

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง“เนื้อหาเพศศึกษาและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อคอลัมน์ “เสพสมบัตินิยม”และเว็บไซต์meetdoctoro.comได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบและแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์
2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา
4. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา
5. แนวคิดเกี่ยวกับสัญวิทยาวิทยา(Semiology)
6. ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ
7. ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร
8. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวความคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลและมีส่วนรับผิดชอบต่อความเป็นอยู่ของสังคมและประเทศชาติ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นแหล่งกลางที่กระจายข่าวสาร ความรู้ ความคิด ความเห็น ตลอดจนประสบการณ์ความเป็นมาตั้งแต่เก่าถึงใหม่ล่าสุด หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อกลางของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชน โดยการติดตามเหตุการณ์และให้ข้อมูลรายละเอียดแก่ประชาชนเพื่อการตัดสินใจและเพื่อความเข้าใจในขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่ตรวจตราการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐบาลนอกจากนั้นหนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทในการพัฒนาสังคมรัฐใช้หนังสือพิมพ์เป็นแหล่งถ่ายทอดข่าวสารที่เป็นไปเพื่อการพัฒนา ได้แก่ ข่าวสารที่เป็นความรู้เกี่ยวกับประกอบอาชีพ การสาธารณสุข การแพทย์ การเกษตร การประมง การวางแผนครอบครัว เป็นต้น( ดร.ณิธิ ธีรณรักษ์, 2530 )

คำว่า “ หนังสือพิมพ์ ” หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่รวบรวมและบรรจุไว้ด้วยข่าว บทความ ภาพข่าว ภาพถ่าย สารคดีอันรวมทั้งสารคดีที่เป็นวิชาการและเชิงข่าว หรือตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 มาตรา 4 วรรค 3 “หนังสือพิมพ์ หมายความว่า สิ่งพิมพ์ซึ่งมีจำหน่ายเช่นเดียวกัน และออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป มีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม มีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม ” (ดร.ณี นีร์ญรักษ์, 2530 )

ศาสตราจารย์ วชิรปรีชาพงษ์ (2528) ได้ให้ความหมายของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่เสนอข่าวเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เช่น ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา กีฬาบันเทิง และข่าวสังคม เป็นต้น หนังสือพิมพ์มีลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่จำนวนหลายแผ่นพับได้ ส่วนมากจะออกเป็นรายวันเพื่อเสนอข่าวสดทำให้ผู้อ่านได้รับความรู้ ทันต่อข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ

Adam (1969) ให้ความหมายของหนังสือพิมพ์รายวัน (Daily Newspaper) ไว้ว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่ออกจำหน่ายสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน มักจะพิมพ์ในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่ ๆ ลงข่าวทุกชนิด เช่น ข่าวภายในประเทศ ข่าวธุรกิจ การค้า ข่าวกีฬา ข่าวสังคม และข่าวบันเทิง เป็นต้น ข่าวที่นำมาลงเป็นข่าวสดซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันนั้น หรืออย่างช้าไม่เกิน 2 – 3 วัน

หนังสือพิมพ์แบ่งออกเป็นประเภทหรือรูปแบบได้หลายรูปแบบ โดยอาศัยเกณฑ์ในการแบ่ง 4 ลักษณะดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

1. ความถี่ของการตีพิมพ์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่ถูกแบ่งประเภทโดยกำหนดระยะเวลาที่ออกจำหน่ายในครั้งหนึ่ง ๆ โดยมากมีระยะเวลาในการจำหน่าย 2 แบบ คือ

หนังสือพิมพ์รายวัน (Dailies) เป็นหนังสือพิมพ์ที่ต้องจำหน่ายให้หมดตลาดภายในแต่ละวัน อายุของหนังสือพิมพ์จึงสั้นลักษณะเด่นอยู่ที่ความสดและความรวดเร็วในการเสนอข่าว โดยเฉพาะต้องมีราคาถูกเนื่องจากต้องการให้ลูกค้าซื้อทุกวัน ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงจำเป็นต้องมีโฆษณาและยอดจำหน่ายสูงเพื่อทดแทนกำไรต่อฉบับที่น้อย เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ และแนวหน้า เป็นต้น

หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ (Weeklies) คือหนังสือพิมพ์ที่กำหนดออกทุก 7 วัน จึงไม่ได้เน้นความสดของข่าว แต่ยังคงเน้นการเสนอข้อเท็จจริง สเนเทศข้อมูล สารคดี และบทวิเคราะห์ที่ทันสมัย เช่น ผู้จัดการและฐานเศรษฐกิจ

2. ปริมาณการไหลเวียนหรือจำนวนพิมพ์ (Circulation Size) โดยจำแนกได้เป็น 2 ระดับ คือ

2.1 ขนาดใหญ่ ส่วนมากเป็นหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินกิจการอยู่ในกรุงเทพมหานคร มียอดการจัดจำหน่ายสูงและมักจะเปิดตลาดไปทั่วประเทศ ทำให้กลายเป็นหนังสือพิมพ์ระดับชาติ บางฉบับอาจต้องจัดพิมพ์เป็นหลายกรอบใน 1 วัน อาทิ เช่น กรอบแรก และกรอบหลังเพื่อประโยชน์ในการวางตลาดให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ดังนั้น หนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่จะมีอิทธิพลต่อสังคมการเมืองค่อนข้างสูง เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ และสยามรัฐ เป็นต้น

2.2 ขนาดเล็ก มักเป็นหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินกิจการตามภูมิภาค หรือที่เรียกกันว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มียอดพิมพ์ในปริมาณน้อยเฉพาะผู้อ่านในท้องถิ่น ขอบเขตของเนื้อหาจึงแคบเฉพาะข่าวท้องถิ่น ดังนั้น ความสำคัญและอิทธิพลต่อสังคม การเมืองในระดับประเทศจึงน้อย และประสบปัญหาในการดำเนินกิจการ และการลงทุน เช่น ไทยแหลมทอง ไทยทักษิณ เป็นต้น

3. หนังสือพิมพ์เฉพาะทาง (Special – Service Newspaper) คือหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินกิจการเฉพาะกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มหรือเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) ทำให้การเสนอสารสนเทศมีลักษณะเฉพาะไปด้วย จึงเป็นเสมือนหนังสือพิมพ์สำรอง (Alternative Newspaper) หมายความว่าความสนใจเป็นพิเศษที่เพิ่มเติมจากหนังสือพิมพ์ทั่วไปจึงมียอดจำหน่ายต่ำและมีโฆษณาน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ประเภททั่วไป เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจ หนังสือพิมพ์จีน เป็นต้น

4. เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

4.1 หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (Popular Newspaper) หนังสือประเภทนี้มุ่งให้ความสำคัญต่อข่าวสารที่เร้าอารมณ์ ตื่นเต้น และข่าวเบา (Soft news) ข่าวดังกล่าวนี้ได้แก่ข่าวอาชญากรรม ข่าวอุบัติเหตุไฟไหม้ ข่าวในแวดวงสังคม เป็นต้น ซึ่งเป็นข่าวที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจเหมาะสมสำหรับผู้่านทุกระดับ ผลที่ตามมาจากการอ่านและตลอดจนการใช้ภาษาหนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะมี ลักษณะทันทีทันใด การจัดหน้าของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะเน้นใน

ด้านการดึงดูดใจและเร้าอารมณ์ผู้อ่านให้มากที่สุด จำนวนจำหน่ายหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ค่อนข้างสูง

4.2 หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ(Quality Newspaper)หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มุ่งให้ความสำคัญต่อข่าวสารที่เน้นหนักทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และปัญหาในหลาย ๆ ด้าน ข่าวสารดังกล่าวมีลักษณะเป็นข่าวหลัก (Hard News) เหมาะสำหรับผู้่านที่สนใจและอยู่ในวงการที่เกี่ยวข้องกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนการแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์คุณภาพมีจำนวนค่อนข้างจำกัดและน้อยกว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนิยมนั้น จำนวนจำหน่ายจึงต่ำกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทแรก(ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530)

### คุณสมบัติของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่มีคุณสมบัติแตกต่างไปจากสื่อมวลชนประเภทอื่นสรุปได้ดังนี้

หนังสือพิมพ์	วิทยุ, วิทยุโทรทัศน์
1. เก็บเป็นหลักฐานได้ยั่งยืน	1. ฟังแล้วหมดไป
2. ใช้สอบข้อเท็จจริงได้	2. ทดสอบยาก(นอกจากบันทึกไว้)
3. อ่านเมื่อใดก็ได้ตามความสะดวก	3. รับได้เฉพาะเวลากำหนด
4. สามารถให้ข่าวละเอียดกว่า และติดตามข่าวได้เสมอถ้ามีเนื้อหาการทำฉบับพิเศษได้	4. ทำไม่ได้เพราะติดขัดด้วยเวลา
5. เอกชนเป็นเจ้าของ ฉะนั้นจึงมีความคิดเห็นแตกต่างได้มาก	5. เป็นของราชการส่วนมาก สอดคล้องกันเป็นส่วนใหญ่
6. เปิดโอกาสรับความคิดเห็นและคำร้องทุกข์ของราษฎรได้มากกว่า	6. ทำไม่ได้มากเท่า

จากคุณสมบัติดังกล่าวทำให้หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะสามารถโน้มน้าวจิตใจให้ผู้อ่านมีความเห็นคล้อยตามไปโดยง่ายได้สรุปคุณสมบัติของหนังสือพิมพ์ไว้ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่มีราคาถูกที่สุดในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. หนังสือพิมพ์มีแพร่หลายทั่วไป หาซื้อได้ง่าย มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

3. ข่าวและภาพ รวมทั้งเรื่องราวต่าง ๆ ที่เสนอในหนังสือพิมพ์ สามารถเก็บรักษาไว้เป็นหลักฐานได้ คงสภาพนาน สามารถใช้อ้างอิงได้
4. หนังสือพิมพ์ให้ข่าวสารและรายละเอียดได้มากกว่าวิทยุ โทรทัศน์
5. หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างจากสื่อมวลชนอื่น ๆ ตรงที่เป็นเรื่องใหม่ น่าชักจูงใจ ให้อยากอ่าน อ่านแล้วเกิดความเข้าใจเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ มีข้อมูลช่วยประกอบการตัดสินใจ ทำให้มองเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้วยทัศนคติอันกว้างไกล สามารถพัฒนาความรู้สึกนึกคิดได้เป็นอย่างดี

### บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์มีบทบาทและหน้าที่หลักดังต่อไปนี้ ( มาลี บุญศิริสัมพันธ์, 2531)

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร โดยแสวงหาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ที่ถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน เทียบตรง และเป็นธรรม รายงานให้ประชาชนทราบในลักษณะของข่าว บทความ สารคดี และคอลัมน์ต่าง ๆ เพื่อผู้อ่านจะได้รับทราบเหตุการณ์ทั้งหมดอย่างถูกต้องและวิเคราะห์ เหตุการณ์ด้วยตนเองต่อไปได้
2. หน้าที่ในการให้ข้อเสนอแนะ โดยการแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ หรือข่าว ที่เกิดขึ้นผ่านคอลัมน์ต่าง ๆ ไม่ใช่ลักษณะการเสนอแนะในรายงานข่าว ซึ่งการแสดงความคิดเห็น ต้องเป็นกลาง (Objective) และยุติธรรม (Fair) อยู่บนรากฐานของเหตุผลที่เหมาะสมถูกต้อง
3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง ผู้อ่านจะผ่อนคลายความตึงเครียดได้จากการ อ่านข่าวสารต่าง ๆ จากหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะข่าวสารเกี่ยวกับความบันเทิง
4. หน้าที่ในการเป็นสื่อโฆษณา หนังสือพิมพ์สามารถให้ข่าวสารที่เป็นสื่อกลาง นำเสนอสินค้าให้ผู้อ่านได้มีโอกาสเลือกตัดสินใจซื้อสินค้าได้ กระตุ้นให้เกิดอำนาจการซื้อและการ พัฒนาธุรกิจให้เจริญก้าวหน้า



หน้าที่ของหนังสือพิมพ์ไว้ 6 ประการดังนี้ (มนต์ชัย นินนาทนนท์, 2527)

1. เสนอข่าวสารหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้อ่านสนใจ โดยถือว่าหน้าที่ในการเสนอข่าวนี้เป็นหน้าที่สำคัญที่สุดของหนังสือพิมพ์ โดยข่าวที่เสนอจะต้องมีความสมบูรณ์ ครบถ้วน และเที่ยงธรรม
2. การวิพากษ์วิจารณ์ข่าว จะช่วยให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจข่าวและสภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน เป็นการช่วยส่งเสริมการพัฒนาความคิดให้กับผู้อ่าน
3. ให้ความบันเทิง เพื่อสนองความต้องการของผู้อ่านบางกลุ่ม โดยมุ่งให้เกิดความเพลิดเพลินสนุกสนาน และการพักผ่อนหย่อนใจแก่ผู้อ่าน ได้แก่ เรื่องประเภทตลกขบขัน การ์ตูน ปัญหาอักษรไขว้ เกมต่าง ๆ เป็นต้น
4. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง เชื่อมโยงระหว่างบุคคล องค์กร และสถาบันต่าง ๆ ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสถาบันต่าง ๆ ซึ่งอาจก่อให้เกิดประชาคมติหรือรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชนส่วนใหญ่
5. ช่วยผู้อ่าน เช่น คอลัมน์แนะนำสุขภาพ อาชีพ งานอดิเรก แนะนำและวิจารณ์หนังสือ ภาพยนตร์ เป็นต้น นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีประโยชน์ในการนำมาใช้อุปกรณ์การศึกษา หรือประกอบการเรียนการสอน การอภิปราย การสัมมนา ได้อีกด้วย
6. โฆษณานับว่ามีความสำคัญต่อหนังสือพิมพ์อย่างมากเพราะหนังสือพิมพ์ต้องอาศัยการโฆษณาเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพิมพ์และอื่น ๆ การโฆษณายังมีประโยชน์สำหรับประชาชนทำให้ผู้อ่านได้ทราบว่า จะซื้อสินค้าที่ตนต้องการได้จากที่ใดบ้าง เกิดการเปรียบเทียบสินค้าว่าควรซื้อชนิดไหนจึงจะดีกว่ากัน หรือรู้แหล่งรับสมัครงานสำหรับผู้ที่ไม่มีงานทำ เป็นต้น

ดร.ณิ หิรัญรักษ์ (2530) ได้กล่าวถึงความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ต่อการให้บริการชุมชนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ให้ข้อเท็จจริงที่สำคัญบทบาทและหน้าที่ที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ ได้แก่ การให้ข้อเท็จจริงและให้ความสำคัญต่อข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน โดยที่หนังสือจะต้องให้ความสำคัญต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคคล สถานที่ หรือ

เหตุการณ์ นอกจากจะให้ข้อเท็จจริงที่สำคัญแก่ผู้อ่านแล้ว หนังสือพิมพ์ยังทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศให้ประชาชนได้ทราบถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ในสังคม อาทิเช่น ข่าวการประชุม สัมมนา ข่าวเกี่ยวกับการเกิด การตายของบุคคล ตลอดจนข่าวที่เกี่ยวข้องกับความสนุกสนานเพลิดเพลินบันเทิงใจ เช่น ข่าวเกี่ยวกับการแต่งงาน การรื่นเริงตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

2. หนังสือพิมพ์จะให้ความรู้ให้การศึกษาในด้านที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา การเมือง การปกครอง การแพทย์ การเกษตร คหกรรมศาสตร์ เป็นต้น ความรู้เหล่านี้ผู้อ่านจะได้รับจากการอ่านคอลัมน์และบทความต่าง ๆ ที่มีในหน้าหนังสือพิมพ์ คอลัมน์นี้ที่มักจะมีและได้อ่านเป็นประจำก็ได้แก่ คอลัมน์แพทย์ ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่ตอบปัญหาผู้อ่านเกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บ และวิธีการป้องกัน เป็นต้น นอกจากนั้นจะมีคอลัมน์เกี่ยวกับพยากรณ์อากาศ อาหารการกิน และคอลัมน์เกี่ยวกับความสวยงามที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ให้ความสนใจ คอลัมน์เหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นการเสนอแนะ และวิธีป้องกันตลอดจนให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ

3. หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เขาสนใจผ่านทางหนังสือพิมพ์ โดยออกมาในรูปของบทความ หรือคอลัมน์ประเภทต่าง ๆ สำหรับหนังสือพิมพ์เองจะมีบทบาทวิธีการทำหน้าที่อธิบายความหรือขยายความของเหตุการณ์ให้ประชาชนผู้อ่านได้ทราบถึงจุดยืนหรือนโยบายของหนังสือพิมพ์ของตน หนังสือพิมพ์ซึ่งทำหน้าที่เป็นเสมือนเวทีแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนทัศนคติระหว่างหนังสือพิมพ์เองกับประชาชนทั่วไป ผู้อ่านมีโอกาสได้รับความเห็นจากทั้ง 2 ฝ่าย หนังสือพิมพ์จึงทำหน้าที่บริการชุมชนในระบอบประชาธิปไตยได้อย่างดี ซึ่งหนังสือพิมพ์จะต้องมีความเข้าใจ ความกล้า ความยุติธรรม และความยืดหยุ่นในการทำหน้าที่ดังกล่าว

4. หนังสือพิมพ์ส่งเสริมและสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนหนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่สนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาและการเติบโตของชุมชน ไม่ว่าในด้านการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ชุมชนให้โลกภายนอกได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลง นอกจากนั้นหนังสือพิมพ์ยังทำหน้าที่ชี้ข้อบกพร่องข้อเสียหรือจุดอ่อนของชุมชนแต่ละชุมชนให้ประชาชนได้ทราบเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่พร้อมกันหลายอย่าง คือ ทำหน้าที่ในการจัดการแจ้งข่าวสาร สนับสนุน ให้ความร่วมมือ และช่วยเหลือ

ทางการเงิน ซึ่งจะเห็นว่าบางครั้ง หนังสือพิมพ์จะแบ่งเนื้อที่ในหน้าหนังสือพิมพ์สำหรับการอุทิศเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม เพื่อเป็นการเพิ่มเงินหรือผลประโยชน์ในการช่วยเหลือเป็นกรณีไป

