

การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ  
และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร



นางสาวอุริษา งามวุฒิมิวน

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TV DRAMA EXPOSURE, MEDIA LITERACY AND OPINION ON SEXUAL  
PREFERENCE AND IMITATION OF MALE HOMOSEXUAL  
AMONG YOUTH IN BANGKOK



MISS URISA NGARMWUTHIWORN

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความ  
คิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรม  
ชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวอุริษา งามวุฒิมิตร

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นักวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยา)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว)

อุริษา งามวุฒิวร : การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อ  
 ความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนใน  
 กรุงเทพมหานคร. (TV DRAMA EXPOSURE, MEDIA LITERACY AND  
 OPINION ON SEXUAL PREFERENCE AND IMITATION OF MALE  
 HOMOSEXUAL AMONG YOUTH IN BANGKOK) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก :  
 รศ.พัชณี เศษจรรยา, 231 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความ  
 คิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่ม  
 ตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ภายได้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน  
 400 คน มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สถิติพรรณนา ได้แก่  
 การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย เป็นต้น และสถิติอ้างอิง ได้แก่ การหาค่า T-test, Pearson's Product Moment  
 Correlation, Multiple Regression, Path Analysis เป็นต้น

ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์อยู่ในระดับต่ำ, การรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง,  
 ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่าง  
 มองว่าเยาวชนในปัจจุบันมักให้คุณค่ากับความนิยมทางเพศ โดยการยอมรับ และเปิดเผยตนเองมากขึ้นอยู่ใน  
 ระดับสูง โดยเปิดเผยผ่านบุคลิกลักษณะ, ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะ  
 เลียนแบบทรงผม และการแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์

อีกทั้ง ประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  
 ทางสถิติที่ระดับ 0.001

นอกจากนี้ ยังพบว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทาง  
 เพศ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของ  
 เยาวชน โดยการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงในการอธิบาย  
 ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ส่วนความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศเป็นตัวแปรที่มี  
 อิทธิพลทางตรง และทางอ้อมในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

ภาควิชา.....การปกครองส่วนท้องถิ่น.....ลายมือชื่อนิติศ.....อ.วิภา งามวุฒิวร.....  
 สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....  
 ปีการศึกษา...2553.....

# #5284732128 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS : TV DRAMA EXPOSURE / MEDIA LITERACY / SEXUAL PREFERENCE / IMITATION / MALE HOMOSEXUAL

URISA NGARMWUTHIWORN : TV DRAMA EXPOSURE, MEDIA LITERACY AND OPINION ON SEXUAL PREFERENCE AND IMITATION OF MALE HOMOSEXUAL AMONG YOUTH IN BANGKOK. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.PATCHANEE CHEYJUNYA, 231 pp.

The purposes of this research was to study the TV Drama Exposure, Media Literacy and opinion on Sexual Preference and opinion on Imitation of Male Homosexual among youth in Bangkok. The sample was secondary school students. Under the Office of the Basic Education Commission amount 400 persons. Questionnaire is a query tool for research. The statistic are divided into two categories that are Descriptive Statistic were the percentage, mean and Inferential Statistic were the T-test, Pearson's Product Moment Correlation, Multiple Regression and Path Analysis etc.

The results showed that:

TV Drama Exposure at a low level, Media Literacy at the middle level, The opinion on Sexual Preference at the middle level. Based on detailed and found that young people today tend to value the popular Sexual Self-Acceptance and disclosure in the advanced on personality. The opinion on Imitation at the middle level on hair style and dress from male actor in TV Drama.

Moreover, Different types of schools, effect to TV Drama Exposure have different statistical significance level of 0.001

Also TV Drama Exposure, Media Literacy and opinion on Sexual Preference are variables that have a causal relationship of opinion on Imitation of Male Homosexual among youth. The TV Drama Exposure and Media Literacy are variables that directly influence to the opinion on Imitation of Male Homosexual and opinion on Sexual Preference is variable that directly and indirectly influence to the opinion on Imitation of Male Homosexual.

