

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ)” นี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process)
2. แนวคิดเรื่องทัศนคติ (Attitude)
3. แนวคิดเรื่องการเลียนแบบ
4. แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ (The Soap Opera)
5. แนวคิดเรื่องละครโทรทัศน์กับวัยรุ่น
6. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร

กระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ของผู้รับสารเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 3 ชั้น¹ ดังนี้

¹พีระ จิระโสภณ, “การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532), น. 636-639.

ภาพที่ 2.1
กระบวนการเลือกสรร 3 ขั้นตอน

การเลือกเปิดรับ
การเลือกรับรู้
การเลือกจดจำ

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งการเลือกเปิดรับนี้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ทศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ที่เสนอโดยเฟสติงเจอร์ (Festinger, L.A.) นั้นกล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาหรือเลือกสรรข่าวสาร เพื่อสนับสนุนทศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน Festinger ยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

นอกจากทศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) หมายถึง แนวโน้มของคนเราที่จะเปิดรับหรือตีความ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทางเป็นไปตามที่ตนพึงพอใจ กระบวนการนี้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยบุคคลจะเลือกรับรู้ และตีความหมายสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น เมื่อรับสารแล้ว ผู้รับสารยังมีสิทธิ์คิดและพิจารณาว่าสารนั้นเป็นจริง และน่าเชื่อถือหรือไม่ ซึ่งขึ้นอยู่กับ

กับความคิดและทัศนคติของผู้รับสาร ตลอดจนประสบการณ์และแรงจูงใจอันเกิดจากสิ่งแวดล้อมของผู้รับสาร ดังนั้น เนื้อหาของสื่อมวลชนจึงมักจะถูกบิดเบือนไปโดยที่เราไม่รู้ตัว ในแง่ทฤษฎีแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกจดจำสารนั้น มักเกิดขึ้นกับคนที่สนใจ และพร้อมที่จะเข้าใจ การเลือกจดจำเฉพาะเนื้อหาสาระของสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมเข้าใจเป็นประสบการณ์ในขณะเดียวกัน ก็จะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเองไป การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ครั้งแรกหรืออาจมีการเปิดรับในช่วงแรก และมีการปฏิเสธในขั้นตอนต่อไปก็ได้ และไม่พร้อมที่จะเข้าใจ ดังนั้น การเลือกจดจำจะเป็นการเสริมความคิด ทัศนคติ และประสบการณ์ของผู้รับสารอีกทางหนึ่ง ซึ่งถือว่าขั้นนี้เป็นการกลั่นกรองชั้นสุดท้าย ในการเปิดรับสารของผู้รับสาร

ผู้รับข่าวสารโดยทั่วไป ปกติแล้วจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป ซึ่งแรงผลักดันที่ให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อนั้นเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ สรุปได้คือ

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังคนเดียว เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิดกกังวล และหวาดกลัว จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ ซึ่งในกรณีที่ไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วมีคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนสามารถเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือในทางสังคมให้แก่ตนเองนั่นเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น กล่าวคือ ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อมวลชนทั่วไปจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์มักจะมี ความอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ซึ่งไม่ว่าสิ่งใดที่สนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุสิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้านหรือเพื่อนร่วมโลกก็ตาม ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุด คงจะไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ทั้งนี้มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อนตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่มุมต่าง ๆ เช่น สาเหตุของ

เหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองและ/หรือผู้อื่น อีกด้วย เป็นต้น

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement) หมายถึง โดยพื้นฐานแล้ว มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว และในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่สามารถจะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล หรือเพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ตลอดจนให้ได้ข่าวสารที่จะทำให้ตนเองเกิดความสุขสนทนانب้นเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติ ทางจรรโลงจิต หรือแม้แต่ทางความคิดก็สามารถจะหาได้จากสื่อมวลชนเสียเป็นส่วนใหญ่ โดยทั่วไปแล้วผู้รับข่าวสารมักจะมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเองในการเลือกรับสื่อต่าง ๆ โดยเหตุผลทั่วไปของการเลือก คือ บุคคลย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort)

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสาเหตุของพฤติกรรมการสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ กัน โดยจำแนกเป็นปัจจัยหลัก 3 ประการ² คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มาจากแนวคิดว่าคนเรามีความแตกต่างเฉพาะบุคคลมากมายในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ฯลฯ ส่งผลกระทบถึงความคิด ทศนคติ ตลอดจนกระบวนการเรียนรู้ การสนใจและบุคลิกภาพต่างกัน ซึ่งปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลนี้มีความสำคัญต่อการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) โดยมีบทบาทในฐานะเป็นตัวแทรกกลางระหว่างกระบวนการสิ่งเร้าและพฤติกรรมตอบสนองนั่นเอง

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรายึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม มักจะคล้อยตามกลุ่มในด้านความคิด ทศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มและวัฒนธรรมซึ่งเกิดจากผลรวมของพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ของกลุ่มคนในสังคมหนึ่ง ๆ จึงมัก

²ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, “แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร,” ใน พลศาสตร์ของการสื่อสาร, หน่วยที่ 2 (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531), น. 23-26.

เป็นตัวกำหนดกรอบแห่งการดำเนินชีวิตของสมาชิกในสังคมนั้น ๆ และมีอิทธิพลต่อการรับรู้และตีความของคนในสังคมด้วย

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมทั้งการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

Hunt and Ruben³ ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการเลือกเปิดรับของผู้รับสารไว้ ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของมนุษย์ เพื่อตอบสนองความต้องการ เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียงต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าควรทำหรือไม่ควรทำในการมีความสัมพันธ์กับคนหรือสิ่งแวดลอม ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งในการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมาย และการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย กำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสังคม การดำเนินชีวิต (Life Style) โดยเป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นนี้ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกรับข่าวสาร การเลือกจดจำเพื่อสนองตอบเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความ และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้ คนที่รู้เฉพาะภาษาไทยมีโอกาสที่จะเปิดรับสื่อมวลชนที่ใช้ภาษาต่างประเทศต่ำ เนื่องจากความสามารถทางภาษาที่มีจำกัด

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) โดยทั่วไปแล้วมนุษย์จะให้ความสนใจ และให้ความพยายามที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ตามที่ต้องการได้

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) สารใดที่ผู้รับสารต้องการนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสาร คือ ความชอบหรือไม่ชอบในสื่อบางประเภท ขึ้นอยู่กับความชอบและ

³ Hunt and Ruben, อ้างถึงใน ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, “แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร,” ใน พลศาสตร์ของการสื่อสาร, น. 23-26.

พึงพอใจในลักษณะเด่นของสื่อ นั้น ๆ ดังเช่น วัยรุ่นในกรุงเทพมหานครจะชอบฟังวิทยุมากกว่าการเลือกรับสารจากสื่ออื่น ๆ

7. สภาวะ (Context) หมายถึง สถานที่และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์สื่อสาร ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีผู้อื่นอยู่ด้วยนั้นมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกรับสาร การเลือกใช้สื่อ การตีความหมาย และการเลือกจดจำข่าวสาร

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habits) ในฐานะของผู้รับสารมวลชน ผู้รับสารแต่ละบุคคลจะพัฒนานิสัยการรับสาร ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสาร โดยพัฒนาความชอบในสื่อใดสื่อหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง

ดังนั้น ผู้รับสารจึงเกิดกระบวนการเปิดรับข่าวสาร โดยเลือกเปิดรับสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง เลือกสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งผู้รับสารสามารถเลือกเปิดรับสื่อต่าง ๆ โดยพิจารณาจากลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้⁴

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้เวลาพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ยากมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อที่ไม่ต้องใช้เวลาพยายามมาก เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่ จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน เช่น นิสิต นักศึกษา และนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่สะดวกสบาย (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ในห้องสมุด เป็นต้น

⁴พรทิพย์ วรภิโจคาทร, “ความสำคัญของผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539), น. 292.

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมจะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเองเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น จากที่กล่าวมาทั้ง 3 ข้อนั้น เป็นความต้องการสื่อที่ผู้รับสารเป็นหลัก แต่ลักษณะของสื่อในข้อนี้ เป็นคุณลักษณะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกรับสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ ให้รายละเอียดได้ดีกว่า ราคากุ และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง สำหรับโทรทัศน์มีลักษณะเด่นในด้านของการดึงดูดใจ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ ไร้อารมณ์ สร้างความรู้สึกเหมือนได้อยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสง สี เสียง ในขณะที่ดูโทรทัศน์ก็สามารถพักผ่อน อดิยาบถได้สบาย เป็นต้น

การศึกษา “ความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ)” สามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) มาทำการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) ของวัยรุ่น ทั้ง 3 ขั้นตอน ได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ เพื่อนำมาศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) ของวัยรุ่น เช่น วัยรุ่นมีพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์อย่างไร เปิดรับชมมากน้อยแค่ไหน หรือมีเหตุผลใดที่เลือกเปิดรับชม

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกรับรู้หรือตีความ เพื่อนำมาศึกษาว่าเมื่อเปิดรับชมละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) แล้ว วัยรุ่นจะเลือกรับรู้หรือตีความพฤติกรรมและการดำเนินความสัมพันธ์ฉันท์คู่รักของตัวละครในเรื่องอย่างไร หรือคิดว่าละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างไรบ้าง และเนื้อหาของละครให้ข้อคิดบ้างหรือไม่

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกจดจำ เพื่อนำมาศึกษาความคิดเห็นเรื่องพฤติกรรมเลียนแบบจากละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) โดยดูว่าวัยรุ่นเลือกจดจำความเชื่อและค่านิยมใดในละครโทรทัศน์ประเภทนี้ ที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตน อีกทั้งจะก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบต่อไปหรือไม่