5. หนังสือพิมพ์เป็นสถาบันย่อยในการให้บริการประชาชนถึงแม้ว่าหนังสือพิมพ์จะไม่ใช่อำนาจที่ให้บริการประชาชนภายใต้การควบคุมของรัฐบาลเช่นกับสถาบันอื่นก็ตาม แต่บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในด้านการให้บริการทางสังคมแก่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการรับแจ้งข่าวสาร คำร้องทุกข์ ร้องเรียน เป็นต้น หนังสือพิมพ์สามารถให้บริการดังกล่าวแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะลักษณะธรรมชาติของหนังสือพิมพ์นั่นเอง

6. หนังสือพิมพ์ผลิตข่าวสารและการโฆษณาเมื่อมีการไปมาติดต่อสื่อสารขาย ขอบเขตกว้างขวางออกไป ข่าวสารเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับสังคมและมนุษย์อย่างมาก การโฆษณาสินค้ามีบทบาทสำคัญมากขึ้น เมื่อสังคมมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการค้าขาย การแข่งขันจึงตามมาในรูปของการชักจูง โน้มน้าว เพื่อสนับสนุนสินค้าของตนให้กว้างขวางและเป็นที่รู้จัก หนังสือพิมพ์จึงมีบทบาทสำคัญในการให้บริการในด้านข่าวสารและการโฆษณาอย่างมาก

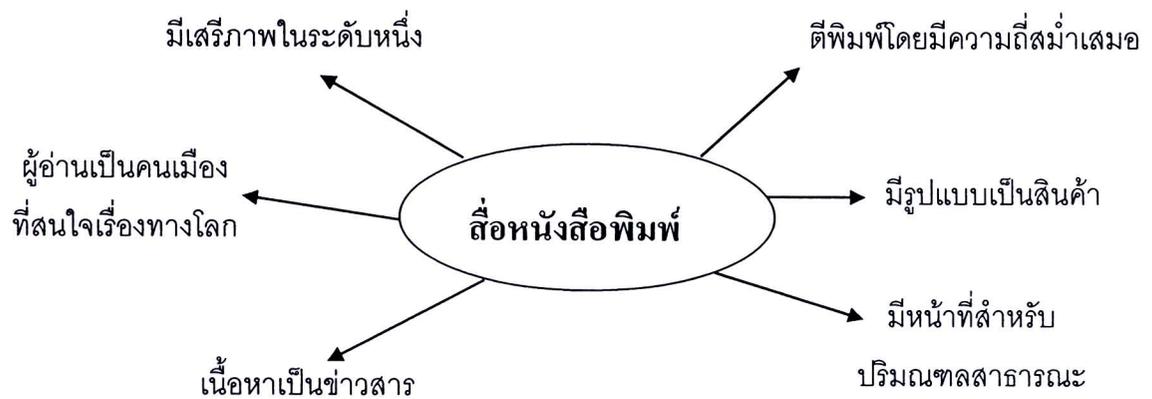
7. หนังสือพิมพ์สร้างธุรกิจชุมชนหนังสือพิมพ์ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานวงการธุรกิจกับประชาชนในชุมชนโดยการเป็นสื่อกลางในการโฆษณาสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้ผลประโยชน์ การทราบว่าสินค้าอะไรบ้างที่ผลิตออกมาสู่ตลาด ประชาชนสามารถเลือกซื้อสินค้าได้จากการอ่านโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ และสถาบันธุรกิจบริการดังกล่าวนี้ยังสามารถทำเงินปีละมากมายให้กับหนังสือพิมพ์ ถือเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดของการจัดทำหนังสือพิมพ์ในปัจจุบัน

8. หนังสือพิมพ์พิทักษ์และคุ้มกันประชาชนหนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ประสานงานกับผู้พิทักษ์รักษากฎหมายในบางอย่างได้เป็นอย่างดี โดยที่หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์ความคืบหน้าและการเคลื่อนไหวของการทำงานของเจ้าหน้าที่ในวงราชการที่มีหน้าที่โดยตรงกับกิจการบางอย่าง เช่น ทางด้านอาชญากรรม เป็นต้น การตีพิมพ์ข่าวสารดังกล่าวจะทำให้ประชาชนได้ทราบและหาวิธีการป้องกันจากคำเตือนที่ได้รับจากหน้าหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังช่วยในการเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารการทำงานที่คืบหน้าของเจ้าหน้าที่ในการติดตามคนร้าย และนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาแล้วในบางครั้งหนังสือพิมพ์ยังช่วยปกป้องคุ้มกันคนบริสุทธิ์จากการกล่าวหาที่ไม่ยุติธรรมอีกด้วย

9. หนังสือพิมพ์ปกป้องสิทธิเสรีภาพของประชาชนหนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ปกป้องประชาชนในระบบสังคมที่มีการปกครองแบบประชาธิปไตย โดยเฉพาะสิทธิมนุษยชนในด้านการแสดงออกซึ่งความเห็น

### คุณลักษณะของสื่อหนังสือพิมพ์

สำหรับ “สื่อหนังสือพิมพ์” มีเอกลักษณ์ที่แยกออกจากใบปลิว แผ่นประกาศ หรือจดหมายข่าว ที่เคยมีในโลกตะวันตก เมื่อศตวรรษที่ 16 และ 17 คุณลักษณะที่สำคัญของหนังสือพิมพ์มีดังนี้



- **เอกลักษณ์ของหนังสือพิมพ์** คำว่า “Journal” มีรากศัพท์มาจากคำว่า “กิจวัตรประจำวัน” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การตีพิมพ์ของหนังสือพิมพ์จะต้องมีช่วงเวลาสม่ำเสมอเป็นสินค้าที่ต้องซื้อขาย มีเป้าหมายหลายอย่างในตัว (เสนอข่าว ชูคุณค่า ชี้นำ ให้การศึกษา ฯลฯ) และที่สำคัญต้องมีลักษณะเปิดเผย (มิใช่จดหมายปิดผนึก หรือบัตรสนเท่ห์)

- **คุณสมบัติด้านเทคนิค** หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สื่อสารโดยตัวอักษรและภาพนิ่ง ในการส่งข่าวสารไปยังผู้รับโดยหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องอาศัยพาหนะอื่น มิได้ทำการสื่อสารโดยตรงไปยังผู้รับ แต่หนังสือพิมพ์ก็สามารถจะให้เนื้อหาได้อย่างละเอียด โดยผ่านการใช้ภาษาซึ่งจะมีลักษณะเปลี่ยนแปลงและปรับตัวอยู่เสมอเพื่อให้สื่อสารได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด นอกจากนี้ภาพข่าวในหนังสือพิมพ์ก็สามารถสื่อสารได้ด้วยตัวของมันเอง ไม่จำเป็นต้องเน้นถึงองค์ประกอบและความงามของภาพมากเกินไป

- **มิติด้านวัฒนธรรมของหนังสือพิมพ์** หนังสือพิมพ์เป็นรูปแบบที่แปลกใหม่จากวัฒนธรรมการสื่อสารที่เคยมีมา เนื่องจากลักษณะใหม่ๆ เช่น สร้างความเป็นปัจเจกอย่างมาก

มีเนื้อหาที่เป็นเรื่องจริง (Reality Orientation) เน้นการนำไปใช้ประโยชน์ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทางโลก (มิใช่ทางธรรม) ลักษณะเหล่านี้สอดคล้องกับความต้องการของคนกลุ่มใหม่ที่ก่อตัวขึ้นมา คือคนที่อยู่ในเมือง เป็นพ่อค้า ชนชั้นกลาง ผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมนี้ก็คือหนังสือพิมพ์ก่อให้เกิดกลุ่มสาธารณะ (Reading Public) ที่มีการรวมกลุ่มกันด้วยการอ่านหนังสือพิมพ์และมีความสนใจในข่าวสารการบ้านการเมือง

- **มิติด้านเศรษฐกิจ-การเมืองของหนังสือพิมพ์** ในยุคแรกหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นมักมีลักษณะ “อิงกับการเมือง” (Party-political Paper) เช่น มีสายสัมพันธ์โยงใยกับพรรคการเมืองหรือนักการเมือง แต่ปัจจุบันมีลักษณะเช่นนี้เริ่มจางหายไปเกือบหมดแล้ว ส่วนใหญ่หนังสือพิมพ์จะก้าวเข้าสู่การเป็นธุรกิจที่ต้องคิดถึงเรื่องการค้าและการสร้างกำไร ที่ไม่ได้มาจากจำนวนผู้อ่านหากแต่มาจากการลงโฆษณา ซึ่งจะได้มากน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนคนอ่าน นี่จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องขยายกลุ่มผู้อ่าน และพลอยมีผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหา กล่าวคือ มีเนื้อหาแบบเบาๆ มีบันเทิงมาก เน้นข่าวแบบที่ผู้คนสนใจ (Human Interest) แม้ว่าจะไม่ค่อยมีสาระและประโยชน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านระดับล่างที่เป็นคนกลุ่มใหญ่ (ตามความเข้าใจของสื่อมวลชน)

ด้วยเหตุที่หนังสือพิมพ์ได้ทำหน้าที่อันสำคัญในฐานะสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในการพัฒนาปรับเปลี่ยน ความรู้ ทศนคติ รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีต่อการพัฒนาความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเผยแพร่เนื้อหาสาระที่เป็นความรู้และเกี่ยวข้องกับการขยายโลกทัศน์ และพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องเพศศึกษา ซึ่งเป็นเรื่องที่ประชาชนคนไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง แนวคิดนี้จึงมีพื้นฐานสำคัญในการศึกษาความสนใจในด้านการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านคอลัมน์เสพสมบัติสม ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เขตกรุงเทพมหานคร

## ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication)

เกอร์ และฮิลซ์ (Elaine B. Kerr and Star Roxanne Hiltz, 1982) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ไว้ว่า

1. ปัจจัยสำคัญในกระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ในการควบคุมระบบการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ซึ่งซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ต้องสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้เช่นความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลการประมวลผลและความสามารถในการโต้ตอบนอกจากนั้นผู้วางระบบได้กำหนดให้คุณสมบัติในการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้านการแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ (Feed Back) ในรูปของข้อความ (Text Base Communication) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

2. ผลกระทบที่เกิดจากใช้คอมพิวเตอร์ในระบบการสื่อสาร ต่อพฤติกรรมของบุคคลเป็นการเข้าไปเกี่ยวข้องกับคุณภาพของชีวิตการทำงานและการตัดสินใจ การเพิ่มโอกาสใหม่ๆ ในการดำเนินชีวิต เช่น การมีเวลาว่างมากขึ้น หรือมีทางเลือกและเวลาในการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เพลิดเพลินกับการทำงานมากขึ้น ประหยัดเวลาในการเดินทาง เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็อาจก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านของกิจกรรมยามว่าง หรืองานอดิเรก เปลี่ยนแปลงวิธีการจัดข้อมูลจากเดิมที่เป็นเอกสารจำนวนมาก ส่วนผลกระทบต่อพฤติกรรมของกลุ่ม ได้แก่ การเพิ่มความต่อเนื่องในการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการธรรมชาติของโครงสร้างทางสังคม เช่น การเพิ่มการสื่อสารในกลุ่มในลักษณะที่ไม่เป็นทางการให้มากขึ้น การกระจายการสื่อสารออกไปได้ การสามารถขยายขนาดของกลุ่มให้ใหญ่ขึ้น เป็นต้น

กระบวนการในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication : CMC) ซึ่งเป็นการใช้ E-mail และ Computer Conferencing พร้อมๆ กันในเวลาเดียวกัน หรือใช้อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัสสาร (Encoding) ในรูปของข้อความ (Text) ส่งผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปยังคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร โดยผ่านเครื่องรับสัญญาณ (Communication Research Vol.19 No.1 February 1992) ซึ่งในยุคเริ่มแรกของการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะเป็นการสื่อสารกันด้วยข้อความ (Text) โดยปราศจากภาพเสียง หรือภาพเคลื่อนไหวอย่างในปัจจุบัน จากจุดนี้เมื่อ World Wide Web ได้ถูกคิดค้นขึ้นทำให้สามารถใช้คอมพิวเตอร์เครือข่ายในการสื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียง แม้แต่ภาพเคลื่อนไหวและพัฒนาไปสู่ความเป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์โดยการใช้องค์กรสื่อสารในลักษณะโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

## คุณลักษณะของการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

โรนัลด์ ไรท์ (Ronald Rice, 1989) ได้วิเคราะห์ถึงศักยภาพของการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ โดยการเปรียบเทียบจากคุณสมบัติในการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์และข้อจำกัด (Freedom of constraints) เช่น การกำหนดสถานะของผู้ส่งสาร การผูกขาดความเป็นเจ้าของสื่อ การไม่สามารถเลือกกลุ่มผู้รับสาร เฉพาะเป้าหมายได้ การกำหนดช่วงเวลาในการรับข่าวสาร หรือการไม่สามารถเรียกคืนข้อมูลได้ เป็นต้น
2. ขอบเขตการสื่อสาร (Mode or technical band width) หมายถึง ระยะเวลา ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารหรือเนื้อหาที่สามารถนำเสนอได้หลายลักษณะทั้งที่เป็นคำพูด สัญลักษณ์หรือเสียง
3. การสนองตอบและปฏิสัมพันธ์ (Feedback and interactivity) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเกิดขึ้น ได้โดยสะดวกและในระยะเวลาอันรวดเร็ว
4. การติดต่ออย่างเป็นเครือข่าย (Network Flows) ซึ่งมีผลต่อการกระจายตัว รวมทั้งการเข้าถึงสื่อและข้อมูลที่มีการเชื่อมโยงกัน

การสื่อสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในขณะนี้ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (Internet) จอห์น ดีเซมเบอร์ (John December, 1996) ได้แบ่งลักษณะและรูปแบบ การสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ตเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

- การสื่อสารจากจุดหนึ่งไปสู่จุดหนึ่ง (Point to point) เป็นการสื่อสารข้อมูลส่วนบุคคลจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail) เป็นต้น
- การสื่อสารจากจุดหนึ่งไปสู่หลายๆ จุด (Point to multipoint) คือการสื่อสารของบุคคลหนึ่งไปสู่กลุ่มผู้รับที่เฉพาะเจาะจง
- การสื่อสารจากจุดหนึ่งไปสู่ศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการแบบทั่วไป (Point to server broadcast) คือการสื่อสารข้อมูลของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งที่ส่งไปยังศูนย์คอมพิวเตอร์

ให้บริการแบบทั่วไปโดยผู้รับสามารถเป็นใครก็ได้ เช่น การสนทนาบนอินเทอร์เน็ต (Internet relay chat) หรือเครือข่ายผู้ใช้ข่าวสาร (Usenet news) หรือระบบกระดานข่าวคอมพิวเตอร์ (Computer bulletin board system – CBBS) เป็นต้น

- การสื่อสารจากศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการเฉพาะกลุ่ม (Point to server narrowcast) คือการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการโดยที่ผู้รับจะต้องเป็นกลุ่มเฉพาะที่อาจเป็นสมาชิก หรือลงทะเบียนได้ และการเข้าถึงข้อมูลนี้ได้จะต้องใช้การใส่ชื่อและรหัสผ่านด้วย

- การสื่อสารจากศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการแบบทั่วไป (Server broadcast) คือการเรียกใช้ หรือค้นหาข้อมูลที่เก็บไว้โดยศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการซึ่งผู้ที่สร้างหรือจัดการข้อมูลเหล่านี้ อาจเป็นกลุ่มองค์กร หรือบุคคลผู้มีศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการ เช่น แหล่งข่าวสารบนเครือข่าย (Web site)

- การสื่อสารจากศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการแบบเฉพาะกลุ่ม (server narrowcast) คือการสื่อสารข้อมูลโดยผ่านศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการที่ผู้รับที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ได้จะต้องเป็นกลุ่มที่ถูกคัดเลือกโดยเฉพาะ เช่น เป็นลูกค้าในระบบรับข่าวสารผ่านสาร (Online news) เป็นต้น

คุณลักษณะพิเศษที่เห็นได้ชัดเจนของการสื่อสารอินเทอร์เน็ต คือ ความสามารถในการลดข้อจำกัดเรื่องเวลาและระยะทางในการสื่อสาร (time and space) ออกไปได้อย่างสิ้นเชิง เพราะไม่ว่าผู้ส่งสารจะอยู่บริเวณซีกโลกใดๆ ของโลกต่างก็สามารถสื่อสารถึงกันได้เมื่อเข้าไปอยู่ในการสื่อสารอินเทอร์เน็ต

McQuail (McQuail, 1972) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ " สื่อใหม่ " ว่ามีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ที่มีช่องทางการสื่อสารคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันตามประเภทของการทำงานเนื้อหาและบริบท ได้แก่

1. สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล ( Interpersonal Communication Media ) ได้แก่ โทรศัพท์ ( ซึ่งมีลักษณะของความสามารถในการเคลื่อนย้ายมากขึ้น ) อีเมล ( ในระยะแรกเป็นการใช้เพื่อการทำงานแต่ปัจจุบัน เป็นการใช้ในเรื่องส่วนตัวมากขึ้น ) เป็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยให้ติดต่อระหว่างกันสะดวกมากขึ้น

2. สื่อเพื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน ( Interactive Play Media ) ได้แก่ คอมพิวเตอร์และวิดีโอเกมส์ รวมทั้งอุปกรณ์ Virtual Reality หากเปรียบเทียบกับ “สื่อเก่า” แม้ว่าจะมีการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีคล้ายกันและอาจถือว่าเป็น “ทางเลือกในการใช้งาน” ของการใช้สื่อ บางอย่าง ข้อแตกต่างที่สำคัญ ก็คือความสามารถในการโต้ตอบ ( Interactivity ) และ “กระบวนการ” ในการใช้ประโยชน์

3. สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูล ( Information Search Media ) เป็นประเภทที่มีสื่อหลายชนิด แต่ อินเทอร์เน็ตและเวปไซด์เว็บเป็นตัวอย่างที่เด่นชัดที่สุด โดยจัดเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่ มีข้อจำกัดเรื่องขนาด ความเป็นปัจจุบัน และการเข้าถึง อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายของเนื้อหา และแรงจูงใจในการใช้งานแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่เป็นประโยชน์ที่นอกเหนือจากผลของการพัฒนาเทคโนโลยี

