย่าง

และงานวิจัยของสมาคมวิจัยการตลาดแห่งประเทศไทย (2545 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนา กาญจน์, 2546: 18) ทำการวิจัยเชิงสำรวจด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 13-18 ปีทั่วประเทศ จำนวน 1,200 คน เกี่ยวกับกิจวัตรประจำวัน ความชอบ ค่านิยม ความเชื่อ และความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในสังคมพบว่า กิจวัตรประจำวันของวัยรุ่นนอกจากเวลาเรียนและการพักผ่อนเฉลี่ยอย่างละ 7 ชั่วโมงแล้ว วัยรุ่นยังใช้เวลาไปกับการคุยกับเพื่อน 3 ชั่วโมงและการคุยโทรศัพท์กับเพื่อนต่ออีก 1.2 ชั่วโมง ดูโทรทัศน์ 2.9 ชั่วโมง ในขณะที่ใช้เวลาในห้องสมุดเพียง 0.04 ชั่วโมงเท่านั้น โดยรายจ่ายของวัยรุ่นส่วนใหญ่เป็นค่าอาหาร 34% ความบันเทิงและการศึกษา 18% ค่าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ 17% นอกจากนี้วัยรุ่นไทยจำนวนถึง 39% มีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเอง จากงานวิจัยในครั้งนีพบว่าทั้งพ่อแม่ เพื่อน ครู บุคคลที่มีชื่อเสียง และสื่อมวลชนต่างมีอิทธิพลกับกลุ่มวัยรุ่นทั้งสิ้น โดยบุคคลที่วัยรุ่นนับถือให้เป็นบุคคลต้นแบบ (Role Mode) ในการดำเนินชีวิต 5 อันดับ ได้แก่

อันดับที่ 1 ทักษิณ ชินวัตร

อันดับที่ 2 เดวิด เบคแฮม

อันดับที่ 3 ไมเคิล โอเวน

อันดับที่ 4 บริทนีส์ สเปียร์ส

อันดับที่ 5 แม่

โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านบันเทิงและด้านกีฬา กลุ่มวัยรุ่นมักให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านดังกล่าวจากต่างประเทศมากกว่าชาวไทย และเป็นที่สังเกตว่าแม้ว่า “แม่” จะติดอันดับ 1 ใน 5 ของบุคคลต้นแบบ แต่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่แวดล้อม และมีได้สนิทสนมคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวมากกว่าบุคคลในครอบครัวซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

จากผลการวิจัยในครั้งนี สมาคมวิจัยการตลาดได้แบ่งกลุ่มวัยรุ่นออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. พวกแสวงหารภาพลักษณ์ (Image Seeker) 20% เป็นกลุ่มที่เห็นการยอมรับของเพื่อนเป็นสิ่งสำคัญ ต้องการเป็นผู้นำ ชอบลองสิ่งใหม่ๆ ชื่นชมค่านิยมตะวันตก ยึดติดกับสินค้าแบบ

รนต์เนมถูกกระตุ้นด้วยงานโฆษณาสินค้าได้ง่าย และคิดว่าชาติกำเนิดมีส่วนในการตัดสินใจของคุณค่าของคน

2. พวกเป็นตัวของตัวเอง (Individualist) 27% เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวในสถานที่ที่เกี่ยวกับธรรมชาติ ไม่สนใจสินค้าแบรนด์เนม หรือค่านิยมตะวันตก ไม่มีความต้องการที่จะซื้อสินค้าราคาแพงเพื่อให้กลุ่มเพื่อนยอมรับ (งานโฆษณาจึงไม่มีผลกับคนกลุ่มนี้) และคิดว่าคุณค่าของคนไม่ได้ขึ้นอยู่กับชาติกำเนิด

3. พวกรักอิสระ (Liberal) 28% เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการสำรวจ รักธรรมชาติ ชอบท่องเที่ยวทั้งสถานที่ตามธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวที่ทันสมัย ชอบการเป็นผู้นำ และชอบลองสิ่งใหม่ๆ ก่อนคนอื่นอยู่เสมอ ต้องการการยอมรับจากเพื่อนด้วยวิธีการอื่นที่ไม่ใช่ปริมาณหรือมูลค่าด้านวัตถุ

4. ผู้ตาม/กระแสหลัก (Follower/Mainstream) 25% เป็นกลุ่มที่ไม่ต้องการเป็นผู้นำและไม่คิดว่าการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนเป็นเรื่องสำคัญ มีความคิดเรื่องเพศที่ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม ด้วยพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของวัยรุ่นทางด้านร่างกาย อารมณ์ และพัฒนาการเข้าสังคมส่งผลให้บุคคลที่แวดล้อมต่างมองว่าวัยรุ่นเป็นวัยรุ่นที่มีปัญหา มีรูปแบบพฤติกรรมการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมและเป็นวัยที่สร้างปัญหาให้เกิดขึ้นในสังคม โดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2544 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนาภาญจน์, 2546: 19-20) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับปัญหาของวัยรุ่นไทยด้วยการสัมภาษณ์เด็ก และเยาวชนในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 1,000 คน จากผลการสำรวจครั้งนี้พบว่า ปัจจุบันวัยรุ่นไทยเป็นวัยที่เผชิญกับปัญหาต่าง ๆ มากมาย อาทิ ปัญหาด้านการเรียน ได้แก่ การไม่เข้าใจในบทเรียน และโรงเรียนอยู่ไกลจากบ้าน ปัญหาการใช้สินค้าที่มีราคาแพงเกินฐานะ พฤติกรรมการเบี่ยงเบนทางเพศ และการเที่ยวกลางคืน

และการศึกษาวิจัยในโครงการ Trendspotting ของบริษัท ลีโอ เบอรัเนทท์ จำกัด เพื่อสำรวจพฤติกรรม และทัศนคติของวัยรุ่นอายุระหว่าง 13-25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความเครียดของวัยรุ่นพบว่า ความเครียดที่เกิดขึ้นของกลุ่มวัยรุ่นเกิดจากความต้องการสร้างสมดุลในชีวิตทั้งในด้านครอบครัว การเรียน/การศึกษา และการเข้าสังคม โดยเรื่องที่เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้

ให้เกิดความเครียดมากที่สุด คือปัญหาในด้านการเรียน รองลงมา คือปัญหาในด้านความรัก ปัญหาครอบครัว และปัญหาในด้านการเงิน ซึ่งความเครียดที่เกิดขึ้นมีผลกระทบทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจจนบางครั้งกลุ่มตัวอย่างคิดทำร้ายตัวเองเพื่อหนีปัญหา โดยกลุ่มวัยรุ่นมีแนวทางในการลดปัญหาความเครียดดังกล่าวด้วยการฟังเพลง นอนหลับพักผ่อน พุดคุยกับเพื่อน ออกกำลังกาย และปรึกษาจิตแพทย์ (ศศิ วัฒนพานิช, 2545 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 20)

งานวิจัยของสถาบันครอบครัวร่วมกับนิตยสาร Life&Family (2546 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 20-21) ได้สำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นอายุระหว่าง 13-18 ปี จำนวน 1,355 คน ในประเด็นความคิดเห็นของวัยรุ่นเรื่อง "วัยรุ่นไทยคิดอย่างไรกับตนเอง และภาพลักษณ์ที่สังคมมอง" งานวิจัยดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากภาพลักษณ์ของวัยรุ่นที่ปรากฏในสื่อมวลชนมักเป็นมุมมองในเชิงลบ เช่น ปัญหายาเสพติด เพศสัมพันธ์ในระดับช่วงอายุที่ลดลงเรื่อย ๆ กระแสนิยมการบริโภคที่ฟุ้งเฟ้อ กระแสความนิยมเล่นอินเทอร์เน็ตและเกมส์คอมพิวเตอร์ และอื่น ๆ อีกมากมาย เป็นต้น จนดูเหมือนว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่ขาดความรัก ขาดรากฐานที่มั่นคงทางจิตใจ และเป็นกลุ่มที่ผู้ใหญ่ไม่สามารถคาดหวังหรือพึ่งพาได้ในอนาคตนั้นมีความเป็นจริงในประเด็นดังกล่าวตามที่สังคมกล่าวมาอย่างน้อยเพียงใด ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า วัยรุ่นไม่ได้เป็นวัยที่มีปัญหาตามที่สังคมกล่าวหาเท่านั้น โดยกลุ่มตัวอย่าง 38.10% มีความเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ที่สังคมกล่าวอ้างนั้นเป็นความจริงเพียงกลุ่มวัยรุ่นบางกลุ่มซึ่งเป็นส่วนน้อย โดยมองว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่มีความคิด ความรับผิดชอบในหน้าที่ และมีสาระ และกลุ่มตัวอย่าง 25.40% มองว่าปัญหาดังกล่าวเป็นความต้องการของวัยรุ่นที่อยู่ในวัยแสวงหา อยากลองรักอิสระ ไม่เชื่อฟังหรือสนใจคำเตือนของพ่อแม่ และขาดความคิดที่รอบคอบ และกลุ่มตัวอย่าง 8.10% มองว่าสิ่งแวดล้อมในสังคมและสื่อต่าง ๆ มีส่วนส่งเสริม เสนอข่าวสารให้วัยรุ่นเลียนแบบและรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามากขึ้น โดยประเด็นที่วัยรุ่นมองว่าสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เอื้อหนุนให้กลุ่มวัยรุ่นมีคุณภาพในสังคม ได้แก่

| | |
|-------------------------------------------|--------|
| สื่อกระตุ้นให้วัยรุ่นหลงใหลวัตถุมากเกินไป | 70.50% |
| กลัวเพื่อนไม่ยอมรับ | 69.70% |

| | |
|------------------------------------------------------------------|--------|
| สังคมชอบมองพฤติกรรมที่มีปัญหาของวัยรุ่นกลุ่มเล็กเป็นประเด็นในการ | |
| ตัดสินพฤติกรรมของวัยรุ่นโดยรวม | 65.50% |
| ชอบเลียนแบบตะวันตก (ฝรั่ง) มากเกินไป | 62.90% |
| พ่อแม่ไม่มีเวลาให้ | 61.80% |
| เวลาเกิดปัญหาไม่รู้จะไปปรึกษาใคร | 60.50% |
| ถูกมองในแง่ร้ายตลอด | 59.90% |
| สื่อกระตุ้นให้บริโภคมาก และขาดการควบคุม | 52.20% |
| รู้สึกไม่มีค่าในสายตาคนรอบข้าง | 52.10% |
| ครูและผู้ใหญ่ขาดจิตวิทยาที่ดีในการสื่อสารกับวัยรุ่น | 51.10% |
| ไม่มีแบบอย่างที่ดีเป็นแรงบันดาลใจ | 50.20% |

แม้วัยรุ่นต้องการความเป็นอิสระ ความเป็นตัวของตัวเอง และการยอมรับจากบุคคลในสังคม ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ที่วัยรุ่นแสดงออกเพื่อต้องการให้บุคคลที่แวดล้อมรับรู้ว่าเป็นผู้ใหญ่แล้ว มีผู้ใหญ่ที่ต้องคอยดูแลอย่างใกล้ชิดอีกต่อไป แต่ในขณะเดียวกันวัยรุ่นยังคงต้องการการพึ่งพาจากผู้ใหญ่เพื่อขอคำปรึกษา คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางในการแก้ไขข้อบกพร่องไปพร้อม ๆ กับพัฒนาการของวัยรุ่นในการเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ที่มีความรับผิดชอบ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความเชื่อมั่นในตนเองต่อไปในอนาคต ดังเช่นในงานวิจัยของบริษัทตัวแทนโฆษณา Saatchi & Saatchi (อ้างถึงใน Solomon, 1999 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 21) ที่กล่าวถึงพัฒนาการที่ขัดแย้งของวัยรุ่น 4 รูปแบบ คือ

การเป็นตัวของตัวเอง กับ การเป็นสมาชิก (Autonomy versus Belonging) วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการความเป็นอิสระจากครอบครัว ในขณะเดียวกันก็ต้องการให้ตนเป็นที่ยอมรับโดยเฉพาะกับกลุ่มเพื่อนเพื่อไม่ให้ตนรู้สึกโดดเดี่ยวในสังคม

การต่อต้าน กับ การยอมรับปฏิบัติตาม (Rebellion versus Conformity) วัยรุ่นมักต่อต้านกฎเกณฑ์ และรูปแบบพฤติกรรมที่เป็นมาตรฐานสังคมที่พึงยึดถือปฏิบัติ ในขณะเดียวกันวัยรุ่นก็ยอมรับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานของสังคมเพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับในสังคม

การยึดถืออุดมคติ กับ การยึดถือหลักปฏิบัตินิยม (Idealism versus Pragmatism) วัยรุ่นมักมีทัศนคติต่อผู้ใหญ่ว่าไม่มีความจริงใจ โดยมองว่ากลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกมีความจริงใจมากกว่า และความคิดเห็นของกลุ่มเป็นความคิดที่มีความสำคัญ มีความเหมาะสม และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในสังคม

การหลงตัวเอง กับ ความคุ้นเคย (Narcissism versus Intimacy) วัยรุ่นมักหมกมุ่นอยู่กับลักษณะของภาพลักษณ์ที่ปรากฏของตน ในขณะที่เดียวกันวัยรุ่นก็ต้องการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างความคุ้นเคยกับบุคคลแวดล้อม

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น ทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในเรื่องพัฒนาการของเด็กในแต่ละช่วงอายุ ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการนิยามศัพท์ การกำหนดขอบเขตการวิจัย นอกจากนี้ การศึกษาลักษณะเฉพาะของวัยรุ่น ความต้องการของวัยรุ่น รวมไปถึงการพัฒนาการทางสังคม จะทำให้ผู้วิจัยสามารถความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงด้านความคิด ร่างกาย อารมณ์ และความต้องการโดยธรรมชาติของวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น เพื่อใช้ในการอภิปรายผลการวิจัย

5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย

ในการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย ผู้วิจัยจะขอนำเสนอในประเด็น พฤติกรรมชายรักชาย และการเปิดเผยตนเอง ดังนี้

• พฤติกรรมชายรักชาย

ปัจจุบัน กลุ่มรักร่วมเพศ (Homosexual) ได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจนเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ในสังคมปัจจุบัน โดยอาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ กลุ่มชายรักชาย (Male Homosexual) และกลุ่มหญิงรักหญิง (Female Homosexual) ศ.นพ.วิทยา นาควัชระ (สัมภาษณ์, 2542 อ้างถึงใน กิ่งรัก อิงควิต, 2542: 1) ได้ให้คำนิยามและจำแนกกลุ่มชายรักชายไว้ดังนี้

ชายรักชาย (Male Homosexual) สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มตามความพึงพอใจในเพศตน และจากการแสดงออกคือ

1. Gay หมายถึง ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกัน แต่ยังคงพึงพอใจในเพศชายของตนเอง การแต่งตัวเป็นผู้ชาย บุคลิกภายนอกอาจบ่งชี้ผู้เป็นเกย์ได้ลำบาก เพราะมีทั้งสภาพเรียบร้อย จนถึงเหมือนผู้ชายทั่วไป

2. Tranvestitism หมายถึง ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกัน แต่มีความพึงพอใจที่จะเลียนแบบเพศหญิงด้วยการแต่งตัวเลียนแบบ บุคลิกภายนอกบ่งชี้ได้ง่าย เช่น มีจริตเหมือนผู้หญิง แต่งหน้าหรืออาจมีหน้าอก ผอมยาว จิตฮอริโมน แต่ไม่ได้แปลงเพศ