โดยสรุป คือ ผู้ศึกษาได้กำหนดความแตกต่างด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เชื่อว่าจะมีผลต่อการเลือกรับชมละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) ไว้ 5 ด้าน คือ เพศ สาขาการศึกษา ค่าใช้จ่าย สถานภาพการพักอาศัย และอุปนิสัยส่วนตัว ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์นั้น จะวัดจากระยะเวลาในการเปิดรับชม จากนั้นจึงวัดในเรื่องของการเปิดรับชมละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) ว่ามีวิธีการเปิดรับชมอย่างไร รับชมด้วยเหตุผลใด รวมทั้งนำลักษณะการเปิดรับชมละครโทรทัศน์แนวนั้นไปดูว่ามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) หรือไม่ อย่างไร

แนวคิดเรื่องทัศนคติ

มีผู้ให้นิยามของทัศนคติไว้มากมาย เช่น

เสรี วงษ์มณฑา⁵ กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติ ประกอบไปด้วยความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม

ประจวบ อินอ้อด⁶ ให้ความหมายคำว่า “ทัศนคติ” ว่า หมายถึง ความรู้สึกภายในตัวบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในลักษณะเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือชอบ ไม่ชอบ ทัศนคติจะปรากฏก็ต่อเมื่อมีพฤติกรรมแสดงออกมาในลักษณะเป็นคำพูด ภาษาเขียน หรือกิริยาท่าทาง

เฉลียว บุรีภักดี อ้างถึงใน จริญญา นิลแพทย์⁷ ได้อธิบายถึงทัศนคติไว้ว่า เป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด ทัศนคติที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เกิดจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ จึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น แต่ทว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงจะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับชนิดของทัศนคติ และประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

ศักดิ์ สุนทรเสณี⁸ กล่าวถึงทัศนคติที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า ทัศนคติจะหมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึกรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด

⁵เสรี วงษ์มณฑา, “บทบาทของกระบวนการสื่อสารในกระบวนการสังคมกรรม,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 12 (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539), น. 685.

⁶ประจวบ อินอ้อด, “พฤติกรรมศาสตร์,” ใน โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการทางสื่อสารมวลชน (ม.ป.ท.: ม.ป.ป.), น. 22.

⁷จริญญา นิลแพทย์, “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับการเปิดรับข่าวสารด้านเนื้อหาบันเทิงและบุคคลในวงการบันเทิง,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. 26.

⁸ศักดิ์ สุนทรเสณี, เจตคติ (กรุงเทพมหานคร: รุ่งวัฒนา, 2531), น. 2.

3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนอง

จากคำจำกัดความเหล่านี้ กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทศนคติ⁹ หมายถึง ความคิดเห็นที่มีอารมณ์หรือความรู้สึกที่มีมาประกอบเป็นแนวโน้ม อันเป็นความพร้อมที่จะทำให้เกิดการแสดงออกในการสนับสนุน หรือต่อต้านสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ทศนคติ หมายถึง แนวโน้ม หรือความพร้อมที่บุคคลจะแสดงออกมาเป็นความคิดเห็นหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือองค์ใดองค์หนึ่ง

จากความหมายของทศนคติที่มีผู้ให้ความหมายไว้แล้วนั้น แสดงให้เห็นว่า ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งโดยทั่วไปจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ¹⁰ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านความเชื่อ (Cognitive of Beliefs Component) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ความเชื่อเกิดจากประสบการณ์ส่วนตัว และการเรียนรู้จากผู้อื่น เช่น คำบอกเล่า หรือจากการอ่าน หรือได้ยินได้ฟังข่าวสารทางสื่อมวลชน

2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์หรือความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลต่อวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ ในการจัดองค์ประกอบทางอารมณ์ ตัวแปรที่บ่งการว่าอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อวัตถุจะเป็นไปในรูปใดนั้น อาจจะเป็นความเชื่อและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลนั่นเอง ประสบการณ์ของบุคคลอาจเป็นตัวตัดสินอารมณ์ของบุคคล ถ้าหากบุคคลจะมีประสบการณ์โดยตรงในแง่ลบต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ก็อาจทำให้เขาเกิดความรู้สึกที่ไม่ดี หรือทางลบต่อสิ่งนั้นด้วย

3. องค์ประกอบทางพฤติกรรมหรือการกระทำ (Behavioral or Action Component) หมายความว่า บุคคลจะประพฤติปฏิบัติต่อวัตถุหรือกลุ่มบุคคลอย่างไร ในกรณีนี้ความเชื่อ ความรู้สึกมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ในทางตรงข้าม พฤติกรรมก็สามารถมีอิทธิพลต่อความเชื่อ และความรู้สึกของบุคคลได้เช่นเดียวกัน

⁹เนาวรัตน์ วิจารณ์วิทยา, “ทศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), น. 24.

¹⁰จริญญา นิลแพทย์, “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านเนื้อหาบ้านเกิดและบุคคลในวงบ้านเกิด,” น. 27-28.

จะเห็นได้ว่า ทักษะคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทักษะคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย แหล่งที่ทำให้เกิดทักษะคติที่สำคัญ¹¹ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทักษะคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น นาย ก. เคยพูดคุยกับนาย ข. ด้วยไมตรีที่ดี ก็จะทำให้ นาย ข. รู้สึกชอบหรือมีทักษะคติที่ดีต่อนาย ก.

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from Others) การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทักษะคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ไม่ดี ก็จะทำให้เด็กมีทักษะคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่ได้รับทราบมา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทักษะคติขึ้นได้ เช่น เด็กมีความเคารพเชื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่าพ่อแม่แสดงท่าไม่ชอบสิ่งใดก็ตาม เด็กจะเลียนแบบคือไม่ชอบสิ่งนั้นด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทักษะคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มา และสนับสนุนให้คนเกิดทักษะคติบางอย่างขึ้นมาได้

โดยสรุป พัฒนาการทางด้านทักษะคติของบุคคลเกิดจากประสบการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นได้รับ การปรับตัวของบุคคลเพื่อให้เข้ากับสังคม การเลียนแบบในสังคม สิ่งเหล่านี้จะรวมตัวกันและสร้างสมกลายเป็นแบบแผนทักษะคติของแต่ละบุคคลขึ้น หรือจะกล่าวได้ว่า พัฒนาการของทักษะคติเกิดจากการติดต่อสัมพันธ์กันของบุคคล (Association) การถ่ายทอดแบบอย่างของคนอื่นมาเป็นของตน (Transfer) และการพบสิ่งที่ตนต้องการ (Need Satisfaction) การที่สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ย่อมมีผลทำให้ทักษะคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงและหันเหตามสภาพการณ์ในสังคมได้บ้าง

¹¹ จตุพร รัตแพทย์, “ทักษะคติและพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538), น. 17-18.

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนแต่ก็สามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมเดิมของบุคคลนั้น นอกจากนี้ อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ

การเปลี่ยนทัศนคติมีอยู่ 2 ชนิด คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นไปในทางบวกด้วย และทัศนคติที่เป็นไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย การเปลี่ยนแปลงแบบนี้ง่ายและคงทนกว่าการเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะกลับเป็นไปในทางบวก

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล มีกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อเขา และมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจแก่บุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่เขายอมกระทำตามสิ่งที่เขาอยากให้ทำนั้นเพราะเขาคาดหวังว่า เขาจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับทัศนคติที่เกิดขึ้นจากกระบวนการการยินยอมนี้ อธิบายในแง่ของการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคม ทัศนคติที่เปลี่ยนจากกระบวนการยินยอม ขึ้นอยู่กับความสำคัญของผลที่คาดว่าจะได้รับหลังการยอมรับนั้น ๆ จึงอาจกล่าวได้ว่า การยอมทำตามเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งเป็นพลังที่ผลักดันให้บุคคลยอมทำตาม จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความมากน้อยหรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ เคลแมน (Kelman) กล่าวว่า บุคคลจะยอมทำตามในบางสิ่งบางอย่างก็ต่อเมื่อเขาอยู่ในภาวะที่ผู้มีอิทธิพลจะบังคับได้ ดังนั้นความหวังที่จะให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ถาวรนี้ ย่อมเป็นไปได้

2. การเลียนแบบ (Identification) เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น และเป็นผลมาจากการที่เขาต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พึงพอใจระหว่างตัวเขากับบุคคลหรือกลุ่มอื่น ความสัมพันธ์นี้อาจออกมาในรูปการรับเอาบทบาททั้งหมดของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลมาเป็นของตนเอง และ / หรือเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่เขารับมาหรือปฏิบัตินั้น เป็นความต้องการที่จะให้เกิดสัมพันธ์ภาพตามที่ต้องการ ทัศนคติจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเลียนแบบนั้น อีกนัยหนึ่ง การเลียนแบบเป็น

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความดึงดูดใจ (Attractiveness) ของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของแหล่งข่าวสารนั้น

เคลแมน (Kelman)¹² อธิบายว่า เมื่อบุคคลยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยให้กระบวนการเลียนแบบแล้ว บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะกระทำสิ่งดังกล่าว เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่จะดำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพบางอย่างในสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะดำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในสังคมด้วย

3. ความต้องการที่อยากเปลี่ยนแปลง (Internalization) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับในสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า เนื่องจากสิ่งนั้นตรงกับความต้องการภายในและค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการนี้ จะสอดคล้องกับค่านิยมที่เขาเคยมีอยู่เดิม ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นกับเนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมแบบนั้น ๆ

ทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี เช่น บุคคลได้รับข่าวสารจากบุคคลหรือสื่อมวลชน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบทัศนคติด้านความรู้ และมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า หากวัยรุ่นรับสารจากสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ก็ย่อมทำให้องค์ประกอบของทัศนคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมของวัยรุ่นแต่ละคนแตกต่างกันไปด้วย

ผู้ศึกษาได้เลือกแนวคิดเรื่องทัศนคติ (Attitude) มาทำการศึกษาความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) โดยศึกษาว่าหลังจากที่วัยรุ่นเลือกเปิดรับชมรายการละครโทรทัศน์ประเภทนี้แล้ว อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้เนื่องด้วยเหตุผลหลายประการ อาทิ จากการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from Others) เช่น การพูดคุยเรื่องละครโทรทัศน์กับเพื่อน ๆ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทัศนคติ หรือเกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) เช่น สังเกตเห็นตัวละครในเรื่องกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งแล้วได้ผลเช่นไร ก็อาจลงมือกระทำพฤติกรรมนั้นบ้าง เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นอาจเกิดขึ้นไปในทิศทางเดียวกันหรืออาจเกิดขึ้นไปคนละทางก็ได้

¹²Kelman, อ้างถึงใน จตุพร รัตแพทย์, “ทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร,” น. 17-18.