Department : ...Public Relation..... Student's Signature อุไรษา งามวุฒิวรรณ  
Field of Study : .Development Communication Advisor's Signature Patchanee  
Academic Year : .2010.....

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณรองศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมแก่ผู้วิจัย และทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้เลี้ยงดู ช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย จนผู้วิจัยสามารถสำเร็จการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอขอบพระคุณอาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ทุก ๆ ท่าน ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ รวมไปถึงประสบการณ์ด้านต่าง ๆ เพื่อปรับใช้ในการทำงาน และดำเนินชีวิตในอนาคตแก่ผู้วิจัย และเพื่อน ๆ Dev Comm. รุ่น 32

ขอขอบพระคุณ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ สำหรับความรู้ และความช่วยเหลือด้านสถิติที่ใช้ในการวิจัยแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณ คุณหนอ ณัฐวิชญ์ วนาพงษ์ สำหรับความรัก ความเข้าใจ ความช่วยเหลือ และกำลังใจที่มีให้ผู้วิจัยเสมอมาอย่างเสมอต้นเสมอปลาย

ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ Dev Comm. รุ่น 32 ทุก ๆ คน ที่ช่วยแต่งแต้มสีสันให้กับประสบการณ์ ในการใช้ชีวิตนิสิตปริญญาโท ในรั้วจามจุรีแห่งนี้

และสุดท้าย ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุก ๆ ท่าน ที่ได้สละเวลาร่วมตอบแบบสอบถาม จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ประสบความสำเร็จ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การทำวิจัย.....	9
ปัญหำนำการวิจัย.....	10
สมมติฐานการวิจัย.....	11
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	12
ตัวแปรในการวิจัย.....	12
ขอบเขตการวิจัย.....	15
นิยามศัพท์.....	15
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	17
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และการเปิดรับข่าวสาร.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์.....	28
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ.....	36
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น.....	52
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย.....	70
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยมทางเพศ.....	80
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม.....	85
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ.....	89

บทที่ หน้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	94
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	108
ประชากร.....	108
กลุ่มตัวอย่าง.....	108
การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	109
เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย.....	110
การตรวจสอบความเที่ยง ความตรงของเครื่องมือในการวิจัย.....	115
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	115
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	116
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	117
ตอนที่ 1: การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น.....	118
ตอนที่ 2: การทดสอบสมมติฐาน.....	143
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	158
สรุปผลการวิจัย.....	160
การอภิปรายผลการวิจัย.....	166
ข้อเสนอแนะ.....	198
รายการอ้างอิง.....	200
ภาคผนวก.....	215
ภาคผนวก ก.....	216
ภาคผนวก ข.....	220
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	231



## สารบัญตาราง

ตาราง ที่		หน้า
1.1	ตารางแสดงจำนวนประชากรชายไทยทั่วประเทศ.....	2
2.1	ตารางแสดงพัฒนาการด้านสังคมของวัยรุ่น.....	59
4.1	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	118
4.2	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา...	118
4.3	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภท สถานศึกษา.....	119
4.4	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่พักอาศัยใน ปัจจุบัน.....	119
4.5	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส บิดา-มารดา.....	120
4.6	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนพี่น้อง.....	120
4.7	ตารางแสดงระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์.....	122
4.8	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการ เปิดรับสื่อละครโทรทัศน์.....	124
4.9	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางในการ เปิดรับสื่อละครโทรทัศน์.....	125
4.10	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาในการ เปิดรับสื่อละครโทรทัศน์.....	126
4.11	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการ เปิดรับสื่อละครโทรทัศน์.....	127
4.12	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ในการ เปิดรับสื่อละครโทรทัศน์.....	127
4.13	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ร่วมรับชม สื่อละครโทรทัศน์.....	128
4.14	ตารางแสดงระดับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ.....	129
4.15	ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อความนิยมทางเพศ.....	131