4. สื่อเพื่อการมีส่วนร่วม ( Collective Participatory Media) สื่อในกลุ่มนี้ใช้ อินเทอร์เน็ตในการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิด ประสบการณ์ และการสร้างความสัมพันธ์จากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบนเว็บบอร์ด , การพูดคุยในห้องสนทนา ( Chat Room ) , การเล่น Icq หรือ Msn เป็นต้น

การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์จึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ให้ผู้ใช้งานมีความมั่นใจต่อเหตุการณ์ บุคคลสามารถติดต่อสื่อสารกันได้สะดวก รวดเร็วและง่ายดายมากขึ้นการใช้ชีวิตที่ต้องแข่งขันกับเวลาในสังคมปัจจุบัน ทำให้การสื่อสารใหม่นี้เป็นที่นิยมแพร่หลาย อย่างไรก็ตาม นอกจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อผลของการติดต่อสื่อสารและการทำงานที่มีประสิทธิภาพแล้ว การใช้เพื่อตอบสนองความเพลิดเพลิน ความบันเทิง ด้วยขีดความสามารถอันไร้ข้อจำกัดของการเข้าถึงข้อมูลในระยะไกล เป็นส่วนหนึ่งให้บุคคลสืบค้นข่าวสารข้อมูลต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเช่นกัน ( ปรเมศวร์ รัชยากร, 2546 )



## สภาพแวดล้อมของการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ได้เปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างอิสระ โดยเน้นการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิก ซึ่งเมื่อสมาชิกมีการปฏิสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกันจนถึงระดับหนึ่งแล้ว ก็จะทำให้เกิดชุมชนย่อยๆ ขึ้นในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกว่า “ชุมชนจำลอง” ( Virtual Community )

การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์จนทำให้เกิดชุมชนในลักษณะของชุมชนจำลองขึ้นนั้น ยังก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมในการสื่อสารรูปแบบใหม่ดังนี้ ( ศุภิสรา ทดลา, 2542 )

1. สภาพไร้การขัดขวาง และควบคุม ( Disinhibition ) จากการที่ผู้รับสาร และส่งสารติดต่อสื่อสารกันผ่านทางคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว ทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้เต็มที่ โดยที่ต่างฝ่ายไม่ต้องรู้จักกันมาก่อน นอกจากนี้ทั้งสองฝ่ายไม่ต้องเห็น อวัจนภาษา เช่นสีหน้า ท่าทาง และน้ำเสียงใดๆ ของคู่สื่อสารเลย

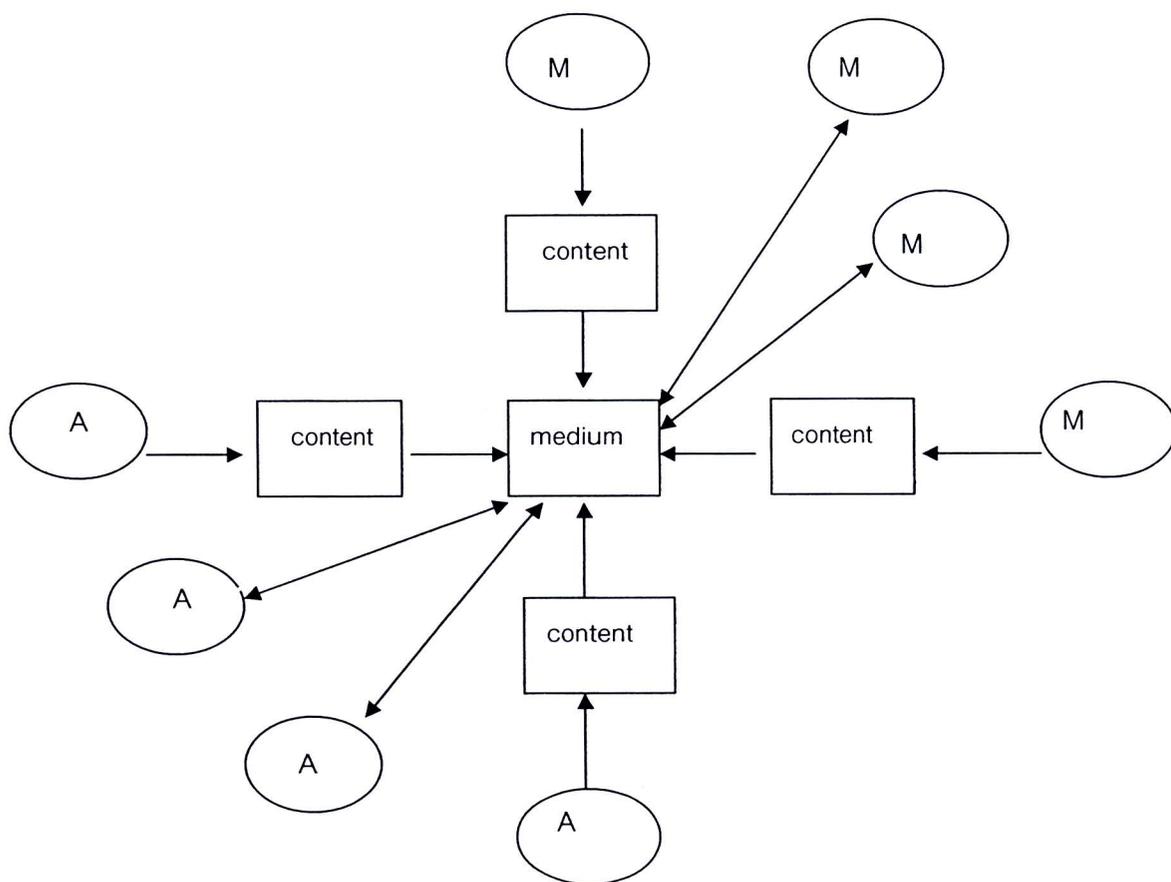
2. การเปลี่ยนเพศ ( Gender Swapping ) เป็นสิ่งที่เกิดต่อเนื่องมาจากสภาพไร้การขัดขวางและควบคุม กล่าวคือเมื่อคู่สื่อสารไม่จำเป็นต้องรู้จักกัน และไม่ได้เห็นหน้ากันระหว่างสื่อสาร ผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายก็สามารถเปลี่ยนเพศตัวเอง เพื่อใช้ในการสื่อสารได้อย่างอิสระ

3. การเป็นตัวตนหลากหลายรูปแบบ ( Multiple Identities ) เมื่อผู้สื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์มีอิสระในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้เต็มที่ โดยไม่ต้องทราบสถานภาพ เพศ รูปร่างหน้าตา หรือรายละเอียดอื่นๆ ผู้สื่อสารจึงมีโอกาที่จะเปลี่ยนบทบาท และสถานภาพของตนให้สอดคล้องกับการสื่อสาร หรือความต้องการของตนเองที่ไม่สามารถเป็นได้ในชีวิตจริง

การนำระบบ world wide web มาใช้ในช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated -Communication) หรือ CMC Joseph B. Walther, 1992) ได้ให้ความหมาย CMC เอาไว้กว้างๆ ว่าเป็น การประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (computer conferencing) และ การใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) เกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน(synchronous) หรือต่างเวลากัน(asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส(encode)ลงไปในเนื้อหา(text message) ซึ่งจะถูกล่ามุด (delayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร (กิตติ กัญภัย, 2543 )

จากคำนิยามของ Walther ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับการสื่อสารแบบ CMC และโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบเชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะทำหน้าที่เป็นสะพานลำเลียงสารที่ถูกใส่รหัส

ในขณะที่ Hoffman และ Novak ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์และให้คำนิยามอย่างไม่เป็นทางการ เกี่ยวกับ Hyper media CMC ว่าเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับการแจกจ่ายข่าวสาร เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีข้อมูลหลากหลาย การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งใหม่ในสังคมที่ต้องการอาศัยการเรียนรู้ (Socially oriented) ความไม่เจาะจงในการสื่อสารเป็น CMC ทำให้เกิดให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า การสื่อสารที่ไม่เจาะจงผู้รับสารหรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (Socially emotional) ไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face – to – Face communication) นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารไม่เป็นกันเอง ไม่เร้าอารมณ์ และไม่เจาะจงผู้รับสาร ผู้ร่วมสื่อสารแบบ CMC ต้องปรับสภาพตัวเองให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า



(Hoffman, Novak and Chatterjee ,1995 อ้างใน ศุจิภา ดวงมณี ,2541)

## แบบจำลองรูปแบบการสื่อสารบน world wide web

จากแบบจำลองรูปแบบการสื่อสารบน world wide web (ศุจิภา ดวงมณี, 2541) อธิบายว่า ข้อมูลข่าวสารถูกสร้างขึ้นโดยสื่อมวลชน (M) เช่น web pages ของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ หรือเนื้อหาจะถูกสร้างขึ้นโดยผู้รับสาร (A) ก็ได้ สื่อมวลชนและผู้รับสารจะส่งผ่านข้อมูลที่ตนเองสร้างขึ้นไปยังตัวสื่อ (medium) ก็คือระบบการสื่อสารใน world wide web

สำหรับการจำลองรูปแบบการสื่อสารบน world wide web สามารถกล่าวได้ว่า ผู้ใช้งานจะเข้าไปในเว็บไซต์ที่ตนสนใจ และส่งข้อมูลข่าวสารเนื้อหา (content) คำถามปัญหาทางเพศของตนเองเอาไว้ในเว็บบอร์ด (medium) เมื่อมีผู้สนใจในคำถามนั้นก็สามารถที่จะเข้าไปอ่านร่วมแสดงความคิดเห็น หรือร่วมตอบคำถามนั้นเพิ่มเติมได้ ดังนั้นการสื่อสารนี้ผู้ใช้งานจึงเป็นได้ทั้ง M และ A ตามแบบจำลองรูปแบบการสื่อสารบน world wide web ได้ในขณะเดียวกัน

ด้วยความสามารถและศักยภาพของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์หรือ CMC ซึ่งโดดเด่นไปจากรูปแบบของสื่อหนังสือพิมพ์ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มาเป็นกรอบในการศึกษาถึงความเหมือนและความแตกต่างในการนำเสนอเรื่องเพศศึกษา เพื่อให้สัมพันธ์และสอดคล้องกับการศึกษาสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ในการศึกษาเปรียบเทียบทั้ง 2 สื่อ

## แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยทางสื่อมวลชนที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน (พีระ จิระโสภณ, 2535) เนื่องจากการวิเคราะห์เนื้อหาถือว่าเป็นตัวบ่งชี้ หรือสัญญาณที่สามารถแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดว่า สื่อมวลชนทำงานได้อย่างไร โดยสามารถพิจารณาได้จาก "เนื้อหา" และ "ความหมาย" ที่ถูกถ่ายทอดและถูกเปิดรับผ่านสื่อประเภทต่างๆ นั้นเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

สนั่น ปัทมะทิน (2520) อธิบายว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการที่จะต้องสร้างเกณฑ์ขึ้นมา โดยจะออกมาในรูปของตารางวิเคราะห์ที่ประกอบด้วยถ้อยคำภาษา หน่วยที่ใช้มีผลตั้งแต่หน่วยที่ใหญ่ที่สุด ถึงเล็กที่สุด เป็นข้อความ ประโยค หรือหัวข้อที่มีความหมายตรงกับเนื้อหา หรือข้อความที่ต้องการวิเคราะห์ ทั้งนี้สิ่งสำคัญในการสร้างเกณฑ์เนื้อหา คือการจำแนกประเภทของ

เนื้อหาซึ่งต้องทำให้เหมาะสม กับวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหาว่าต้องการข้อมูลชนิดใด เรื่องใด เพื่อทราบแนวโน้มด้านใดด้านหนึ่ง

อรนุช เลิศจรยารักษ์ (2524) นิยามการวิเคราะห์เนื้อหาว่า คือการวิเคราะห์ให้เห็น ประจักษ์ สำรวจเนื้อหาที่แฝงอยู่กับเครื่องมือสื่อสาร โดยการจัดประเภท จัดทำตาราง และหาค่า จากสัญลักษณ์และใจความ เพื่อให้ทราบความหมายและผลกระทบ

อุทุมพร จามรมาน (2531) ได้สรุปความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นวิธีการ เฉพาะ ที่มีกระบวนการที่เป็นระบบ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะโดยพิจารณา จากการวิเคราะห์เนื้อหา หนังสือพิมพ์โฆษณาวรรณคดี เป็นต้น ตัวอย่างการวิเคราะห์ เนื้อหา โดยการวิเคราะห์บทสนทนา ของบุคคลสำคัญ การวิเคราะห์ตำราเรียน การวิเคราะห์บทบรรณาธิการ การวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่า ต้องการอะไร เพื่ออะไร ผลการวิเคราะห์เนื้อหาต้องได้รับการตรวจสอบทั้งในแง่ความเที่ยงและ ความตรง

เคลาส์ คริปเพินดอร์ฟ ( Klaus krippendorff, 1980) ให้ความหมายเกี่ยวกับการวิเคราะห์ เนื้อหาว่า เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งจากข้อมูลไปสู่สภาวะแวดล้อมของข้อมูล นอกจากนี้ krippendorff ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการในการวิเคราะห์เนื้อหาว่าประกอบด้วย

1. กระบวนการรับข้อมูล คือข้อมูลเป็นหน่วยหนึ่งของข่าวสาร ซึ่งบันทึกอยู่ในสื่อ ที่มีความคงทนถาวร ข้อมูลไม่ใช่ข้อเท็จจริง แต่เป็นการทำให้อยู่ในรูปแบบหนึ่งเพื่อให้ตรงกับ วัตถุประสงค์การวิจัย ในการวิเคราะห์เนื้อหานำเอาข่าวสารที่ไม่มีโครงสร้างทางภาษาชัดเจนมา ทำให้อยู่ในรูปของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจะต้องเป็นตัวแทนที่ดีของปรากฏการณ์โดยเรื่องที่ สนใจศึกษาต้องแยกเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unitizing)จำนวนหน่วยที่บันทึกต้องผ่านการสุ่ม ตัวอย่าง อย่างมีระบบหน่วยทุกหน่วยต้องมีการลงรหัสให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถวิเคราะห์ได้

2. การเปลี่ยนแปลงข้อมูล (Data Reduction) คือการจัดทำข้อมูลให้อยู่ใน ลักษณะที่สามารถนำมาใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ได้

3. การอนุมานข้อมูล (Inference) คือการพิจารณาข้อมูลอย่างมีเหตุผลซึ่งต้อง เกี่ยวข้องกับการใช้สถิติและต้องทำอย่างมีความเที่ยงตรง

4. การวิเคราะห์ (Analysis) คือกระบวนการในการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่สังเกตได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือมีการพรรณนาผลของการวิเคราะห์ชัดเจน

## หน่วยในการวิเคราะห์

หน่วยในการวิเคราะห์ เนื้อหา ช่วยในการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถอธิบายได้ในเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น

1. หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) โดยเคอลิงเจอร์(kerlinger, 1972) ได้อธิบายถึงหน่วยที่สำคัญ 5 หน่วยได้ ดังนี้

1.1 การใช้คำ (word) เป็นหน่วยที่เล็กที่สุดที่ใช้ในการวิเคราะห์ “คำ” อาจหมายถึงกลุ่มคำ(Word-Compound)บางครั้งเรียก“หน่วยสัญลักษณ์”(Symbol) หรือคำว่า “ถ้อยคำ”(Term)

1.2 แนวคิดหลัก (Theme) เป็นหน่วยที่ใช้การวิเคราะห์เนื้อหามากกว่า คำ ซึ่งอาจจะปรากฏอยู่ในประโยคเดียว (Simple Sentence)หรือสังกรประโยค(Sentence Compound)การใช้แนวคิดหลักนี้นับว่าเป็นหน่วยที่มีประโยชน์สูงสุดในการวิเคราะห์เนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษามลกระทบของการสื่อสารมวลชนต่อ สาธารณมติ

1.3 คุณลักษณะ (Character) เป็นการกำหนดหน่วยโดยพิจารณาคุณลักษณะที่ปรากฏอยู่ในสาร เช่น ในบทละคร เรื่องราว การตัดสินใจพิจารณาผลลัพธ์ของหน่วยนี้จำเป็นต้องพิจารณาทั้งเรื่อง จึงจะสามารถแยกแยะคุณสมบัติออกมาได้ เช่น การแยกแยะคุณสมบัติด้านการศึกษา สถานภาพทางการเงิน ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น

1.4 รายเรื่อง (Item) เป็นหน่วยที่ใช้บ่อยที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา รายเรื่องของสื่อที่ต่างกันจะไม่เหมือนกัน เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ บทความ สุนทรพจน์ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ จดหมาย เป็นต้น รายเรื่องคือการจัดเรื่องอย่างกว้างๆ โดยการวิเคราะห์เรื่องทั้งหมด และภายในเรื่องแต่ละเรื่องนั้นยังสามารถจัดแบ่งแยกย่อยออกไปได้อีก เช่น ชาวสามารถจัดกลุ่มเนื้อหาเรื่องได้อีก เช่น ชาวภายในประเทศ ชาวต่างประเทศ ชาวเศรษฐกิจ เป็นต้น

1.5 การวัดเนื้อที่และเวลา (Space and Time) เป็นการวิเคราะห์ที่ใช้วัดลักษณะทางกายภาพของงานสื่อสาร ความกว้างของคอลัมน์ จำนวนหน้า ความยาวของบรรทัด สำหรับรายการวิทยุ หรือโทรทัศน์อาจจะวัดเป็นนาที และวัดเป็นคอลัมน์นี้สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหานั้นสามารถใช้หน่วยการวิเคราะห์หลายๆ ประเภทรวมกันได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษานั้นๆ

## 2. หน่วยในการระบุจำนวน (Unit of Enumeration)

2.1 เนื้อที่ (Space) คือการวัดเนื้อหาด้วยจำนวนคือคอลัมน์นี้ คอลัมน์ เชนติเมตร หน้า บรรทัด ย่อหน้า

2.2 การปรากฏ (Appearance) เป็นการนับคุณสมบัติของเนื้อหาของสารที่ต้องการจะนับการปรากฏของเนื้อหาว่าปรากฏหรือไม่ปรากฏ

2.3 ความถี่ (Frequency) เป็นวิธีการที่ใช้มากที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา เช่น การนับความถี่ในการใช้คำหนึ่งๆ เป็นต้น