3. Transsexualism หรือ Transgender หมายถึง ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกันมีความต้องการเป็นเพศหญิง และแปลงเพศเป็นผู้หญิงแล้ว หรือที่เรียกว่าสาวประเภทสอง

ลาโอ (นามแฝง) (2523: 24-27 อ้างถึงใน อรอนงค์ นิยมธรรม, 2531: 15) ได้แบ่งประเภทของ Gay (เกย์) โดยแบ่งตามบทบาททางเพศได้ดังนี้

1. ฝ่ายกระทำ หรือบทบาทชาย มักเรียกว่า “เกย์คิง” (Active Homosexual)
2. ฝ่ายถูกกระทำ หรือบทบาทหญิง มักเรียกว่า “เกย์ควีน” (Passive Homosexual)
3. เป็นแบบผสมกัน ได้ทั้ง 2 บทบาท

ความเป็นเกย์ของเกย์ไทย ถูกกำหนดโดยโครงสร้างทางวัฒนธรรม ที่เน้นบทบาททางเพศระหว่างชายกับหญิงเป็นอย่างมาก ส่วนคำว่า “เกย์” มีนัยในเชิงวัฒนธรรมมากกว่า ดังนั้น “เกย์” จึงหมายถึง ฮอริโมนเช็กชวล และอาจรวมถึงไบเช็กชวล ฉะนั้น โดยทั่วไป “เกย์” แปลว่าไม่ใช่ผู้ชายเต็มตัว ทว่า เมื่อเรามองให้ละเอียดขึ้น เราจะพบว่าการแบ่งแยกเรื่องทางเพศในบ้านเรา สะท้อนค่านิยมเกี่ยวกับบทบาททางเพศระหว่างหญิงกับชายเป็นอย่างมาก สังคมไทยแต่เดิมไม่มีแนวคิดในเรื่องนี้ การมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน อาจถูกมองว่าเป็นเรื่องวิตถาร แต่เพศชายก็ยังคงเป็นเพศชาย ไม่ใช่เกย์ เพราะเราไม่ได้มีมโนทัศน์เกี่ยวกับเกย์ แต่เดิมวัฒนธรรมของเราได้ระบุตัวตนหรืออัตลักษณ์ โดยเอากิจกรรมทางเพศ หรือวัตถุของการร่วมเพศมาเป็นเครื่องบ่งชี้ สังคมไทยยังคงถือทัศนคติที่ว่าคนที่มีลักษณะเป็นผู้ชายถึงอย่างไรก็ต้องชอบเพศหญิง เพราะเรามีภาพเรื่องบทบาททางเพศคอยกำกับ ต่อมามีการสร้างศัพท์ขึ้น โดยขอยืมภาษาอังกฤษมาใช้อีก คือ การแบ่งแยกระหว่างเกย์คิง กับเกย์ควีน (Dr. Lover, 2547: 20-21)

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในกรุงเทพมหานคร (กิ่งรัก อิงควัด, 2542: 97-98)

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย โดยนำเอากลุ่มกิจกรรม 7 กลุ่ม กลุ่มความสนใจ 6 กลุ่ม กลุ่มความคิดเห็น 5 กลุ่ม ที่ได้จากการวิเคราะห์ในขั้นแรก มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยรวมกันเป็นขั้นที่ 2 สามารถจัดแบ่งได้เป็น 6 กลุ่มคือ

1. Homey Gay Lifestyle เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบทำกิจกรรมในบ้าน และกิจกรรมทางศาสนา รวมทั้งกิจกรรมเพื่อความรู้อย่างเช่น ชอบปลูกต้นไม้ เข้าครัว พักผ่อนอยู่บ้านวันหยุด ชอบทำบุญ และนั่งสมาธิบ้าง นอกจากนี้ยังชอบเข้าห้องสมุด และชมนิทรรศการต่างๆ
2. Night Going Gay Lifestyle เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบเที่ยวกลางคืน ชอบเดินรา สูดบุหรี่ ดื่มเหล้า เพราะคิดว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย คิดว่าการชู้ชบนิทนทาเป็นเรื่องสนุก ปาก มีความเห็นว่ายาเสพติด ยาอิ เป็นสิ่งคลายเครียด มองว่าสินค้าไทยไม่มีคุณภาพ รวมทั้งการแสดงของไทยเป็นสิ่งล้าสมัย
3. Obviously Gay Lifestyle เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่นิยมแต่งตัวแฟนซี เป็นผู้หญิงบ้างบางโอกาส มักเปลี่ยนคู่บ่อย และให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตาของผู้ที่จะมาเป็นแฟนด้วย มีความสนใจในเรื่องสวยๆ งามๆ คิดว่าผู้ชายแต่งหน้าอ่อนๆ ได้ และคิดว่าการแต่งตัวแปลกๆ เวอร์ๆ ดูเท่ดี ชอบกิจกรรมการพนันบ้าง กลุ่มนี้พร้อมให้ความร่วมมือกับกิจกรรมเกย์ หรือนิทรรศการเกย์เป็นอย่างดี
4. Trendy Gay Lifestyle เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจในความก้าวหน้าในชีวิต และความก้าวหน้าในวิทยาการใหม่ๆ ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ ให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร เช่น ขาดอุปกรณ์ติดต่อสื่อสารไม่ได้ ชอบลองของใหม่ก่อนเพื่อน รักอิสระเป็นตัวของตัวเองสูง แต่ขณะเดียวกันก็มีสังคมกลุ่มเพื่อนที่เหนียวแน่น
5. Conservative Gay Lifestyle เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่นิยมใช้ชีวิตแบบระมัดระวังตัว เช่น ตระหนักถึงการเก็บออม มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเอดส์เป็นอย่างดี และมีความคิดเห็นว่าเกย์ยุคใหม่ไม่ควรแสดงออกมาก และเห็นว่าสิทธิเสรีภาพของเกย์ไทยยังจำกัดอยู่

6. Healthy Gay Lifestyle เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่นิยมใช้ชีวิตอย่างคำนึงถึงสุขภาพ มีกิจกรรมด้านกีฬา ออกกำลังกาย เล่นกล้าม มีความสนใจในการรักษารูปร่างให้ได้ หลีกเลี่ยงอาหารที่มีไขมัน น้ำตาลสูง พิถีพิถันการแต่งกาย นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวสูง ชอบเที่ยวต่างจังหวัด และต่างประเทศ

ในเมื่อไลฟ์สไตล์ของชาวเกย์ จะเป็นกลุ่มที่รักสวยรักงาม เหตุนี้กลุ่มสินค้าและบริการที่มีการบริโภคในระดับสูง คือ หมวกการแต่งกาย แฟชั่น ได้แก่ นิยมฉัดน้ำหอม ทาครีมโลชั่น ซื้อเสื้อผ้า รวมทั้งหมวกสินค้าและบริการในหมวดบันเทิง ได้แก่ ชมภาพยนตร์ ซื้อเทปเพลง เที่ยวดิสโก้แอนด์เที่ยวเซาน่า (สถานพบปะเพื่อการมีเพศสัมพันธ์) (<http://www.rsat.info/webboard/thread-608-1-1.html>, 2552: Online)

ขณะเดียวกัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักชาย มีการบริโภคสื่อที่เกี่ยวข้องกับการบันเทิงสูงในระดับสูง โดยเปิดรับคอลัมน์บันเทิงในหนังสือพิมพ์ 72% และนิตยสารประเภทบันเทิง เช่น เอนเตอร์เทน 41% และเปิดรับนิตยสารประเภทสตรี เช่น แพรว ดิฉัน อิมเมจฯ ในระดับสูง 41% (<http://www.rsat.info/webboard/thread-608-1-1.html>, 2552: Online)

ที่น่าสนใจ คือ รายการทางสื่อโทรทัศน์ พบว่ากลุ่มชายรักชาย นิยมดูรายการข่าวและละคร เป็นอันดับต้นๆ ซึ่งมีส่วนคล้ายผู้ชายที่นิยมชมรายการข่าว และคล้ายผู้หญิงที่นิยมรายการละคร นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเกย์ยังมีการเปิดรับสื่อประเภทนิตยสารในระดับสูง 85% มากกว่าผู้ชายทั่วไปที่เปิดรับสื่อประเภทนิตยสารเพียง 7% (<http://www.rsat.info/webboard/thread-608-1-1.html>, 2552: Online)

กิงรัก อิงควัต (2542) พบว่า ร้อยละ 97 ของกลุ่มชายรักชาย มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า 30 นาทีขึ้นไปต่อสัปดาห์ ร้อยละ 41.7 ของกลุ่มชายรักชายเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในระดับสูง คือ 14 ชั่วโมงขึ้นไปต่อสัปดาห์ โดยจากกลุ่มที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า 30 นาทีขึ้นไปต่อสัปดาห์ มีการเปิดรับรายการประเภทข่าวมากที่สุด ร้อยละ 83.50 รองลงมาเป็นรายการละคร ภาพยนตร์ ฝรั่ง สารคดี เกมโชว์ ตามลำดับ

การสื่อสารระหว่างบุคคล (เพื่อนเกย์) เป็นที่นิยมมากที่สุด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ สถานบันเทิงเปิดใหม่ กิจกรรมเกย์ต่าง ๆ (<http://www.rsat.info/webboard/thread-608-1-1.html>, 2552: Online)

สาเหตุของการเป็นเกย์

คมฉัตร วุฒิโรจน์ (2534 อ้างถึงในรักใจ จินตวิโรจน์, 2541: 19) ได้สรุปสาเหตุของการเป็นเกย์ไว้ 5 ประการ คือ

- เกลียดพ่อรักแม่
- เกิดในครอบครัวที่หวังจะได้ลูกสาว
- เป็นนางเอกในโรงเรียน
- สิทธิเอาอย่าง
- ค่านิยมทางสังคม

รุ่งกานดา พงศ์ธรรกุลพานิช (2530: 9-10) กล่าวว่า สาเหตุของการเป็นรักร่วมเพศ เกิดขึ้นได้จากปัจจัย 4 ด้าน

1. **ปัจจัยทางร่างกาย** (Constituional Factors) ทุกคนมีส่วนประกอบของ Homosexual และ Heterosexual ในแรงขับทางเพศเชื่อว่า ผู้ชายที่มีความสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามได้ จะระบายส่วนของความรู้สึกที่มีต่อเพศเดียวกันออกมาในรูปแบบของมิตรภาพกับผู้ชายอื่น ดนตรี ศิลปะ
2. **ปัจจัยทางจิตใจ** (Psychological Factors) รักร่วมเพศเป็นผลจากการถดถอย (Regression) หรือการตรึงแน่น (Fixation) ใน Phallic Stage ซึ่งในระยะนี้เด็กจะอายุประมาณ 4 ปี เด็กชายจะรักแม่อีกจำพวที่เป็นเพศเดียวกันกับตน แล้วเด็กชายจะผ่านพัฒนาการขั้นนี้ไปโดยการปรับตัวเลียนแบบพ่อ
3. **ปัจจัยสิ่งแวดล้อม** (Environmental Factors) อาจเกิดจากอิทธิพลที่ไม่ดีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยเฉพาะพวกรักร่วมเพศชาย แม้มักจะเป็นคนปกป้องรักษามากเกินไป สนับสนุนมากเกินไป หวงแหน ยั่วชวน และกดขี่ ทำให้ความสนใจในความเป็นเพศชายของเด็กลดน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างวัยรุ่น แม้มักจะมีความรู้สึกเย็นชาทางเพศ และพยายาม

ผูกมิตรกับลูกเพื่อต่อต้านพ่อ เด็กจะนิยมชมชอบแม่ และหันเข้าหาแม่ พ่อมักจะห่างเหินไม่แสดงความรัก ไม่อยู่บ้าน ดังนั้น เด็กจึงมีความรู้สึกต่อพ่อแบบเฉย ๆ โกรธ หรือกลัว

4. **ปัจจัยวัฒนธรรม (Cultural Factors)** บางกลุ่มยอมรับว่าพวกกร่วมเพศเป็นเรื่องธรรมดา เพียงแต่ว่ามีข้อห้ามทางสังคม และวัฒนธรรมเท่านั้น จึงดูผิดปกติไป ในสถานการณ์บางอย่าง อาจจะทำให้เกิดพฤติกรรมกร่วมเพศได้ เช่น การทดลองในเด็กวัยรุ่น การขาดคู่กร่วมเพศ ตรงข้าม อาทิ ในหอพัก ภัตตาคาร เรือนจำ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังพบว่า ค่านิยมของการเลียนแบบโดยเฉพาะวัยรุ่นชาย ที่คิดว่าพฤติกรรมกร่วมเพศชายเป็นความทันสมัย ซึ่งในปัจจุบันพฤติกรรมดังกล่าวพบเห็นได้จากสื่อต่าง ๆ มากขึ้น เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์

- **การเปิดเผยตนเอง**

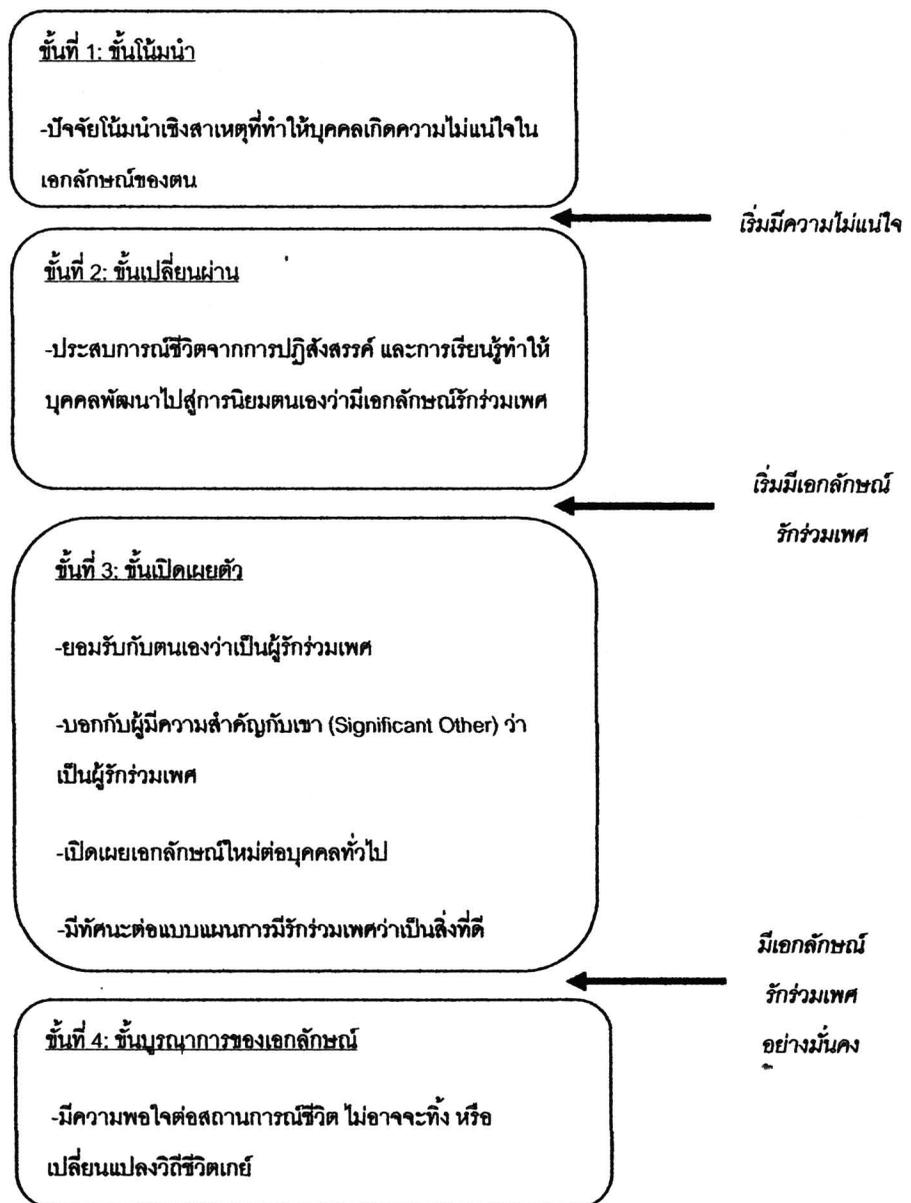
นายกมลเศรษฐ์ เก่งการเรือ ประธานสมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย กล่าวว่า จากการทำงานคลุกคลีในกลุ่มชาวเกย์ และสามารถรวบรวมข้อมูลได้ว่า ในสังคมไทยมีมากถึงร้อยละ ๑๐ ของประชากรชายที่เป็นเกย์ โดยเป็นเกย์ที่แอบแฝงสูงถึงกว่าร้อยละ ๖๐ ที่กล้าเปิดเผยไม่ถึงร้อยละ ๔๐ ซึ่งข้อมูลนี้ใกล้เคียงกับองค์การอนามัยโลก (www.gaythaiclub.com, 2549: Online)