แนวคิดเรื่องการเลียนแบบ

แบนดูรา (Bandura)¹³ กล่าวว่า พฤติกรรมแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในบุคคลซึ่งไม่เคยปฏิบัติเช่นนั้นมาก่อนเลย บางครั้งเราไม่สามารถอธิบายได้โดยทฤษฎีการเรียนรู้ แต่สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมดังกล่าวเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากการได้เห็นแบบอย่าง หรือสังเกตจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวและสื่อมวลชน ก็เป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้แบบการเรียนรู้ อย่างนับไม่ถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การเป็นตัวแบบเป็นเทคนิคที่สำคัญในการสร้างพฤติกรรมที่ต้องการให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล

การเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning)

แบนดูรา (Bandura) มีความเชื่อว่าการเรียนรู้ส่วนใหญ่ของคนเรานั้น เกิดขึ้นจากการสังเกตจากตัวแบบซึ่งจะแตกต่างจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่ต้องอาศัยการลงมือทดลอง เพราะนอกจากจะเสียเวลาแล้ว ยังอาจมีอันตรายได้ในบางพฤติกรรม ในการเรียนรู้โดยการผ่านตัวแบบนี้ ตัวแบบเพียงคนเดียวสามารถที่จะถ่ายทอดทั้งความคิดและการแสดงออกได้พร้อม ๆ กัน และเนื่องจากคนเรานั้นใช้ชีวิตในแต่ละวันในสภาพแวดล้อมที่แคบ ๆ ดังนั้นการรับรู้เกี่ยวกับสภาพการณ์ต่าง ๆ ของสังคมจึงผ่านมาจากประสบการณ์ของผู้อื่น โดยการได้ยินและได้เห็น โดยไม่มีประสบการณ์ตรงมาเกี่ยวข้อง คนส่วนมากรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของสังคมโดยการผ่านทางสื่อแทบทั้งสิ้น

Fischer, Gochros และ Ross¹⁴ ได้สรุปหน้าที่ของตัวแบบออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. ทำหน้าที่สร้างพฤติกรรมใหม่ ในกรณีนี้เป็นกรณีที่ผู้สังเกตตัวแบบนั้นยังไม่เคยได้มีการเรียนรู้พฤติกรรมดังกล่าวมาก่อนเลยในอดีต เช่น พฤติกรรมการพูดของเด็ก หรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับทักษะในการช่วยตนเอง เป็นต้น

¹³Bandura Albert, Social Foundations of Thought and Action : A Social Cognitive Theory (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1986), pp. 18-22.

¹⁴Fischer, Gochros และ Ross, อ้างถึงใน ณัฐพงษ์ กระจ่าง, “การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชาย ของเยาวชนที่ปรากฏในรายการละครโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545), น. 13-18.

2. ทำหน้าที่เสริมพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น เป็นกรณีที่ผู้สังเกตตัวแบบเคยเรียนรู้พฤติกรรมมาบ้างแล้วในอดีต ตัวแบบก็จะทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้ที่เคยเรียนรู้พฤติกรรมดังกล่าวพยายามพัฒนาให้ดีขึ้น

3. ทำหน้าที่ยับยั้งการเกิดของพฤติกรรม ในกรณีที่ผู้สังเกตมีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ หรือยังไม่เคยมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์มาก่อน ตัวแบบก็จะทำให้พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์นั้น ลดลงหรือไม่เกิดขึ้น

ตัวแบบนี้แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ตัวแบบที่เป็นบุคคลจริง ๆ (Live Model) คือ ตัวแบบที่บุคคลได้มีโอกาสสังเกตและ ปฏิสัมพันธ์โดยตรง

2. ตัวแบบที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic Model) คือ ตัวแบบที่เสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ การตูน หรือหนังสือนวนิยาย เป็นต้น

การเลียนแบบผ่านสื่อมวลชน

แบนดูรา (Bandura) ได้รวบรวมวิธีการเรียนรู้ทางสังคมที่เกิดขึ้นโดยผ่านสื่อมวลชน ออกเป็น 3 แบบ คือ

1. Observation Learning ผู้เปิดรับย่อมรู้จักแบบแผนใหม่ ๆ ของการแสดง พฤติกรรมอยู่ตลอดเวลาของการนำเสนอจากตัวสื่อ

2. Inhibitory Effect การที่ได้เห็นต้นแบบถูกลงโทษจะช่วยลดแรงจูงใจของผู้เลียนแบบที่จะกระทำให้น้อยลง เนื่องจากจะรู้สึกคล้ายกับได้รับการลงโทษไปด้วย

3. Disinhibitory Effect สื่อมวลชนที่ให้แบบอย่างของต้นแบบที่รับรางวัล เนื่องจากกล้าแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่สังคมห้ามปรามไม่ให้ฝ่าฝืน ก็สามารถทำให้เกิดการเลียนแบบ พฤติกรรมสวนกระแสของสังคมได้

กระบวนการเรียนรู้จากตัวแบบของแบนดูรา

แบนดูรา (Bandura) เชื่อว่าการเรียนรู้ในลักษณะของการเลียนแบบเท่านั้นที่จะนำไปสู่ การสร้างค่านิยมทางศีลธรรมของเด็ก และรูปแบบทางสังคม (Social Model) แม้แบบมีอิทธิพลต่อ การเรียนรู้มาก เมื่อบุคคลได้เห็นแม่แบบก็สามารถรับรู้สัญลักษณ์ของการกระทำและสามารถ

แสดงพฤติกรรมนั้นได้เหมาะสม กระบวนการเรียนรู้จากแม่แบบนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. กระบวนการให้ความสนใจ (Attentional Process)

ลักษณะของแม่แบบและการแสดงออกของแม่แบบที่จะช่วยให้บุคคลเกิดความสนใจ คือ มีความคล้ายคลึงกับผู้สังเกตในเรื่องเพศ เชื้อชาติ เจตคติ ชื่อเสียง ความสามารถ แต่ขณะเดียวกันก็ทำให้ผู้สังเกตเกิดการคิดว่าตนเองจะไม่สามารถกระทำพฤติกรรมเช่นแม่แบบได้ ซึ่งก็แล้วแต่ลักษณะเฉพาะตนของผู้สังเกต

2. กระบวนการจำ (Retention Process)

การจำรายละเอียดต่าง ๆ ของพฤติกรรมของแม่แบบได้ก็จะสามารถลอกเลียนแบบได้ ดังนั้น การเสนอแม่แบบโดยให้มีการใช้คำพูดและการเสนอแม่แบบให้เป็นเรื่องราว จะเป็นตัวชี้แนะให้ผู้สังเกตระลึกถึงพฤติกรรมของแม่แบบได้ง่ายขึ้น เมื่อได้รับสิ่งเร้าที่เหมือนหรือคล้ายกับที่แม่แบบกระตุ้น

3. กระบวนการแสดงออก (Motor Reproduction Process)

เป็นการถ่ายโยงจากความสนใจและการจำแม่แบบ มาเป็นการแสดงพฤติกรรมเลียนแบบแม่แบบ การให้ข้อมูลย้อนกลับจากแม่แบบหรือจากสังคม จะทำให้การแสดงออกถูกต้อง กระบวนการแสดงออกนี้ขึ้นอยู่กับสมรรถภาพทางด้านสรีระของแต่ละบุคคลด้วย

4. กระบวนการจูงใจ (Motivational Process)

บุคคลจะแสดงพฤติกรรมลอกเลียนแม่แบบหรือไม่นั้น เกิดจากการเรียนรู้จากการสังเกตแม่แบบ ถ้าพฤติกรรมของแม่แบบได้รับผลกระทบที่พึงพอใจ หรือสามารถหลีกเลี่ยงสิ่งเร้าที่ไม่พึงพอใจได้ แนวโน้มที่บุคคลจะเลียนแบบพฤติกรรมของตัวแบบก็จะสูง เพราะคาดหวังว่าจะได้รับผลกรรมดังเช่นที่ตัวแบบได้รับ

กลไกของการเลียนแบบ (Mechanisms of Imitation)

มิลเลอร์ และ โดลาร์ด (Miller and Dollard)¹⁵ อ้างถึงใน ญัฐพงษ์ กระจำน ได้กล่าวถึงการเลียนแบบว่า ประกอบด้วยกลไกรวม 3 ประการ คือ

¹⁵ Miller and Dollard, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 13-18.