2.4 ความเข้ม (Intensity) เป็นหน่วยในการระบุจำนวนที่ใช้ในการวิจัย ที่เกี่ยวกับค่านิยม และทัศนคติที่ปรากฏในเนื้อหาของสาร แล้วจัดทำเป็นสเกล (Scale) เรียงลำดับข้อความที่แสดงความเข้ม ในเรื่องค่านิยมและทัศนคติ ในเรื่องที่มีแนวคิดหลักเดียวกัน แต่มีการใช้คำและประโยคต่างกัน ซึ่งจะใช้เป็นตัวชี้ถึงความเข้มที่ต่างกัน

### วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

สรวงศ์ คชาชีวะ(2525) ได้สรุปขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหาหลังจากที่ทำความเข้าใจกับปัญหาที่จะศึกษา และกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้ คือ

1. ศึกษางานที่ต้องการวิเคราะห์ในขั้นตอน กำหนดหรือสร้างกลุ่ม เพื่อการวิเคราะห์ และหาดัชนี (Indicators) ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มการวิเคราะห์และเหมาะสมกับเนื้อหา

2. กำหนดกลุ่มที่จะใช้แนวทางในการวิเคราะห์ เช่นถ้าต้องการศึกษารูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาจะวิเคราะห์ได้ตามกลุ่มต่อไปนี้ คือรูปแบบและประเภทของงาน งานสื่อสาร รูปแบบของข้อความ และกลุ่มที่เกี่ยวกับอารมณ์

3. กำหนดดัชนีสำหรับแต่ละกลุ่ม จากกลุ่มกว้างๆที่จะวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะหาดัชนีเป็นเครื่องชี้ว่าจะวิเคราะห์อะไร โดยผู้วิจัยต้องให้คำจำกัดความดัชนีที่กำหนดขึ้น ในการกำหนดกลุ่ม และกำหนดดัชนีขั้นตอนอาจจะสลับกันได้บางครั้ง ผู้วิจัยอาจจะสร้างดัชนีก่อนและหลังจากนั้น ก็นำไปสร้างกลุ่มการวิเคราะห์

4. กำหนดหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ หน่วยของการวิเคราะห์ ได้แก่ ประโยค ตัวละคร รายการ การวัดเนื้อที่ เวลา

5. วิเคราะห์เนื้อหาโดยการเปรียบเทียบหน่วยของการวิเคราะห์ให้ตรงกับดัชนีและกลุ่มเนื้อหาที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจะทำการแจกแจงความถี่ โดยการขีดรอยคะแนน และนำผลมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณโดยการหาค่าร้อยละ

### ประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถใช้ประโยชน์ในการศึกษาแนวโน้มของเนื้อหาข่าวสารในสาขาวิชาต่างๆมากมาย เช่น วารสารศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา และมานุษยวิทยา ประวัติศาสตร์ ตลอดจนด้านเศรษฐศาสตร์ เป็นต้น การวิเคราะห์เนื้อหาจะสะท้อนให้เห็นพัฒนาการของสาขาวิชาต่างๆ โดยอาศัยหลักเนื้อหาในแต่ละช่วงเวลา เป็นพื้นฐาน นอกจากนี้ยังอาจใช้ การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อสืบค้น ทศนคติ ความสนใจ ความเชื่อของบุคคล สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สภาพทางจิตวิทยา พฤติกรรม ตลอดจนความตั้งใจ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์เนื้อหานั้นมีข้อแตกต่างจากการวิจัยอื่นๆ อยู่หลายประการ ได้แก่

1. การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งที่เกิด สภาวะที่ผู้วิจัยไม่รู้ตัว ทำให้เกิดความเป็นธรรมชาติของข้อมูลที่ได้รับ โดยเป็นผลมาจากการวิเคราะห์เนื้อหาที่ศึกษาจากสาร

2. การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถนำมาใช้ได้กับข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้างชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับเทคนิคการวิจัยแบบอื่นๆ เช่นการออกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ ซึ่งจะมีลักษณะที่เป็นการกำหนดคำตอบให้ดับผู้ตอบ ในขณะที่การวิเคราะห์เนื้อหานั้น ผู้วิจัยต้องสนใจข้อมูลทุกอย่างที่ส่งมาจากผู้ส่งสาร ซึ่งอาจประกอบด้วยภาษา และเหตุผล ทั้งนี้จะไม่มีลักษณะของข้อมูลที่ถูกกำหนดโครงสร้างมาก่อน

3. การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดความหมายของข้อมูลและเป็นกระบวนการทำให้ข้อมูลที่อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ ซึ่งการวิจัยด้วยเทคนิคอื่นๆ จะไม่

สนใจในเรื่องการใช้ภาษา การใช้ถ้อยคำในการตอบ และไม่นำคำตอบดังกล่าวมาทำให้อยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์

4. การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถใช้ได้กับข้อมูลที่มีความกว้างมาก ในขณะที่การวิจัยแบบอื่นจะทำการศึกษาในวงแคบ เช่นศึกษาเฉพาะกรณี แต่ทั้งนี้จะเป็นการศึกษาในเชิงลึก

### แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา

คำว่า เพศศึกษา (Sex Education) นั้นเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมาก จึงมีผู้ให้คำจำกัดความ และความหมายในเรื่องเพศศึกษาในหลากหลายทัศนะดังต่อไปนี้

เคอร์เคนดอลล์ (Lester A'Kirkendall, 1960 ) ได้อธิบายว่าเรื่องเพศมีความหมายและขอบเขตกว้างขวางมากเช่นเดียวกับคำว่า "ชีวิต" จึงไม่สามารถจะใช้คำอธิบายสั้นๆ ได้ แต่พอที่จะสรุปได้ดังนี้

1. เรื่องเพศเป็นแรงผลักดันที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งทำให้คนเราเกิดมีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ และสามารถกระทำหรือแสดงพฤติกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามที่ตั้งใจเอาไว้
2. เรื่องเพศเป็นแรงกระตุ้นหรือเครื่องเร้าใจอันทรงพลังยิ่งที่ทำให้เพศชายและเพศหญิงเกิดความสนใจซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยทำให้การประกอบกิจการต่างๆ เป็นไปอย่างราบรื่น
3. เรื่องเพศเป็นสิ่งที่สามารถกำหนดบทบาททักิริยาท่าทางลักษณะการดำเนินชีวิตของคนเราอย่างเห็นได้ชัดแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเพศใดจะสำคัญยิ่งหย่อนไปกว่ากัน
4. เรื่องเพศเป็นเรื่องธรรมชาติที่แฝงอยู่ในร่างกายและจิตใจของคนเราอย่างลึกซึ้งถาวรซึ่งจะแสดงบทบาทสำคัญที่สุดให้ได้ในชีวิตรักและการครองเรือน



5. เรื่องเพศเป็นสิ่งที่สามารถดลบันดาลให้ชีวิตมีความต่อเนื่องกันจากช่วงชีวิตหนึ่งไปยังอีกช่วงชีวิตหนึ่งโดยกระบวนการสืบพันธุ์ซึ่งมีความต่อเนื่องนี้จะช่วยทำให้ลักษณะชีวิตหลายสิ่งหลายอย่างของพ่อแม่สามารถสืบทอดไปสู่ลูกได้

โดยสรุป เพศศึกษา หมายถึง กระบวนการทางการศึกษา (Education Process) ที่จะช่วยให้ผู้ที่ต้องการศึกษาได้เข้าถึงความแตกต่างทางด้านกลไกการทำงาน การเปลี่ยนแปลงความต้องการ และผลสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของทั้งสองเพศในทุกๆด้าน เช่น ทางด้านกายวิภาค สรีระวิทยา สุขภาพจิต สถานภาพ และบทบาททางเศรษฐกิจ สังคม ประเพณี วัฒนธรรม และการเมือง ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัว วางแผนชีวิต และการตัดสินใจปฏิบัติต่อกันระหว่างเพศ และเพศเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้เกิดความเป็นระเบียบในสังคมและชีวิตครอบครัว

สำหรับลักษณะ หรือธรรมชาติของความรู้เรื่องเพศ หากจะกล่าวโดยสรุปแล้ว อาจแบ่งออกมตามเนื้อหาที่ประกอบกันเป็นองค์ความรู้ได้ 4 ลักษณะคือ (จิระอดุลย์ บุญย์ภักดี, 2543)

1. **ลักษณะทางชีววิทยาของความรู้เรื่องเพศ(Biological aspect)** ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับกายวิภาค และสรีระวิทยาของร่างกายมนุษย์เป็นสำคัญ เช่น โครงสร้างและหน้าที่ของอวัยวะต่างๆในระบบการสืบพันธุ์ของเพศชายและเพศหญิง ลักษณะทางพันธุกรรมที่เกี่ยวข้องเพศ ความเจริญเติบโตทางเพศด้านร่างกาย (Bio-sexual development หรือ physical sexual development) การมีหนวดเครา และขนรักแร้ เสียงแตก การมีประจำเดือน การสืบพันธุ์ หรือการร่วมประเวณี การปฏิสนธิ การตั้งครรภ์ การคลอดบุตร ฯลฯ

2. **ลักษณะทางสุขวิทยาของความรู้เรื่องเพศ (hygienic aspect)** ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ การระวังรักษาร่างกายให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ หรือความผิดปกติทางเพศ เช่น ข้อควรระวังรักษา และสุขปฏิบัติเกี่ยวกับอวัยวะเพศ ข้อควรปฏิบัติขณะมีประจำเดือน การตรวจโลหิตก่อนแต่งงาน กามโรค ความผิดปกติของอวัยวะเพศ ฯลฯ

3. **ลักษณะทางจิตวิทยาของความรู้เรื่องเพศ(Psychological aspect)** ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับจิตใจอารมณ์ เช่น ความเจริญเติบโตทางเพศในด้านจิตใจ (Psycho - sexual development) ความเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์เมื่อเข้าสู่วัยรุ่น แรงดันทางเพศ

การระบายอารมณ์ทางเพศ ทักษะคติต่อเพศตรงข้าม ความรัก ความต้องการหรือความรู้สึกทางเพศ ความผิดปกติทางด้านจิตใจและอารมณ์ ฯลฯ

#### 4. ลักษณะทางสังคมวิทยาของความรู้เรื่องเพศ (Sociological aspect)

ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับการปรับตัวให้เข้ากับสังคมและมาตรฐานความประพฤติ หรือกฎเกณฑ์ทางสังคมเช่นความเจริญเติบโตทางเพศในด้านสังคม (Socio-sexual development) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ เพศสัมพันธ์ อิทธิพลของเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม การเกี่ยวพาราสี การเลือกคู่ครอง การแต่งงาน ชีวิตสมรส หรือชีวิตครอบครัว การวางแผนครอบครัว ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ

จะเห็นได้ว่า ความรู้เรื่องเพศ (Sex Education) นั้น เป็นสาขาวิชาการที่เป็นแบบผสมผสาน หรือเป็นสหวิชาการ (Interdiscipline) ซึ่งประยุกต์ความรู้มาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องหลายสาขาเช่น ชีววิทยา สุขวิทยา แพทย์ศาสตร์ สาธารณสุขศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ สังคมวิทยา ประชากรศาสตร์ ศาสนา ศีลธรรม จริยธรรม ประเพณี วัฒนธรรม สันทนาการ ฯ (สุชาติ และวรรณิ โสมประยูร, 2531) หากหนังสือพิมพ์เผยแพร่ความรู้เรื่องเพศแต่เพียงลักษณะใดลักษณะหนึ่งเพียงอย่างเดียว อาจทำให้ผู้รับสารได้รับความรู้เรื่องเพศไม่ครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องเพศของแต่ละคนมีไม่เท่ากัน ผู้รับสารอาจตีความได้หลายแง่มุม ดังนั้นการนำเสนอเรื่องเพศในนิตยสารจึงจำเป็นต้องเน้น หรือนำเสนอเนื้อหาให้ปรากฏออกมาทั้ง 4 ลักษณะจึงจะทำให้เกิดเป็นวิทยาการที่สมบูรณ์แบบ และมีคุณค่าในการให้การศึกษามากยิ่งขึ้น

#### บทบาทของเพศศึกษา

เพศศึกษาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ทุกเพศทุกวัย หรือเกี่ยวพันกับชีวิตมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย ด้วยเหตุนี้ในด้านของความสำคัญของเพศศึกษา สมาคมสุขภาพในโรงเรียนแห่งประเทศไทยสหรัฐอเมริกา (The American School Health Association : ASHA) (อ้างถึงในสุชาติ และ วรรณิ โสมประยูร, 2541) ได้กล่าวยอมรับและยืนยันว่า เพศศึกษา เป็นการศึกษาที่สำคัญส่วนหนึ่ง ซึ่งทางโรงเรียนจำเป็นต้องจัดให้แก่เด็ก โดยสมาคมได้ตีพิมพ์บทความชิ้นสำคัญเรื่อง Growth Patterns and Sex Education ซึ่งเป็นคำแนะนำเกี่ยวกับโครงการสอนหรือแผนการเพศศึกษาตั้งแต่ชั้นอนุบาลจนถึงชั้นเกรด 12 เมื่อปี ค.ศ. 1967

ระวีวรรณ แสงฉาย (2538) ได้สรุปบทบาทที่สำคัญของเพศศึกษา ซึ่งมีอยู่ด้วยกันหลายด้าน ได้ดังนี้คือ

1. เพศศึกษาจะต้องช่วยให้แต่ละคนเข้าใจและยอมรับหน้าที่ตามเพศของตนซึ่งกำลังการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมขึ้นอีกใหม่ๆพยายามหาทางวางตนและปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ของตนอย่างได้ผลและราบรื่น และให้ความยุติธรรม และพึงพอใจแก่ตนเพียงพอในความสัมพันธ์ชายหญิงทุกวัย ทุกหน้าที่ที่อยู่ใกล้ชิดกัน การเข้าใจความแตกต่างของแต่ละเพศทั้งทางร่างกายและจิตใจซึ่งเป็นข้อขัดแย้งลงไปและเป็นที่ยอมรับว่า เพศชายแข็งแรงกว่าเพศหญิง หรือ หญิงประณีตกว่าชาย ฯลฯ เมื่อมีความเข้าใจดังนี้แล้ว ย่อมจะปฏิบัติต่อกันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2. การเข้าใจความสัมพันธ์อันดีต่อกันอันที่เพื่อน เช่น ให้เกียรติกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำความอบอุ่นใจ รับผิดชอบต่อปฏิบัติต่อกันด้วยความเมตตาปราณี และแต่ละคนไม่ว่าชายหรือหญิงจะต้องมีความรู้สึกรับผิดชอบด้านสังคม (Social responsibility) และแต่ละคนไม่ว่าชายหรือหญิงจะต้องมีความรู้สึกรับผิดชอบด้านสังคม (Social responsibility) และมีความปรารถนาที่จะช่วยเหลือคนอื่นให้เขาได้สามารถและมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น

3. เพศศึกษาจะช่วยให้แต่ละคนตระหนักถึงความแตกต่างในลักษณะการนึกคิดและพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งมีอยู่เป็นปกติ (Aware of differential sex pattern) และยอมรับความแตกต่างและมีความเกี่ยวข้องกันได้อย่างราบรื่น (Accept and interact harmoniously) กับผู้ที่มีลักษณะความนึกคิดการกระทำของเขา แตกต่างกับเราโดยปกติ (Sexual norm)

4. เข้าใจการเลือกคู่ ขอบข่ายแห่งเพศศึกษาตามความหมายนี้ มุ่งที่จะให้มีการใช้ชีวิตสมรสราบรื่น ในข้อนี้อาจแทรกเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมไว้ด้วย

5. เข้าใจถึงที่จะต้องเตรียมตัวรับผิดชอบต่อครอบครัว มีการคิดถึงอาชีพและการสร้างหลักฐาน ต้องการเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องนับถือ ฯลฯ

6. เข้าใจการเลี้ยงดูบุตรธิดาให้เติบโตเป็นพลเมืองดี ซึ่งในการนี้จะต้องมีตัวเองเป็นอย่างไรในการให้ความรักความเข้าใจจากหน่วยย่อยในครอบครัวไปจนถึงสังคม เพราะการอบรมภายในครอบครัวนั้นสำคัญมาก ไม่เพียงแต่กับสมาชิกทุกคนในบ้านเท่านั้น แต่กับชุมชนเกี่ยวกับทางเพศทั้งทางดีและทางชั่วอีกด้วย การครองชีวิตของบุคคลและครอบครัวและความสัมพันธ์

ระหว่างสมาชิกในบ้านควรมีแบบฉบับอย่างไร ถ้าจะส่งเสริมให้แต่ละคนมีการแสดงออกได้อย่างเพียงพอและเหมาะสมกับวัย (Promote nature and adequate expression of sexuality) นอกจากนี้จะต้องเข้าใจวางแผนครอบครัวให้เหมาะสมแก่ชีวิตและความเป็นอยู่โดยเฉพาะแผนเกี่ยวกับเศรษฐกิจและจำนวนสมาชิกในครอบครัว ปรับตัวเองให้เข้ากับสังคมได้

## เรื่องเพศในสื่อมวลชน

เรื่องเพศในสื่อมวลชนนั้น เราจะพบได้ว่ามีปรากฏอยู่ในสื่อหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ที่มักจะสอดแทรกเนื้อหาประเภทบทพิศวาสของชายกับหญิงเอาไว้ และมีอยู่ในภาพยนตร์แทบทุกเรื่อง หรือในละครโทรทัศน์ที่มักมีบทกอดจูบ หอมแก้ม จับมือถือแขนกันระหว่างพระเอกนางเอก ในวิทยุกระจายเสียงก็อาจจะปรากฏในลักษณะของลักษณะของละครวิทยุ หรือรายการตอบปัญหาทางเพศต่างๆ สำหรับในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ เช่นการ์ตูนญี่ปุ่น ก็มีเนื้อหาหรือภาพของการแสดงอารมณ์ทางเพศไว้ด้วย ในสื่อหนังสือพิมพ์ เช่น ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ก็มีคอลัมน์เสพสมบมิสม ที่ให้ข้อมูลตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่องเพศ เป็นต้น

สำหรับเรื่องเพศในหนังสือพิมพ์นั้น ในปัจจุบันเราจะพบได้ว่ามีความรู้เรื่องเพศปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์เพียงไม่กี่ฉบับ โดยเฉพาะคอลัมน์เสพสมบมิสม ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ที่มีผู้อ่านจำนวนมากติดตามอ่านเพราะต้องการหาความรู้เรื่องเพศในหนังสือพิมพ์ ซึ่งให้ประโยชน์ในเรื่องของความบันเทิง ให้ความรู้ในเรื่องเพศ เป็นประโยชน์ในการช่วยให้คู่สมรสปรับตัวได้ดีขึ้นในเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ เป็นการตอบสนองเรื่องความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศนั่นเอง