นักทฤษฎีหลายคนได้ให้ความหมายของการเปิดเผยตัว (Coming Out) ว่าหมายถึง การให้นิยามแก่เอกลักษณ์แห่งตนว่าเป็นผู้กร่วมเพศ คือ Troiden Coleman และ Weinberg ซึ่งสอดคล้องกับที่ Dank (2514) ได้ให้นิยามไว้ นอกจากนี้ Gagnon and Simmon (2510) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการสำนึกแห่งตน (Self-Recognition) ของบุคคลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของเขาว่าเป็นผู้กร่วมเพศ (ประภาพรรณ วงศาโรจน์, 2532: 30)

การเปิดเผยตัวจึงเป็นระยะที่สำคัญระยะหนึ่งของการเป็นผู้กร่วมเพศ เป็นการที่บุคคลเริ่มยอมรับตนเองเกี่ยวกับเอกลักษณ์ใหม่ของตนจากความโน้มเอียงทางเพศที่เป็นอยู่ และเปิดเผยเอกลักษณ์นี้ให้แก่คนใกล้ชิด และคนทั่วไปได้รู้ เนื่องจากเขามีทัศนคติต่อการมีกร่วมเพศว่าเป็นสิ่งที่ดี และเป็นแบบแผนชีวิตที่น่าจะดำเนินไปได้ แต่การยอมรับ และการแสดงเอกลักษณ์นี้ให้แก่คนทั่วไปได้เห็น ยังมีไม่ใช่สิ่งที่แสดงว่าบุคคลนั้นจะอ้างเอกลักษณ์นี้ไว้ได้ตลอดไป เขาอาจจะละทิ้งเอกลักษณ์ใหม่นี้ไปได้ ถ้าเขาเห็นว่ามันทำให้ได้รับรางวัลน้อยกว่าเอกลักษณ์อื่น คือ เอกลักษณ์รัก

ต่างเพศ หรือรักสองเพศ (Troiden) หรือเขาอาจจะกลับไปสู่ระยะการเปลี่ยนผ่านใหม่ก็ได้ ถ้าเขาพบว่า การเปิดเผยตัวของเขาไม่มีใครยอมรับ (Coleman) บุคคลผู้รักร่วมเพศจะกลายเป็นผู้มีเอกลักษณ์รักร่วมเพศที่มั่นคง (Integrated Identity) เมื่อเขาแสดงความพอใจต่อสถานการณ์ในชีวิตของเขาไม่อาจจะละทิ้ง หรือเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตเช่นนี้แม้จะมีโอกาสก็ตาม ซึ่ง Coleman และ Troiden ชี้ให้เห็นไว้ในแบบจำลองของเขาทั้งสอง ดังนี้ (ประภาพรรณ วงศาโรจน์, 2532: 30-31)

แผนภาพที่ 2.3 แสดงแบบจำลองการพัฒนาเอกลักษณ์รักร่วมเพศของวัยรุ่น



จากแบบจำลองข้างต้น บงกชมาศ เอกเอี่ยม (2532: 163-166) ได้นำมาวิเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษา ได้ผลการวิจัยดังนี้

ขั้นที่ 1: ขั้นโน้มนำ หรือขั้นการเกิดความรู้สึกว่าตนเองแตกต่างจากผู้อื่น พบว่า ผู้รักร่วมเพศส่วนใหญ่จะมีจุดเริ่มของการพัฒนาเอกลักษณ์รักร่วมเพศจากการสังเกตว่าตนเองมีลักษณะบางประการที่แตกต่างไปจากเพื่อนชายในวัยเดียวกัน ในแง่ของพฤติกรรมการแสดงออก และลักษณะปรากฏทางกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงบทบาทของการออกไปทางเพศหญิง ซึ่งเป็นการแสดงบทบาทข้ามเพศของตน จากลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้รักร่วมเพศถูกล้อเลียนมาตั้งแต่วัยเด็กว่าเป็นกะเทย ซึ่งเป็นคำนินยามีเกี่ยวกับความเป็นรักร่วมเพศในเบื้องต้นที่เขาได้เรียนรู้มาจากสังคม โดยที่คำนินยามกะเทยจะถูกกำหนดให้กับชายที่แสดงพฤติกรรมเลียนแบบหญิงมากกว่าที่จะคิดเลยไปถึงเรื่องของความสัมพันธ์ทางเพศ

อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้รักร่วมเพศเข้าสู่วัยรุ่น แนวโน้มนำทางเพศต่อเพศเดียวกันของเขาได้พัฒนาขึ้น พร้อม ๆ กับการเข้าสู่ระบบการศึกษาที่สูงขึ้น ทำให้เกิดความเข้าใจถึงคำนินยารักร่วมเพศอื่น ๆ เช่น เกย์ โฮโมเซ็กชวล และรักร่วมเพศ และเมื่อเขาหันกลับมามองตนเองโดยเชื่อมโยงพฤติกรรมของเขากับคำนินยาดังกล่าว คำถามที่เกิดขึ้นก็คือ “ฉันเป็นรักร่วมเพศหรือไม่?”

ขั้นที่ 2: ขั้นเปลี่ยนผ่าน หรือการแยกความรู้สึก และการกระทำออกจากเอกลักษณ์ พบว่า ความสงสัยว่าตนเอง “อาจจะ” เป็นรักร่วมเพศ ได้เกิดขึ้นในขั้นตอนนี้ ด้วยเหตุผลที่ว่าความรู้สึก และพฤติกรรมของเขาก้าวไปไกลกว่าเป็นเพียงแต่ชายผู้แสดงบทบาทออกไปทางเพศหญิง สถานการณ์กลับกลายเป็นว่า เกิดความพึงพอใจ และความปรารถนาที่ต้องการให้เกิดขึ้นสู่ผู้ชายที่เป็นเพศเดียวกัน ซึ่งเบี่ยงเบนไปจากบทบาทที่สังคมคาดหวังว่า ความสัมพันธ์ทางเพศในรูปแบบปกติจะต้องเกิดขึ้นระหว่างเพศหญิง กับเพศชายเท่านั้น เมื่อเป็นเช่นนั้น ความสัมพันธ์ทางเพศที่ผิดไปจากสิ่งที่สังคมยึดถือจึงถูกประณาม และถูกตำหนิติเตียน หรือเป็นที่รังเกียจเด็ดจันท์ภายในสังคมทั่วไป ซึ่งผู้รักร่วมเพศก็ได้รับทราบถึงความเป็นจริงในข้อนี้ ดังนั้นเขาจึงพยายามหลีกเลี่ยงเอกลักษณ์รักร่วมเพศที่มีรอยมลทิน โดยพยายามหาเหตุผลมาอ้างกับตนเอง โดยเหตุผลที่ผู้วิจัยค้นพบมี 3 แนวทาง (บงกชมาศ เอกเอี่ยม, 2532: 163-166)

1. พฤติกรรมรักร่วมเพศจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต



2. พฤติกรรมของเขาสอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม ตามแบบรักต่างเพศ
3. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ที่เขาไม่อาจยับยั้งได้ เนื่องจากความเป็นรักร่วมเพศไม่ได้เกิดมาจากตัวเขาเอง และเขาก็ไม่ได้ต้องการให้พฤติกรรมเป็นเช่นนี้ แต่เกิดมาจาก
 - การเกิดมาเพื่อจะเป็นเกย์ หรือ "Born To Be"
 - สภาพแวดล้อมทางครอบครัวที่เล็งดูในลักษณะของเพศหญิง ทำให้ต้องมีแนวโน้มนำทางเพศต่อเพศชายในอนาคต

อย่างไรก็ตาม การอ้างเหตุผล หรือการหาคำอธิบายมาให้กับตนเอง เพื่อป้องกันตนเอง เอกลักษณะรักร่วมเพศในลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นเครื่องแสดงถึงว่า ผู้รักร่วมเพศได้ตระหนักถึงรอยมลทินของเอกลักษณะทางสังคมแบบรักร่วมเพศได้ดี การแสวงหาเหตุผลต่าง ๆ ก็คือ ข้อมูลที่ช่วยให้การมองตนในฐานะของผู้รักร่วมเพศในลักษณะเชิงบวกได้มากขึ้น

ขั้นที่ 3: การเปิดเผยตัว พบว่า เงื่อนไขหลัก ๆ ของกระบวนการเปิดเผยตัว หรือการยอมรับรักร่วมเพศ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับโลกของเกย์ 3 ประการ คือ (บงกชมาศ เอกเอี่ยม, 2532: 163-166)

1. สังคมเกย์ และบุคคลนัยสำคัญ โลกของเกย์จะเปิดโอกาสให้ผู้รักร่วมเพศได้สัมผัสกับเพื่อนเกย์ และได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับผู้รักร่วมเพศคนอื่น ๆ ซึ่งในบรรดาชาวเกย์เหล่านี้ ผู้รักร่วมเพศอาจจะพบบุคคลนัยสำคัญที่เขายกย่องชื่นชมได้บ่งบอกถึงความเป็นเกย์ของเขา ดังนั้น ความเป็นรักร่วมเพศจึงไม่ใช่สิ่งที่จะต้องปฏิเสธอีกต่อไป
2. การทดสอบตัวเอง ในกรณีของผู้รักร่วมเพศที่ไม่แน่ใจในแนวโน้มนำทางเพศ และความต้องการที่แท้จริงของตนเอง การทดสอบตนเองจึงเกิดขึ้น โดยการลองสร้างความสัมพันธ์ทางเพศ และแสวงหารูปแบบการดำเนินชีวิต หากเขาพบว่าวิถีชีวิตแบบรักร่วมเพศที่เขาได้ทดลองในโลกของเกย์สามารถสร้างความพึงพอใจได้มากกว่าความเป็นรักต่างเพศ และรักสองเพศแล้ว การเปิดเผยตนเองย่อมเกิดขึ้นได้
3. เชื่อมโยงพฤติกรรม กับค่านิยมรักร่วมเพศ ในลักษณะนี้ผู้รักร่วมเพศมักเห็นว่าพฤติกรรมต่อเพศเดียวกันของเขาได้ถูกสังคมกำหนดเอาไว้ว่าเป็นพฤติกรรมของพวกเขาเกย์ หรือรัก

ร่วมเพศ ดังนั้น เขาจึงเรียกตัวเองตามคำนิยามของสังคม ซึ่งส่วนหนึ่งของคำนิยามนั้น บุคคลได้เรียนรู้มาจากการปฏิสังสรรค์กับสังคมเกย์

ขั้นที่ 4: ขั้นบูรณาการของเอกลักษณ์ หรือความยึดมั่นผูกพันต่อเอกลักษณ์ คือ การตัดสินใจเลือกเอาวิถีชีวิตแบบเกย์มาเป็นส่วนหนึ่งของแบบแผนในการดำเนินชีวิต โดยไม่อาจจะละทิ้งความรัก และความผูกพันต่อความสัมพันธ์ และเอกลักษณ์รักร่วมเพศได้ ทั้งนี้ เพราะผู้รักร่วมเพศ ได้เข้าร่วมในแบบแผนของพฤติกรรมทางเพศต่อเพศเดียวกันอย่างลึกซึ้ง มาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน โดยที่ส่วนใหญ่แล้วไม่เคยมีความสัมพันธ์ทางเพศกับเพศตรงข้ามเลย เมื่อเป็นเช่นนี้ การเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์จากรักร่วมเพศไปสู่รักต่างเพศ หรือรักสองเพศ จึงไม่สามารถเกิดขึ้นได้

มากไปกว่านั้น การปรับประสานพฤติกรรมของผู้รักร่วมเพศภายในโลกของรักต่างเพศ โดยการลดลักษณะของความเป็นหญิงลง และการเสนอตนเป็นผู้รักต่างเพศ จะช่วยปกป้องไม่ให้ผู้รักร่วมเพศได้รับผลกระทบ หรือการประนามจากสังคมมากนัก ความรู้สึกต่อเอกลักษณ์ของเขาจึงดีขึ้นเป็นลำดับ ประกอบกับการเข้าสู่โลกของเกย์ที่ช่วยทำให้เขามองเห็นคุณค่าของการเป็นผู้รักร่วมเพศที่สามารถแสวงหาความสุขพอใจได้จากวัฒนธรรมย่อยของพวกเขาเอง เจือปนต่าง ๆ เหล่านี้ จะช่วยให้เกิดการยึดมั่นผูกพันต่อเอกลักษณ์รักร่วมเพศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้รักร่วมเพศได้ธำรงเอกลักษณ์ของเขาเอาไว้ (บงกชมาศ เอกเอี่ยม, 2532: 163-166)

การเปิดเผยตนเองในช่วงวัยรุ่นนั้น เนื่องจากเป็นวัยที่เริ่มอยากมีกลุ่มเป็นของตัวเองและการได้ติดต่อสื่อสารระหว่างกันกับเพื่อนอย่างสม่ำเสมอ ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รู้จักตัวเอง โดยเฉพาะวัยรุ่นจะเป็นวัยที่แสวงหาตัวตนที่แท้จริงด้วย เมื่อค้นพบว่าตนเองเป็นชายรักชาย จึงพยายามแสวงหาเพื่อนที่เป็นเหมือนกัน จะได้มีความรู้สึกที่ไม่โดดเดี่ยว ดังนั้นเมื่อมารวมกลุ่มกับเพื่อนที่เป็นแบบเดียวกัน จึงทำให้การสื่อสารระหว่างกันดำเนินไปได้อย่างราบรื่น เพราะฉะนั้นเพื่อนที่เป็นกลุ่มเดียวกัน จึงมีลักษณะนิสัยหลายอย่างที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “การสื่อสารระหว่างบุคคล” ที่บุษบา สุธีธร ได้สรุปไว้ว่า เป้าหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคลทำให้ค้นพบตัวเอง และความเหมือนกันเอื้อให้คนเรามีทัศนคติที่ดีต่อคู่สื่อสารที่เหมือนตน รู้สึก

สนุกสนานกับการสื่อสารในเรื่องราวที่ต่างมีประสบการณ์ร่วมกัน มากกว่าที่จะอยากสนทนากับคนที่แตกต่างกันไป (บุษบา สุธีธา, 2533 อ้างถึงใน ไชโย นิธิอุบัติ, 2546: 114-115)