4.16	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งความรู้เรื่องเพศ.....	133
4.17	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ใช้ในการปรึกษาปัญหาเรื่องเพศ.....	134
4.18	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่พบเห็นเยาวชนชายรักชาย.....	135
4.19	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งที่นึกถึงเมื่อพูดถึงชายรักชาย.....	135
4.20	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเป็นชายรักชายมากขึ้น.....	136
4.21	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีเพื่อนเป็นชายรักชาย.....	137
4.22	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางที่ถูกใช้ในการสื่อถึงชายรักชายในละครโทรทัศน์.....	137
4.23	ตารางแสดงระดับของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ.....	139
4.24	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวต้นแบบที่เยาวชนนิยมใช้ในการเลียนแบบ.....	140
4.25	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการในการเลียนแบบ.....	141
4.26	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย.....	141
4.27	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบในการเลียนแบบของเยาวชน.....	142
4.28	ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ระหว่างประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน.....	143
4.29	ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรู้เท่าทันสื่อ ระหว่างประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน.....	143
4.30	ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ระหว่างประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน.....	144

4.31	ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ระหว่างประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน.....	144
4.32	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน.....	145
4.33	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศของเยาวชน.....	146
4.34	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน....	146
4.35	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อและความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศของเยาวชน.....	147
4.36	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อและความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	148
4.37	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศและความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	148
4.38	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรียบเทียบตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	149
4.39	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรียบเทียบ ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	150

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แผนภาพแสดงกระบวนการเลือกรับข่าวสาร.....	20
2.2	แผนภาพแสดงแบบจำลองการรู้เท่าทันสื่อ.....	39
2.3	แผนภาพแสดงแบบจำลองการพัฒนาเอกลักษณ์รกร่วมเพศของวัยรุ่น.....	76
2.4	แผนภาพแสดงอิทธิพลของค่านิยมต่อพฤติกรรมของบุคคล.....	81
4.1	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	152
4.2	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน.....	152
4.3	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	153
4.4	แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อการความคิดเห็นต่อเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ผ่านความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ.....	153
4.5	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	154
4.6	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	154
4.7	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน.....	155
4.8	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	155
4.9	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	156
5.1	แผนภาพแสดงอิทธิพลของค่านิยมทางเพศชายรักชาย ต่อพฤติกรรมของบุคคล	188

5.2	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การ รู้เท่าทันสื่อ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการ เลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	189
5.3	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การ รู้เท่าทันสื่อ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการ เลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน.....	197



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มา และความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ความนิยมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยอาจสะท้อนถึงความเจริญก้าวหน้า หรือความเสื่อมถอยของสังคม ชาติใดประกอบด้วยประชาชนที่เพียบพร้อมไปด้วยความนิยมที่พึงประสงค์ก็จะนำมาซึ่งความสุข และความเป็นระเบียบเรียบร้อยแก่บ้านเมือง

ในปัจจุบันความนิยมทางเพศ และพฤติกรรมทางเพศของเยาวชนไทย กำลังมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่เหมาะสมมากขึ้น เนื่องจากสภาพสังคมยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าในการใช้เทคโนโลยีหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านการสื่อสาร ทำให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างประเทศทำได้ง่ายดายยิ่งขึ้น จากสภาพสังคมดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อเยาวชน จากการที่เยาวชนรับเอาวัฒนธรรมตลอดจนความนิยมต่าง ๆ จากชาติตะวันตกมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ โดยมีมูลเหตุมาจากการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ และเยาวชนรู้จักแต่การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี โดยไม่ได้มีกระบวนการเรียนรู้อย่างเท่าทันต่อสิ่งที่ได้รับ อีกทั้ง ยังขาดประสบการณ์ชีวิต จึงก่อให้เกิดความนิยม และพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม ขัดต่อวัฒนธรรม และความนิยมอันดีงามของไทย เช่น พฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของเยาวชนในที่สาธารณะ เป็นต้น