คอลัมน์เสพสมบมิสม ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอความรู้เรื่องเพศเอาไว้ในรูปแบบของคอลัมน์แนะนำ (advice column) หรือ คอลัมน์ตอบปัญหา โดยสร้างความหลากหลายของเนื้อหา ซึ่งจะมีตั้งแต่เรื่องของการรักษาปัญหาความรัก จนถึงเรื่องเทคนิคทางเพศ ทั้งนี้ คอลัมน์แนะนำหรือคอลัมน์ตอบปัญหาในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คำแนะนำบางประการแก่ผู้อ่านที่มีปัญหาในด้านปัญหาเรื่องส่วนตัวทั้งในปัญหาเรื่องความรักและปัญหาเรื่องเพศ ลักษณะที่แพร่หลายของคอลัมน์นี้คือการลงจดหมาย (อาจลงทั้งฉบับหรืออาจตัดเอาเฉพาะบางส่วนมาลง) ของผู้ขอคำแนะนำ แล้วตามด้วยคำตอบหรือข้อคิดเห็น ข้อแนะนำของเจ้าของคอลัมน์ (คอลัมน์นิสต์) โดยผู้ขอคำแนะนำไม่จำเป็นต้องเปิดเผยชื่อจริงนามสกุลจริงในการขอรับคำปรึกษา

จะเห็นได้ว่าความรู้เรื่องเพศ (sex education) นั้น ได้แพร่หลายในสื่อมวลชนแทบทุกประเภทและสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างง่ายดาย โดยเฉพาะในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ที่มีเนื้อหาความรู้เรื่องเพศสอดแทรกไว้ภายในฉบับด้วย

โดยนำเสนอได้ทั้งในรูปของการลงข่าว รูปภาพ แจ้งความ บทความ แม้กระทั่งโฆษณาหรือเกมส์ (Quiz) ก็นำเสนอความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศได้เช่นเดียวกัน ความสำคัญของการนำเสนอความรู้เรื่องเพศอยู่ที่ว่าความรู้ที่นำเสนออยู่ในสื่อมวลชนโดยเฉพาะในสื่อสิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือพิมพ์ซึ่งถือเป็นสื่อที่มีความคงทน และนำมาอ่านเมื่อไหร่ก็ได้ นั่น ผู้อ่านได้มีการแสวงหาข่าวสาร และมีการนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร และมีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์นั้นหรือไม่ อย่างไร

สำหรับคอลัมน์เสพสมบมิมสม ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์นั้น มีบทบาทสำคัญในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ ทั้งในการให้ความรู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ, การเน้นการกระตุ้นความสนใจในเรื่องเพศ และเน้นเหตุการณ์เกิดขึ้น โดยให้ความสำคัญว่าเรื่องเพศเป็นเรื่องที่ควรรู้และเข้าใจอย่างถูกต้อง แนวคิดเรื่องเพศศึกษานี้จึงเป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญ

### แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์สื่อด้วยทฤษฎีสัญญะวิทยา(Semiology)

“สัญญะวิทยา” แผลมาจากคำว่า “Semiology” ในภาษาอังกฤษ และคำดังกล่าวมีต้นกำเนิดมาจากคำว่า “semeion” ในภาษากรีกแปลว่า sign หรือว่าสัญญะวิทยาหรือ Semiology จึงเป็นวิชาที่ว่าด้วยระบบสัญญะ และบทบาทของสัญญะในการสร้าง (construction) ของความหมาย ในทุกสังคมของสิ่งมีชีวิต สื่อกลางในการดำเนินการทุกกิจกรรมทางสังคม ก็คือภาษา อันเป็นระบบของสัญญะการแสดงออก ที่ถูกเรียบเรียงด้วยรหัส(Codes)และถ่ายทอดผ่านถ้อยความหรือวาทกรรม (Discourses) อันหลากหลาย ระบบสัญญะไม่มีความหมายที่คงที่ตายตัว การเข้าใจระบบสัญญะจึงต้องอาศัยบริบททางสังคมของคู่สนทนา และปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันขณะสนทนา (Watson and Hill, 1997)

เมื่อศูนย์กลางความสนใจของสัญญะวิทยาอยู่ที่สัญญะ สัญญะวิทยาจึงมีขอบข่ายการศึกษาที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1) สัญญะ(Sign) ประกอบด้วยการศึกษาสัญญะประเภทต่างๆ การศึกษาวิธีการถ่ายทอดความหมายและวิธีการที่สัญญะเข้ามาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ เพราะสัญญะเป็น

โครงสร้างที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ดังนั้นการทำความเข้าใจสัญญาณได้ จึงต้องเข้าใจมนุษย์ผู้สร้างสัญญาณ

2) รหัสหรือระบบ (Codes/Systems) ที่ควบคุมดูแลสัญญาณ เนื่องจากการใช้สัญญาณไม่ได้เป็นไปตามยถากรรม หากมีการจัดทำขึ้นอย่างเป็นระบบ ระบบที่นำเอาสัญญาณมาประกอบเข้าด้วยกันนั้นเรียกว่ารหัส(Codes) ซึ่งมีมากมายหลายประเภท การศึกษาจึงครอบคลุมวิธีการที่รหัสต่างๆได้พัฒนาขึ้นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของสังคมหรือวัฒนธรรม หรือเพื่อใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์เพื่อการเผยแพร่

3) วัฒนธรรม(Culture) ที่กำหนดการทำงานของรหัสและสัญญาณ เนื่องจากสัญญาณเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของมนุษย์ สัญญาณและรหัสจึงถูกสร้าง ถูกใช้ และทำงานอยู่ได้ใต้บริบททางวัฒนธรรมแบบหนึ่งๆเท่านั้น หากเปลี่ยนบริบทไป สัญญาณและรหัสนั้นก็จะเปี่ยมความหมายไป เช่น “ความแก่ชรา” อาจมีความหมายถึงความเคารพน่าเลื่อมใสในสังคมไทยโบราณ แต่มีความหมายถึงการหมดสมรรถภาพในสังคมตะวันตกสมัยใหม่ ในขณะที่สัญญาณและรหัสทำงานอยู่ได้ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมแบบหนึ่งๆ นั้นในทางกลับ วัฒนธรรมหนึ่งๆ จะดำรงอยู่ได้ก็ต้องอาศัยสัญญาณและรหัสนั้นเช่นกัน สัญญาณและรหัส กับวัฒนธรรมจึงมีความสัมพันธ์ต่อกัน ในการวิเคราะห์เชิงสัญญาณวิทยาจึงจำเป็นต้องรู้จักและเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมอันเป็นปอเกิดของสัญญาณและรหัสนั้นด้วย

### แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีสัญญาณวิทยา

แนวคิดสำคัญของทฤษฎีสัญญาณวิทยา ที่จะนำมากล่าวถึง ณ ที่นี้ ประกอบด้วย 3 หัวข้อ ได้แก่ สัญญาณ(Sign) ความสัมพันธ์ (Relation) และรหัสทางสังคม (Code) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

สัญญาณ(Sign) ในการศึกษาเบื้องต้นของสัญญาณวิทยาให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ (Text) หรือสาร(Message) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร อาทิ นักสัญญาณวิทยานิยมใช้คำว่า “ผู้อ่าน”(Reader) แทนคำว่า “ผู้รับสาร”(Receiver) เพื่อแสดงนัยถึงกิจกรรมที่มีระดับกว้างกว่า และกระบวนการอ่านที่เป็นไปตามเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ผู้อ่านจะช่วยสร้างความหมายและความสำคัญให้กับเนื้อหา โดยใส่ประสบการณ์ส่วนตัว ประเมินคุณค่า และตอบสนองทางอารมณ์

De Saussure(1974) ให้คำนิยามวิชาสัญญะวิทยาสั้นๆว่า"สัญญะวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาถึงวิถีชีวิตของสัญญะภายในสังคมที่สัญญะนั้นนั้นถือกำเนิดขึ้นมารวมทั้งแสวงหากฎที่ควบคุมอยู่เบื้องหลัง (A science that studies the life of signs within society is conceivable)

"วิถีชีวิตของสัญญะ" ก็หมายถึง การกำเนิด การเจริญ การแปรเปลี่ยน และการสูญสลายของสัญญะตัวหนึ่งๆ รวมทั้งวิเคราะห์กฎที่อยู่เบื้องหลังวิถีชีวิตดังกล่าว ตัวอย่างเช่น การถือกำเนิดของคำว่า "ยาผีบอก" ภายใต้บริบทสังคมที่มีต่อความเชื่อ "ผี" ในรูปแบบหนึ่งการขยายตัวของความหมายนี้ การแปรเปลี่ยนความหมายจากทางบวก (ยาที่ผีบอกเพื่อรักษาโรค) มาเป็นด้านลบ (ยาที่เกิดจากความเชื่อมงาย) จนกระทั่งสักวันหนึ่ง หากความเชื่อเรื่องผีไม่ดำรงอยู่ในสังคมไทย คำนี้ก็มักจะสูญสลายไป (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

แต่ละแบบจำลองความหมายจะมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันอย่างมาก กล่าวคือ แต่ละแบบจะประกอบด้วย 3 องค์ประกอบซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับการศึกษาความหมายในทางใดทางหนึ่ง นั่นคือ 1) ตัวสัญญะ 2) สิ่งที่มีนัยถึง และ 3) ผู้ใช้สัญญะ

Peirce(1931 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2542) ได้ให้คำนิยามของสัญญะว่า"สัญญะคือสิ่งที่มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง"(Sign is something which stands to somebody for something in respect)"

ดังนั้น สัญญะจึงประกอบด้วยคุณสมบัติที่สำคัญ 3 ประการคือ

- ต้องมีรูปธรรม ซึ่งอาจเป็น ภาพ เสียง อักษร วัตถุ หรือสิ่งอื่นๆ ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าของมนุษย์
- มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง
- ผู้ใช้สัญญะต้องตระหนักว่า รูปธรรมดังกล่าวนั้นเป็นสัญญะ นั่นคือสัญญะต้องเป็นสิ่งที่คนกลุ่มหนึ่งตกลงกันว่าจะใช้สิ่งนั้นเป็นเครื่องหมาย และทำให้เกิดความหมายโดยกระบวนการสร้างความหมาย (Signification)

ตัวอย่างเช่น การจับตึงหูของผู้ประมูลราคาสินค้าเพื่อเป็นสัญญะแก่ผู้ขายทอดตลาดในกรณีนี้สัญญะหมายถึงการให้ราคาซึ่งผู้ประมูลและผู้ขายจะต้องรับรู้ร่วมกัน ความหมายจึงจะถูกส่งจากผู้ประมูลไปยังผู้ขาย และเกิดการสื่อสารขึ้น

De Saussure ได้แบ่งสัญญะ(sign) ออกเป็น 2 ส่วนคือ ตัวหมาย (Signifier) อันได้แก่ ภาพและเสียง (sound-image)กับ ตัวหมายถึง (Signified) อันได้แก่ ความคิด (concept)ซึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งสองนี้เป็นไปอย่างไร้กฎเกณฑ์(arbitrary) ไม่เกี่ยวข้องกับ ความตั้งใจของผู้(un-natural)ตัวหมายหนึ่งกับตัวหมายหนึ่งไม่ได้เชื่อมโยงกันอย่างเป็นทางการเป็นเหตุเป็นผล เมื่อสัมพันธ์ภาพระหว่างทั้งสองไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนจึงต้องเรียนรู้ และจดจำความหมายต่างๆ ที่มีอยู่ในตัวหมาย แสดงให้เห็นว่ามี “รหัส”(Code) ที่เป็นสิ่งเชื่อมโยงความคิดที่มีโครงสร้างบางประการอยู่เราจึงสามารถตีความหมายของสัญญะต่างๆได้

ตัวอย่างเช่น คำว่า “รถ”(เป็นตัวอักษรบนกระดาษหรือเป็นเสียงในอากาศ) เมื่อพูดถึง “รถ”ทุกคนจะคิดถึงยานที่มีล้อซึ่งเป็นภาพรวมๆที่ทุกคนมีเหมือนกัน แต่รถของแต่ละคน จะมีความแตกต่างบางประการ อันเนื่องมาจากความคิดในใจหรือภาพในใจที่ติดมาพร้อมกับคำว่ารถ บางคนอาจจะคิดถึงรถบรรทุก บางคนคิดถึงรถกระบะ หรืออีกหลายๆคนอาจจะคิดถึงรถเก๋ง แม้แต่ในหมู่คนที่คิดถึงรถสี่ล้อซัน หรือคิดถึงซิติคาร์ และหากผู้กับเด็กผู้ชาย เด็กๆเล็กๆอาจคิดถึงรถบังคับวิทยุตราเพชรซึ่งกำลังเป็นที่นิยม คำว่ารถที่เป็นตัวอักษรหรือเป็นเสียงพูด ซึ่งเท่ากับเป็นภาพหรือเสียง(sound-image) จึงเป็นตัวหมาย(Signifier) ส่วนความคิดในใจหรือภาพในใจที่เกี่ยวกับรถนั้น เท่ากับเป็นความคิด(concept) ซึ่งก็คือตัวหมายถึง(Signified) นั่นเอง

จากองค์ประกอบทั้ง 2 ส่วนดังกล่าว Peirce ได้นำเอาระยะห่างระหว่างตัวหมาย (Signifier)และตัวหมายถึง(Signified)มาจัดประเภทของสัญญะ(Sign)ได้เป็น 3 ประเภทคือ Icon, Index, และSymbol ซึ่งสามารถแสดงประเภทของสัญญะตามทัศนะของ Peirce ได้ดังนี้ (อ้างถึงใน กาญจนาน แก้วเทพ, 2542:83)

ตารางที่ 1 ตารางแสดงประเภทของสัญญะตามทัศนะของ Peirce

ประเภทสัญญะ เกณฑ์พิจารณา	Icon	Index	Symbol
ความสัมพันธ์	มีความคล้ายคลึง	มีความเชื่อมโยง แบบเหตุผล (causal connection)	ความเชื่อมโยงเกิด จากข้อตกลง (convention)
ตัวอย่าง	ภาพ,อนุสาวรีย์,รูปปั้น	ควันไฟ,อาการของโรค	คำ,ตัวเลข,ชวเลข
กระบวนการถอด ความหมาย	มองเห็นได้	ต้องคิดหาเหตุผล (figure out)	ต้องเรียนรู้

จากตารางแสดงให้เห็นว่า Icon คือสัญลักษณ์ที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายหรือเหมือนกับวัตถุที่มีจริงอย่างมากที่สุด ก็ถือเป็น Icon ของเพศชายและหญิง Icon ถือเป็นสัญลักษณ์ที่เหมือนจริงมากที่สุด ดังนั้นเพียงแค่ว่าได้เห็นก็สามารถถอดรหัสได้ทันที Index คือสัญลักษณ์ที่มีความเกี่ยวพันโดยตรงกับวัตถุที่มีอยู่จริง เช่น สีแดงเป็น Index ของเลือด ไฟ ความรักและกามารมณ์การถอดรหัสต้องอาศัยความคิดหาเหตุระหว่าง Index กับวัตถุ Symbol เป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับวัตถุที่มีอยู่จริงเลย หากแต่ความสัมพันธ์เกิดจากข้อตกลงร่วมกันของผู้ใช้เช่น ♂ แทนเพศชาย และ ♀ แทนเพศหญิง

อย่างไรก็ตามสัญลักษณ์ทั้งสามนี้ก็มิได้แยกจากกัน โดยเด็ดขาด สัญลักษณ์หนึ่งอาจเป็นได้ทั้ง Icon Index Symbol รวมกันอยู่ก็ได้ เช่นภาพพระสงฆ์เป็นได้ทั้ง Icon ของพระจริงๆ ขณะเดียวกันก็เป็น Index แทนพระพุทธศาสนาและเป็น Symbol ในแง่ที่ทุกคนต้องให้ความเคารพนับถือ(ชไมพร สุขสัมพันธ์, 2541)

### ความสัมพันธ์(Relation)

แนวคิดเรื่อง “ความสัมพันธ์” ถูกนำมาใช้อธิบายเรื่อง “ความหมาย” ในแง่ที่ว่า ไม่มีใครมีความหมายในตัวเอง และไม่ใช่ว่าตัวเนื้อหาที่จะกำหนดความหมาย แต่ทว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะมีความหมายได้ก็ต่อเมื่อนำไปสัมพันธ์กับระบบอีกระบบหนึ่ง เช่น คำว่า “อะไรคือวัว” เราจะตอบคำถามนี้ได้ก็ต่อเมื่อได้รู้จักว่า “อะไรไม่ใช่วัว” หรือ “การเอาใจคืออะไร” เราจะเข้าใจความหมายนี้ได้ ก็ต่อเมื่อได้นำเอาการกระทำต่างๆไปวางเทียบกับคำว่า “ไม่เอาใจ” เช่นเดียวกับคำว่า “ขาว” จะมีความหมายได้ก็ต่อเมื่อนำไปวางเทียบกับคำว่า “ดำ”

นอกจากนี้ ยังมีความสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่งที่นักสัญวิทยาสนใจวิเคราะห์คือความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวบท”(Text )กับ “บริบท”(Context)คำว่า “con” หรือ “บริ” หมายถึงสิ่งที่อยู่รอบๆดังนั้น Context หรือบริบทจึงหมายถึงสิ่งที่อยู่รอบๆตัวบทนั่นเอง ตัวบทหนึ่งๆ จะมีความหมายอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับบริบทด้วย ดังนั้น หากบริบทเปลี่ยนแปลงไป แม้ตัวบทยังเป็นตัวบทเดิม แต่ความหมายก็อาจจะเปลี่ยนแปลงไปได้ ตัวอย่างเช่น “ทำการบ้าน” ถ้าอยู่ในประโยคที่ว่า “แต่งทำการบ้านเองทุกครั้ง ไม่เคยลอกเพื่อน” จากบริบทดังกล่าวตัวบทซึ่งในที่นี้คือคำว่า “ทำการบ้าน” จะหมายถึงการ заданияที่ได้รับมอบหมายจากครูผู้สอนซึ่งสั่งให้ทำนอกเวลาเรียน แต่เปรียบเทียบกับบริบทเป็น “สามีขยันทำการบ้านทุกคืน ทั้งก่อนนอนและตื่นนอนทุกวัน” “ทำการบ้าน”