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงประเภทรูปแบบการดำเนินชีวิต และสาเหตุของการเป็นชายรักชาย เพื่อใช้ในการนิยามศัพท์ การกำหนดขอบเขตการวิจัย และออกแบบเครื่องมือ นอกจากนี้ การศึกษาพัฒนาการเอกลักษณ์ร่วมเพศ ยังจะทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงพัฒนาการของกลุ่มชายรักชาย และการเปิดเผยตนเอง เพื่อใช้ในการออกแบบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระของการวิจัยนี้

6. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมทางเพศ

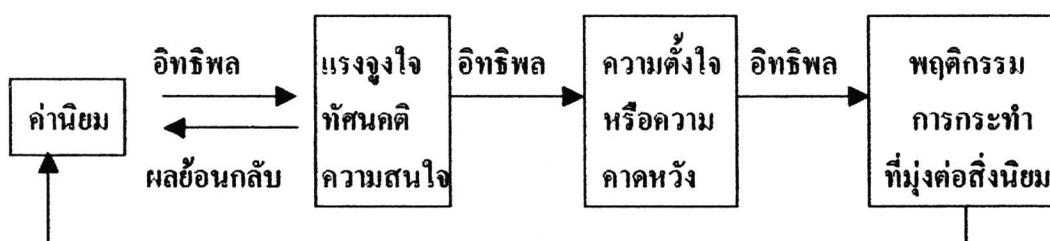
คำว่า “ค่านิยมทางเพศ” นั้น เป็นการผสมคำระหว่างคำว่า “ค่านิยม” และ “เพศ” ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจ และหาความสัมพันธ์ของคำว่า “ค่านิยม” และ “เพศ” ในการนิยามความหมายของคำว่า “ค่านิยมทางเพศ” ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

“ค่านิยม” เป็นตัวแปรสำคัญที่มีต่อพฤติกรรมส่วนใหญ่ของมนุษย์ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาต่าง ๆ ในด้านสังคมศาสตร์เกือบทุกสาขาวิชา ในทางการศึกษาถือได้ว่า “ค่านิยม” เป็นได้ทั้งตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ ในฐานะตัวแปรตาม ค่านิยมจะเป็นผลผลิตของวัฒนธรรม สังคม สถาบัน รวมทั้งแรงผลักดันส่วนบุคคล ที่ต่างก็มีอิทธิพลในการกำหนดค่านิยมขึ้นมา และในฐานะที่เป็นตัวแปรอิสระ ค่านิยมจะมีผล และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในทุก ๆ ด้าน ซึ่งการศึกษาถึงค่านิยมในกลุ่มบุคคล จะทำให้เข้าใจ และอธิบายถึงพฤติกรรม ตลอดจนการคาดหมายพฤติกรรมของบุคคลได้ส่วนหนึ่ง เนื่องจากค่านิยมมีส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนด หรือผลักดันให้เกิดพฤติกรรม (สุพัตรา บุญญาอนุภาพวงศ์, 2548: 9)

นอกจากนี้ “ค่านิยม” ยังเป็นตัวกำหนดเป้าหมาย และสร้างแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลนั้นมุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ นักจิตวิทยายอมรับว่า “ค่านิยม” ทำหน้าที่เป็นทั้งมาตรฐานควบคุม และกำหนดเป้าหมายของพฤติกรรม และเป็นแกนกลางอันมั่นคงถาวรในการสร้างเสริมแรงจูงใจ

ทัศนคติ ความสนใจ ความตั้งใจ ซึ่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยมนั้นในที่สุด ซึ่งสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้ (ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา, 2523)

แผนภาพที่ 2.4 แสดงอิทธิพลของค่านิยมต่อพฤติกรรมของบุคคล



จากแผนภาพดังกล่าว สรุปได้ว่า ค่านิยมเป็นตัวแปรจากบุคคลที่มีอิทธิพลผลักดันให้เกิดพฤติกรรมประเภทอื่น ๆ ซึ่งมุ่งไปสู่การกระทำเพื่อให้ได้สิ่งที่นิยามมา ซึ่งแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ค่านิยมเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อสังคม เพราะค่านิยมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคนในสังคม

ซูซีฟ อ่อนโคกสูง (2522) กล่าวว่า ค่านิยมเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ การเรียนรู้เบื้องต้นเริ่มจากบ้าน โรงเรียน และชุมชนหรือสังคม ดังนั้น สถาบันเหล่านี้จึงมีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่งต่อค่านิยมของบุคคล ดังนี้

- อิทธิพลของครอบครัวต่อค่านิยมของบุคคล ซึ่ง Hartshorne, May, Shuttleworth ศึกษาหาค่าความสัมพันธ์ (r) ระหว่างค่านิยมของลูก กับค่านิยมของพ่อแม่ พบว่า ได้ค่าสหสัมพันธ์มีค่าบวกในระดับสูงมาก ซึ่งหมายความว่า ค่านิยมของเด็กคล้ายตามค่านิยมของพ่อแม่มาก เพราะเด็กได้อยู่ใกล้ชิดกับครอบครัวมากที่สุด
- อิทธิพลของโรงเรียนต่อค่านิยมของบุคคล ครูเป็นบุคคลที่สำคัญที่จะปลูกฝัง และสนับสนุนให้นักเรียนยึดค่านิยมอันเป็นที่ยอมรับของสังคม โดยปกตินักเรียนมีแนวโน้มที่จะเลียนแบบครูอยู่แล้ว ครูที่มีความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียน ทำตัวให้นักเรียนนับถือ ชื่นชม เป็นผู้ที่เข้าใจนักเรียนยอมรับ และให้ความอบอุ่นจากจิตใจต่อเด็ก ครูผู้นั้นก็จะปลูกฝังค่านิยมของเด็กได้ง่ายขึ้น ยิ่งค่านิยมที่ครูจะถ่ายทอดให้ นั้น ไม่ขัดขวางต่อค่านิยมของผู้ปกครอง การปลูกฝังค่านิยมจะยิ่งง่ายขึ้น

- อิทธิพลของสังคม ชนบธรรมนิยม ประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมต่อค่านิยมของบุคคล ย่อมมีอิทธิพลต่อค่านิยมของเด็ก ค่านิยมของเด็กมักคล้ายตามค่านิยม ชนบธรรมนิยม ประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมที่เด็กเป็นสมาชิกอยู่ เช่น สังคมไทยมีค่านิยมเกี่ยวกับความเชื่อเพื่อเผื่อแผ่ เด็กก็จะได้รับการปลูกฝังจากครอบครัว โรงเรียน และสังคมให้มีค่านิยมดังกล่าวด้วย

สารานุกรมศัพท์สังคมวิทยา-มานุษยวิทยา ได้ให้ความหมายของค่านิยมไว้ว่า เป็นสิ่งที่บุคคลพอใจ หรือเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า แล้วยอมรับไว้เป็นความเชื่อ หรืออยู่ในความสำนึก ค่านิยมจะฝังอยู่ในตัวบุคคลในรูปแบบของความเชื่อ หรือความรู้สึกนึกคิดจนกว่าเจ้าตัวจะพบกับค่านิยมใหม่ที่ตนเองพอใจ และยอมรับไว้ เมื่อบุคคลได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ ก็จะทำค่านิยมของตนเองมาใช้วัด หากเหตุการณ์นั้นตรงกับค่านิยมของตนเอง บุคคลนั้นก็จะมีทั้งพอใจ และเห็นว่าคุณถูกต้อง แต่ถ้าเหตุการณ์ไม่ตรง หรือขัดแย้งกับค่านิยมของตนเอง ก็จะไม่เห็นด้วย และไม่พอใจ ค่านิยมจึงเป็นเสมือนพื้นฐานการประพฤติปฏิบัติของบุคคลโดยตรง (อุทัย หิรัญโต, 2526 อ้างถึงใน สุพัตรา บุญญาภาพพงศ์, 2548: 10)

พนัส หันนาคินทร์ (2523: 18 อ้างถึงในประพิมพร อินทพพรหม, 2543: 13) ได้ให้ความหมายของค่านิยมว่า เป็นการยอมรับนับถือ และพร้อมที่จะปฏิบัติตามคุณค่าที่คน หรือกลุ่มคน ที่มีอยู่ต่อสิ่งหนึ่ง ๆ ซึ่งอาจเป็นวัตถุ ความคิด อุดมคติ รวมทั้งการกระทำในด้านเศรษฐกิจ สังคม จริยธรรม และสุนทรียภาพ ทั้งนี้ โดยได้ทำการประเมินค่าจากทัศนะต่าง ๆ โดยถี่ถ้วน และรอบคอบแล้ว

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2542: Online) ให้ความหมายค่านิยมไว้ว่า สิ่งทีบุคคล หรือสังคมใช้ยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง

คลุคคอน (Kluckhohn, 1962 อ้างถึงในสุชาภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ, 2549: 21) ได้ให้ความหมายของค่านิยมว่า คือ ความปรารถนาต่าง ๆ ที่เป็นความต้องการ ซึ่งมีความรู้สึกว่าคุณถูกต้อง และเป็นความต้องการเพื่อเราเอง หรือผู้อื่น

ฮอลท์ (Hault, 1969 อ้างถึงในสุชาภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ, 2549: 21) ได้ให้ความหมายของ ค่านิยมว่า เป็นสิ่งที่กลุ่มสังคมหนึ่ง ๆ เห็นว่าเป็นสิ่งที่มีค่าสมควรแก่การกระทำ น่ากระทำ น่ายกย่อง หรือเห็นว่าถูกต้อง

สนิท สมัครงการ (2524 อ้างถึงในสุชาภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ, 2549: 21) ได้สรุปความหมายของค่านิยมไว้ว่า เป็นแนวคิด แนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ที่คนในแต่ละวัฒนธรรมมีความนิยมชมชอบเลือก หรือยึดถือเอามาเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ของตน

พัทยา สายหู (อ้างถึงในสุชาภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ, 2549: 21) อธิบายความหมายของค่านิยมว่า เป็นความรู้สึก หรือความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าสิ่งหนึ่งนั้น เป็นสิ่งที่น่าชื่นชม นำมากระทำ ปกติบุคคลแต่ละคนมีค่านิยมของตนเองต่อสิ่ง หรือการกระทำต่าง ๆ ที่ตนเองมีอยู่ กระทำอยู่ หรืออยากมี อยากกระทำ ถ้ามีโอกาสทำได้ หรือเมื่อยังไม่มีโอกาสของตนเองก็ชื่นชมเวลาคนอื่นมี หรือกระทำ

จากความหมายของค่านิยมที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า ค่านิยม (Value) เป็นการให้คุณค่า การยอมรับการเปิดเผย หรือการเชื่อถือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งจากการประเมินค่าด้วยตนเองว่า และจากการประเมินค่าของบุคคลอื่นในสังคม สิ่งเหล่านั้นจะเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในความคิดของบุคคล และบุคคลนั้นก็พร้อมที่จะปฏิบัติตามความเชื่อนั้น ๆ

แนวคิดของคำว่า “เพศ” ในอดีต และปัจจุบันแตกต่างกัน ซึ่งในอดีต “เพศ” หมายถึง “Sex Role” แต่ปัจจุบัน “เพศ” หมายถึง Gender Role ดังคำจำกัดความต่อไปนี้ (เพ็ญศรี เปลี่ยนขำ, 2552: Online)

Sex : Distinctive biological and physiological identity of men and women largely based on their reproductive functions and characteristics (เพ็ญศรี เปลี่ยนขำ, 2552: Online)

เพศที่กำหนดขึ้นโดยธรรมชาติ และ เป็นข้อกำหนดทางสภาวะชีววิทยาซึ่งเปลี่ยนแปลงไม่ได้ เป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ให้เพศหญิง และเพศชายมีบทบาท มีหน้าที่ที่แตกต่างกัน เช่น มนุษย์ผู้หญิงตั้งครรภ์และคลอดบุตร มนุษย์เพศชายจะมีส่วนในการให้กำเนิดโดยเป็นผู้ผลิตอสุจิที่ จะผสมกับไข่จากหญิงในการก่อกำเนิดทารก (คลังปัญญาไทย, 2552: Online)

Gender : Socially constructed roles assigned to men and women (goes beyond explaining biological differences and looks at differences between men and women) (เพ็ญศรี เปลี่ยนขำ, 2552: Online)

เพศที่ถูกกำหนดโดยเจเนอโรไททางสังคม หรือวัฒนธรรม ให้แสดงบทบาทหญิง หรือบทบาทชาย ดังนั้น เพศที่ถูกกำหนดโดยสังคมนี้ จึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาวการณ์ และเจเนอโรไทของความเป็นเพศชายในอีกยุคสมัยหนึ่งก็ได้ คุณลักษณะของแต่ละเพศที่ปรากฏไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่ได้ถูกสร้างขึ้นโดยผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นตัวตนทางสังคม ดังนั้น ความเป็นเพศจึงเป็นตัวกำหนดความเป็นตัวตน ทักษะ และความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้อื่นของคนในแต่ละเพศ (คลังปัญญาไทย, 2552: Online)

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2542: Online) ให้ความหมายคำว่าเพศไว้ว่า รูปที่แสดงรูปให้รู้ว่าเป็นหญิง หรือชาย ซึ่งหากจะตีความกันแต่เพียงว่า เพศ คือ ลักษณะบอกให้ใคร่รู้ว่าบุคคลนั้น ๆ เป็นผู้หญิง หรือชาย เป็นการยากที่จะเข้าใจความหมายของความรู้เรื่องเพศได้อย่างสมบูรณ์ สำหรับความหมายของเพศในรูปนามธรรมนั้น เพศ หมายถึง ความรู้สึกและความต้องการทางเพศ หรือ กามมารมณ ในทรรศนะของคนทั่วไป คำว่า เรื่องเพศ หรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า เซ็กส์ (Sex) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่บอกว่าเป็นเพศชาย หรือหญิง บางครั้งหมายถึง แรงขับ หรือสัญชาตญาณตามธรรมชาติของมนุษย์ที่แสดงออกเป็นพฤติกรรม บางครั้งหมายถึง พฤติกรรมทางเพศ หรือการมีเพศสัมพันธ์ (ธรรมชาติของเพศ, 2552: Online)

ในวาทกรรมของสังคมไทย คำว่า “เพศ” คำเดียวมีความหมายครอบคลุมวาทกรรม ในสังคมตะวันตกปัจจุบัน ดังนี้

1. ลักษณะทางชีวเพศ (biological sex) ที่บอกว่าเป็นเพศชาย หรือหญิง เช่น เพศผู้ เพศเมีย เป็นต้น
2. ความเป็นเพศ (gender) เช่น เพศชาย เพศหญิง เป็นต้น
3. ภาวะทางเพศ (sexuality) เช่น รักร่วมเพศ รักสองเพศ และรักต่างเพศ เป็นต้น
4. การร่วมเพศ (sexual intercourse) เช่น ร่วมเพศ (ร่วมสังวาส) เพศสัมพันธ์ เป็นต้น

ดังนั้น คำว่า “เพศ” ในภาษาไทย จึงมีความหมายครอบคลุมคำว่า sex, gender หรือ sexuality ด้วย

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น เมื่อนำคำว่า “ค่านิยม” และ “เพศ” รวมกันจะเป็น “ค่านิยมทางเพศ” ซึ่งจะหมายถึง การให้คุณค่า การยอมรับ การเปิดเผยตนเอง หรือการเชื่อถือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างเพศชายกับหญิง เพศชายกับชาย ความต้องการทางเพศ ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ทางเพศ ซึ่งเป็นการยอมรับนับถือ และปฏิบัติตามตามนั้น เกิดขึ้นทั้งจากการประเมินค่าด้วยตนเอง อันเกิดจากการเปิดเผยตนเอง และจากการประเมินค่าของบุคคลอื่นในสังคม อันเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านั้น เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในความคิดของบุคคล และบุคคลนั้นพร้อมที่จะปฏิบัติตามความเชื่อเหล่านั้น (สุพัตรา บุญญาอนุภาพพงศ์, 2548)