1. พฤติกรรมที่เหมือนกัน (Same Behavior)

ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบุคคลสองคนด้วยวิธีการเหมือนกัน อันเป็นพฤติกรรมที่เหมาะสมสำหรับทั้งสอง ซึ่งอาจเป็นการเลียนแบบหรือไม่ก็ได้

2. พฤติกรรมที่เลือกอย่างอิสระ (Matched-dependent behavior)

ขบวนการนี้เป็นการที่บุคคลหนึ่งกระทำพฤติกรรมตามตัวแบบ (Matched) โดยสามารถเลือกพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของตัวแบบเพื่อเป็นเครื่องชี้บอกให้กระทำพฤติกรรมตามตัวแบบนั้นได้อย่างอิสระ (dependent) ดังตัวอย่าง

	พฤติกรรมของตัวแบบ		พฤติกรรมของผู้เลียนแบบ
<u>สิ่งเร้า</u>	ความต้องการลูกกวาด		ความต้องการลูกกวาด
<u>เครื่องชี้บอก</u>	เสียงเดินของพ่อ	Dependent	การขยับขาของตัวแบบ
<u>การตอบสนอง</u>	วิ่ง	Matched	วิ่ง
<u>รางวัล</u>	กินลูกกวาด		กินลูกกวาด

3. การลอกแบบ (Copying)

เป็นการเลียนแบบที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เพราะการลอกแบบนั้นเป็นการตอบสนองของบุคคลต่อเครื่องชี้บอกของความเหมือน (Sameness) และความแตกต่าง (Difference) ซึ่งเกิดจากการกระทำของเขาเองกับของตัวแบบ ผู้สังเกตจะประมวลพฤติกรรมของตัวแบบ รวมทั้งพฤติกรรมของตัวเองที่กระทำผ่านมาแล้ว และที่เป็นอยู่เพื่อประเมินความคล้ายคลึงกับตัวแบบมากที่สุด และใช้สิ่งนั้นเป็นเครื่องชี้บอกสำหรับการเลือกตอบสนองในคราวต่อไป การลอกแบบเป็นพฤติกรรมทางสังคมแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นจากแรงขับ ซึ่งอาจมีพื้นฐานมาจากความวิตกกังวล ความต้องการในการยอมรับในสังคม หรือความต้องการรางวัล อันเกิดจากการได้รับประสบการณ์ หรือทักษะใหม่ ๆ จากผู้อื่น

ผู้ศึกษาเลือกแนวคิดเรื่องการเลียนแบบ มาเป็นกรอบในการศึกษา “ความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ)” เพราะการเรียนรู้ในลักษณะของการเลียนแบบนั้น ตัวแบบที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic Model) ซึ่งเป็นตัวแบบที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้มาก เพราะผู้ชมใช้เวลาเป็นจำนวนมากอยู่หน้าจอโทรทัศน์และเปิดรับรายการบันเทิงประเภทละครโทรทัศน์มากที่สุด ทำให้เกิดการซึมซับความเชื่อและค่านิยมต่าง ๆ ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว ดังนั้นผู้ศึกษาจึงใช้แนวคิดเรื่องการเลียนแบบมาอธิบายความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) ของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเรื่องพฤติกรรมเลียนแบบจากละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) หรือไม่ อย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์

ในกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์จำนวนมหาศาลนั้น หลายคนอาจมีลักษณะเป็นผู้ชมประเภท “มือใหม่หัดขับ” (Novice Viewers) หรือดูละครโทรทัศน์ไปเรื่อย ๆ ไม่จริงจังหรือเป็นล่ำเป็นสัน แต่ก็มีอีกหลาย ๆ คนที่ถูกมองว่าเป็น “แฟนพันธุ์แท้” (Soap Fans) ของละครโทรทัศน์ เนื่องจากตัวบทของละครโทรทัศน์มีขนบ มีภาษา มีจังหวะ หรือมีการเล่าเรื่องที่แตกต่างจากตัวบทของสื่อบันเทิงคดีอื่น ๆ ในขณะที่ผู้ชมประเภท “มือใหม่หัดขับ” ไม่ได้มีต้นทุนหรือประสบการณ์อันซ้ำซ้อนเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ แต่กลุ่ม “แฟนพันธุ์แท้” กลับมีลักษณะตรงกันข้าม กล่าวคือ เป็นผู้สะสมคลังความรู้เกี่ยวกับละครโทรทัศน์ เข้าใจขนบและภาษา ตลอดจนมีประสบการณ์การตีความตัวละครและเรื่องเล่าของละคร “น้ำเน่า” เป็นอย่างดี แต่ไม่ว่าจะเป็น “แฟนพันธุ์แท้” หรือ “มือใหม่หัดขับ” ทั้งสองกลุ่มก็มักจะเสพละครโทรทัศน์เพื่อมุ่งหวังความบันเทิงเป็นหลัก¹⁶

อย่างไรก็ตามเป้าประสงค์ของการดูละครโทรทัศน์คงไม่ใช่แค่ความบันเทิงแบบง่าย ๆ เท่านั้น ผู้ชมทั้งที่เป็น “แฟนพันธุ์แท้” หรือ “แฟนพันธุ์ใด ๆ” ต่างมีแรงบันดาลใจอื่นที่ซ่อนเร้นอยู่ในเจตจำนงเรื่องความบันเทิงแทบทั้งสิ้น ซึ่งสามารถสรุปเหตุผลที่สำคัญ ๆ ของการดูละครโทรทัศน์ได้ 5 ประการ ดังนี้

1. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อการบำบัด (Therapy) หรือทดแทน (Substitution) บางสิ่งบางอย่างที่ขาดหายไปในโลกความเป็นจริง เนื่องจากในชีวิตจริงของผู้คนในแต่ละกลุ่มสังคมต่างก็มีปัญหาใหญ่ย่อยแตกต่างกันไป การที่ละครโทรทัศน์เสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับตัวละครจากหลายเพศ หลายวัย หลายชนชั้น และหลายกลุ่มสังคม ละคร “น้ำเน่า” เหล่านี้จึงเป็นประหนึ่งกลไกแห่งการระบายออกทางสังคม (Social Outlets)

2. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อลดทอนความขัดแย้ง (Tensions) ในโลกความจริง แม้ในโลกความจริงจะมีรอยร้าวทางสังคมมากเพียงไร แต่ผู้ชมก็สามารถใช้ละครโทรทัศน์ประสารอยร้าว และเชื่อมร้อยรอยต่อต่าง ๆ ที่อาจเป็นเงื่อนไขสู่ความขัดแย้งตึงเครียดได้ อย่างน้อยก็ในโลกจินตนาการ

3. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อหลบหนี (Escapism) ไปจากชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อหน่าย ถ้าเปรียบเทียบระหว่าง “ละครน้ำเน่า” ที่เนื้อเรื่องซ้ำซาก กับชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อหน่าย

¹⁶ สมสุข หินวิมาน, “ละครโทรทัศน์: เรื่องของ ‘ตบ ๆ จูบ ๆ’ และ ‘ผัว ๆ เมีย ๆ’ ในสื่อ ‘น้ำเน่า,’” ใน สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ, รวบรวมและจัดพิมพ์โดย กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (กรุงเทพมหานคร: ออล อเบอร์ท ฟรินท์, 2545), น. 218-222.

ไม่ไปไหน อะไรจะดูเป็นวังวนมากกว่ากัน คำตอบที่ผู้ชมละครโทรทัศน์หลาย ๆ คนตอบออกมา ก็คือ ชีวิตจริงของคนเราต่างหากที่ดูจำเจน่าเบื่อมากกว่า ดังนั้นภายใต้การกำกับของโครงสร้างสังคม มนุษย์จำเป็นต้องแสวงหาพื้นที่ในการต้านทานหรือท้าทายกฎระเบียบแห่งสังคม

4. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อต้องการหาเพื่อน ละครโทรทัศน์ทำให้ผู้ชมทั่วไปรู้สึกว่าคุณเองได้บริหาร “อำนาจ” จากการที่เรารู้ว่าชีวิตคนอื่นเป็นเช่นไร แต่ท้ายที่สุด ผู้ชมเหล่านี้ก็มักจะบอกว่า ชีวิตของคนอื่นก็มักจะคล้ายกับชีวิตของตนเอง ละครโทรทัศน์จึงถือเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัย เมื่อผู้ชมนั่งดูละคร พวกเขาและเขาก็จะหาข้อสรุปให้กับตนเอง ตามแต่ประสบการณ์ทางสังคมและประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมา ทั้งนี้ไม่มีใครเลยที่จะนั่งดูละครโทรทัศน์ โดยปราศจากความคิดอันใดหรือไม่ได้ใช้ความรู้หรือประสบการณ์ของตนมาต่อรองกับสิ่งที่ได้สัมผัสหน้าจอ

5. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อการชุบชีวิตจิตใจและสร้างชุมชนทางสังคมขึ้นมา สำหรับผู้คนในโลกปัจจุบันแล้วไม่ค่อยมีใครมีประสบการณ์ร่วมที่เหมือนกันหรือสามารถสนทนาพูดคุยเรื่องเดียวกันได้ เปรียบเสมือนเดียวกับผู้คนในสังคมชุมชนขนาดเล็กเมื่อครั้งอดีต ฉะนั้นพวกเขาและเธอก็จะพูดคุยกันเกี่ยวกับสิ่งที่เห็นจากจอโทรทัศน์ทดแทน การดูโทรทัศน์จึงเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ร่วมในการสนทนา

Ien Ang¹⁷ ได้ให้ความสนใจไปยังสิ่งที่เรียกว่า อากา “อิน” หรือที่ภาษาอังกฤษใช้ว่า อากา “Involvement” ของผู้ชมละครโทรทัศน์ Ang เชื่อว่า อารมณ์และเหตุผลของมนุษย์ไม่เคยแยกออกจากกัน อันหมายความว่า ไม่มีเส้นแบ่งชัดเจนระหว่างโลกจินตนาการและความเป็นจริง ในการเสพละครโทรทัศน์ Ang ให้ความสำคัญอย่างมากต่อโลกจินตนาการ หรือ “Fantasy” และอธิบายว่า จินตนาการไม่ได้เป็นข้อตรงข้ามกับโลกความจริงเลย ในทางกลับกันโลกจินตนาการ เปรียบเสมือนละครโทรทัศน์เป็นการจับเอาโลกความเป็นจริง ซึ่งจะวางอยู่บนระนาบบรรทัดเดียวกันกับเส้นของจินตนาการนั่นเอง เพราะฉะนั้นเวลาที่เราดูภาพความขัดแย้งกันระหว่างศิลา และวัชรพล สองพี่น้องแห่งตระกูลชโยดม ในละครโทรทัศน์เรื่อง “ลายมณัษย์” หลายคนจึงรู้สึกเหมือนว่ามีกรอบความเป็นจริงบางอย่างเกี่ยวกับการเข่นฆ่ากันระหว่างพี่น้องนักธุรกิจบางตระกูล ที่ถูกจับมาใส่วงเล็บไว้ให้ผู้ชมสามารถใช้อ้างอิงถึงได้

¹⁷ Ien Ang, 1985, อ้างถึงใน สมฤทัย กล่อมน้อย, “พฤติกรรม的开ปรับชม และการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ ช่อง 7 สี ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 15-16.

