

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อโทรทัศน์กับวัฒนธรรมการแต่งกายของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น ศึกษาการเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์เกี่ยวกับการแต่งกายของวัยรุ่น ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรมการแต่งกายของวัยรุ่น

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้หลักการศึกษาแบบผสมผสานทั้งให้เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในเชิงคุณภาพนั้นใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จำนวน 5 ท่าน จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และช่อง ITV ในเชิงปริมาณใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 13-21 ปี จำนวน 280 คน และเป็นกลุ่มที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการใช้การแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวัยรุ่น แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น และแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้ผลิตรายการพบว่ารายการโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มวัยรุ่นในเรื่องของการแต่งกายมากขึ้น ลักษณะของรายการโทรทัศน์ก็เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมีการเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อโทรทัศน์ขึ้น แต่ว่าพฤติกรรมดังกล่าวเป็นเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่ได้มีความมั่นคงถาวร

ด้านบทบาทของผู้ผลิตรายการกับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการแต่งกายของวัยรุ่นโดยรวมนั้น ผู้ผลิตรายการต้องมีการทำหน้าที่ควบคุมเนื้อหา และความเหมาะสมในรายการของก่อนที่จะนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะเรื่องของการแต่งกายของบุคคลต่าง ๆ อาทิ นักแสดง พิธีกร หรือบุคคลที่อยู่ในรายการ ให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ และสังคมไทย และในการทำงานก็มีการคำนึงถึงผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมากกว่าในเรื่องของธุรกิจ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษารุ่นนี้พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 16-18 ปี มากที่สุด มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / เทียบเท่า / ปวช. มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ที่ 4,000 บาทขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับโทรทัศน์เกี่ยวกับการแต่งกายโดยมีความถี่ในการเปิดรับโดยทุกวัน และระยะเวลาในการเปิดรับแต่ละครั้งเฉลี่ย 31-44 นาที มีการเปิดรับชมช่อง 3

มากที่สุด ในช่วงเวลา 18.00 -21.00 น. เป็นเวลาที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีการเปิดรับชมโทรทัศน์มากที่สุด รายการที่นำมาประยุกต์ใช้กับการแต่งกายมากที่สุดคือ รายการเพลง / ดนตรี และมีดารานักแสดงเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด

ในส่วนของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นต่อการแต่งกายหลังจากการเปิดรับชมโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการแต่งกายโดยรวมในระดับที่เห็นด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในข้อความทัศนคติว่า “วัยรุ่นไทยในปัจจุบันมีความคิดอิสระในการแต่งกาย” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการแต่งการนั้นเป็นสิ่งที่วัยรุ่นให้ความสนใจ

สำหรับพฤติกรรมการแต่งกายหลังจากเปิดรับโทรทัศน์โดยรวมในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมให้ความสำคัญกับแต่งการเป็นอย่างมาก กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีพฤติกรรมการแต่งกายการในลักษณะคล้าย ๆ กันอยู่เสมอกับกลุ่มเพื่อน มีการแต่งกายเป็นไปตามแฟชั่น มีการซื้อเครื่องแต่งกายโดยไม่คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย และมีลักษณะการแต่งการที่ล้ำสมัยอยู่เสมอ จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีทัศนคติที่ดีต่อการแต่งกาย ซึ่งส่งผลให้มีพฤติกรรมการแต่งกายไปในทิศทางเดียวกัน