หากพิจารณาถึงมิติของความนิยมทางเพศของเยาวชนจะเห็นได้ว่ามีอยู่หลายมิติ โดยมีผู้วิจัยหลายท่านได้ให้ความสนใจ อาทิ สุพัทธรา บุญญานุกาพพงศ์ (2548) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “ปัจจัยที่มีผลต่อค่านิยมทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งได้ทำการศึกษาค่านิยมทางเพศในแง่ของ การคบเพื่อนต่างเพศในฐานะคู่อุปถัมภ์ การแสดงความรักระหว่างเพศ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรส การให้คุณค่าของพรหมจรรย์ การทำแท้ง และการสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง

ส่วนในงานวิจัยชิ้นนี้ จะทำการศึกษาค่านิยมทางเพศในแง่ของการมีพฤติกรรมชายรักชายเท่านั้น เนื่องจากเป็นความนิยมทางเพศที่มักจะถูกสื่อมวลชนใช้ในการนำเสนอผ่านสื่อละคร

โทรทัศน์ และทำการ ศึกษาตัวแปรความนิยมทางเพศชายรักชาย ในฐานะเป็นตัวแปรที่ส่งผลให้เกิดความนิยมทางเพศชายรักชาย

ปัจจุบันกลุ่มชายรักชาย (เกย์) (Mala Homosexual) ได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจนเป็นกลุ่มสังคมย่อยที่มีขนาดใหญ่ โดยนายกมลเศรษฐ์ เก่งการเรือ ประธานสมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย (2549) ก็การทำงานคลุกคลีในกลุ่มชาวเกย์ กล่าวว่า ในสังคมไทยมีมากถึงร้อยละ 10 ของประชากรชายที่เป็นเกย์ (www.gaythaiclub.com, 2549: Online)

นายแพทย์สุรพงษ์ อัมพันวงษ์ และคณะ (2525: 185 อ้างถึงใน ณัฐพงษ์ กระจ่าง 2540: Online) กล่าวว่า จากสถิติคนไข้ที่มาปรึกษาปัญหาการร่วมเพศพอประมาณได้ว่า เมืองไทยมีเกย์อยู่ประมาณ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ของประชากรผู้ใหญ่

จากข้อมูลเหล่านี้ ชี้ให้เห็นว่าจำนวนประชากรของกลุ่มชายรักชายเป็น Subculture ที่มีขนาดใหญ่จนมีอาจมองข้ามความสำคัญนี้ได้ สามารถนำมาประมาณการประชากรชายได้ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรชายไทยทั่วประเทศ (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2553: Online) โดยจะประกาศเรื่องจำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ทุกวันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากรชายไทย (คน)
2550	31,095,942
2551	31,255,869
2552	31,293,096

ดังนั้น หากผู้วิจัยทำการประมาณจำนวนประชากรในกลุ่มชายรักชายทั่วประเทศ ในปี 2553 จะได้ดังนี้

ที่ ร้อยละ 5 ประมาณ 1,564,655 คน และ ที่ ร้อยละ 10 ประมาณ 3,129,310 คน

จากจำนวนกลุ่มชายรักชายที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเราอาจพบเห็นได้จากสังคมรอบข้าง เป็นภาพสะท้อนหนึ่งของสังคม ที่มีอาจปิดบังได้ นอกเหนือจากบทบาททางเพศที่แตกต่างกัน ยังมี

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่าง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นได้ผ่านทางสื่อต่าง ๆ อาทิ นิตยสาร ภาพยนตร์ หรือแม้แต่ละครโทรทัศน์ ก็ยังมีให้เราพบเห็นได้อย่างมากมาย

ในงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาอย่างเจาะลึกในสื่อละครโทรทัศน์เท่านั้น เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถกระตุ้นความรู้สึกของผู้ชมได้ทั้งภาพ แสง สี เสียง นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับสื่อในประเภทอื่น ๆ

สังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดกว้างพร้อมที่จะรับสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาอยู่เสมอ โดยเฉพาะบริบททางด้านวัฒนธรรมต่างชาติ ต้องยอมรับว่าในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา “พฤติกรรมชายรักชาย” เป็นเรื่องที่มีกระแสเรียกร้องให้คนในสังคมหันมาเปิดใจยอมรับ และให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยจะเห็นได้จากการสร้างภาพยนตร์ ที่มักจะใช้บริบทของ “พฤติกรรมชายรักชาย” เป็นส่วนหนึ่งของนักแสดงในภาพยนตร์ อาทิเช่น ภาพยนตร์เรื่อง “Formula 17” ของเตมูจิน (เครือข่ายหมงคลฟิล์ม) หรือภาพยนตร์ฮอลลีวูดอย่าง “Alexander” ของ WPM Film International หรือภาพยนตร์ทุนสร้างต่ำแต่ดาราดังอย่าง “A home at the end of the world” ของ Box Office Entertainment ไม่เว้นแม้แต่เวทีเมืองคานส์ จากการกำกับของ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ผู้กำกับชาวไทย ในเรื่อง “สัตว์ประหลาด (Tropical Malady)” เป็นต้น นอกจากนี้ในงานเทศกาลภาพยนตร์ ยังมีการเพิ่มรางวัลให้กับภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็น “รักร่วมเพศ” ยิ่งช่วยปลุกกระแสภาพยนตร์ชายรักชายแบบที่ไม่ได้ขายเนื้อหนัง หรือมีจริต แบบฉาบฉวยให้มีมากขึ้นอย่างที่คนไทยชอบ ไปสู่ประเด็นที่มีความสัมพันธ์อย่างจริงจัง มากกว่าการล้อเลียนแบบเดิม ๆ

ภาพยนตร์ชายรักชายที่เข้ามาในเมืองไทยขณะนี้ มีประเด็นฮิตต่างจากต่างประเทศ โดยเฉพาะในแง่การมี “Sex Scenes” อันน่าตื่นตะลึงระหว่างชายกับชายเป็นจุดขายของดาราดัง ก็ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นดังเป็นพลุแตก ซึ่งประเด็นนี้ อาจมีความอ่อนไหวสูงในประเทศที่ค่อนข้างจะอนุรักษ์นิยมอย่างประเทศไทย โดยเฉพาะเป็นการยากที่จะผ่านด่านของระบบเซ็นเซอร์

ผู้นำเข้าภาพยนตร์ชายรักชายมาในประเทศไทย จะมีการเลือกโรงภาพยนตร์ที่จะใช้ฉายภาพยนตร์ชายรักชายโดยเฉพาะ เช่น ที่เฮาส์จามา หรือลิโด เป็นต้น ซึ่งสิ่งนี้เป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงเสียงของคนในสังคมโดยรวมนั้น ยังไม่ให้การยอมรับ “พฤติกรรมชายรักชาย” มากนัก แต่อาจจะมีการยอมรับร่วมกันเท่านั้น ที่จะให้ความสนใจในประเด็นนี้



สื่อภาพยนตร์ไทยที่มีการนำเสนอหรือถ่ายทอดเรื่องราวของเกย์เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2519 ชื่อเรื่อง "เกมส์" เป็นการเสนอแง่มุม หรือตีแผ่ภาพของเกย์ แต่เป็นเชิงลบ เพราะเป็นการเสนอเพียงด้านเดียวของผู้หญิงที่ได้รับความเสียหายที่มีความสัมพันธ์กับผู้ชายที่เป็นเกย์ อันเป็นความเชื่อที่สังคมไทยมองเกย์ในลักษณะดังกล่าว จึงถือได้ว่าเป็นภาพยนตร์เกย์ ในยุคแรกของไทย (<http://dek-d.com/board/view.php?id=1410188>, 2552: Online)