นอกจากนี้ Ang ยังได้แสดงความเห็นเพิ่มเติมออกไปอีกว่า มนุษย์แต่ละคนจะมีอาการ “อิน หรือ อารมณ์ร่วม” ต่อจินตนาการไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสิ่งที่เรียกว่า “ทุนทางวัฒนธรรม” (Cultural Capital) หรือประสบการณ์ในชีวิตและประสบการณ์ทางสังคมของแต่ละบุคคล เช่น ผู้หญิง ผู้ชาย เด็ก คนแก่ วัยรุ่น คนชนบท คนเมือง แม่ค้า พระ โสเภณี ตำรวจ นักธุรกิจ คนขับรถสองแถว ผู้คนเหล่านี้อาจจะดูละครโทรทัศน์เรื่องเดียวกัน แต่เธอและเขาจะมีอาการ “อิน” ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขณะที่นั่งดูโทรทัศน์อยู่นั้นจู่ ผู้ชมแต่ละคนก็จะนำ “ทุนทางวัฒนธรรม” เฉพาะของตนมาต่อรอง สะสมหรือขยายทุน และทำให้แบบแผนการดูหรือลักษณะการตีความละครโทรทัศน์แตกต่างกัน Ang เรียกกระบวนการดังกล่าวนี้ว่า “จินตนาการแห่งเรื่องน้ำเน่า” (Melodramatic Imagination) ซึ่งอาจอธิบายต่อไปได้ว่า ก่อนที่ผู้ชมแต่ละคนจะเปิดโทรทัศน์เพื่อดูละคร พวกเขาเคยมีประสบการณ์บางอย่างที่เป็นทั้งชัยชนะและความพ่ายแพ้มาแล้วในโลกความเป็นจริง และเมื่อละครโทรทัศน์จบลง ทั้งเธอและเขาก็นำเอาประสบการณ์แห่งชัยชนะและความพ่ายแพ้ในโลกจินตนาการ มาสัมผัสต่อยอดออกไปในโลกความเป็นจริง

ในขณะที่ละครโทรทัศน์มักถูกตีตราว่าเป็น “น้ำเน่า” ในยุคสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้น สารบันเทิงที่ถูกหยาบหมิ่นนี้กลับมีความสำคัญยิ่งนักต่อสังคมของผู้คนทั้งหลายที่ออกตัวว่า รสนิยมของตนเป็นแบบ “น้ำดี” ในแง่นี้มีหลายเหตุผลที่ละครแนว “น้ำเน่า” มีค่าควรแก่การใส่ใจหรือศึกษา ยิ่งนักในโลกวิชาการ ไม่ว่าจะพิจารณาเหตุผลในเชิง “ปริมาณ” หรือในเชิง “คุณภาพ”¹⁸

ในกรณีเหตุผลเชิง “ปริมาณ” พบรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้

ประการที่หนึ่ง มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ (มสช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้จัดโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพะของสังคม (Media Monitor) โดยศึกษา “รายการละครในช่วงเวลาเด็ก เยาวชน และครอบครัว ทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี (3, 5, 7, 9, 11 และไอทีวี)” ของเดือนสิงหาคม ปี 2548 จากช่วงเวลา 16.00-22.00 น. พบว่า ในช่วงเวลาที่ศึกษามีรายการละครทั้งสิ้น 34 เรื่อง ออกอากาศทาง 5 ช่องสถานี¹⁹ หากลองคำนวณจำนวนชั่วโมงที่ออกอากาศ จะพบข้อเท็จจริงต่อไปได้ว่า เราสามารถใช้เวลากับละครโทรทัศน์ได้อย่างเต็มที่ในวัน ๆ หนึ่งถึง 4-6 ชั่วโมง อันถือได้ว่าเป็นจำนวนเวลาที่มากไม่น้อย²⁰

¹⁸ สมสุข หินวิมาน, สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ, น. 176-179.

¹⁹ องค์การบริหารแผนงาน: มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก, “รายการละครในช่วงเวลาเด็ก เยาวชน และครอบครัว ทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี (3, 5, 7, 9, 11 และไอทีวี เดือนสิงหาคม 2548,” <<http://www.childmedia.net>>, 22 ธันวาคม 2549.

²⁰ สมสุข หินวิมาน, สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ, น. 176-179.

ประการที่สอง นอกจาก “จำนวน” เวลาที่ออกฉายละครโทรทัศน์จะมากมายในแต่ละวันแล้ว “ความสม่ำเสมอ” ของการออกอากาศก็เป็นคุณสมบัติสำคัญของรายการประเภทนี้ นั่นหมายความว่า นอกจากละครโทรทัศน์จะมาให้ชม “ทุกวัน” แล้ว ยังมา “ตรงเวลา” อีกด้วย เช่น เมื่อถึงเวลาสองทุ่มครึ่งหลังข่าวประจำวันออกอากาศแล้ว ผู้ชมก็สามารถคาดหวังได้ทันทีว่าจะได้ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบจากสถานีช่องต่าง ๆ

ประการที่สาม จากการที่ปริมาณเวลาและจำนวนเรื่องของละครโทรทัศน์มีหลากหลายในแต่ละสัปดาห์เช่นนี้ ผลที่ตามมาก็คือ การเกิดขึ้นของ “ค่าย” หรือบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์จำนวนมากในปัจจุบัน อันได้แก่ ดีต้า (หรือดาราวิดีโอ) อัครเศรณี กันตนา EXACT ยูม่า ฮูแอนด์ยู อาร์เอส โพลีพลัส เปาจินจง รศ.219 ทีวีซีน บรอดคาสต์ไทยเทเลวิชั่น ทีวีอินเตอร์ ITV ฯลฯ

ประการสุดท้าย นอกจากปริมาณเวลา ปริมาณเรื่องที่ออกอากาศ และปริมาณของผู้ผลิตแล้ว องค์ประกอบที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่ง คือ ปริมาณของผู้รับสารหรือผู้ชม ตัวอย่างเช่น เวลาของละครหลังข่าวภาคค่ำของสถานีหลัก ถือเป็นช่วงเวลาสำคัญทางการตลาดหรือการโฆษณาสินค้า เพราะเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมเปิดโทรทัศน์และรับชมรายการมากที่สุด หรือที่เรียกกันว่าเวลา “Prime Time” ด้วยเหตุนี้ ช่วงละครโทรทัศน์หลังข่าวจึงเป็นเวลาที่ค่าโฆษณาแพงที่สุด ทว่าบรรดาเจ้าของสินค้าก็พร้อมจะเข้ามาแย่งกันซื้อเวลาเพื่อสร้างการเข้าถึง (Reach) กับผู้ชมจำนวนมาก

สำหรับเหตุผลเชิง “คุณภาพ” พบรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้

ประการที่หนึ่ง โลกความเป็นจริงรอบตัวเรากับโลกจินตนาการของละคร “น้ำเน่า” ไม่เคยแยกออกจากกันอย่างชัดเจน ความเคลื่อนไหวที่อยู่ในละครโทรทัศน์ ไม่เคยเป็นไปโดยอุบัติเหตุ แต่จะสอดคล้องกับโลกความเป็นจริงภายนอกอยู่เสมอ เมื่อหนังสือพิมพ์หน้าหนึ่งลงข่าวฆาตกรรมที่ลึกลับซ่อนเงื่อนมากมาย (เช่น กรณีหมอผีสพร หรือดอกเตอร์นิต้า) ละครโทรทัศน์ก็รับลูกให้ตัวละครเอกอย่างริสาและภาคด ต้องมาคลาคล่ำปริศนาการฆาตกรรมกันบ้าง ในละครเรื่อง “วังวารี” ดังนั้น สิ่งที่ผู้ชมเห็นในละครโทรทัศน์จึงเป็นภาพสะท้อน หรือแสดงแทนบางเลี้ยวบางส่วนของปรากฏการณ์เกี่ยวกับความรู้สึกและสำนึกทางสังคมในโลกความจริง

ประการที่สอง ไม่เพียงแต่ละครโทรทัศน์จะสะท้อนหรือแสดงแทนเลี้ยวส่วนภาพของโลกความจริง ในมิติของผู้ชมและสังคมนั้นก็พร้อมเสมอที่จะโยนโยนบางแง่มุมของละครโทรทัศน์มาอธิบายชีวิตหรือสังคมของตนเอง เมื่อละครเรื่อง “หนี้รัก” ออกฉาย ผู้ชมบางรายถึงกับเอ่ยว่า ดูละครเรื่องนี้เพราะการมี “หนี้รัก” แบบตัวละครตริษฐียังดีกว่าการมี “หนี้เยอะ” ดังชีวิตจริงของตนเอง ละครโทรทัศน์กับคำอธิบายในโลกความจริงจึงยังคงเป็นกระจกที่ “ส่องทาง” ให้กันและกันเสมอ