โดยงานวิจัยนี้ “ค่านิยมทางเพศ” ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างเพศชายกับชายเท่านั้น และจะศึกษาเบื้องต้นของการเกิดค่านิยมทางเพศ ดังนั้น ผู้วิจัยจะเรียกค่านิยมทางเพศดังกล่าวว่า “ความนิยมทางเพศ”

จากแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมทางเพศ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจความหมายของ “ค่านิยม” และ “เพศ” เพื่อใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร “ความนิยมทางเพศ” ในฐานะตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งมีผลต่อตัวแปรการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ ในงานวิจัยนี้

นอกจากนี้ ยังสามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมทางเพศ ไปใช้ในการนิยามศัพท์ การออกแบบ และการอภิปรายผลของงานวิจัย

7. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม

การเรียนรู้ทางสังคมเป็นรูปแบบหนึ่งของการเรียนรู้จากการกระทำ และมีความสัมพันธ์โดยตรงกับรูปแบบพฤติกรรมจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในสังคม และการแสวงหารูปแบบพฤติกรรมที่คาดหวังของสังคมนั้นซึ่งจะมีความแตกต่างในแต่ละวัฒนธรรมและตัวบุคคล ระดับการ

ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการเรียนรู้ทางสังคมที่เหมาะสม ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในสังคมที่เกิดขึ้น ขณะนั้นเป็นสำคัญ (Khan & Cangemi, 2001) โดย

1. บุคคลจะเรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำของบุคคลในสังคม ซึ่งผลที่ตามมาจากการเรียนรู้ในรูปแบบดังกล่าว คือ พฤติกรรมที่บุคคลนั้นปฏิบัติ
2. การเรียนรู้ทางสังคมเป็นเพียงการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่นเท่านั้น และไม่อาจส่งผลต่อกระบวนการในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอย่างถาวร
3. การรับรู้ (Cognition) มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม

Sears' (พรุณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์, 2530) เสนอว่าการเรียนรู้ทางสังคม คือ รูปแบบการพัฒนาบุคลิกภาพของบุคคลที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับสังคม (Social Interaction) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้น (Active Behavior) ที่เห็นได้ชัดเจน และเป็นการเชื่อมเหตุผลต่างๆ ต่อกันเป็นลูกโซ่ไม่มีสิ้นสุด ซึ่งการตอบสนองในครั้งที่ 1 จะเปลี่ยนสภาพกลายเป็นสิ่งเร้าในครั้งที่ 2 เกิดขึ้นซึ่งความสัมพันธ์ปฏิริยาลูกโซ่ (Dyadic Interaction) นั้น ทั้งสองฝ่ายมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกัน และกัน เช่น เวลาที่เด็กร้องไห้ เสียงร้องไห้ของเด็กเป็นสิ่งเร้า (S1) ให้แม่ตอบสนองด้วยการเอานมให้กิน (R1) การตอบสนองของแม่กลายเป็นสิ่งเร้า (S2) ทำให้เด็กต้องตอบสนองด้วยการหยุดร้องไห้ (R2) ดังรายละเอียดดังนี้



S = สิ่งเร้า และ R = การตอบสนอง

พฤติกรรมหนึ่งอาจเป็นสิ่งเร้า และการตอบสนองของอีกพฤติกรรมหนึ่งในลักษณะปฏิริยาลูกโซ่ที่เกิดขึ้นเพื่อลดแรงขับพื้นฐาน หากพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้รับรางวัลจะเกิดพฤติกรรมนั้นซ้ำ และในทางกลับกันหากพฤติกรรมนั้นได้รับการลงโทษ พฤติกรรมดังกล่าวก็จะหายไป โดยตัวเสริมแรง (รางวัล หรือการลงโทษ) มีส่วนช่วยในการลดแรงขับพฤติกรรมนั้น ทั้งแรงขับปฐมภูมิซึ่งเป็นแรงขับที่มีมาแต่กำเนิด (Innate Drive) เช่น ความหิว ความต้องการพื้นฐานต่างๆ และแรงขับทุติยภูมิ (Secondary Drive) อันเป็นแรงขับที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม เช่น ความภาคภูมิใจในตนเอง การต้องการเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อน เป็นต้น

Albert Bandura (1977) ได้แบ่งการเรียนรู้ทางสังคมออกเป็น 2 ลักษณะ

1. **การเรียนรู้จากผลของการกระทำ (Learning by Response Consequences)** เป็นแบบพื้นฐานของการเรียนรู้ ที่มีรากฐานมาจากประสบการณ์โดยตรง รูปแบบของพฤติกรรมที่เป็นผลสำเร็จจะถูกเลือกมาใช้ต่อไป และพฤติกรรมที่พิจารณาว่าไม่มีประสิทธิภาพก็จะถูกทิ้ง หรือ เลิกไป

2. **การเรียนรู้จากการสังเกต (Observation Learning)** การเรียนรู้ส่วนใหญ่ของคนเรานั้นเกิดจากตัวต้นแบบ ซึ่งแตกต่างจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่ต้องอาศัยการลองถูกลองผิด ในการเรียนรู้โดยผ่านทางตัวแบบนั้น ตัวแบบเพียงคนเดียวสามารถถ่ายทอดความคิด และการแสดงออกได้พร้อมกัน และเนื่องจากคนเราใช้ชีวิตในแต่ละวันในสภาพแวดล้อมที่แคบ ดังนั้น การรับรู้สถานการณ์ต่าง ๆ ทางสังคม จึงมาจากการเรียนรู้ประสบการณ์จากผู้อื่น เช่น พ่อ แม่ เพื่อน ครู อาจารย์ รวมทั้งการได้เห็นได้ยินจากสื่อมวลชน

แบนดูรา (Albert Bandura, 1977) เชื่อว่าการเรียนรู้ส่วนใหญ่ของคนเรานั้นเกิดจากการสังเกตต้นแบบ ซึ่งจะแตกต่างจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่อาศัยการลองผิดลองถูก ในการเรียนรู้โดยผ่านทางตัวแบบนั้น ตัวแบบเพียงคนเดียวสามารถจะถ่ายทอดทั้งความคิด และการแสดงออกได้พร้อม ๆ กัน และเนื่องจากคนเราใช้ชีวิตในแต่ละวันในสภาพแวดล้อมที่แคบ ดังนั้น การรับรู้เกี่ยวกับสภาพการณ์ต่าง ๆ ของสังคมจึงมาจากการเรียนรู้ประสบการณ์จากผู้อื่น โดยการได้เห็น และได้ยิน โดยไม่มีประสบการณ์ตรงเข้ามาเกี่ยวข้อง แบนดูรากล่าวว่า คนเราส่วนมากรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของสังคมโดยผ่านสื่อแทบทั้งสิ้น

ตัวต้นแบบไม่จำเป็นจะต้องเป็นตัวแบบที่มีชีวิตเท่านั้น แต่อาจจะเป็นตัวสัญลักษณ์ เช่น ตัวแบบที่เห็นในโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ นอกจากนี้คำบอกเล่าด้วยคำพูด หรือข้อมูลที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรก็สามารถเป็นตัวแบบได้ การเรียนรู้โดยการสังเกตไม่ใช่การลอกแบบจากสิ่งที่สังเกต โดยไม่คิด แต่ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ และทักษะของผู้เลียนแบบด้วย (Albert Bandura, 1977)

กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้ (Albert Bandura, 1977)

1. **ระยะของการเรียนรู้โดยการสร้างความสนใจ (Attention Processes)** โดยมีองค์ประกอบหลักอยู่ 2 ประการ คือ สิ่งเร้าที่เป็นตัวต้นแบบ กับบุคลิกภาพของผู้รับสาร ซึ่งสิ่งเร้าที่

ทำหน้าที่เป็นตัวแทนอาจแยกประเภทได้หลายระดับ ขึ้นอยู่กับความแข็งแกร่งของแรงจูงใจ และความสนใจที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่ามากน้อยแค่ไหน โดยความเกี่ยวพันกันระหว่างสิ่งเร้านั้น กับสภาพแวดล้อม

2. **ระยะของการจดจำ (Retention Processes)** เป็นกระบวนการสำคัญในการที่ผู้รับสารเลือกสังเกต จําจดจำสารจากตัวแบบ โดยเฉพาะเมื่อตัวแบบนั้นให้แรงจูงใจอย่างสูงแก่ผู้รับสาร การเก็บบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับตัวต้นแบบเข้าสู่ความทรงจำเป็นไปโดยอาศัยระบบการสร้างตัวแทนสัญลักษณ์ ซึ่งประกอบด้วยระบบย่อย เช่น ระบบของการสร้างจินตนาการ หรือการจดจำลำดับภาพของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ด้วยกัน ซึ่งทำให้บุคคลนั้นสามารถระลึกถึง หรือเรียกข้อมูลที่เก็บไว้มาใช้ได้ทันทีเมื่อประสบกับเหตุการณ์ที่มีลักษณะบางอย่างที่ใกล้เคียง หรือคล้ายคลึงกับสิ่งที่เห็นมาก่อน

3. **ระยะของการสร้างพฤติกรรม (Motor reproduction Processes)** คือ การแปลงตัวแทนสัญลักษณ์ในความทรงจำนั้นออกมาเป็นการกระทำที่เห็นว่าเหมาะสม ตัวแทนทางสัญลักษณ์อาจหมายถึง คำพูด ภาพต่าง ๆ และเมื่อถูกเปลี่ยนเป็นการกระทำจะง่ายขึ้นต่อการเลียนแบบ

4. **ระยะของการจูงใจ และการเสริมแรง (Motivation Processes)** บุคคลไม่ว่าจะทำทุกสิ่งทุกอย่างที่ได้เรียนรู้ออกไปทั้งหมด พฤติกรรมที่ดูเหมือนจะนำไปใช้ได้โดยมีประสิทธิภาพกับบุคคลนั้นจะรับเอามาทำตามมากกว่าพฤติกรรมที่เห็นว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ทางลบ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ที่ได้รับการตอบสนองในเชิงบวกจากบุคคลในสังคม จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม ทศนคติ และทักษะที่เหมาะสมหรือเป็นที่ยอมรับในสังคมนั้น (Bandura, 1977) ซึ่งการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมของบุคคลตลอดเวลา โดยสิ่งแวดล้อม และบุคคลนับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเท่าเทียมกัน การปฏิสัมพันธ์ (Interact) กับสิ่งแวดล้อมทำให้บุคคลมีพฤติกรรมหลายอย่างเกิดขึ้น และผลที่ได้รับจากการเรียนรู้ทางสังคมผ่านกระบวนการดังกล่าวส่งผลต่อบุคคลในด้านต่าง ๆ (Buckley, 1997 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546) ดังนี้

1. มีพฤติกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น เมื่อบุคคลมองเห็นบางอย่างการกระทำที่น่าสนใจ ลองกระทำการแล้วสามารถทำตามได้ดีใกล้เคียง หรือเหมือนบุคคลต้นแบบ ซึ่งการศึกษาจากบุคคลที่เอาเป็นแบบอย่างที่ดี จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเกิดขึ้น
2. กระตุ้นพฤติกรรมที่บุคคลสามารถกระทำได้อยู่แล้ว เช่น ทักษะการพูด ถ้าได้ดูแบบอย่าง และศึกษาวิธีการพูดจากบุคคลต้นแบบ จะทำให้พัฒนาทักษะการพูดดีขึ้น
3. การเพิ่ม หรือลดการไตร่ตรองในการแสดงออกพฤติกรรมที่เหมาะสม โดยอิงบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นแบบอย่างที่สำคัญ หากบุคคลนั้นประพฤติตนไม่เหมาะสม อาจส่งผลให้บุคคลอื่นในสังคมเกิดการกระทำตามอย่าง
4. การมุ่งประเด็นความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมกับสิ่งที่เราเรียนรู้ โดยปกติการสังเกตบุคคลอื่น มิได้สังเกตเฉพาะเจาะจงเพียงการกระทำของบุคคล แต่จะสังเกตสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้นด้วย
5. การสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่นกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในพฤติกรรมหรือการกระทำ

กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม และการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสังคมตลอดเวลา และมีอาจปฏิเสธได้ว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ตลอดระยะเวลาที่บุคคลยังดำรงชีวิต และมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดค่านิยมทางวัฒนธรรมของบุคคลในสังคมนั้น

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงลักษณะการเรียนรู้ทางสังคม และกระบวนการการเรียนรู้ทางสังคม เพื่อใช้ในการศึกษาความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ และการอภิปรายผลการวิจัย

8. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ

การเลียนแบบ เป็นกระบวนการเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำของบุคคลอื่น โดยสิ่งมีชีวิตจะเลียนแบบการกระทำ พฤติกรรม การแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่น ๆ (Friedman, 2002) ซึ่งพฤติกรรมการเลียนแบบที่เกิดขึ้นนั้น

เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกับสิ่งที่เลียนแบบ โดยสังเกตได้จากรูปแบบการแต่งกาย การพูด ท่าทาง และการยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติตามตัวแบบ (Model) หรือกลุ่มเพื่อน (Yando, Seitz & Zigler, 1978) ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมใหม่ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือมีแนวโน้มในการคงพฤติกรรมเดิมไว้ และรับรู้ถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการเลียนแบบนั้น (Louden & Bitta, 1993)

จากทฤษฎีการเรียนรู้ของแบนดูรา (Bandura.1977 : 213 – 256) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในบุคคล ซึ่งไม่เคยปฏิบัติเช่นนั้นมาก่อนเลย บางครั้งเราไม่สามารถอธิบายได้โดยทฤษฎีการเรียนรู้ แต่สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมดังกล่าวเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากการได้เห็นแบบอย่าง หรือสังเกตจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวและสื่อมวลชน ก็เป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้แบบการเรียนรู้ที่ไม่นับไม่ถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การเป็นตัวแบบเป็นเทคนิคที่สำคัญในการสร้างพฤติกรรมที่ต้องการให้เกิดขึ้นในตัวเด็ก

การเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning)

Bandura มีความเชื่อว่าการเรียนรู้ส่วนใหญ่ของคนเรานั้นเกิดขึ้นจากการสังเกตจากตัวแบบ ซึ่งจะแตกต่างจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่ต้องอาศัยการลองผิดลองถูก เพราะนอกจากจะสูญเสียเวลาแล้ว ยังอาจมีอันตรายได้ในบางพฤติกรรม ในการเรียนรู้โดยการผ่านตัวแบบนั้น ตัวแบบเพียงคนเดียว สามารถที่จะถ่ายทอดทั้งความคิดและการแสดงออกได้พร้อม ๆ กัน และเนื่องจากคนเรานั้นใช้ชีวิตในแต่ละวันในสภาพแวดล้อมที่แคบ ๆ ดังนั้นการรับรู้เกี่ยวกับสภาพการณ์ต่าง ๆ ของสังคมจึงผ่านมาจากประสบการณ์ของผู้อื่น โดยการได้ยินและได้เห็น โดยไม่มีประสบการณ์ตรงมาเกี่ยวข้อง คนส่วนมากรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของสังคมโดยการผ่านทางสื่อแทบทั้งสิ้น