ดร.เสรี วงษ์มณฑา ซึ่งโด่งดังจากการทำละครเวทีเรื่อง "ฉันผู้ชายนะยะ" ที่เปิดรอบ การแสดงได้มากที่สุดแห่งยุค เป็นเรื่องราวของเกย์กลุ่มหนึ่งที่มาอยู่ร่วมกัน เป็นพวกปากจัด ชอบวิพากษ์วิจารณ์สังคมและการเมือง ได้มีการดัดแปลงจากละคร เวทีมาเป็นภาพยนตร์ในชื่อเรื่องเดียวกันในปี พ.ศ. 2531 และได้รับการสนับสนุนจากประชาชนอย่างล้นหลามเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ดร.เสรี วงษ์มณฑา ก็มีคู่ปรับอย่าง ดร.วัลลภ ปิยะมโนธรรม เป็นผู้พยายามคัดค้านหรือต่อต้านการเป็นเกย์ในสังคมไทยตั้งแต่ยุคดังกล่าวมาจนถึง ปัจจุบัน

การสร้างภาพยนตร์ไทยที่สะท้อนชีวิต และเรื่องราวเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่า สังคมไทยมีความกล้าพอที่จะตีแผ่เรื่องราวของกลุ่มชายรักชายมากขึ้น ทั้ง ๆ ที่ในขณะนั้นสังคมไทยมีสภาพการยอมรับในเรื่องนี้ค่อนข้างน้อย อีกทั้งขัดต่อความคิด และความเชื่อกระแสหลักของบุคคลในสังคมก็ตาม แม้ว่าภาพลักษณ์ และภาพสะท้อนของกลุ่มชายรักชายในภาพยนตร์เหล่านั้นจะเป็นเชิงลบ และนำพฤติกรรมชายรักชายไปล้อเลียนในเชิงขบขัน และเย้ยหยันก็ตามที่ถือได้ว่า เป็นการทำให้เรื่องราวของพฤติกรรมชายรักชายได้ถ่ายทอดสู่สังคมไทยได้มากขึ้น

ทั้งนี้ กระแสเรียกร้องให้คนในสังคมหันมายอมรับ "พฤติกรรมชายรักชาย" ยังมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะสังเกตได้จากละครโทรทัศน์ ซึ่งตัวละครมีบริบทของ "พฤติกรรมชายรักชาย (เกย์)" ให้เห็นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ "เทิง สติเฟื่อง" ที่เป็นทั้งพิธีกร และนักแสดงปรากฏในจอโทรทัศน์ในยุคแรกของโทรทัศน์ไทย นอกจากนี้ นักแสดงอื่น ๆ ที่เป็นลักษณะของชายไม่จริงหญิงไม่แท้ ทำให้สังคมไทยได้รู้จัก และคุ้นเคยกับกลุ่มชายรักชายมากยิ่งขึ้น สื่อโทรทัศน์สามารถสะท้อนภาพของความเป็นเกย์ในคุณลักษณะต่าง ๆ ได้ชัดเจน กว่าสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ เนื่องจาก

เป็นสื่อที่ทำให้มองเห็นทั้งรูปร่าง หน้าตา น้ำเสียง บุคลิกลักษณะ กิริยาอาการ และเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับตัวละครที่เป็นเกย์ ซึ่งก็มักเป็นเรื่องราวที่เป็นจริงใกล้เคียงกับกลุ่มชายรักชายในสังคม นั่นเอง

ตัวอย่างละครโทรทัศน์ที่มีบริบทของตัวละครเป็นชายรักชาย (เกย์) ได้แก่ น้ำตาลไหม้ ชายไม่จริงหญิงไม่แท้ รักไร้อันดับ ซอยปรารภ 2500 ท่านชายกำมะลอ ปัญญาชนก้นครัว รักเล่ห์เพทุบาย ไม้แป๊กป่า เมืองมายา สะพานดาว กามเทพเล่นกล รักแปดพันเก้า เพลงสีรุ้ง พรุ่งนี้รักเธอ เป็นต้น นักแสดงที่มารับบทบาทการแสดงเป็นเกย์ บางส่วนก็เป็นผู้รักร่วมเพศด้วย ส่วนนักแสดงที่ไม่ได้เป็นผู้รักร่วมเพศสามารถสวมบทบาทและถ่ายทอ และสื่อสาร ในความเป็นผู้รักร่วมเพศได้ดีเกือบทุกคน ดังนั้น เห็นได้ว่าความเข้าใจ และการยอมรับกลุ่มผู้รักร่วมเพศในสังคมไทยมีมากขึ้นตามลำดับ

พฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนที่กำลังแพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในวัยศึกษาเล่าเรียน และในวัยทำงาน พวกเขามีพฤติกรรมแสดงออกซึ่งความรักที่ไม่ถูกต้องอย่างเปิดเผย ไม่ว่าจะเป็นที่สาธารณะ สถานที่ทำงาน โดยไม่อายต่อสายตาของผู้คน และมีแนวโน้มว่าจะมีกลุ่มรักร่วมเพศเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งมาจากอิทธิพลของสื่อที่ให้การยอมรับส่งเสริมในพฤติกรรมดังกล่าว โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ ที่มีการนำนักแสดงที่มีพฤติกรรมรักร่วมเพศมาแสดงส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนที่อาจจะมีพฤติกรรมเลียนแบบได้

พฤติกรรมชายรักชายในปัจจุบันมีมากจนกลายเป็นแฟชั่น และมีการเลียนแบบ ตั้งเป็นกลุ่ม เป็นแก๊ง ตามสถานศึกษาต่าง ๆ มีการยกพวกไล่ตบตีแย่งแฟนกันระหว่างสถาบัน ไม่ต่างจากกลุ่มเด็กช่างกล นักเรียนชายไล่ชกต่อยกันเพื่อแย่งผู้ชาย ยังไม่รวมกลุ่มรักร่วมเพศที่ขายบริการอีกมาก ส่งผลต่อวัฒนธรรมไทยที่ดั้งเดิม เนื่องจากพฤติกรรมดังกล่าวไม่ใช่ธรรมชาติ จริงอยู่แม้ว่าการมีพฤติกรรมดังกล่าว เป็นเรื่องของสิทธิส่วนบุคคลที่มีสิทธิจะประพฤติตัวได้ และไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน แต่ต้องแสดงออกในที่ส่วนบุคคล หรือบ้านของตัวเองเท่านั้น

รพว.สาธารณสุข (2552: Online) เผยแนวโน้มผู้ติดเชื้อเอชไอวีรายใหม่ในประเทศไทยปีนี้กว่า 1 ใน 4 เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมนิยมไม้ป่าเดียวกัน (เกย์) ปัจจุบันมีผู้ติดเชื้อเอชไอวีรายใหม่เพิ่มวันละ 32 คน

นายแพทย์วิชัย โชควิวัฒน์ (2552 : Online) ในฐานะประธานคนที่ 2 ของสสส. ได้เปิดเผย ข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขที่พบว่า พฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย ส่งผลให้มีความเสี่ยงให้เกิดการติดต่อของโรคทางเพศสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “โรคเอดส์” โดยอัตราความเสี่ยงของกลุ่มผู้ติดเชื้อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องมาตลอดในช่วง 10-20 ปี ที่ผ่านมา ใน พ.ศ. 2533 การศึกษาการติดเชื้อเอชไอวีในประเทศไทยพบว่า กลุ่มเสี่ยงที่จะติดโรคเอดส์ คือกลุ่มผู้ชายที่ซื้อบริการทางเพศ ซึ่งสถิติดังกล่าวก็ส่งผลสอดคล้องต่อเนื่องในสิบปีให้หลัง คือใน พ.ศ. 2543 กลุ่มที่ติดเชื้อเอดส์ที่มากที่สุดคือ กลุ่มแม่บ้านที่ติดเชื้อเอดส์จากสามีที่ไปติดมาจากที่อื่น และใน พ.ศ. 2553 คาดการณ์กันว่า กลุ่มเสี่ยงที่จะติดเชื้อเอชไอวีสูงที่สุด คือ กลุ่มชายรักรชาย