จากเหตุผลเชิง “คุณภาพ” ทั้งสองประการนี้ Raymond Williams (1989)²¹ ได้อธิบายไว้ด้วยวลีที่ว่า “drama in a dramatized society” หรือที่กาญจนา แก้วเทพ (2537) แปลไว้อย่างแยบคายว่า “โลกนี้คือละคร หรือโรงละครกลายเป็นโลกนี้” อันหมายความว่า ในตารางชีวิตของสังคมสมัยใหม่ ละครโทรทัศน์ได้กลายเป็นลมหายใจของผู้คนทุกรุ่น ทุกเพศ ทุกวัย และทุกคนไปแล้ว เส้นกั้นแบ่งพรมแดนของ “โลกที่เป็นจริง” และ “โลกแห่งละคร” ดูเหมือนจะเบาบางลงทุกวัน หากลองพิจารณาการกระทำระหว่างมนุษย์ด้วยกัน นอกจอโทรทัศน์ก็ไม่ต่างอันใดกับตัวละครที่ถูกจับตามองโดยผู้ชมบางคนที่เราไม่เห็นตัว ฉะนั้นสายใยผูกพันระหว่าง “ตัวละคร” กับ “คนดู” จึงมิได้จำกัดขอบเขตภายในจอโทรทัศน์เท่านั้น หากแต่ร้อยตัวออกมายังชีวิตจริงของผู้คนอีกด้วย

นอกจากละครโทรทัศน์จะมีคุณค่าควรแก่การใส่ใจหรือศึกษาในโลกวิชาการแล้ว ละครโทรทัศน์ยังมีคุณค่าควรแก่การใส่ใจหรือศึกษาในโลกของธุรกิจอีกด้วย เนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นรายการบันเทิงซึ่งเป็นหัวใจหลักของสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้ชมให้ความสนใจมากที่สุด และยังเป็นรายการหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับสถานีโทรทัศน์กล้าล้าบทบาทในแต่ละช่วงเวลาที่ออกอากาศ ละครโทรทัศน์จึงถือเป็นรายการที่เป็นหน้าเป็นตาให้กับสถานีโทรทัศน์ หากละครโทรทัศน์เรื่องใดดึงดูดผู้ชมให้ติดตามชมละครโทรทัศน์ได้เป็นจำนวนมาก ย่อมทำให้สถานีโทรทัศน์นั้นได้รับความนิยมมากกว่าสถานีอื่น (Rating) และย่อมหมายถึงผู้สนับสนุนหรือสปอนเซอร์ที่จะเข้ามาอุปถัมภ์ทางการเงินให้กับสถานีโทรทัศน์จำนวนมากด้วย เช่น การซื้อเวลาออกอากาศโฆษณา เป็นต้น

ละครโทรทัศน์ไทยถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อปี 2498 โดยได้รับอิทธิพลมาจากละครตะวันตก และตลอดระยะเวลา 50 ปีที่ผ่านมา ละครโทรทัศน์ได้เปลี่ยนรูปแบบไปตามสภาพของสังคมแต่ละยุคสมัย แต่แม้ว่ารูปแบบของละครโทรทัศน์จะแปรเปลี่ยนไปตามความนิยมของแต่ละยุคสมัย แต่ความนิยมในการดูละครโทรทัศน์ของผู้ชมตลอดเวลา 50 ปีที่ผ่านมาก็ได้เปลี่ยนไป ไม่ว่าในยุคสมัยใดละครโทรทัศน์ก็มักได้รับความนิยมเป็นอันดับต้น ๆ เสมอมา อย่างไรก็ตาม ด้วยภาวะการรณรงค์แข่งขันของแต่ละสถานี การผลิตละครโทรทัศน์ให้เป็นที่นิยมนั้น ผู้ผลิตต้องตัดสินใจอย่างรอบคอบ เพราะละครโทรทัศน์ก็เปรียบเหมือนสินค้าชนิดหนึ่งที่มีผู้ชมเป็นกลุ่มผู้บริโภค ผู้ผลิตจึงต้องวางแผนการผลิตสินค้าของตนให้ออกมาเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมให้มากที่สุด ดังนั้น ผู้ผลิตส่วนใหญ่

²¹Raymond Williams, 1989 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, สื่อบันเทิง : อำนาจแห่งความไร้สาระ, น. 178-179.

ต่างก็ต้องประสบกับปัญหาที่ว่า จะผลิตละครโทรทัศน์ออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมส่วนใหญ่ได้อย่างไรภายใต้ภาวะการแข่งขัน และเงื่อนไขของเวลา²²

จิตรลดา ดิษยนันทน์²³ ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การผลิตละครโทรทัศน์ของบริษัทกันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผลิตละครโทรทัศน์มากกว่า 30 ปี ไว้ว่า

ประการที่หนึ่ง คือ การเลือกเรื่องเพื่อนำมาทำเป็นละครโทรทัศน์ต้องเป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้และสอดคล้องกับรสนิยมของคนไทย โดยมักเน้นไปที่กลุ่มคนระดับกลางและระดับล่างเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตไม่สามารถที่จะทำละครให้ถูกใจผู้ชมทุกคนได้ ดังนั้นแนวคิดในการเลือกผลิตละครของกันตนา จึงยึดหลักการตอบสนองความพึงพอใจของคนส่วนใหญ่ ก็เป็นการเพียงพอแล้วในการผลิตละคร

ประการที่สอง คือ เนื้อหาของละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่มักหลีกเลี่ยงเรื่องราวชีวิตความรัก หรือที่เรียกกันว่าเรื่องน้ำเน่าไม่พ้น เช่น มนต์รักลูกทุ่ง ไฟต่างสี เกิดแต่ลม ฯลฯ เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่ยังคงต้องการที่จะชมละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาดังกล่าว ดังนั้น ผู้ผลิตจึงต้องผลิตละครโทรทัศน์ดังกล่าวเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ชมส่วนใหญ่

ขณะเดียวกัน ละครโทรทัศน์มักถูกมองว่าเป็นสื่อเพื่อ “ความบันเทิง” เป็นหลัก ดังนั้น สิ่งที่ละครโทรทัศน์เสนอส่วนใหญ่จึงเน้นไปที่ความสนุกสนาน ไม่มีสาระ เช่น ผู้การเรือเร่ ผู้กองยอดรัก ไอ้คุณผี มนต์รักลูกทุ่ง รักลับลึก เป็นต้น อีกทั้งการเสนอเรื่องราวที่จริงจังหรือเรื่องที่มีเนื้อหาหนักแน่นจนเกินไปก็มักไม่ค่อยประสบความสำเร็จ หรือไม่ได้รับความนิยมนจากผู้ชมเท่าที่ละครที่เต็มไปด้วยความสนุกสนาน อีกทั้งการชมละครโทรทัศน์ก็มีลักษณะเหมือนบังคับให้ผู้ชมชมอยู่แล้ว เนื่องจากทุกสถานีจัดเวลาในการออกอากาศช่วงเดียวกัน ผู้ชมจึงมีโอกาสเลือกชมน้อย เนื้อหาของละครแต่ละเรื่องก็มักจะซ้ำ ๆ กัน เพราะเมื่อละครเรื่องใดประสบความสำเร็จ ก็มักจะมีผู้ผลิตอื่นผลิตละครในแนวเดียวกันออกมา เช่น คู่กรรม ขมิ้นกับปูน ดาวเรือง เป็นต้น หรือในกรณีที่บุคคลส่วนใหญ่ในบ้านต้องการชมละครเรื่องนี้ ในขณะที่บางคนอาจไม่ต้องการชม แต่ก็จำใจต้องชมตามคนอื่น ๆ ไปด้วย

²² อุทุมพร เลื่องลือเจริญกิจ, “แบบแผนการชมละครโทรทัศน์ของผู้ชาย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), น. 20.

²³ จิตรลดา ดิษยนันทน์, “กลยุทธ์ในการผลิตรายการละครโทรทัศน์ ของบริษัทกันตนา วิดีโอโปรดักชั่น จำกัด,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 11-25.

และประการสุดท้ายที่ทำให้ละครโทรทัศน์ประสบความสำเร็จ คือ การใช้ดาราเพื่อดึงดูดให้ผู้ชมติดตามชมเรื่องราวในละคร โดยใช้ดาราที่เป็นนักแสดงอาชีพ โดยเฉพาะการใช้จุดจับใจด้าน Sex Appeal เพื่อดึงดูดผู้ชมเพศตรงข้าม ซึ่งมักพบบ่อยในละครโทรทัศน์ เช่น วิลลี่ แมคอินทอช, ยุทธพิชัย ชาญเลขา, ลลิตา ปัญโญภาส ในทนายสี่เพลิง เป็นต้น ซึ่งการใช้ดาราเหล่านี้เป็นบทบาทสำคัญที่ช่วยให้ผู้ชมได้รับการตอบสนองต่อความต้องการในสิ่งที่เป็นเรื่องเพื่อฝัน

แนวคิดเรื่องละครโทรทัศน์กับวัยรุ่น

การดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมประจำวันอย่างหนึ่งในครอบครัว ผู้ปกครองมักคิดว่าการปล่อยให้เด็ก ๆ นั่งดูโทรทัศน์เพียงลำพัง ยังปลอดภัยกว่าให้ออกไปนอกบ้าน โดยที่ไม่ได้คำนึงว่าพวกเขาได้ซึมซับอะไรบ้างจากโทรทัศน์

ในบทความเรื่องการเสพติดทีวีของวารสาร Scientific American รายงานการค้นพบว่าทำไมวัยรุ่นและผู้ใหญ่จึงรู้สึกว่าเป็นยากเหลือเกินที่จะปิดโทรทัศน์ สิ่งนี้เกิดขึ้นเพราะเมื่อเปิดโทรทัศน์ดูเราจะรู้สึกผ่อนคลายทันที และความรู้สึกนี้จะหายวับไปทันทีที่ปิดโทรทัศน์ หลังการออกกำลังกายร่างกายจะรู้สึกกระชุ่มกระชวย แต่หลังจากดูโทรทัศน์เรามักจะรู้สึกหมดแรง