Fischer @ Gochros (1975) และ Ross (1981) ได้สรุปหน้าที่ของตัวแบบออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกันคือ

1. ทำหน้าที่สร้างพฤติกรรมใหม่ ในกรณีนี้ เป็นกรณีที่ผู้สังเกตตัวแบบนั้นยังไม่เคยได้มีการเรียนรู้พฤติกรรมดังกล่าวมาก่อนเลยในอดีต เช่น พฤติกรรมการพูดของเด็ก หรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับทักษะในการช่วยตนเอง เป็นต้น

2. ทำหน้าที่เสริมพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น เป็นกรณีและผู้สังเกตตัวแบบเคยเรียนรู้พฤติกรรมมาบ้างแล้วในอดีต ตัวแบบก็จะทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้ที่เคยเรียนรู้พฤติกรรมดังกล่าวพยายามพัฒนาให้ดีขึ้น
3. ทำหน้าที่ยับยั้งการเกิดของพฤติกรรม ในกรณีและผู้สังเกตมีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ หรือยังไม่เคยมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์มาก่อน ตัวแบบก็จะทำให้พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์นั้น ลดลงหรือไม่เกิดขึ้น

ตัวแบบนี้แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกันคือ

1. ตัวแบบที่เป็นบุคคลจริง ๆ (Live Model) คือ ตัวแบบที่บุคคลได้มีโอกาสสังเกตและปฏิสัมพันธ์โดยตรง
2. ตัวแบบที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic Model) คือ ตัวแบบที่เสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ การ์ตูน หรือหนังสือนวนิยาย เป็นต้น

การเลียนแบบผ่านสื่อมวลชน

แบนดูรา (Bandura, A., 1973 : 60) ได้รวบรวมวิธีการเรียนรู้ทางสังคมที่เกิดขึ้นโดยผ่านสื่อมวลชนออกเป็น 3 แบบ คือ

1. Observation Learning ผู้เปิดรับย่อมรู้จักแบบแผนใหม่ ๆ ของการแสดงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลาของการนำเสนอจากตัวสื่อ
2. Inhibitory Effect การที่ได้เห็นต้นแบบถูกลงโทษจะช่วยลดแรงจูงใจของผู้เลียนแบบที่จะกระทำให้น้อยลง เนื่องจากจะรู้สึกคล้ายกับได้รับการลงโทษไปด้วย
3. Disinhibitory Effect สื่อมวลชนที่ให้แบบอย่างของต้นแบบที่รับรางวัล เนื่องจากกล้าแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่สังคมห้ามปรามไม่ให้ฝ่าฝืน ก็สามารถทำให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมสวนกระแสของสังคมได้

การเรียนรู้โดยการเลียนแบบ มี 2 ชั้น (Bandula, 1997) ได้แก่

ขั้นที่ 1 การเกิดความสามารถในการกระทำ เป็นการรับมาซึ่งการเรียนรู้ ที่สามารถแสดงพฤติกรรมได้ โดยอาศัยกระบวนการทางสติปัญญา และความใส่ใจ

ขั้นที่ 2 การกระทำ คือ ขั้นการแสดงพฤติกรรม ซึ่งอาจจะมีการแสดงพฤติกรรมหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ความสามารถทางด้านร่างกาย ทักษะต่าง ๆ รวมทั้งความคาดหวังที่จะได้รับเสริมเป็นแรงจูงใจ

ประสิทธิภาพในการเลียนแบบพฤติกรรมจากบุคคลอื่นจะมีมาก หรือน้อย ขึ้นอยู่กับความละเอียดชัดเจน ความโดดเด่น และระดับซับซ้อนของพฤติกรรมจากบุคคลต้นแบบที่แสดงเป็นสำคัญ ซึ่งการเลียนแบบพฤติกรรมเป็นการเรียนรู้วิธีการหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ และไม่ได้รับการยอมรับในสังคม (Peter & Olsen, 1990 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 52) ระดับการเลียนแบบบุคคลที่ตนนิยมชมชอบจะเพิ่มมากขึ้นในระยะวัยรุ่นมากกว่าในวัยเด็ก เนื่องจาก (ศรีเรื่อน แก้วกังวาน, 2542)

1. ความต้องการรู้จักตนเอง การมีบุคคลที่ตนนิยมชมชอบมาเป็นแบบอย่างให้ยึดถือ และเลียนแบบจะช่วยลดความขัดแย้งในด้านความไม่รู้จัก และไม่เข้าใจตนเอง
2. การแสวงหาแบบอย่างเพื่อดำเนินชีวิตแบบผู้ใหญ่ โดยผู้ที่วัยรุ่นนับถือว่าเป็นวีรบุรุษ (Hero/Model) นั้น มีได้มากกว่าหนึ่งคน ขึ้นอยู่กับความต้องการ บุคลิกภาพ ความไฝ่ฝัน สติปัญญา ตลอดจนอิทธิพลของครอบครัว และสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมด้วย อาจเป็นบุคคลที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ บุคคลในวรรณคดี ดารา นักแสดง นักกีฬาที่มีชื่อเสียง ฯลฯ การเลือกเลียนแบบบุคคลที่ตนนิยมชมชอบในวัยรุ่น จะแตกต่างจากวัยเด็กที่อาศัยความใกล้ชิดเป็นแรงจูงใจในการเลียนแบบมาเป็นการใช้เหตุผล และอยู่ภายใต้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน
3. การเลียนแบบบุคคลที่ตนนิยมชมชอบของวัยรุ่นในปัจจุบัน เห็นได้จากการพยายามทำตัวเองให้เหมือนดารานักแสดงที่ตนชื่นชอบในแง่ต่าง ๆ อาทิ ทรงผม เสื้อผ้า และบุคลิกลักษณะ เป็นต้น

การเลียนแบบ เป็นกระบวนการขัดเกลาสมาชิกในสังคม ให้มีการประพฤติปฏิบัติตนตามรูปแบบที่สังคมคาดหวังกระบวนการหนึ่ง บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการเลียนแบบ ได้แก่

บุคคลต้นแบบ และผู้เลียนแบบ ซึ่งบุคคลจะเลียนแบบจากบุคคลต้นแบบนั้น มีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ แรงขับในการเลียนแบบ (Drive) พฤติกรรมของบุคคลต้นแบบซึ่งเป็นสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ (Cue) การตอบสนองหรือการแสดงพฤติกรรมการเลียนแบบ (Response) และรางวัลที่ผู้เลียนแบบได้รับจากการเลียนแบบนั้น (Reward) ซึ่งเป็นองค์ประกอบทั้ง 4 มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (Miller & Dollard, 1953) โดยบุคคลจะได้รับการอบรมขัดเกลาการเป็นสมาชิกในสังคมผ่านกลไกในการเลียนแบบ 3 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ การมีพฤติกรรมอย่างเดียวกัน (Same Behavior) การมีพฤติกรรมเทียบเคียงกัน (Match Dependent Behavior) และการลอกเลียนแบบ (Copying) (พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์, 2528)

การมีพฤติกรรมอย่างเดียวกัน (Same Behavior) บุคคลอาจมีพฤติกรรมแบบเดียวกัน เพราะมีสิ่งเร้าแบบเดียวกัน พฤติกรรมที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากการเลียนแบบ หรือจากปัจจัยอื่น เช่น เห็นกลุ่มบุคคลชุมนุมประท้วงก็เข้าไปร่วมชุมนุมด้วย

การมีพฤติกรรมเทียบเคียงกัน (Match Dependent Behavior) กระบวนการเลียนแบบที่เกิดขึ้นเมื่อตัวต้นแบบเป็นบุคคลที่น่าเลื่อมใส หรือเป็นผู้ที่มีอาวุโสมากกว่าผู้เลียนแบบ เช่น พฤติกรรมการเลียนแบบของน้องที่เลียนแบบพฤติกรรมพี่

การลอกเลียนแบบ (Copying) เป็นรูปแบบการเลียนแบบเช่นเดียวกับพฤติกรรมเทียบเคียงกัน แต่จะพิจารณาเพิ่มในด้านพฤติกรรมที่แสดงเลียนแบบมีความเหมือน หรือต่างจากบุคคลต้นแบบในจุดใด เพื่อให้มีพฤติกรรมเหมือนบุคคลต้นแบบมากยิ่งขึ้น เช่น การฝึกหัดเล่นกีฬาต่างๆ ที่จะต้องเลียนแบบท่าทาง และวิธีการในการเล่นจากผู้ฝึกสอน

ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ มากมายของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ แม้เพียงส่วนหนึ่ง หรือทั้งหมดจากบุคคลต้นแบบ โดยบุคคลต้นแบบที่มักใช้ในการเลียนแบบ Miller & Dollard (1953) แบ่งไว้ 4 ประเภทด้วยกันคือ

1. ความเหนือกว่าในด้านอาวุโส (Superiors in an Age-Grade Hierarchy)
2. ความเหนือกว่าทางสถานภาพทางสังคม (Superiors in a Hierarchy of Social Status)
3. ความเหนือกว่าในด้านความฉลาดในการจัดการระบบ (Superiors in an Intelligence Ranking System)

4. ความเหนือกว่าในด้านความชำนาญในด้านนั้น (Superiors Technicians in Any Field)

ความเหนือกว่าของบุคคลต้นแบบดังกล่าว ส่งผลให้เลียนแบบพยายามปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนให้เหมือน หรือมีความใกล้เคียงกับบุคคลที่เอาเป็นแบบอย่างด้วยปัจจัยสำคัญ อาทิ ความสนใจ (Attention) ความทรงจำ (Retention) จากการสังเกตพฤติกรรมนั้นซ้ำ ๆ กลไกการซ้ำ (Motor reproduction) และแรงจูงใจ (Motivation) ทำให้ศักยภาพการเลียนแบบพฤติกรรมจากบุคคลต้นแบบแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

การศึกษาวิจัยถึงการเลียนแบบจากงานวิจัยที่ผ่านมาทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศต่างมุ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมของเด็กเป็นสำคัญ นั่นอาจเป็นเพราะวัยเด็กเป็นวัยที่มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในสังคมในขอบเขตที่จำกัด เช่น สมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อนที่โรงเรียน เป็นต้น และเป็นวัยที่อยู่ในความดูแลของพ่อแม่อย่างใกล้ชิดติดประอบกับพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม และการเลียนแบบสามารถเห็นถึงพัฒนาการเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดกว่าการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในวัยอื่น

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความหมาย วิธีการ ขัดเกลาทางสังคมผ่านกลไกการเลียนแบบ เพื่อใช้ในการออกแบบเครื่องมือ และเพื่อศึกษาตัวแปรตามของงานวิจัยนี้

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยนี้ จะสามารถแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

"การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร" (นุชรี ตันติวิจิตร, 2536) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากร พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ ความพึงพอใจ และการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 323 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า

- 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมละครโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.30-23.00 น. มีการเปิดรับชมมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการชมมากกว่า 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง เหตุผลในการรับชมเป็นไป เพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อรับรู้ประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ รูปแบบที่ชอบมากที่สุด คือ ละครที่มีเนื้อหาตลก เบาสมอง และมีการนำไปสนทนากันในหมู่เพื่อนมากที่สุด
- 2) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ได้แก่ อาชีพนักศึกษา รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ผู้มีภูมิลำเนาเดิมจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายได้ ความบ่อยครั้ง และระยะเวลาในการชม การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และการรับรู้ประโยชน์
- 3) ความบ่อยครั้ง และระยะเวลาในการชม การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านลักษณะส่วนตัว
- 4) ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัวที่หย่าร้าง และแยกกันอยู่ การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านชีวิต และครอบครัว
- 5) อายุ อาชีพนักศึกษา รายได้ สถานภาพโสด ความบ่อยครั้ง และระยะเวลาในการชม การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

6) การรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม เป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายความพึงพอใจ และความพึงพอใจเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายการรับรู้ประโยชน์ทั้ง 3 ด้าน

“การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้ เพื่อพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” (ตรีรัตน์ นิลรัตน์, 2536) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ ลักษณะทางประชากร และการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 417 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า

- 1) นักศึกษาชอบดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาตลก สนุกสนาน โดยดูร่วมกันกับสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด ช่วงที่ดูละครบ่อยที่สุดวันจันทร์ถึงวันศุกร์ คือ 20.30-23.00 น. และวันเสาร์ถึงอาทิตย์ คือ 12.00-16.00 น. มีนักศึกษาดูละครทางโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มากที่สุด นักศึกษาดูละครโทรทัศน์เพื่อความสนุกสนานบันเทิง

2) นักศึกษาที่มารตามอาชีพต่างกันเท่านั้น ที่มีลักษณะการดูละครโทรทัศน์ต่างกัน นักศึกษาติดตามละครโทรทัศน์ และตั้งใจดูละครโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษาที่เรียนต่างสาขากันเท่านั้น ดูละครโทรทัศน์ในปริมาณที่ต่างกัน

3) นักศึกษาที่เรียนต่างสาขากัน มีภูมิลำเนาต่างกัน อาชีพบิดาต่างกัน รับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาบุคลิกภาพต่างกัน นักศึกษาที่มีภูมิลำเนา และรายได้ต่างกันรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาสติปัญญาต่างกัน นักศึกษาที่เรียนต่างสาขา และมีรายได้ต่างกัน รับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการใช้พัฒนาจริยธรรมต่างกัน

4) ลักษณะการดู, ระดับการติดตามดู, ระดับความตั้งใจดูโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาตนเองด้านบุคลิกภาพ, สติปัญญา และจริยธรรม ส่วนปริมาณการดูละครโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาตนเอง

“สื่อโทรทัศน์กับการใช้ความรุนแรงในกลุ่มเยาวชน” (เอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2549: Online) ผลการสำรวจภาคสนามพบว่า ตัวอย่างเกือบ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 72.1 ระบุนิยมดูโทรทัศน์ทุกวัน และตัวอย่างกว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 39.8 ใช้เวลาเฉลี่ยในการดูโทรทัศน์แต่ละครั้งประมาณ 3-5 ชั่วโมง เป็นที่น่าสังเกตว่าช่วงเวลาที่ตัวอย่างนิยมดูโทรทัศน์เป็นประจำ เป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียนเป็นหลัก คือ ตั้งแต่หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป เรื่อยไปจนถึง 24.00 น. ไม่ว่าจะเป็น วันจันทร์-ศุกร์ หรือ วันเสาร์-อาทิตย์ นั้น ตัวอย่างนิยมดู โทรทัศน์ตั้งแต่ช่วงเวลา 20.01-22.00 น. มากที่สุดรองลงมาเป็นช่วงเวลา 17.01-20.00 น. และ ช่วงเวลา 22.01-24.00 น. ตามลำดับ

“ข้อสังเกต คือ ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลา “ละครหลังข่าว” และช่วงเวลา “รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว” เป็นหลัก ดังนั้น ผู้จัดละคร ดารา นักแสดง บรรณาธิการข่าว และผู้ประกาศข่าว ควรระมัดระวังซึ่งการนำเสนอภาพความรุนแรง พฤติกรรมที่แสดงออก กิริยามารยาท คำพูดคำจา ความถูกต้องของภาษาไทยที่ใช้ รวมทั้งเนื้อหาละคร หรือรายการที่เลือกนำเสนอแก่เยาวชนด้วย เพราะปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น อาจส่งผลต่อการซึมซับ และเลียนแบบพฤติกรรมของเยาวชนได้ง่าย”

เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงประเภทรายการที่กลุ่มตัวอย่างนิยมดูมากที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า สอดคล้องกับ ข้อความดังกล่าวข้างต้น ที่ตัวอย่างมากกว่าครึ่งระบุว่านิยมดูละคร ร้อยละ 67.4 และนิยมดูรายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว ร้อยละ 54.9 และร้อยละ 52.7 ดูรายการเพลงตามลำดับ

เมสิริน ขวัญใจ (2551) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “เด็กกับการรู้เท่าทันโทรทัศน์” พบว่า เด็กใช้เวลาในการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ในปริมาณจำนวนชั่วโมงที่ค่อนข้างมากในแต่ละวัน และสามารถเลือกเปิดรับเนื้อหารายการโทรทัศน์ตามความต้องการของตนเองได้อย่างอิสระพอสมควร โดยมีการเลือกเนื้อหาหลากหลายประเภท ซึ่งรายการที่เด็กเลือกเปิดรับชมนั้นกระจายอยู่ในสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง นอกจากนี้ ยังพบว่า เด็กบางคนยังมีโอกาสเปิดรับชมรายการจากสถานีเนชั่น สถานีเอเอสทีวี และสถานีบอกรับเป็นสมาชิกทรูวิชั่นส์ สำหรับเด็กบางคนมีการเลือกช่องทางสื่ออื่น ๆ ที่สามารถทำให้เข้าถึงเนื้อหาที่ตนเองชื่นชอบซ้ำได้อีกด้วย โดยดูจากวีซีดี และดีวีดี นอกจากนี้ เด็กยังสามารถวิเคราะห์ ตีความหมาย และประเมินค่าเนื้อหารายการโทรทัศน์ได้ทุกประเภท เด็กตระหนักรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์ โดยได้รับแรงเสริมจากทรรณะของพ่อแม่ เด็กมีการตัดสินใจเลือกดูเนื้อหาการสารคดีที่สามารถตอบสนองประโยชน์ตามความต้องการของตนเอง สำหรับละคร และวาไรตี้ที่ไม่ได้มุ่งผลิตสำหรับเด็ก เด็กก็สามารถแยกแยะการกระทำ และคำพูดที่เหมาะสม และไม่เหมาะสมได้

รุ่งรวี รัตนดำรงอักษร (2540) ได้ทำการศึกษาหัวข้อ “ภูมิหลังทางครอบครัว กระบวนการสังคมกรรม และการเปิดรับรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีเชิงสืบสวนของเด็ก และเยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน” พบว่า เด็ก และเยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนเปิดรับละครมากที่สุด รองลงมาเป็นรายการวาไรตี้ ทอล์คโชว์ และรายการเกมโชว์ โดยมีแรงจูงใจจากความต้องการฆ่าเวลาในการรับชมโทรทัศน์ รองลงมาเพื่อความสนุกสนาน และพักผ่อน เพื่อรับทราบข่าวสาร และนำไปสนทนากับกลุ่มเพื่อน เพื่อหลีกเลี่ยงสังคม นอกจากนี้ยังชื่นชอบละคร หรือภาพยนตร์แนววัยรุ่นมีปัญหาเกี่ยวกับครอบครัว ติดยาเสพติด และมีการต่อสู้กัน เนื่องจากเห็นว่ามีเนื้อหาสอดคล้องกับชีวิตของตนเอง และยังมีการเลียนแบบทั้งพฤติกรรมที่ดี และไม่ดียีกด้วยจากตัวละคร เช่น การกระทำผิดกฎหมาย การพูดจา การแต่งกาย และการรวมกลุ่มก่อความวุ่นวายต่าง ๆ

2. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์” โดยกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มครูอาจารย์ ผู้ปกครอง นักเรียนนักศึกษา ประชาชนที่ยังไม่มีบุตร และนักบรรณคดีเคลื่อนไหวทางสังคม ผลการวิจัยพบว่า คนไทยตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากสื่อมวลชนมาก อย่างไรก็ตาม คนไทยเห็นว่าการแก้ปัญหาที่เกิดจากสื่อมวลชนด้วยวิธีการควบคุม และลงโทษผู้ผลิต ผู้บริโภคสื่อสำคัญกว่าการฝึกฝน ผู้บริโภคให้รู้เท่าทันสื่อ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่แตกต่างกันทั้งสี่ด้านของคนไทย คือ อายุ ระดับการศึกษา บทบาทในครอบครัว บทบาททางสังคม และประสบการณ์ด้านสื่อพบว่า คนไทยที่เป็นนักบรรณคดีด้านรู้เท่าทันสื่อ และผู้มีส่วนผลักดันนโยบายทางการศึกษาเห็นความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อของคนไทยพบว่า คนไทยเห็นความสำคัญของทักษะการรู้เท่าทันสื่อค่อนข้างมาก โดยเฉพาะทักษะการประเมินค่า และการวิเคราะห์ ในขณะที่พวกเขาเห็นว่าทักษะการสร้างสรรคสื่อจำเป็นน้อยที่สุด นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่แตกต่างกันทั้งสี่ด้านก็พบว่า คนไทยที่มีการศึกษาสูงกว่า และมีประสบการณ์ด้านสื่อมากกว่าเห็นด้วยกับทักษะการวิเคราะห์ และประเมินค่าสื่อมากกว่าผู้ที่มีความรู้ และประสบการณ์ด้านสื่อน้อยกว่า นอกจากนี้นักบรรณคดีด้านรู้เท่าทันสื่อ และผู้มีส่วนผลักดันนโยบายการศึกษาเห็นความสำคัญของทักษะการวิเคราะห์มากที่สุด อย่างไรก็ตาม ไม่มีกลุ่มใดที่เรียงลำดับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน

Moran (2004 อ้างถึงในอุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และคณะ, 2549) ได้จัดสนทนากลุ่มกับเด็กวัยรุ่นเพศหญิง เกี่ยวกับผลกระทบจากพฤติกรรมกรเปิดรับโทรทัศน์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงผลของ “the third person effect” อย่างชัดเจน คือกลุ่มตัวอย่างล้วนแล้วแต่มั่นใจในตัวเองว่า สื่อไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อตัวเองเลย แต่ว่ามีอิทธิพลร้ายแรงต่อบุคคลอื่น กลุ่มตัวอย่างมักจะรู้สึกว่ “เรารู้หมดแล้ว เรารู้ดีแล้ว” และ “เราฉลาดกว่าสื่อ”

3. งานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย

“รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในกรุงเทพมหานคร” (กิ่งรัก อิงคะวัต, 2541) เป็นการศึกษาเพื่อศึกษา และหาความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยกลุ่มหนึ่งในสังคม และมีขนาดเพียงพอที่จะเกิดเป็นตลาดทางธุรกิจได้ โดยทำการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลชายรักชายจำนวน 300 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างชายรักชาย (เกย์) มีรูปแบบการดำเนินชีวิต 6 รูปแบบ คือ รูปแบบ Home Gay Lifestyle รูปแบบ Night Going Gay Lifestyle รูปแบบ Obviously Gay Lifestyle รูปแบบ Trendy Gay Lifestyle รูปแบบ Conservative Gay Lifestyle รูปแบบ Healthy Gay Lifestyle

“เกย์สนกับข้าวพอ ๆ กับการดูละคร” (สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย, 2552: Online) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) มีการบริโภคสื่อที่เกี่ยวข้องกับการบันเทิงสูงในระดับสูง โดยเปิดรับคอลัมน์บันเทิงในหนังสือพิมพ์ร้อยละ 72 และนิตยสารประเภทบันเทิง เช่น เอนเตอร์เทนร้อยละ 41 และเปิดรับนิตยสารประเภทสตรี เช่น แพรว ดิฉัน อิมเมจฯ ในระดับสูง ร้อยละ 41 เป็นต้น

ที่น่าสังเกต คือ รายการทางสื่อโทรทัศน์ พบว่ากลุ่มชายรักชาย (เกย์) นิยมดูรายการข่าวและละคร เป็นอันดับต้น ๆ ซึ่งมีส่วนคล้ายผู้ชายที่นิยมชมรายการข่าว และคล้ายผู้หญิงที่นิยมรายการละคร นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเกย์ยังมีการเปิดรับสื่อประเภทนิตยสารในระดับสูงร้อยละ 85 มากกว่าผู้ชายทั่วไปที่เปิดรับสื่อประเภทนิตยสารเพียง ร้อยละ 7

“การรับรู้และทัศนคติของกลุ่มรักต่างเพศและกลุ่มรักร่วมเพศที่มีต่อโฆษณารักร่วมเพศในสิ่งพิมพ์และพฤติกรรมรักร่วมเพศในสังคมไทย” (กรองกาญจน์ ชนะเสรีชัย, 2543) ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของกลุ่มรักต่างเพศ และกลุ่มรักร่วมเพศที่มีต่อพฤติกรรมรักร่วมเพศในสังคมไทยนั้น กลุ่มรักร่วมเพศมีทัศนคติแตกต่างจากกลุ่มรักร่วมเพศ โดยมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มรักร่วมเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มรักร่วมเพศมีทัศนคติต่อพฤติกรรมที่ต่ำกว่ากลุ่มรักต่างเพศ ทั้งนี้

สามารถอธิบายได้ว่าการที่กลุ่มรักต่างเพศ มีทัศนคติต่อพฤติกรรมที่ดีนั้นอาจเนื่องมาจาก ต้องการแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value Expression) เช่น การที่กลุ่มรักร่วมเพศ และรักต่างเพศ สร้างทัศนคติต่อพฤติกรรมรักร่วมเพศขึ้นนั้น เพื่อแสดงออกถึงความเชื่อ หรือค่านิยมในเรื่องรักร่วมเพศ โดยจะแสดงออกมาให้เห็นว่ากลุ่มรักต่างเพศมีความเชื่อในเรื่องรักร่วมเพศที่ไม่ดี ทำให้แสดงออกมาว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรม ในทางกลับกันกลุ่มรักร่วมเพศเองก็แสดงทัศนคติออกมาในทางบวก แสดงให้เห็นถึงค่านิยม และความเชื่อเรื่องรักร่วมเพศในแง่บวก นอกจากนี้แนวคิดทัศนคติที่สอดคล้องกับพฤติกรรมยังกล่าวอีกได้ว่า เมื่อกลุ่มรักร่วมเพศมพฤติกรรมรักร่วมเพศแล้ว ดังนั้นทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมรักร่วมเพศก็ย่อมเป็นไปในทิศทางที่ดีด้วย

อย่างไรก็ตาม ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย และมองว่าการเป็นรักร่วมเพศเป็นสิ่งที่ไม่ดี และยังไม่ยอมรับเปรียบได้กับการเกลียดชังรักร่วมเพศ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากทัศนคติส่วนบุคคล และทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรมทางสังคม นอกจากนี้ การโฆษณาที่เป็นส่วนหนึ่งในสื่อมวลชน ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของปัจเจกบุคคล ที่สามารถทำให้เด็ก หรือเยาวชนเกิดการเรียนรู้แล้วเก็บบันทึกไว้ในความทรงจำ ก่อให้เกิดการเลียนแบบเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

“ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน กับทัศนคติต่อเรื่องรักร่วมเพศของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” (จารุวรรณ กันทะนิตย์, 2530) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อเรื่องรักร่วมเพศ และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน กับทัศนคติต่อเรื่องรักร่วมเพศของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

- 1) นักศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางลบต่อเรื่องรักร่วมเพศ
- 2) การเปิดรับวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อเรื่องรักร่วมเพศของนักศึกษา
- 3) ตามความคิดเห็นของนักศึกษา รักร่วมเพศเกิดจากสาเหตุสำคัญ 3 ประการ คือ สภาพทางครอบครัว ตัวบุคคล สังคมและสภาพแวดล้อม

รักร่วมเพศจะส่งผลให้บุคคลมีปัญหาในการดำเนินชีวิต และปัญหาทางด้านจิตใจ ทำให้สังคม และวัฒนธรรมเสื่อมลง ตลอดจนเกิดความสับสน และปัญหาต่าง ๆ ทางสังคม การป้องกัน

แก้ไขควรจะเริ่มตั้งแต่การอบรมเลี้ยงดูอย่างถูกต้องเหมาะสมในครอบครัว การให้ความรู้เกี่ยวกับรัก
ร่วมเพศ และควบคุมการเผยแพร่เรื่องราวรักร่วมเพศ หรือบุคคลรักร่วมเพศทางสื่อมวลชน
ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขสภาพแวดล้อม และสังคมให้ดีขึ้น

4. งานวิจัยที่เกี่ยวกับความนิยม หรือค่านิยม

"การศึกษาปัญหาสังคม และค่านิยมของเยาวชนไทยในรายการโทรทัศน์หลุมดำ" (สุชา
ภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ, 2549) ผลการวิจัยพบว่า ค่านิยมของเยาวชนในรายการ "หลุมดำ" โดยพบ
ค่านิยมวัตถุนิยม ค่านิยมความฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือย ค่านิยมรักสนุก และค่านิยมรักความสบายมาก
ที่สุด และยังพบค่านิยมส่วนบุคคลเรื่องเพศปรากฏให้เห็นหลายประเด็น ได้แก่ ค่านิยมการเปลี่ยนคู่
นอน ค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ได้อุปถัมภ์ และ
ค่านิยมการนับแต่มี ค่านิยมการมีแฟน ที่เยาวชนรู้สึกต่อเรื่องเพศว่าเป็นเรื่องธรรมดา และเรื่องการ
มีเพศสัมพันธ์นั้น เป็นเรื่องปกติที่ใคร ๆ ก็ปฏิบัติกัน

นอกจากนั้น ยังปรากฏค่านิยมของเยาวชนเพิ่มเติม ได้แก่ ค่านิยมการเที่ยวกลางคืน
ค่านิยมการแต่งกายโป๊ ค่านิยมการรับวัฒนธรรมต่างชาติ ค่านิยมการกลัวความอ้วน ค่านิยมการมี
แฟน ค่านิยมความเป็นชาย ค่านิยมการลอกเลียนแบบดารา ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นค่านิยมส่วนบุคคล
ยกเว้นค่านิยมการรับวัฒนธรรมต่างชาติที่ปัจจุบันกลายเป็นค่านิยมของสังคมไปแล้ว

วารุณี พองแก้ว และคณะ (2548) ได้ทำการศึกษาหัวข้อ "อัตลักษณ์ทางเพศของเด็ก
วัยรุ่น" พบว่า เด็กวัยรุ่นไทยส่วนหนึ่ง ได้รับการพัฒนาอัตลักษณ์ทางเพศที่ไม่สมมูลที่อาจนำไปสู่
พฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม และทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยมีสาเหตุมาจาก การเลี้ยงดู
ในครอบครัว อิทธิพลของสื่อ ค่านิยมทางเพศของเด็กวัยรุ่นที่แปรเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลง
ทางด้านสังคม และเศรษฐกิจ ที่ตอกย้ำความไม่เสมอภาคทางเพศ การใช้เรื่อร่างของผู้หญิงใน
การโฆษณาสินค้า ผู้หญิงถูกชักจูงให้มีทัศนคติว่าคุณค่าของตนอยู่ที่รูปร่างที่สวยงาม เซ็กซี่ ดึงดูด
เพศตรงข้าม บุคลิกภาพที่เก๋ เท่ห์ และการแต่งกายที่ทันสมัย ในขณะที่เดียวกัน สังคมได้สร้าง
คุณค่าของชายให้เป็นใหญ่ในเรื่องประสบการณ์ทางเพศ ความเห็นแก่ตัว และการขาดความ
รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง การนำความได้เปรียบทางสรีระร่างกายที่แข็งแรง บึกบึน ไปใช้