เป็นความหมายที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง จะเห็นได้ว่าแม้เป็นตัวบทเดิมแต่เมื่อบริบทเปลี่ยน ความหมายก็เปลี่ยนไปบริบทจึงมีส่วนสำคัญในการกำหนดความหมายของตัวบท

### รหัส(Code/Rule/Conventions)

Bernstein (1973) ให้ความหมายว่า รหัสเป็นกรอบแห่งความแน่นอนในการจัดวาง โครงสร้างทางสังคมของความหมาย(Frame of certainty) ในการนำเอาสัญญาณย่อยๆ มารวมกัน จำเป็นต้องมีกฎควบคุมการรวมตัวของสัญญาณย่อยๆ กฎควบคุมดังกล่าวคือ "รหัส"นั่นเอง ตัวอย่าง ที่เห็นได้ง่ายๆเกี่ยวกับรหัสก็เช่น ไวยากรณ์ในภาษา สูตรเคมี ฯลฯ

ในกระบวนการเข้ารหัส(Encoding) และกระบวนการถอดรหัส (Decoding) นั้น นักสัญญาณวิทยามีสมมุติฐานว่า ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่เคยมีและไม่จำเป็นต้องถือรหัสเล่ม เดียวกัน ดังนั้นการถอดรหัสเพี้ยนจึงเป็นกฎของการสื่อสารที่ไม่ใช่ข้อยกเว้น เนื่องจากต่างฝ่ายต่าง ก็มีกรอบอ้างอิง (Reference) ที่นำมาสร้างรหัสต่างๆมากมาย เพราะฉะนั้น จึงไม่มีการถอดรหัส ผิดพลาด มีเพียงการถอดรหัสที่แตกต่างจากฝ่ายผู้ส่งเท่านั้น

รหัสมีอยู่มากมายหลายประเภท สามารถแบ่งออกได้หลายๆแบบโดยใช้เกณฑ์ต่างๆกัน มาเป็นตัวแบ่ง แต่ในที่นี้จะนำเสนอรหัสทางสังคม หรือ Social Code

Social Code เริ่มต้นด้วยแนวคิดพื้นฐานที่ว่า คนเราทุกคนมีสถานะที่เป็นปัจเจกอยู่ใน กลุ่ม เช่น เป็นลูกในครอบครัว เป็นนักเรียนไปโรงเรียน ฯลฯ เพราะฉะนั้นสถานภาพต่างๆเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่ถูกใส่รหัสลงความหมายเอาไว้แล้วทั้งสิ้น เราจะมองเห็นความหมายของสถานภาพ เหล่านี้เมื่อปัจเจกบุคคลได้แสดงบทบาทของเขาในกลุ่มสังคมแบบต่างๆ ในรูปแบบการสื่อสารแบบ ต่างๆ Social Code จึงเป็นรหัสที่ตัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน และคนกับสังคมของเขา โดย จะสนใจความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นสำคัญ (กาญจนา แก้วเทพ ,2543) เช่นคน ไทยไม่ถือว่าการที่ลูกจะตบหัวหรือตบไหล่พ่อเป็นการแสดงความรัก แต่รหัสของอเมริกันจะ อนุญาตการแสดงความรักเช่นนั้น

### ประเภทของความหมาย

#### ความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย

Barthes (1967) ได้แบ่งประเภทของความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญลักษณ์ทุกอย่างว่ามี 2 ความหมายด้วยกันคือ

ความหมายโดยอรรถ (Denotation) คือตัวหมายถึง (Signified) ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาอย่างภาววิสัย (objective) ซึ่งก็คือ เป็นความหมายที่เข้าใจกันตรงตามอักษร เป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันโดยทั่วไป ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดก็คือเป็นความหมายที่ระบุอยู่ในพจนานุกรม เช่น “ความรักใคร่” คือความชอบพึงพอใจตามปกติแล้ว ความหมายโดยอรรถนี้จะ เป็นความหมายสามัญที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน

ความหมายโดยนัย (Connotation) หรือที่เรียกกันว่า “ความหมายแฝง” ความหมายโดยนัยนี้เป็นตัวหมายถึงที่ประกอบสร้างอย่างตรงข้ามกับตัวหมายถึงโดยอรรถ กล่าวคือ ถูกประกอบสร้างขึ้นมาอย่างเป็นอัตวิสัย (subjective) ไม่ว่าจะ เป็นอัตวิสัยในระดับบุคคล เช่นประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละคนที่มีกับแม่ ก็จะทำให้คิดถึงแม่ในแง่มุมที่แตกต่างกัน แม่จึงอาจหมายถึงความอบอุ่น ความเข้มงวด ความอ่อนโยน หรือความเจ็บปวดก็ได้ หรือจะเป็นอัตวิสัยในระดับสังคมเช่น ในสังคมไทย สังคมจีน สังคมอินเดีย สังคมอเมริกัน จะให้ความหมายโดยนัยที่มีต่อ “ความรักใคร่” อย่างแตกต่างกันในทุกสัญลักษณ์จะต้องประกอบด้วยความหมายทั้งสองควบคู่กันเสมอ แต่ทว่าในสัญลักษณ์แต่ละประเภทอาจมีส่วนของความหมาย โดยอรรถและความหมายโดยนัยมากน้อยแตกต่างกัน เช่น สัญลักษณ์ด้านวิทยาศาสตร์ จะมีสัดส่วนของความหมายโดยอรรถสูง มีความหมายโดยนัยน้อย ในขณะที่สัญลักษณ์ด้านศิลปะจะมีสัดส่วนในทางตรงกันข้าม (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

Barthes (1983) ได้เสนอแนวคิดในการวิเคราะห์ความหมายที่แฝงอยู่ในการสื่อสารว่า การตีความหมายนั้นแสดงได้จากขั้นตอนการแสดงความหมายสองขั้นตอน (Two levels of signification) คือ

ขั้นแรก (First order) โดยการตีความหมายโดยอรรถ (Denotation) ที่ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายถึงกับตัวหมายถึงในสัญลักษณ์ การตีความหมายโดยอรรถจะเป็นการตีความหมายโดยตรงตามตัวอักษร

ขั้นที่สอง (Second order) ได้แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ โดยการตีความหมายโดยนัย (Connotation) และ โดยการใช้มายาคติ (Myth)

- โดยการตีความหมายโดยนัย(Connotation) ความหมายในชั้นที่สองนี้จะเกิดจากการตีความหมายที่มีนัยแฝงอยู่ ในการที่จะเข้าใจความนัยที่ซ่อนอยู่นั้น ผู้สนทนาจำต้องมีประสบการณ์ร่วมกันในเรื่องดังกล่าว

- โดยการให้มายาคติ(Myth) เป็นการนำคติความเชื่อทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกรอบความคิดของคนมาตีความ เนื่องจากมายาคติเป็นสิ่งที่ประกอบสร้างทางวัฒนธรรม ดังนั้นในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันย่อมมีกรอบความคิดที่แตกต่างกัน

ด้วยเหตุนี้การใช้สัญลักษณ์ในการสนทนาเรื่องเพศในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อความหมายเรื่องค่านิยมเกี่ยวกับความสุภาพและค่านิยมเกี่ยวกับความสุข แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมหรือสังคมไทยให้ความสำคัญแก่ความสุภาพนอบน้อมต่อผู้อื่น หรือใช้เพื่อกลบเกลื่อนการสื่อความหมายเรื่องเพศ

### ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ

แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร(Source Credibility)เป็นแนวคิดที่อธิบายศักยภาพของสื่อในการจูงใจหรือโน้มน้าวใจผู้รับสารดังที่อริสโตเติล(Aristotle)ได้กล่าวไว้ว่า

“การจูงใจที่บรรลุผลนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้พูด เมื่อคำปาฐกถาของผู้พูดสามารถโน้มน้าวจิตใจของเราให้รู้สึกว่าเขามีความน่าเชื่อถือกว่าคนพรรคอื่น เรื่องนี้เป็นเรื่องจริง ไม่ว่าจะตั้งปุจฉาใด และไม่ว่าแห่งหนใดที่มันไม่มีความเที่ยงดำรงอยู่ หากแต่ ณ ที่นั้นสถิติด้วยหลักทัศนคติก็ตาม “อริสโตเติล (Aristotle, อ้างถึงใน กฤตินี ประชาบาล ,2539)

โฮฟแลนด์,เจนิสและเคลลี(Hovland,and Kelly, 1953 อ้างถึงใน Garziano และ McGrath, 1986) ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจากทัศนคติขงผู้รับสารที่มีต่อแหล่งสาร ซึ่งได้แก่ ความไว้วางใจ(Trust) ความเชื่อมั่น (Confidence) และความเชื่อถือ (Belief)ของผู้รับสารที่มีต่อความเฉลียวฉลาด (Intelligence) และความจริงใจ(Sincerity) ของแหล่งสาร ทัศนคติดังกล่าวเป็นเครื่องชี้วัดประกอบของแหล่งที่ผู้รับสารให้ความไว้วางใจ

กริฟฟิน (Griffin, 1967อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) กล่าวว่า ความไว้วางใจของผู้รับสารขึ้นอยู่กับความชำนาญ(Expertise) ความน่าไว้วางใจ(Reliability) เจตนา (Intention) ความดึงดูดใจ(Attractiveness) และความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน (Association Opinion)

โฮฟแลนด์ และไวน์ (Hovland and weiss, 1951) ระบุว่าปัจเจกบุคคล หรือสถาบันที่มีลักษณะความน่าเชื่อถือ จะสามารถมีอิทธิพลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมของผู้รับข่าวสาร และมีความสามารถในการชักชวนให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือว่าในตัวข่าวสารมากกว่าปัจเจกบุคคลที่มีลักษณะความน่าเชื่อถือต่ำ สำหรับแหล่งของความน่าเชื่อถือ โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associated) กล่าวว่าเกิดจากการรับรู้ในความสามารถ หรือสมรรถวิสัยและความเป็นผู้นำไว้วางใจของผู้ส่งข่าวสาร ความน่าเชื่อถือว่ามิใช่ลักษณะใดลักษณะหนึ่งของปัจเจกบุคคล เช่น อายุ หรือเพศ หากแต่ว่าความน่าเชื่อถือเป็นชุดของลักษณะ เช่นตำแหน่ง หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความน่าเชื่อถือว่านี้เป็นชุดของการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งข่าว โดยผู้รับสาร ดังนั้นในการพิจารณาว่าบุคคลใดมีลักษณะความเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ จำเป็นจะต้องสอบถามจากผู้รับข่าวสาร มิใช่พิจารณาจากแหล่งข่าวสาร

แชเพลิน (Chaplin, 1986 อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ให้ความหมายของความน่าเชื่อถือว่าเป็นการรับรู้ของผู้รับข่าวสารที่มีต่อลักษณะของผู้ส่งข่าวในด้านความเป็นผู้นำไว้วางใจ หรือเป็นผู้ที่มีความชำนาญที่สามารถทำให้ข่าวสารนั้นมีความน่าเชื่อถือ

โฮฟแลนด์ ,เจนิส และเคลลี (Hovland, Jenis and Kelly, 1953) ได้เสนอองค์ประกอบหลักของความน่าเชื่อถือ ของแหล่งสาร 2 ประการคือ ความน่าไว้วางใจ(Trustworthiness) และความเชี่ยวชาญ(Expertness)

โรเจอร์ และชูเมกเกอร์ (Roger and Shoemaker, 1971) ให้ความหมายของความน่าเชื่อถือว่าเป็นระดับของการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งข่าวหรือช่องทางข่าวสาร (Communication Source or Channel) ในด้านความน่าไว้วางใจ และสมรรถวิสัย

วิลเลียม เจ. แม็กไกร์ (William J, McGuire, 1973) กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับสารยอมรับในเนื้อหาที่ถูกต้องและสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ฉะนั้นจึงเห็นได้ว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจึงอยู่ที่การยอมรับของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารว่าได้รับรู้ในสิ่งที่ถูกต้อง หรือถ้ากล่าวอย่างสั้นๆ ก็คือ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารขึ้นอยู่กับ การยอมรับในความชำนาญ (Expertise) และสิ่งที่ประจักษ์ (objectivity)

เจมส์ ซี. แม็คครอสกี และโทมัส เอ. เจนเซน (James C., McCrosky and Thomas A" Jenson, 1975) เห็นว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร หมายถึง การรับรู้ผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image)

สจิวต แอล. ทูบส์ และซิลเวีย มอสส์(Stewart L. Tubbs and Sylvia Moss, 1974) ได้กล่าวเสริมว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร คือความเชื่อถือได้ หรือความเต็มใจของผู้รับสารที่จะเชื่อในสิ่งที่ผู้อื่นพูดหรือทำ

ฮาร์ทและคณะ (Hart and Associated, 1975 อ้างถึงใน กขพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ได้กล่าวว่าแหล่งความน่าเชื่อถือเกิดจากการรับรู้ของผู้ฟังที่มีต่อผู้พูดซึ่งนำไปสู่การยอมรับหรือไม่ยอมรับในจุดมุ่งหมายของผู้พูดหรือผู้ส่งข่าวสาร ความน่าเชื่อถือนี้อยู่ในจิตใจ และความนึกคิดของผู้ฟัง และอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ แอนนิต้า เทย์เลอร์ และคณะ (Anita Taylor and associated, 1980 ) ยังได้กล่าวถึงความน่าเชื่อถือว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร หรือผู้ส่งสาร จะประเมินได้จากมุมมองของผู้รับสาร เมื่อผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง ไม่เพียงแต่จะทำให้ผู้รับสารยอมรับในตัวเขาเท่านั้น หากแต่ยังยอมรับในสิ่งที่เขาพูด รวมทั้งสามารถจดจำผู้ส่งสารได้ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะเชื่อผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงมากกว่าผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของเอียวินพี.เบ็ททิงเฮาส์(Erwin P. Bettinghaus, 1978) ที่ว่าความน่าเชื่อถือนั้นขึ้นอยู่กับกรยอมรับสารที่สำคัญ ขณะเดียวกันความน่าเชื่อถือในบุคลิกของผู้ส่งสาร ก็ไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว เช่น เพศ หรืออายุ แต่เกี่ยวข้องกับบุคลิกอื่นๆ อาทิ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมด้วย

ซิงเกิลทรี (Singletsry, 1976) ได้กล่าวว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารประกอบด้วย ความน่าไว้วางใจ(Trustworthiness) ความรอบรู้(Knowledge ability)ความชัดเจน(Articulation) ความดึงดูดใจ(Attraction) ความเป็นปรปักษ์(Hostility) และความมั่นคง(Stability)

สำหรับการจำแนกองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนี้ ครอนไคท์ และลิสคา (Cronkite and Liska, 1978 อ้างถึงในกขพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ได้อธิบายไว้แตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ ที่พยายามจัดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจะแปรผันตามสถานการณ์ของการสื่อสาร และหัวข้อการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมีเทอร์ (Meter, 1974 อ้างถึงใน กขพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ที่กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเป็นแนวคิดหลากหลายแง่มุม ดังนั้นจึงต้องใช้เกณฑ์ในการวัดที่หลากหลายแง่มุมเช่นกัน

งานวิจัยในช่วงต่อมาเป็นเครื่องสนับสนุน แนวคิดดังกล่าวเป็นอย่างดีนักวิจัยหลายท่านได้กำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ต้องการจะวัด

ลี(Lee, 1978 อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือระหว่างข่าวโทรทัศน์ และข่าวหนังสือพิมพ์ และศึกษาองค์ประกอบความน่าเชื่อถือของสื่อทั้ง 2 ประเภท โดย Lee สร้าง Semantic Differential Scales 28 คู่ จากองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ความมีชีวิตชีวา ความเป็นกลาง ความเห็นพ้องต้องกัน ความไว้วางใจได้ และความใกล้ชิด เป็นเกณฑ์ในการประเมิน

กาซิอาโน และแม็คกราธ (Gariziano and McGrath, 1986) ได้วิจัยเรื่องเดียวกันนี้ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งผู้รับสารออกเป็น 3 กลุ่มตามปริมาณความเชื่อถือ คือกลุ่มที่มีความเชื่อถือสูง กลาง ต่ำ ตามลำดับ โดยแบ่งข่าวออกเป็นข่าวระดับท้องถิ่น และข่าวระดับประเทศใช้ Semantic Differential Scales เป็นเกณฑ์ในการประเมิน และกำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือเอาไว้ 7 ประการ คือความยุติธรรม(Fairness) ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ศีลธรรม (Morality) ความถูกต้อง(Accuracy)ความเป็นข้อเท็จจริง(Factuality) และการคำนึงถึงสังคม(Social Concern)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในยุคต่อมา นักวิจัยได้หันมาศึกษาแหล่งสารที่เป็นบุคคล เช่น ผู้เขียนคอลัมน์นิสต์ เป็นต้น และสารที่ไม่ใช่ข่าว เช่น บทความ คอลัมน์ สารคดี เป็นต้น มากขึ้น

### **มิติและสิ่งที่ยังชี้ถึงความน่าเชื่อถือ (Dimension and Indices of Credibility)**

นักวิชาการสื่อสารหลายท่านได้ระบุถึงมิติต่างๆของแหล่งความน่าเชื่อถือเวบบ์ริก และวิลมอร์ท(Wenburg and Wilmort, 1973) ได้อ้างข้อเขียนของอริสโตเติล(Aristotle)ที่เสนอแนะว่าแหล่งความน่าเชื่อถือนี้ประกอบด้วย 3 มิติ ที่แยกออกจากกัน ซึ่งได้แก่

- ความประพฤติ หรือนิสัย(Character)
- ความเป็นผู้คงแก่เรียน(Sagacity)
- ความเป็นผู้มีไมตรีจิต(Goodwill)

ในการอธิบายถึงปัจเจกบุคคลที่ได้รับการรับรู้ว่ามีที่น่าเชื่อถือสูง เวนเบิร์ก และ วิลมอร์ท (Wenbug and Wilmort, 1973) ได้เสนอมิติต่างๆที่มีความเป็นรูปธรรมขึ้นมาแทนที่มิติทั้งสามของ อริสโตเติล ซึ่งได้แก่