บทความนี้จึงสรุปว่าโทรทัศน์เหมือนแม่เหล็กที่ดึงดูดให้ต้องเปิดมันนานกว่าที่ตั้งใจไว้ แม้ว่าการดูโทรทัศน์ที่ยาวนานจะไม่ได้ให้อะไรแก่ร่างกายเลย บางคนอาจคิดว่าวัยรุ่นได้ดูโทรทัศน์แล้วได้เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารและมีความคิดกว้างไกลทันสมัย แต่ทราบหรือไม่ว่าการดูโทรทัศน์นั้นไม่ต้องใช้สมองทำงาน พวกเขาต้องติดตามดูเรื่องราวที่ผ่านไปอย่างรวดเร็ว และไม่สามารถหยุดเรื่องราวเพื่อคิดวิเคราะห์ ไตร่ตรองถึงเหตุและผล ซึ่งสิ่งนี้ตรงกันข้ามกับการอ่านหนังสือที่สามารถหยุดเพื่อย้อนกลับมาอ่านใหม่เพื่อคิดไตร่ตรองได้ โทรทัศน์สร้างภาพ คำพูด และอารมณ์ให้รับรู้โดยไม่ต้องอาศัยการตีความ เพียงแค่นั่งลงและจ้องดูจอโทรทัศน์ ในขณะที่การอ่านหนังสือจำเป็นต้องใช้จินตนาการสร้างภาพเอง การอ่านจึงเป็นกิจกรรมที่ใช้สมองทำงานมากกว่าการดูโทรทัศน์ มีการศึกษาค้นคว้ามากมายเกี่ยวกับผลดีและผลเสียจากการดูโทรทัศน์ เนื่องจากโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งต่อการเติบโตของวัยรุ่นในยุคนี้ พร้อมทั้งข้อเสนอต่อผู้ใหญ่ในสังคมต่อทิศทางของโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น²⁴

²⁴ องค์การบริหารแผนงาน: มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก, “แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.),” <<http://www.childmedia.net>>, 28 เมษายน 2550.

ความคิดอ่านของวัยรุ่นนั้น ถึงแม้ว่ายังมีความเป็นเด็กแต่ค่อนข้างจะแตกต่างไปจากวัยเด็กมาก คือ เมื่อเด็ก ๆ ดูโทรทัศน์ พวกเขาอาจสามารถแยกแยะได้ระหว่างโลกสมมติกับโลกแห่งความเป็นจริง เพียงแต่ระดับของความสามารถในการแยกแยะอาจมีไม่เท่ากับวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นจะรู้ว่ารายการโทรทัศน์ก็เป็นเรื่องสมมติขึ้นมาเท่านั้น ละครกคือนิยายเรื่องหนึ่ง รายการโฆษณาก็คือรายการขายสินค้า อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งที่ขัดแย้งอยู่ในความคิดของวัยรุ่นก็คือ พวกเขายังคงมีความฝันอย่างลม ๆ แล้ง ๆ ว่าโทรทัศน์นั้นบางครั้งก็เสนอโลกแห่งความเป็นจริงให้กับพวกเขา เด็กวัยรุ่นจึงมองว่า โทรทัศน์เป็นกระแสนาทางอิเล็กทรอนิกส์ที่นำพวกเขาไปสู่โลกแห่งการผจญภัยด้วยสัมผัสเสียงและภาพที่มีสีสัน ทำให้พวกเขาเผลอฝันถึงวันพรุ่งนี้ และช่วยคลายความน่าเบื่อในแต่ละวันให้หมดไป

สำหรับเด็กเล็ก ๆ นั้น เป็นที่ทราบดีว่าความรู้สึกในการแยกแยะเรื่องของความเป็นจริงและการสมมติอาจอยู่ในระดับที่ยังไม่สมบูรณ์นัก ดังนั้น ผู้ใหญ่จึงต้องให้ความสนใจและดูแลเป็นพิเศษ ส่วนพัฒนาการของเด็กที่มีอายุ 11 ขวบขึ้นไป ก็อาจสามารถจัดไว้ในกลุ่มเดียวกันกับผู้ใหญ่ที่มีการกระทำ และพฤติกรรมที่พัฒนาและเป็นรูปเป็นร่างมั่นคงขึ้น แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าวัยรุ่นจะมีวุฒิภาวะเท่าผู้ใหญ่อายุ 30 ด้วยเหตุนี้จึงยังไม่ควรปล่อยปละละเลยให้วัยรุ่นต้องออกไปเผชิญโลกตามลำพัง แม้ว่าพัฒนาการทั้งในด้านความรู้สึกและการกระทำจะสมบูรณ์ค่อนข้างไปในทางผู้ใหญ่ แต่สิ่งสำคัญที่เรียกว่าประสบการณ์ยังน้อยมาก เหมือนกับมีอุปกรณ์ซ่อนอยู่ในมือเพียงพร้อม แต่ก็ซ่อนไม่เป็น เพราะไม่มีผู้สอนและขาดความชำนาญ

โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นแบบ และการเลียนแบบส่งผลต่อความเชื่อทัศนคติ ค่านิยม และรูปแบบต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต ผู้ปกครองจึงต้องช่วยเหลือลูกตรงจุดนี้ กล่าวคือ ควรจัดการให้ลูกได้รับประสบการณ์ในแต่ละขั้นตอนของชีวิตเพื่อให้เหมาะสมกับวัย ซึ่งหมายความว่า ให้ลูกได้แยกแยะออกระหว่างประสบการณ์ในชีวิตจริง และประสบการณ์ที่ได้จากจอโทรทัศน์ ให้ตระหนักรู้ในความแตกต่างระหว่างตัวละครกับคนจริง และความแตกต่างระหว่างความจริงกับโลกสมมติ

วัยรุ่นเป็นช่วงวัยที่แสวงหาเอกลักษณ์รูปแบบของตนเอง จึงสนใจสังเกตบุคคลในข่าวหรือละคร และพร้อมที่จะเลียนแบบเพื่อปรับเปลี่ยนตัวเองให้เหมือนบุคคลนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นดารานักร้อง คนดังต่าง ๆ วัยรุ่นมีความต้องการการยอมรับในกลุ่มเพื่อน การรับรู้สื่อจึงต้องให้ทันกลุ่มเพื่อนทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นตัวละครดัง รายการวิทยุ การ์ตูนยอดนิยม ฯลฯ อีกทั้งช่วงนี้ฮอร์โมนเริ่มทำงานอย่างมากจนเด็กเองควบคุมได้ยาก การแสวงหาสื่อจึงเป็นไปเพื่อความพอใจในเรื่องเพศ ถ้าขาดการควบคุมที่ดีพอจะเลือกรับสื่อลักษณะนี้ในทางที่ไม่เหมาะสม

สื่อต่าง ๆ เองก็พยายามจับลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น เพราะมีกำลังซื้อแต่มีขาดวิจารณญาณที่ดีในการตัดสินใจ จึงพยายามที่จะผลิตรายการให้วัยรุ่นสนใจมาก ๆ แม้บางครั้งจะส่งผลในทางลบก็ตาม เช่น ความรุนแรง การกระตุนทางเพศ ค่านิยมด้านวัตถุ ฯลฯ

แม้ว่าสื่อจะให้โทษแต่ในขณะเดียวกันสื่อก็ให้คุณด้วยในสังคม ปัจจุบันผู้ปกครองปฏิเสธสื่อเหล่านี้ไม่ได้ จึงมีแนวทางเพื่อการใช้ประโยชน์จากสื่อมากที่สุด และพยายามป้องกันให้สื่อมีผลกระทบทางลบต่อเด็กน้อยที่สุด²⁵

วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ)” นี้ นอกจากทฤษฎีที่ได้กล่าวถึงข้างต้นแล้ว ยังมีวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

สุภาพันธุ์ บุญนา²⁶ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับชม โดยเปิดรับชมทุกวัน ใช้เวลาในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ประมาณ 1 ชั่วโมง สาเหตุที่เปิดรับชมเพราะต้องการเปิดรับชมเอง มีลักษณะการเปิดรับชมตั้งใจชมพอสมควร โดยเปลี่ยนไปชมช่องอื่นเมื่อละครไม่สนุกหรือน่าเบื่อ บุคคลที่ร่วมรับชมนั้นส่วนใหญ่ชมกับพ่อ / แม่ / ผู้ปกครอง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการสนทนากับพ่อ แม่ หรือผู้ปกครองถึงเรื่องราวของละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำนาน ๆ ครั้ง กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำที่ทำให้สนุกสนานเพลิดเพลิน มีระดับสูงมากที่สุด รองลงมาคือ ทำให้คลายเครียดจากการเรียน และลดความน่าเบื่อจากกิจกรรมอื่น ๆ และอันดับต่อมาคือ ทำให้ได้ข้อคิด คติสอนใจ คำสอนต่าง ๆ

²⁵ สมฤทัย กล่อมน้อย, “พฤติกรรมการเปิดรับชม และการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ ช่อง 7 สี ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร,” น. 14-15.