ในทางที่ก่อให้เกิดความรุนแรง นอกจากนี้ เด็กวัยรุ่นกลุ่มเพศที่สาม มีแนวโน้มที่จะรวมกลุ่มกัน และกล้าเปิดเผยวิถีทางเพศของตน รวมทั้งเรียกร้องให้สังคมยอมรับ ขณะเดียวกัน สังคมไทยก็ประสบกับปัญหาความอ่อนแอของสถาบันครอบครัว ที่ไม่ตระหนักและรู้เท่าทันต่อสภาพการณ์ของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่ไม่เพียงพอหรือไม่ถูกต้องโดยเฉพาะในเรื่องเพศ ขาดองค์ความรู้และรูปแบบวิธีการในการป้องกัน แก้อั้ว หรือจัดการกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสภาพปัญหา โดยเฉพาะมาตรการควบคุมสื่อ การจัดระเบียบสังคม การกำหนดมาตรการและวิธีปฏิบัติของสถานศึกษา ขาดการสร้างเสริมให้บิดามารดา ผู้ปกครอง มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาอัตลักษณ์ทางเพศที่เหมาะสม รวมทั้ง ขาดการเตรียมความพร้อมให้เด็กวัยรุ่น มีความรู้ ทักษะ และความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องอัตลักษณ์แห่งตน และเพศศึกษา

5. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ กระบวนการเรียนรู้ทางสังคมส่วนใหญ่มักทำการวิจัยกับเด็ก เนื่องจาก การทำการวิจัยกับเด็กสามารถเห็นผลการเรียนรู้ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน ได้แก่ งานวิจัยของ Hay, Murray & Cecire (1985 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 50) และ Mark & Barling (2001) ที่ศึกษาถึงกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลที่แวดล้อม และงานวิจัยของนาวรรณ ตันติเวชกุล (2542) และสิทธิรัตน์ น้อยสง่า (2544) ที่ศึกษากระบวนการเรียนรู้ทางสังคมจากการเปิดรับสื่อมวลชน

Hay, Murray & Cecire (1985 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 50) ได้ศึกษาถึงกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมที่มีผลต่อรูปแบบพฤติกรรมของเด็กด้วยการวิจัยเชิงทดลอง พบว่าเด็กมีการเรียนรู้ และเลียนแบบพฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรมการโต้ตอบการกระทำและการเรียนรู้สัญลักษณ์ของบุคคล ที่แวดล้อมที่มีความคุ้นเคยด้วยตัวเด็กเอง ได้ดีกว่าพฤติกรรมของบุคคลแวดล้อมที่กระทำกับเด็กโดยตรง เด็กรู้สึกเสมือนว่าตนมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเหล่านั้นด้วย

Mark & Barling (2001) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเข้าใจของเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาต่อรูปแบบการเรียนรู้ทางสังคม กับพฤติกรรมในการควบคุมตนเองด้วยการวิจัยเชิง

ทดลอง ผลการวิจัยพบว่าระดับความเข้าใจต่อรูปแบบการเรียนรู้ทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการควบคุมตนเองที่เกิดขึ้นของเด็ก

นภวรรณ ตันติเวชกุล (2542) ศึกษาอิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชนในสถานศึกษาตามแนวทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจโดยกลุ่มเยาวชนที่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มาก จะเกิดการสังสมเนื้อหาผ่านกระบวนการเรียนรู้และอบรมบ่มนิสัยจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ในแง่มุมต่างๆ อาทิ รูปแบบการใช้ภาษาในการสื่อสารที่คล้ายคลึงกับภาษาที่ใช้ในงานโฆษณา และมีแนวโน้มในการปรับเปลี่ยนแนวคิด และค่านิยมในกำรบริโภคสินค้าบางประการที่คล้ายคลึงกับแนวคิดที่นำเสนอในงานโฆษณา มากกว่ากลุ่มเยาวชนที่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์น้อย อาทิ ค่านิยมเกี่ยวกับการมีผิวขาวของผู้หญิง ค่านิยมเกี่ยวกับความมั่นใจในตนเอง ค่านิยมเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อสร้างมิตรภาพ นอกจากนี้การมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับครอบครัว เพื่อน ญาติ และการเรียนรู้จากโรงเรียน ต่างมีอิทธิพลต่อแนวคิดในการใช้สินค้ากับกลุ่มเยาวชนที่มีการเปิดรับงานโฆษณาทางโทรทัศน์มาก และน้อยไม่ต่างกัน

สิทธิรัตน์ น้อยสง่า (2544) ศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนที่มีต่อรูปแบบการเรียนรู้ทางสังคมของวัยรุ่น ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1-3 ในเขตจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการเรียนรู้ทางสังคมในกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนมาก และกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนน้อยมิได้จำกัดเพียงการสังเกตจากตัวแบบในสื่อมวลชนเท่านั้น แต่เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อนที่โรงเรียน และบุคคลที่แวดล้อมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคมในรูปแบบดังกล่าว

6. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเลียนแบบ

"เยาวชนกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ" (ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2546: Online) ผลจากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 59.5 มีความเห็นว่า สื่อโทรทัศน์ มีผลให้เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบของวัยรุ่นมากที่สุด รองลงมา คือ ภาพยนตร์ ร้อยละ 20.8

“การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชายของเยาวชนที่ปรากฏ ในรายการละครโทรทัศน์”(ณัฐพงษ์ กระจ่าง, 2544: Online) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่ร้อยละ 77 มีความพึงพอใจที่จะ เลียนแบบนักแสดงชายจากละครโทรทัศน์ และร้อยละ 60 พร้อมจะตัดสินใจทันทีที่จะเปิดเผยตนเองต่อสังคมว่ามีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศหลังจากชมละครโทรทัศน์ที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชาย ซึ่งพฤติกรรมการแสดงออกจากการเลียนแบบ นั้นพบว่า มีการเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศของเยาวชนจากการรับชมรายการ ละครโทรทัศน์นั้นเกิดขึ้นจริง และสามารถเชื่อได้ว่าสื่อก่อให้เกิดการเลียนแบบ ของได้จริงการเลียนแบบเยาวชนที่เบี่ยงเบนทางเพศนั้นเกิดในลักษณะเทียบเคียง (Identification) เพราะถ้าวิเคราะห์จากแนวความคิดของแบนดูรา (Bandura) ก็ให้เห็น ได้ว่าภาพของพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศในรายการละครโทรทัศน์นั้น สื่อได้กระทำหน้าที่ ในลักษณะ Observation Learning การแสดงพฤติกรรมจากการสังเกตของสื่อ และ Disinhibitory Effect การที่ใช้สื่อมวลชนเป็นแม่แบบในการแสดงออก จนประสบผลสำเร็จ อิทธิพลของรายการละครโทรทัศน์ที่มีต่อพฤติกรรมการแสดงออกพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ชายจะมีการเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ หลังจากการรับชมละครโทรทัศน์นั้น เกิดขึ้นจริง กล่าวคือ จะมีการแสดงออกโดยการเลียนแบบการแต่งตัว ใช้สีสันทันของ เสื้อผ้าเป็นหลัก บางคนก็พึงพอใจที่จะใช้เครื่องสำอาง ลิปสติก เขียนคิ้ว ทำผมทรง แปลก ๆ และการแปลงโฉมตัวเองให้เป็นจุดเด่น การแสดงออกลักษณะท่าทางของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จะเลียนแบบจากสีหน้า ท่าทาง แววตาและการใช้น้ำเสียงของตัวเองละคร บางคนมีการแสดงออกในลักษณะที่กระตือรือร้นเช่นกัน รวมทั้งบางคนจะตัดสินใจแปลงเพศ ตลอดจนการใช้วัตถุแปลกปลอมต่อร่างกายด้วย นอกจากนี้ การรวมกลุ่ม หรือสังสรรค์กัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการที่จะกระทำกิจกรรมดังกล่าว เพราะเป็นการสนทนา กันเฉพาะกลุ่ม เพื่อหาทางออกในการปลดปล่อยและพูดคุยในเรื่องเพศเดียวกัน ส่วน การแสดงออกในลักษณะของเพศหญิง ไม่ว่าจะเป็นการเล่นละครในบทบาทของเพศหญิง หรือการเป็นเชียร์ลีดเดอร์ พบว่ามีผลต่อกลุ่มตัวอย่างชายบางคนเท่านั้น

Boon & Lomore (2002) ศึกษาอิทธิพลจากความชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีต่อวัยรุ่น พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนมากมักเลียนแบบการแต่งกาย และพฤติกรรมของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ

เช่น การแสดง การเล่นกีฬา การทานอาหารมังสวิวัติน หรือการเสพยาเสพติด แต่การเลียนแบบดังกล่าวไม่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตอย่างถาวร ซึ่งอิทธิพลของบุคคลที่มีชื่อเสียงมีผลต่อทัศนคติ ค่านิยม รวมถึงศีลธรรม และจริยธรรมในการประกอบอาชีพจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับพัฒนาการในการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นตัวเองเป็นสำคัญ โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงชายมักได้รับความนิยมชมชอบมากกว่าบุคคลที่มีชื่อเสียงหญิง วัยรุ่นชายจะชื่นชมบุคคลที่มีชื่อเสียงชายในการเป็นบุคคลต้นแบบ ในขณะที่วัยรุ่นหญิงจะชื่นชมในภาพลักษณ์ที่ดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงชาย

งานวิจัยของ “สวนดุสิตโพล” สถาบันราชภัฏสวนดุสิต (2545: Online) ได้สำรวจความคิดเห็นของวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-18 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 1,028 คน เกี่ยวกับสิ่งที่วัยรุ่นชอบเลียนแบบจากนักแสดงพบว่า สิ่งที่วัยรุ่นชอบเลียนแบบนักแสดงมากที่สุด ได้แก่

| | | ชาย | หญิง | ภาพรวม |
|-------------|------------------------|--------|--------|--------|
| อันดับที่ 1 | การแต่งกาย | 28.74% | 33.33% | 31.13% |
| อันดับที่ 2 | ท่าที/บุคลิก/การวางตัว | 27.94% | 29.59% | 28.79% |
| อันดับที่ 2 | คำพูด | 14.57% | 10.11% | 12.26% |
| อันดับที่ 4 | นิสัยใจคอ | 6.48% | 15.36% | 11.09% |
| อื่น ๆ | | 2.02% | 0.37% | 1.17% |

ผลสำรวจความคิดเห็นของวัยรุ่นอายุระหว่าง 12-22 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 687 คน เกี่ยวกับพฤติกรรมของศิลปิน/นักแสดงที่วัยรุ่นใฝ่ฝัน และมักเลียนแบบหรือยึดถือเป็นแบบอย่างโดย “สวนดุสิตโพล” สถาบันราชภัฏสวนดุสิต (2546 อ้างถึงในทัศนีย์ เกิดธนากาญจน์, 2546: 53) พบว่า พฤติกรรมของศิลปิน/นักแสดงที่วัยรุ่นที่ชอบเลียนแบบ ได้แก่

| | | ชาย | หญิง | รวม |
|-------------|----------------------|--------|--------|--------|
| อันดับที่ 1 | บุคลิก/ท่าทาง | 80.70% | 83.00% | 81.85% |
| อันดับที่ 2 | การแต่งกาย | 80.79% | 80.52% | 80.65% |
| อันดับที่ 2 | การวางตัว/ปฏิบัติตัว | 74.80% | 78.20% | 76.50% |

| | | | | |
|-------------------------------------|---------------|--------|--------|--------|
| อันดับที่ 4 | ทรงผม | 76.80% | 75.40% | 76.10% |
| อันดับที่ 5 | การพูดจา/ภาษา | 69.90% | 70.10% | 70.00% |
| อันดับที่ 6 | กิจกรรมารยาท | 63.70% | 70.20% | 66.95% |
| อันดับที่ 7 | การเล่นกีฬา | 61.30% | 52.20% | 56.75% |
| อันดับที่ 8 | งานอดิเรก | 49.40% | 50.60% | 50.00% |
| อันดับที่ 9 | อาหารการกิน | 37.40% | 40.80% | 39.10% |
| อื่น ๆ เช่น การศึกษา,ความสามารถ ฯลฯ | | 54.30% | 58.50% | 56.40% |

Burk (1991) กล่าวว่า การเลียนแบบการแต่งกายของวัยรุ่น ทั้งการเลียนแบบบุคคลที่ตนชื่นชอบ และกลุ่มเพื่อน เพื่อแสดงถึงสิ่งที่ตนมุ่งหวังให้บุคคลทั่วไปรับรู้ในการเป็นสมาชิกจากรูปแบบการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เหมือนกัน .

ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และบริเวณชานที่มีต่อพฤติกรรม และรูปแบบการแต่งกายของนักศึกษาไทยในปัจจุบัน โดยสวนดุสิตโพล สถาบันราชภัฏสวนดุสิต (2542: Online) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมองว่านักศึกษาไทยในปัจจุบันมีรูปแบบการแต่งกายที่ไม่เหมาะสม และล่อแหลมต่อการเกิดอาชญากรรม โดยมีรูปแบบการแต่งกายที่อิงตามแฟชั่นมากเกินไป และแสดงออกในด้านพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การติดยาเสพติด การไม่มีสัมมาคารวะ ขาดระเบียบวินัย เป็นนักเลงอันธพาลชอบก่อการวิวาท เป็นต้น

สินนภา ภูสว่าง (2544) ได้ศึกษาถึงความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายทางสื่อมวลชนที่มีต่อทัศนคติ และรูปแบบการแต่งกายของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครด้วยการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 13-21 ปี พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นแตกต่างกัน โดยปริมาณความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในเชิงบวก และรูปแบบการแต่งกายตามแฟชั่นของกลุ่มตัวอย่าง

การเลียนแบบภาษาแสดงของวัยรุ่นในปัจจุบันผ่านงานโฆษณา ภาพยนตร์ ดนตรี และรายการโทรทัศน์ ทำให้วัยรุ่นมีการเปิดรับวัฒนธรรม และปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันมากขึ้น เพราะคิดว่าเป็นสิ่งที่ทันสมัยและกำลังเป็นที่นิยม เพื่อให้กลุ่มของตนมีลักษณะโดดเด่น

แตกต่างจากกลุ่มอื่น และการคิดภาษาแสดงใหม่ ๆ ขึ้น เพื่อสร้างการยอมรับจากกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิก (Rue, 2000 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนาภาญจน์, 2546: 54)

สวนดุสิตโพล สถาบันราชภัฏสวนดุสิต (2545: Online) ได้สำรวจความคิดเห็นของวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-18 ปี จำนวน 1,124 คน ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อการเลียนแบบพฤติกรรมจากนักกีฬาที่ตนชื่นชอบพบว่า สิ่งที่วัยรุ่นชอบเลียนแบบนักกีฬามากที่สุด ได้แก่

| | | ชาย | หญิง | ภาพรวม |
|-------------|------------------------|--------|--------|--------|
| อันดับที่ 1 | การเล่นกีฬาประเภทนั้นๆ | 65.49% | 49.70% | 56.05% |
| อันดับที่ 2 | ท่าที/บุคลิก/การวางตัว | 8.41% | 18.75% | 14.59% |
| อันดับที่ 2 | นิสัยใจคอ | 7.52% | 10.12% | 9.07% |
| อันดับที่ 4 | การแต่งกาย | 8.85% | 73.44% | 8.01% |
| อันดับที่ 5 | คำพูด | 3.98% | 5.36% | 4.80% |
| อื่นๆ | | 1.33% | 1.49% | 1.42% |

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ผลการวิจัย ในการอภิปรายในบทที่ 5 ต่อไป