- ความเป็นผู้รู้ (Knowledgeable)
- ความซื่อสัตย์ (Sincere)
- ความเป็นผู้มีความเข้าใจ (Understanding)
- เป็นผู้ห่วงใย (Concerned)
- ความเป็นผู้ประทับใจ (Impressive)
- ความเป็นผู้จริงใจ (Articulate)
- ความเป็นผู้ชำนาญ (Expert)
- ความเป็นผู้มีไมตรีจิต (Friendly)

ในส่วนของโฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associates, 1953) มีแนวคิดที่ว่า ความน่าเชื่อถือนั้นประกอบด้วยความเป็นผู้ชำนาญการ หรือเป็นผู้ที่มีสมรรถวิสัย มีความน่าไว้วางใจ และความตั้งใจต่อผู้รับสารตามการรับรู้ของผู้รับสาร แนวคิดของโฮฟแลนด์ และคณะนี้นับได้ว่าเป็นกระจกเงาของแนวคิดของอริสโตเติลกล่าวคือความเป็นผู้ชำนาญการ เป็นคำทดแทนความเป็นผู้คงแก่เรียนหรือมีคุณวุฒิ ความน่าไว้วางใจ ทดแทนความประพฤติหรือนิสัยและความตั้งใจ ทดแทนความเป็นผู้มีไมตรีจิตดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่างๆของความน่าเชื่อถือตามแนวคิดของ อริสโตเติล(Aristotle)และโฮฟแลนด์และคณะ(Hovland and Associates)

นักวิชาการ	มิติต่างๆของความน่าเชื่อถือ		
อริสโตเติล (Aristotle)	ความเฉลียวฉลาด (Intelligence)	ความประพฤติ/ อุปนิสัย(Character)	ความเป็นผู้มีไมตรีจิต (Goodwill)
โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associates)	ความเป็นผู้ชำนาญการ (Expertise/Competence)	ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)	ความมุ่งมั่น (Intention)

นอกจากนั้น เวนเบิร์ก และวิลมอร์ท(Wenbug and Wilmort, 1973) ได้อ้างผลงานของ แอนเดอร์เซ่น (Andersen) ที่ระบุถึงความน่าเชื่อถือ ซึ่งสามารถวัดได้ใน 2 มิติ คือการประเมิน

คุณค่า(Evaluation) และความเป็นผู้กระตือรือร้น/คล่องตัว (Dynamism) โดยแอนเดอร์เซนได้ค้นพบตัวบ่งชี้ที่สามารถวัดได้ด้วยมาตรวัด โดยใช้คำคุณศัพท์สองทาง ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่างความน่าเชื่อถือ กับมาตรวัดของแอนเดอร์เซน(Andersen)

มิติของความน่าเชื่อถือ	สิ่งบ่งชี้/มาตรวัด/คุณลักษณะที่วัด
1.การประเมินคุณค่า (Evaluation)	<p>ชื่อสัตย์-ไม่ชื่อสัตย์</p> <p>มีคุณธรรม-ไม่มีคุณธรรม</p> <p>เห็นอกเห็นใจผู้อื่น-ไม่เห็นอกเห็นใจผู้อื่น</p> <p>ดี-เลว</p> <p>เป็นผู้มีเหตุผล- เป็นผู้ไม่มีเหตุผล</p>
2.ความเป็นผู้กระตือรือร้น/คล่องตัว (Dynamism)	<p>เป็นผู้สนใจ-ไม่เป็นผู้สนใจ</p> <p>แข็งแรง-อ่อนแอ</p> <p>รวดเร็ว-ชักช้า</p> <p>เด็ดขาด-ไม่เด็ดขาด</p> <p>ว่องไว/ตื่นตัว-ไม่ตื่นตัว</p>

จากสิ่งบ่งชี้(Indices) ที่แอนเดอร์เซนได้ระบุนั้นในมิติของการประเมินคุณค่า (Evaluation) นับว่ามีความคล้ายคลึงกับมิติความเป็นผู้คงแก่เรียน(Sagacity/Intelligence)และมิติความประพฤติหรือนิสัย(Character) ของอริสโตเติล สำหรับมิติคล่องตัว/กระฉับกระเฉง (Dynamism) นั้นเป็นมิติหนึ่งที่แอนเดอร์เซนได้เพิ่มเติมขึ้น

สำหรับ เบอร์โลมเลอว์มาร์ท และเมิร์ตซ์(Berlo,Lemart and Mertz, 1969-1970)ซึ่งได้ศึกษาถึงมิติต่างๆของความน่าเชื่อถือเพื่อประเมินการยอมรับข่าวสารที่มีต่อแหล่งข่าวสารนั้น เบอร์โลและคณะ(Berlo and Associates) ได้แยกมิติของความน่าเชื่อถือออกมาเป็น 3 มิติเช่นกัน โดยใช้คำว่า ความรู้สึกไม่เป็นภัย(Safety) ความเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิ(Qualification)และความคล่องตัว/ความกระฉับกระเฉง(Dynamism) เมื่อพิจารณารายละเอียดของมิติความรู้สึกปลอดภัยแล้ว พบว่ามีความคล้ายคลึงกับมิติความประพฤติหรือนิสัยของอริสโตเติล(Aristotle) และความน่าไว้วางใจของโฮฟแลนด์และคณะ(Hovland and associates) รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งของมิติการประเมินคุณค่าของแอนเดอร์เซน(Andersen) และในทำนองเดียวกัน มิติความเป็นผู้มีคุณวุฒิมี

ความคล้ายคลึงกับความเป็นผู้คงแก่เรียนของอริสโตเติลและความเป็นผู้ชำนาญการ หรือมีสมรรถวิสัยของโฮฟแลนด์ และคณะ อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินคุณค่าของแอนเดอร์เซน สำหรับมิติความเป็นผู้มีความคล่องตัว ได้จำลองแบบมาจากมิติความคล่องตัวของแอนเดอร์เซน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบแนวคิดของเบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates) กับแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle), โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associate) และแอนเดอร์เซน (Andersen) เกี่ยวกับมิติต่างๆของความน่าเชื่อถือ

นักวิชาการ	มิติต่างๆของความน่าเชื่อถือ			
อริสโตเติล (Aristotle)	ความเฉลียวฉลาด (Intelligence)	ความประพฤติ/ อุปนิสัย (Character)	ความเป็นผู้ มีไมตรีจิต (Goodwill)	-
โฮฟแลนด์ และคณะ (Hovland and Associates)	ความเป็นผู้ชำนาญการ (Expertise/Competence)	ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)	ความมุ่งมั่น (Intention)	-
แอนเดอร์เซน (Andersen)	การประเมินคุณค่า (Evaluation)	-	-	ความเป็นผู้ กระตือรือร้น (Dynamism)
เบอร์โลและ คณะ (Berlo and Associates)	ความเป็นผู้มีคุณวุฒิ (Qualification)	ความรู้สึกละ ภัย(Safety)	-	ความเป็นผู้ กระตือรือร้น (Dynamism)

สำหรับสิ่งบ่งชี้ และมาตรวัดคุณลักษณะความน่าเชื่อถือนั้น เบอร์โลและคณะ(Berlo and Associates) ได้นำเสนอไว้ดังตารางที่ 5



ตารางที่ 5 แสดงมิตินำเชื่อถือเกี่ยวกับมาตรวัดของเบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates)

มิตินำเชื่อถือ	สิ่งบ่งชี้/มาตรวัด/คุณลักษณะ
1. ความเป็นผู้มีคุณวุฒิ (Qualification)	ชำนาญการ-ไม่ชำนาญการ มีคุณวุฒิ-ไม่มีคุณวุฒิ มีความรอบรู้-ไม่มีความรอบรู้ มีประสบการณ์-ไม่มีประสบการณ์
2. ความรู้สึกไม่เป็นภัย (Safety)	ปลอดภัย-ไม่ปลอดภัย ยุติธรรม-ไม่ยุติธรรม ใจดี-ดุร้าย ซื่อสัตย์-ไม่ซื่อสัตย์
3. ความคล่องตัว - กระฉับกระเฉง	แข็งแรงเด็ดขาด-อ่อนโยน หนักแน่น-ลึกลับ กระฉับกระเฉง-อ่อนล้า ตื่นตัว-ไม่ตื่นตัว มีความกล้า-ขี้อาย

นอกจากนั้นเบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates) ยังได้ให้ข้อเสนอว่า มิตินำเชื่อถือ เป็น ผู้มีคุณวุฒิ (Qualification) นั้นสะท้อนถึงความสามารถ หรือความเป็นผู้ชำนาญในเนื้อหาวิชา ที่ผู้ส่งสารกำลังกล่าวถึง ถ้าผู้รับสารเกิดการรับรู้ว่าคุณส่งสารจะเชื่อในเนื้อหาที่ผู้ส่งสารกล่าวถึง ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้รับสารรับรู้ว่าคุณส่งสารไม่มีความชำนาญและไม่มีความรอบรู้ ผู้รับสารจะเชื่อในเนื้อหาที่ผู้ส่งสารกล่าวถึง ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้รับสารรับรู้ว่าคุณส่งสารไม่มีความชำนาญและไม่มีความรอบรู้ผู้รับสารจะไม่เชื่อถือในตัวผู้รับสาร

สำหรับมิตินำเชื่อถือไม่เป็นภัยนี้ จะเป็นเครื่องรับประกันว่าผู้นำเสนอข่าวสาร จะสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ ถ้าผู้รับสารรับรู้ว่าคุณส่งสารไม่เป็นภัย (รู้สึกปลอดภัยในตัวผู้ส่งสาร) เป็น

มิตร และชื่อเสียง ผู้รับสารจะเกิดความไว้วางใจในตัวผู้ส่งสาร และเชื่อในสิ่งที่ผู้ส่งสารกล่าวถึง ในขณะเดียวกัน ถ้าผู้รับสารรับรู้ว่าคุณผู้ส่งสารไม่มีความยุติธรรม หยาดคาย และไม่ชื่อเสียง ผู้รับสารจะบังเกิดความไม่ไว้วางใจในตัวผู้ส่งสารและเนื้อหา และจะต่อต้านในเนื้อหาว่านั้นๆ

ในมิติของความคล่องตัว (Dynamism) ตามแนวคิดของเบอร์โวลและคณะ (Berlo and Associates) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าถ้าผู้รับสารรับรู้ว่าคุณผู้ส่งสารมีความเด็ดขาด แข็งขัน ตื่นตัว และกระฉับกระเฉงอยู่เสมอ ผู้ส่งสารจะได้รับความเชื่อถือในระดับสูง แต่ถ้าผู้ส่งสารมีลักษณะอ่อนตัว อ่อนไหว ลังเลและซื่ออายุ ผู้ส่งสารจะได้รับความเชื่อถือในระดับต่ำ

ดังเป็นที่ประจักษ์ว่า นักวิชาการด้านการสื่อสารหลายท่านได้ใช้หลากหลายมิติในการตัดสินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ซึ่งในทำนองเดียวกันครอนไคท์ (Cronkhite, 1969) ได้ระบุถึงลักษณะของผู้ส่งสารที่ผู้ฟัง หรือผู้รับสารนำมาพิจารณาในการประเมินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ความคล่องตัว หรือกระฉับกระเฉง (Dynamism) ความมีสมรรถวิสัย (Competence) ความรู้จักมักคุ้น (Sociability) การประเมินคุณค่า (Evaluation) ความเห็นพ้องต้องการ (Agreeableness) มีความเปิดเผย (Extroversion แสดงให้คนเกิดอารมณ์ได้ง่าย (Emotion) ความมั่นคง (Stability) ความเป็นธรรม (Conscientiousness) พฤติกรรมมีความตรงไปตรงมา (Objectivity) และมีความคล้ายคลึง (Identification) กับผู้ฟัง แต่อย่างไรก็ตาม นักวิชาการเหล่านั้นอาจมีแนวคิดในการประเมินลักษณะของความน่าเชื่อถือเหล่านี้ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัญหาที่วิจัย เนื้อหาสาระและเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความน่าเชื่อถือนี้เป็นปรากฏการณ์ในลักษณะหลากหลายมิติ (Multidimensional phenomenon)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือมาเป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากการตอบปัญหาเรื่องเพศศึกษาจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเข้ามาช่วยสนับสนุนในการสื่อสาร ให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้น ล้วนเริ่มต้นมาจากความเชื่อถือของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาสาระและต่อผู้ส่งสารเป็นสำคัญ และการทำให้ผู้รับสารมีความมั่นใจในสารและตัวผู้ส่งสารนั้นจะนำไปสู่การยอมรับในข่าวสารที่เสนอ ในที่สุดก็จะนำความรู้ในเรื่องเพศศึกษาไปแก้ปัญหาเรื่องเพศต่อไปได้

## ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

ในทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนั้น จะมีทฤษฎีการเลือกรับข่าวสารปะปนอยู่ด้วย เพราะการเลือกรับข่าวสารของผู้รับข่าวสารนั้นก็ เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารประสบความสำเร็จ กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำในข่าวสารที่ตนเองสนใจ ให้ความเชื่อถือ และตรงตามความเชื่อถือ ทักษะคติและความต้องการของตนเองเท่านั้น

ส่วนการแสวงหาข่าวสารนั้นคือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำในสิ่งหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะสนองตอบความต้องการของตน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง แล้วพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ จึงทำการศึกษาเพิ่มเติม ความรู้ดังกล่าวด้วยการแสวงหา (Krikelas, 1983)

โดยที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน(Reward Value)การลงทุนลงแรง(Expenditures) และพันธะผูกพัน(Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ เช่นการได้รับข่าวสาร หรือบันเทิงตามที่ต้องการ สูงกว่าการลงทุนลงแรง เช่นการต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจ ก็อาจถือได้ว่า บุคคลยอมแสวงหาข่าวสารนั้นๆ (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลก็อาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่นการที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำๆซากในโทรทัศน์ก็เนื่องจากขี้เกียจเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหมุนไปช่องไหนๆก็เจอแต่โฆษณา ก็เลยจำใจต้องนั่งดูทุกๆที่ไม่ชอบ(Charles Atkin, 1978)

นอกจากนี้ ชาร์ล แอทกิน (Charles Atkin, 1978 ) ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้นคือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information)และความบันเทิง(Entertainment)

โดยความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ (Uncertainly) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก(Extrinsic Uncertainly) ยิ่งเป็นเรื่องสำคัญก็ยิ่งมีความอยากรู้ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้นกับความรู้อื่นๆ ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการที่ได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Immediate Consummately Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) นั้นแอทกิน (Atkin) ให้เชื่อว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจรับรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะนำไปใช้ประโยชน์ได้ และในขณะเดียวกันก็ให้ความบันเทิงด้วยก็ได้

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากผู้รับสารต้องการเพื่อสนับสนุน ทศนคติ ความคิด และความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ เช่น เพื่อความรู้ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้ ตลอดจนเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิง ทั้งนี้ การตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร การเฉยเมยต่อข่าวสาร ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบผลตอบแทนที่จะได้รับจากการรับรู้ข่าวสารนั้นของผู้รับสารด้วยเช่นกัน

สำหรับทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนี้เป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการศึกษาวิจัยว่ากลุ่มประชาชน ในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศประเภทใดบ้าง เพื่อประโยชน์ใดบ้าง และแตกต่างกันอย่างไร

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ หรือ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร โดยเน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรใน

การตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อและเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542)

บุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ(Passive Person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามผล(Effects)ที่ได้รับจากสื่อ แต่เมื่อพิจารณาในทางตรงกันข้าม บุคคลเป็นผู้กระทำ(Action Person)ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อ เพื่อตอบสนองความพอใจส่วนตัว(พีชนี เขยจรรยา เมตตา วิวัฒนากุล และ ติรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2538)

ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของทฤษฎีนี้คือ การศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความข่าวสาร การสื่อสาร โดยเน้นการศึกษาว่าเพราะเหตุใดมนุษย์จึงมีพฤติกรรมการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้มากกว่าที่จะศึกษาข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไรและก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เราโดยชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่างๆของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่า ความต้องการบุคลิกภาพและองค์ประกอบด้านสังคมอื่นๆต่างก็มีส่วนช่วยอธิบายว่าการที่มนุษย์แสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์

แคทซ์ และคณะ(Katz and Other, 1974 อ้างในยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล ซึ่งเป็นลักษณะของงานวิจัยสำรวจพื้นฐาน และได้พยายามที่จะคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดการใช้สื่อและความพึงพอใจมากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐานดังนั้น Katz และคณะ จึงได้สร้างมาตราวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบมารวมกันเข้าเป็นต้องการในแง่ต่างๆซึ่งได้แก่องค์ประกอบทั้ง 3 อย่าง ดังนี้

2. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น

- ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
- ต้องการให้ลดน้อยลง
- ต้องการให้ได้มา

3. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

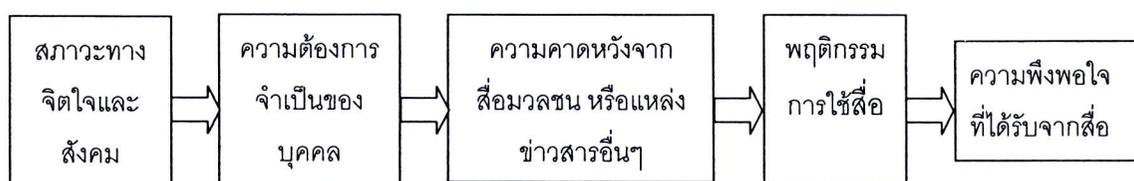
- การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
- การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
- การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ

- การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

4. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

- ตนเอง
- ครอบครัว
- เพื่อนฝูง
- สังคม รัฐบาล
- ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
- โลก
- สิ่งภายนอกอื่นๆที่มีความหมายน้อยลง

จากองค์ประกอบทั้งสามที่กล่าวมานี้ Katz และคณะ(Katz and Other, 1974) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่างๆตอบสนองความพึงพอใจ (Gratifications) ได้โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจได้ดังนี้



แบบจำลองที่Katz และคณะ(Katz and Other, 1974) สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ว่าสภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน เป็นสาเหตุให้มนุษย์มีความต้องการไม่เหมือนกันเหล่านี้จะแตกต่างกันออกไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ ยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่นต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการได้ จึงมีการเลือกเปิดรับ รายการต่างๆ ทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ คือ เป็นคนที่มีความรอบรู้

ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย หรือพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นเดียวกัน (พีระ จิระโสภณ, 2539)

นอกจากนี้ แมคคอมบส์ และเบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้ คือ

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรจะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่ เกิดขึ้นรอบตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relax and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

โดยคิมแพ็ค และเมอเรีย (Kippax and Murry, 1980) ได้นำความคิดของแคทซ์(Katz) ไปศึกษา โดยนอกจากจะเน้นเรื่องการใช้สื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อ กับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษา เป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุการศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ

มากคือ อายุตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากกว่าใช้สื่อ เพราะมีความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์ จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเห็นว่าสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆที่เราสนใจ เช่นเกี่ยวกับโลก และเหตุการณ์ภายในประเทศรวมทั้งให้ความบันเทิงด้วย โดยหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และภาพยนตร์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของคิมแพ็ค และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980) นี้ สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

ส่วนแมคควอล และคณะ (McQuail and other , อ้างใน ศิริชัย ศิริภายะและกาญจนา แก้วเทพ, 2531 ) ได้ศึกษาตัวแปร ความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
- เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็นและการตัดสินใจ
- สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- เป็นการเรียนรู้ และศึกษาด้วยตนเอง
- สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ



- มองทะลุภายในตนเอง

### 3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- นำไปใช้สนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- ใช้แทนเพื่อน
- ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

### 5. ความต้องการความบันเทิง

- การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
- การผ่อนคลาย
- มีวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- ปลดปล่อยอารมณ์
- เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของเวนเนอร์ (Lawrence A" Wenner, 1985) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเวนเนอร์ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความที่ต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratifications เป็นการให้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือใช้เพื่อการชกแจงใจ

3. Para - Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงอ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4. Para - Orientation Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ โดยกลุ่มผู้อ่านคอลัมน์เสพสมบิสมและ เว็บไซต์meetdoctoro.com ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันตามไปด้วย

### งานวิจัยที่เกี่ยวกับเพศศึกษา

ธีระ เสนีชัย (2538) ได้ศึกษาการสำรวจความต้องการเนื้อหาของหลักสูตรและวิธีสอนเพศศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมปีที่1: ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างของเพศทำให้ความต้องการเนื้อหาของหลักสูตรเรื่องความรู้เกี่ยวกับการทำงานของระบบสืบพันธุ์ของมนุษย์ ปัญหาการทำแท้งทั้งทางกาย อารมณ์และจิตใจ กฎหมายเกี่ยวกับการประพฤติดิตทางเพศ และการป้องกันตนเองจากการถูกเอาเปรียบทางเพศ แตกต่างต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และวิธีจัดสอนเพศศึกษาโดยจัดวิทยากรอาทิ แพทย์ พยาบาล มาให้ความรู้แก่นักเรียนตามความเหมาะสม จัดสอนเพศศึกษาเป็นวิชาบังคับ วิชาหนึ่ง จัดแบ่งกลุ่มนักเรียนชายนักเรียนหญิงเมื่อเรียนเรื่องเพศศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่.05

ความแตกต่างของอายุทำให้ความต้องการเรียนเนื้อหาของหลักสูตรเรื่องการป้องกันตนเองจากการถูกเอาเปรียบทางเพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และทำให้ความต้องการวิธีการสอนเรื่องจัดนิทรรศการหรือกิจกรรมทางวิชาการเกี่ยวกับเพศศึกษาใน

โรงเรียน การสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษา ปัญหาสุขภาพอนามัยวัยรุ่นในการเรียนปกติ เมื่อมีโอกาสแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ความแตกต่างของการอยู่อาศัยทำให้ความต้องการในด้านเนื้อหาของหลักสูตรเรื่องความรู้เกี่ยวกับการทำงานของระบบสืบพันธุ์ของมนุษย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ตรีษฐ วีระเวสส์(2539) ศึกษาเรื่อง"การนำเสนอเรื่องเพศศึกษาทางสื่อวิทยุกระจายเสียง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ปรากฏการณ์เรื่องการนำเสนอ"เพศศึกษา"ทางสื่อวิทยุกระจายเสียงของไทยในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุต่อรายการวิทยุ Nine-Four Radio Clinic ช่วงเพศศึกษา โดยนำทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology Theory) มาเป็นกรอบการวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจในสาระเพศศึกษามากกว่าช่องทางการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมายหลักของการนำเสนอเรื่องเพศทางสื่อวิทยุกระจายเสียง คือกลุ่มวัยรุ่นสาวที่มวลชนส่วนใหญ่รับรู้ รับทราบเป็นเรื่องเพศศึกษาในเชิงวิชาการ ผลจากการรับรู้เรื่องเพศศึกษาในเชิงวิชาการทำให้ทราบว่า เพศศึกษาไม่ได้ปรากฏเนื้อหาในรูปธรรมเพียงอย่างเดียว หากแต่ปรากฏผลออกมาในรูปของนามธรรมเป็นส่วนใหญ่ เช่น ทศนคติ ค่านิยม บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ พฤติกรรมและความประพฤติต่างๆของบุคคลด้วยเสมอ นอกจากนี้สาระเพศศึกษาที่นำเสนอในรายการยังมีทั้งประโยชน์และโทษ

จิระอดุลย์ บุญยภักดิ์ (2543) ศึกษาเรื่อง"บทบาทของนิตยสารในการให้ความรู้เรื่องเพศ" โดยศึกษาเนื้อหาจากนิตยสารจำนวน 16 ฉบับ จำแนกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้ 1)กลุ่มแม่บ้าน 2) กลุ่มชาวบ้าน 3)กลุ่มคนรุ่นใหม่ มี 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ 3.1) กลุ่มคนรุ่นใหม่หัวลิขสิทธิ์จากต่างประเทศหรือหัวนอก และ 3.2) กลุ่มคนรุ่นใหม่หัวลิขสิทธิ์จากในประเทศหรือหัวไทย โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยหลักความน่าจะเป็น เก็บข้อมูลตลอดทั้งปี พ.ศ.2543

กอบพงษ์ กุณยธิยะ(2545) ได้ศึกษาการตอบปัญหาเรื่องเพศศึกษาของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นเวทีสาธารณะ พบว่าสื่อโทรทัศน์มีรูปแบบการสื่อสารประกอบการสนทนาเรื่องเพศศึกษาเชิงวิชาการแพทย์ในลักษณะผสมผสานกับความบันเทิงในการให้ความรู้ ตัวอักษรใช้สำหรับสื่อสารเรื่องเพศในประเด็นเนื้อหาที่ไม่จำเป็นต้องมีรายละเอียด ส่วนภาพประกอบที่นำเสนอมีทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวโดยมีระดับความใจแจ้งน้อยและเป็นภาพที่ใช้สำหรับการศึกษาในทางการแพทย์ นอกจากนี้ได้เปิดเวทีสาธารณะเพื่อให้ผู้รับสารได้มีโอกาสเข้ามา

สื่อสารแสดงความคิดเห็นและสื่อสารปัญหาทางเพศ โดยพบเพศที่เข้ามาสื่อสารเป็นชาย - หญิงรักต่างเพศและไม่พบเพศอื่น ๆ สื่อหนังสือพิมพ์พบการสื่อสารผ่านตัวอักษรเท่านั้น โดยนำเรื่องเพศในเชิงวิชาการแพทย์มาเรียบเรียงเน้นการอ่านแล้วเข้าใจได้ง่ายมีความสั้นกระชับไม่สอไปในทางกระตุ้นเร้าอารมณ์ทางเพศและพบว่าเป็นเวทีสาธารณะสำหรับการสื่อสารปัญหาทางเพศเท่านั้น โดยมีเพศเข้ามาสื่อสารอย่างหลากหลายมากกว่าสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ตพบการสื่อสารเรื่องเพศศึกษาผ่านตัวอักษรเป็นหลัก โดยนำเรื่องเพศในทางการแพทย์มาเรียบเรียงเป็นบท ความโดยปรับเนื้อหาให้สามารถอ่านแล้วเข้าใจได้ง่ายมีลักษณะกึ่งความบันเทิง และยังสามารถสร้างสรรค์ตัวอักษรในเชิงศิลปะได้อย่างหลากหลาย ส่วนภาพที่นำมาประกอบมีระดับความโจ่งแจ้งมากกว่าสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ จุดร่วมกันของสื่อทั้ง 3 ประกอบด้วยทำให้ความรู้ที่มีลักษณะทางชีววิทยาในหัวเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเพศสัมพันธ์มากที่สุดเหมือนกัน และนำปัญหาทางเพศที่ส่งมาจากผู้รับสารมาร่วมกำหนดประเด็นในการให้ความรู้เหมือนกันรวมถึงเพศที่เข้ามาสื่อสารปัญหาเป็นหญิงรักต่างเพศยังไม่มีครอบคลุมมากที่สุดเหมือนกัน ในขณะที่จุดต่างของสื่อทั้ง 3 คือ การให้ความรู้เรื่องเพศศึกษาในประเด็นเดียวกันสื่อทั้ง 3 มีระดับความสามารถในการให้รายละเอียดได้แตกต่างกัน

จิณณ์นภัส แสงมา (2545) ได้ศึกษาการวิเคราะห์วาทกรรมเรื่องเสรีภาพทางเพศในการตอบปัญหาทางเพศของสื่อมวลชนไทย พบว่า 1) ความหมายเรื่องเสรีภาพทางเพศของสื่อมวลชนไทยในประเด็นทั้งสอง คือ การเป็นฝ่ายเริ่มต้นในการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และการสื่อสารทางเพศ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือลักษณะอนุรักษ์ ลักษณะปฏิรูป และลักษณะก้าวหน้า ซึ่งการสร้างควมหมายดังกล่าว จะส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในสังคมไทย 2) กระบวนการสร้างวาทกรรมเรื่องเสรีภาพทางเพศ มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างปฏิบัติการทางวาทกรรม อันได้แก่ ผู้นำเสนอตัวบท การเลือกคำถาม รูปแบบการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมาย กับปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม โดยการผลิตวาทกรรมบางส่วนในการตอบปัญหาทางเพศมีลักษณะสอดคล้องกับความกรรมกระแสหลัก ได้แก่ วาทกรรมในระบบสังคม-ระบบกฎหมาย และวาทกรรมในระบบศาสนา ซึ่งสนับสนุนอุดมการณ์ ผัวเดียว เมียเดียว ในขณะที่วาทกรรมบางส่วนมีลักษณะสอดคล้องกับวาทกรรมกระแส ได้แก่ วาทกรรมของกลุ่มสตรีนิยม 3) วาทกรรมเรื่องเสรีภาพทางเพศที่ปรากฏในแต่ละสื่อจะมีเนื้อหาที่คล้ายคลึงกัน นั่นคือ ยังคงมีเนื้อหาในลักษณะการอนุรักษ์มากกว่าลักษณะความก้าวหน้าในเรื่องเสรีภาพ ทั้งนี้เนื่องมาจากลักษณะของสังคมไทยที่ยึดเกณฑ์มาตรฐานข้ออนในการประเมินพฤติกรรมระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย แต่จะมีรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันในแต่ละสื่อ อันเนื่องมาจากคุณลักษณะของสื่อที่มีความแตกต่างกัน

สุภาวดี หวังชาลาบวร (2545) ได้ศึกษาการวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อพัฒนาความรู้เรื่องเพศศึกษาในรายการ “ซูรัก ซูรส” พบว่าประเด็นปัญหาเรื่องเพศมี 6 ประเด็น ดังนี้ ด้านสังคม (ร้อยละ 36.52) ด้านจิตใจ (ร้อยละ 15.22) ด้านพฤติกรรมเพศสัมพันธ์ (ร้อยละ 13.91) ด้านสุขอนามัย (ร้อยละ 12.61) ด้านกายวิภาคและสรีระ (ร้อยละ 10.00) และเป็นประเด็นปัญหาอื่นๆ (ร้อยละ 11.74) ในการสื่อความหมายเรื่องเพศผ่านผ่านตัวรายการ และการสื่อสารในรายการพบว่ามีการใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายเรื่องเพศโดยนัยผ่านวัจนภาษา ส่วนอวัจนภาษาที่ปรากฏการสื่อความหมายเรื่องเพศพบภาพการ์ตูนสาริตถ์การตรวจมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง และฉากน้ำตกจำลองสำหรับปัจจัยที่มีผลให้การสื่อสารเรื่องเพศศึกษาในรายการเป็นที่ยอมรับได้ พบว่ามี 3 ปัจจัยสำคัญด้วยกัน ได้แก่ คุณลักษณะของผู้พูด กลวิธีในการพูด และบรรยากาศเนื้อบริบทในการสนทนา

จากงานวิจัยต่างๆข้างต้นจะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาเรื่องการนำเสนอเรื่องเพศเป็นหลัก แต่ต่างบริบทไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพศผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ รวมไปถึงการใช้ภาษา สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการนำเสนอเรื่องเพศเช่นกัน แต่เป็นการศึกษาที่ต่างออกไป กล่าวคือศึกษาการนำเสนอเรื่องเพศ โดยเลือกเฉพาะเจาะจงคอลัมน์ “เสพสม บมิสม” และเว็บไซต์ [meetdoctorc.com](http://meetdoctorc.com) ที่มีการนำเสนอการตอบปัญหาเรื่องเพศเป็นหลัก ทั้งนี้ต้องการศึกษาให้ได้ประเด็นที่นำเสนอให้แตกต่างออกไปจากงานวิจัยที่มีมา

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ

ศักดิ์ชัย ศรีสอน (2532) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพศศึกษาจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารของนักศึกษาวิทยาลัยครูในสหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ พบว่า นักศึกษาชายส่วนใหญ่อ่านเรื่องเพศศึกษาจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารมากกว่านักศึกษาหญิง นักศึกษาส่วนใหญ่อ่านนิตยสารมากกว่าหนังสือพิมพ์ และนิตยสารที่นักศึกษาครูอ่านเรื่องเพศศึกษามากที่สุด คือนิตยสารดาราทะวันฉาย รองลงมาคือ ไกล่หมอ ส่วนหนังสือพิมพ์ที่นักศึกษาอ่านเรื่องเพศศึกษามากที่สุดคือเดลินิวส์ รองลงมาคือไทยรัฐ

พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์ (2543) ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศของวัยรุ่นไทยที่นำเสนอผ่านอินเทอร์เน็ต” พบว่า วัยรุ่นชายและหญิงตอนต้นมักจะค้นหาข้อมูลด้วยวิธีการ Chat ในห้องเกี่ยวกับเรื่องเพศโดยเฉพาะ ส่วนวัยรุ่นชายและหญิงตอนปลายมักจะ Search

engine หาข้อมูลภาพเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศมากกว่าภาพ นอกจากนี้บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการค้นหาข้อมูล คือ เพื่อน และวัยรุ่นส่วนใหญ่ชอบหาข้อมูลโดยลำพัง แต่วัยรุ่นหญิงตอนปลายส่วนใหญ่นิยมแสวงหาข้อมูลร่วมกับเพื่อนเพื่อความสนุกสนาน

รัตนพร ไม้ตราวัฒนา (2544) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมรายการ ชูรัก ชูรสทางสถานีโทรทัศน์ช่อง3 เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน”พบว่า ผู้ชมที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกันก็จึงมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่คาดว่าจะได้รับต่างกัน ด้านอายุ สถานภาพ สมรส และอาชีพ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่คาดว่าจะได้รับจากการรับชมรายการ ชูรัก ชูรส และจากการศึกษายังพบว่าลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดความรู้และเนื้อหาสาระของรายการชูรัก ชูรสไปยังบุคคลอื่น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือผู้รับชมที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน จะมีการถ่ายทอดความรู้และเนื้อหาสาระของรายการชูรัก ชูรสไม่แตกต่างกัน

ในส่วนของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่คาดว่าจะได้รับการรับชมรายการชูรักชูรส กับพฤติกรรมการรับชมรายการ พบว่ามีความสัมพันธ์กันทางบวกหรือในทิศทางเดียวกัน นั่นคือถ้าผู้รับชมมีความคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการมาก ก็จะมีการรับชมรายการมากด้วย และจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่คาดว่าจะได้รับจากการรับชมรายการชูรักชูรสในระดับสูง แต่ไม่มีพฤติกรรมการรับชมในระดับปานกลาง

สุวัลยา นูเร (2547) ได้ศึกษาการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสาร ผลการวิจัยพบว่านิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างอ่านบ่อยที่สุด ได้แก่ นิตยสาร Elle รองลงมาคือ นิตยสาร Cleo ถัดที่มากคือ Cosmopolitan โดยนิตยสารที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างอ่านน้อยที่สุด คือ นิตยสารSlimming โดยเป็นการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศเพื่อวัตถุประสงค์ในการฆ่าเวลามากที่สุด และประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับเพศ และเรื่องเพศที่ชอบอ่านมากที่สุดคือเทคนิคในการร่วมเพศ และกลุ่มตัวอย่างมีระดับการแสวงหาข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้อ่านมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด ส่วนระดับของความพึงพอใจนั้น กลุ่มผู้อ่านมีระดับความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยพึงพอใจในการตอบสนองต่อความสนใจต่อประเด็นปัญหาในเรื่องเพศ ที่อยากรู้ได้มากที่สุด และความพึงพอใจที่น้อยที่สุดคือพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอของข่าวสารและความรู้เรื่องเพศ

สรุปได้ว่าจากงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น งานวิจัยส่วนใหญ่มักศึกษาสื่อที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทต่างๆ ซึ่งเมื่อสรุปแล้วนั้นส่วนใหญ่การใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์ ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่านคอลัมน์”เสพสมบมิสมและเว็บไซต์meetdoctoro.com เพราะคอลัมน์ฯและเว็บไซต์ฯดังกล่าว เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการให้ความรู้เรื่องเพศ และเพื่อคลายข้อสงสัยว่าสิ่งที่เผยแพร่ความรู้เรื่องเพศนี้ สามารถตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลของผู้ประสบปัญหาเรื่องเพศ และนำสิ่งที่ได้รับทราบไปใช้ประโยชน์ได้ เช่นการแสวงหาข่าวสารจากสื่ออื่นๆหรือไม่ อีกทั้งงานวิจัยเล่มนี้ยังถือเป็นการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจ และใช้ประโยชน์จากสื่อทั้ง 2 ประเภทอีกด้วย