²⁶ สุภาพันธุ์ บุญนา, “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

ไสลทิพย์ จารุภูมิ²⁷ ศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ โดยศึกษาพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ติดตามดูละครโทรทัศน์หลังข่าวภาค 20.00 น. เป็นเวลาอย่างต่ำ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน ผลการวิจัยสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากที่จะดูละครโทรทัศน์ มีการวิพากษ์วิจารณ์บทบาทการแสดงของตัวละครหรือเนื้อเรื่องในขณะที่ได้ดู และได้นำละครไปใช้อรรถประโยชน์ทางสังคม โดยนำไปเป็นประเด็นสนทนาและเป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกลุ่ม ความพึงพอใจหลักที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ คือ ความสนุกสนานเพลิดเพลินจากเนื้อเรื่อง ดารา ฉาก และเครื่องแต่งกาย การผ่อนคลายหรือหลีกหนีจากความเครียดในปัญหาชีวิตประจำวัน การสำรวจความเป็นจริงและการได้รับคำแนะนำ นอกจากนี้ประสบการณ์ที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ คือ ความเชื่อเรื่องพรหมจรรย์เป็นสิ่งสำคัญในชีวิตผู้หญิง และความเชื่อเรื่องทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว

สมฤทัย กล่อมน้อย²⁸ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชม และการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ ช่อง 7 สี ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมละครโทรทัศน์ด้วยเหตุผลเพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เลือกชมละครโทรทัศน์ด้วยปัจจัยดารานำแสดงของเรื่อง ชอบละครโทรทัศน์ประเภทชีวิตรักโรแมนติก ด้านค่านิยมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลียนแบบด้านการกตัญญูรู้คุณมาใช้ปฏิบัติมากที่สุด โดยภาพรวมแล้วการเลียนแบบของกลุ่มตัวอย่างด้านค่านิยมนำมาปฏิบัติให้อยู่ในระดับมาก ด้านพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลียนแบบด้านเคารพบิดา มารดา ครู อาจารย์ ญาติผู้ใหญ่ และรุ่นพี่ ศักดิ์ศรีความเป็นผู้ชายหรือผู้หญิงมาปฏิบัติใช้มากที่สุด โดยภาพรวมแล้วการเลียนแบบของกลุ่มตัวอย่างด้านพฤติกรรมนำมาปฏิบัติให้อยู่ในระดับปานกลาง

²⁷ไสลทิพย์ จารุภูมิ, “ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. บทคัดย่อ.

²⁸สมฤทัย กล่อมน้อย, “พฤติกรรมการเปิดรับชม และการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ ช่อง 7 สี ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร,” น. บทคัดย่อ.

ธีรณรงค์ เกิดสุคนธ์²⁹ ศึกษาอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชน พบว่าเด็กส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลทางจริยธรรมจากละครโทรทัศน์ตามพฤติกรรมของตัวละคร ที่กระตุ้นให้ทำดี ส่วนอิทธิพลทางจริยธรรมจากละครโทรทัศน์ตามพฤติกรรมของตัวละครที่ทำให้เด็กเลียนแบบนั้นคิดเป็นร้อยละ 31.5 และพบว่าเด็กชอบดูละครโทรทัศน์ร้อยละ 68.5 โดยละครที่ ชอบดูที่สุดคือละครที่ให้คติสอนใจ สิ่งที่ละครโทรทัศน์ควรปรับปรุงที่สุดคือลดการโฆษณา ให้น้อยลง รองลงมาคือปรับปรุงเนื้อเรื่อง และเห็นว่าละครควรให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต

เสรี วงษ์มณฑา และคณะ³⁰ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมต่อ ความรุนแรงของเยาวชนกับพฤติกรรมในการดูละครโทรทัศน์: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มนักเรียน มัธยมศึกษา พบว่าเวลาที่เปิดรับชมมากที่สุด คือ 20.00-21.00 น. ของทุกวัน และ 09.00-12.00 น. ของวันเสาร์และอาทิตย์ ซึ่งรายการโทรทัศน์ที่เยาวชนไทยนิยมชมชอบมากที่สุดคือละครไทย โดย บุคลิกของตัวละครชายหญิงที่ชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ บุคลิกของตัวละครที่มีความซื่อสัตย์ต่อความ รัก คือมีรักเดียว และเยาวชนส่วนใหญ่จะมีการพูดคุยสนทนาถึงเนื้อหาของละครโทรทัศน์กับเพื่อน ๆ มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าการศึกษาของบิดา มารดา หรือผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ต่อการ เปิดรับรายการโทรทัศน์และการเลือกรับชมประเภทของเนื้อหาของละคร สำหรับการแสดงออกถึงความ รุนแรงนั้น เยาวชนส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้วิธีการรุนแรงในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และไม่เห็นด้วยกับ การใช้วิธีการที่รุนแรงในการแก้ไข้ปัญหา แต่จะเลือกใช้วิธีการแบบสันติวิธีในการแก้ไข้ปัญหา ที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังพบว่า ความถี่ในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ต่อการแก้ปัญหาด้วยวิธีการรุนแรงของเยาวชนไทย

อุทุมพร เลื่องลือเจริญกิจ³¹ ศึกษาแบบแผนการชมละครโทรทัศน์ของผู้ชาย พบว่ากลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะชมรายการโทรทัศน์พร้อมกับสมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะในช่วง เวลาเย็นถึงช่วงละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ โดยให้เหตุผลว่าเป็นโอกาสที่ได้อยู่ร่วมกับครอบครัว และพบว่าปัจจัยเรื่องครอบครัวเข้ามามีผลต่อการชมรายการโทรทัศน์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

²⁹ธีรณรงค์ เกิดสุคนธ์, “การศึกษาอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ที่มีต่อ เยาวชน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), น. บทคัดย่อ.

³⁰เสรี วงษ์มณฑา และคณะ, อิทธิพลของความรุนแรงในโทรทัศน์ต่อเยาวชนไทย (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ, 2533), น. 1-4.

³¹อุทุมพร เลื่องลือเจริญกิจ, “แบบแผนการชมละครโทรทัศน์ของผู้ชาย,” น. บทคัดย่อ.

รู้สึกว่าการชมโทรทัศน์ในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำทุกวันจนติดเป็นนิสัยหรือความเคยชิน เรื่องระดับความพึงพอใจนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างวัยเรียนมีความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์ เพื่อความเพลิดเพลินมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างวัยเรียนและวัยทำงานได้รับความพึงพอใจเพื่อหาคำแนะนำในการดำเนินชีวิตและหาเอกลักษณ์ให้กับตนเองมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มอายุได้รับความพึงพอใจเพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อให้เวลาว่างให้หมดไปมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มอายุมีความพึงพอใจเพื่อนำไปปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นน้อยมาก

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 6 ชิ้น สามารถอธิบายได้ใน 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์ ดังงานวิจัยของ สุภาพันธุ์ บุญนาค และไสลทิพย์ จารุภูมิ ซึ่งงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้น ได้ข้อสรุปเดียวกันคือ กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับชม โดยเปิดรับชมทุกวัน สำหรับความพึงพอใจหลักที่ได้รับจากการชมละครโทรทัศน์ คือ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การผ่อนคลาย หรือหลีกเลี่ยงจากความเครียดในปัญหาชีวิตประจำวัน อีกทั้งนำไปเป็นประเด็นสนทนาและเป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ที่ว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับสารที่ตนเองมีความสนใจ และจะตีความหมายสารนั้นตามแต่ประสบการณ์ของตนเอง และท้ายที่สุดก็จะเลือกจดจำความเชื่อและค่านิยมที่สอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง

ส่วนที่ 2 อิทธิพลของละครโทรทัศน์ที่มีต่อผู้รับชม จากงานวิจัยของสมฤทัย กล่อมน้อย, ชีรณรงค์ เกิดสุคนธ์ และเสรี วงษ์มณฑา และคณะ กล่าวคือ เมื่อผู้รับเปิดรับชมละครโทรทัศน์อย่างมีความถี่แล้ว จะส่งผลให้ผู้รับเกิดพฤติกรรมการเล่นแบบตามแต่เนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น เล่นแบบด้านการกตัญญูรู้คุณ การมีจริยธรรม หรือเล่นแบบด้วยการใช้สันติวิธีแก้ไขปัญหามาเป็นต้น ดังที่กาญจนา แก้วเทพ อธิบายไว้ว่า ละครโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดอุดมการณ์และค่านิยมต่าง ๆ ได้อย่างแยบยล ผู้รับชมรับรู้อุดมการณ์เหล่านั้นอย่างไม่รู้สึกตัวว่าถูกยัดเยียดให้รับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ ดังเช่นงานวิจัยของอุทุมพร เลื่องลือ เจริญกิจ ซึ่งพบว่าการชมละครโทรทัศน์ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำนั้นเป็นกิจกรรมที่ทำทุกวันจนติดเป็นนิสัยหรือความเคยชิน นอกจากนี้ครอบครัวยังมีบทบาทในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ด้วย เพราะถือเป็นช่วงเวลาที่ได้อยู่กับครอบครัว โดยแนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ของสมสุข หินวิมาน และจิตรลดา ดิษยนันทน์ ชี้ให้เห็นว่าบริษัทที่ผลิตละครโทรทัศน์จำเป็นต้องวางแผนการตลาดโดยผลิตละครโทรทัศน์ให้ออกมาเป็นทีที่ชื่นชอบของผู้ชมให้มากที่สุดภายใต้ภาวการณ์แข่งขัน และเงื่อนไขของเวลา ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของทางเลือกเรื่องเพื่อนำมาทำเป็นละครโทรทัศน์ หรือการเลือกใช้ดารามาเพื่อดึงดูดให้ผู้ชมติดตามชมเรื่องราวในละครโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง โดยสรุป คือ ต้องใช้ยุทธวิธีอันหลากหลายเพื่อดึงคนดูให้ติดตามชมละครโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องมิให้พลาดได้

อนึ่ง การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ)” นี้ ผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น มาเป็นกรอบในการศึกษา และยังใช้กำหนดตัวแปรเพื่อศึกษาความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) และศึกษาอิทธิพลของละครโทรทัศน์แนวชีวิต (แนวตบจูบ) ที่มีต่อความคิดเห็นเรื่องพฤติกรรมเลียนแบบของวัยรุ่น นอกจากนี้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ดังกล่าว ยังนำมาใช้เพื่อการอภิปรายผลการศึกษาที่จะได้รับในครั้งนี้ด้วย ซึ่งกรอบการศึกษาวิจัยสามารถแสดงผลได้ตามแผนภาพที่ 2.2 ดังนี้

ภาพที่ 2.2
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