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ ถือได้ว่าเป็นสื่อกลาง ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงเยาวชนได้มากที่สุด เนื่องจากมีภาพ แสง สี และเสียง ประกอบชัดเจน และสามารถรับชมได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพราะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ปัจจุบันสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อผู้ชมมากขึ้น โดยเฉพาะเยาวชน แต่ภาพที่ปรากฏออกมาหลาย ๆ ครั้งเป็นภาพที่สะท้อนให้เห็นถึงความนิยม และวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยนำเสนอผ่านทางละคร การ์ตูน ภาพยนตร์ ภาพข่าว และอื่น ๆ

เอแบคโพลล์ (2549 : Online) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้ทำการสำรวจภาคสนาม ในหัวข้อ “สื่อโทรทัศน์กับการใช้ความรุนแรงในกลุ่มเยาวชน” ผลการสำรวจพบว่า ร้อยละ 72.1 ระบุนิยมดูโทรทัศน์ทุกวัน โดยช่วงเวลาที่เยาวชนนิยมดูโทรทัศน์เป็นประจำ เป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียนเป็นหลัก คือ ตั้งแต่หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป เรื่อยไปจนถึง 24.00 น. ไม่ว่าจะเป็น วันจันทร์-ศุกร์ หรือวันเสาร์-อาทิตย์ นั้น เยาวชนนิยมดู โทรทัศน์ตั้งแต่ช่วงเวลา 20.01-22.00 น. มากที่สุด รองลงมา เป็นช่วงเวลา 17.01-20.00 น. และ ช่วงเวลา 22.01-24.00 น. ตามลำดับ ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลา “ละครหลังข่าว” และช่วงเวลา “รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว” นอกจากนี้ เยาวชน ร้อยละ 67.4 นิยมดูละครโทรทัศน์

ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์ (2542 : Online) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของเยาวชนในหัวข้อ “เยาวชนกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ” พบว่า ร้อยละ 59.5 สื่อโทรทัศน์

คือ สื่อที่มีผลให้เกิดพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของเยาวชนมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อภาพยนตร์ ร้อยละ 20.8

ณัฐพงษ์ กระจ่าง (2544 : Online) ได้ทำการศึกษาถึงการเลียนแบบ และการแสดงออก ของเยาวชนหลังจากชมรายการละครโทรทัศน์ที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบ “รักร่วมเพศ ชาย” พบว่า กลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่ร้อยละ 77.0 มีความพึงพอใจที่จะเลียนแบบนักแสดงชาย จากละครโทรทัศน์

เมื่อปี 2550 (มติชน, 2550: 7 อ้างถึงใน [www.sanook.com](http://www.sanook.com), 2550: Online) คณะรัฐมนตรี ได้มีมติเห็นชอบให้มีการจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์ โดยกำหนดให้กรม ประชาสัมพันธ์จัดทำระบบการจำแนกเนื้อหาตามช่วงอายุของรายการโทรทัศน์ การกำหนด ช่วงเวลาออกอากาศ การจัดทำกฎหมาย และนโยบายรองรับ พร้อมกันนี้ยังกำหนดให้กระทรวง วัฒนธรรมจัดตั้งคณะกรรมการร่วมระหว่างกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการพัฒนาสังคม และ ความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงศึกษาธิการ และตัวแทนภาคประชาชน เพื่อเป็นกลไกสร้างการมี ส่วนร่วมของภาคประชาชนในการติดตาม ใฝ่ระวัง รวมถึงการสะท้อนความเห็นของรายการ โทรทัศน์

มาตรการจัดเรตติ้งสื่อโทรทัศน์ จึงถือเป็นแรงกระเพื่อมครั้งใหญ่ในวงการธุรกิจบันเทิงไทย โดยเฉพาะรายการละคร ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง เนื่องจากเนื้อหาของละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่จัด อยู่ในรายการประเภท น (รายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำเด็กอายุระหว่าง 13-18 ปีในการรับชม) และ ด (รายการเฉพาะสำหรับผู้ใหญ่) ที่ต้องถูกจำกัดช่วงเวลาออกอากาศ โดยกำหนดให้รายการ ประเภท น สามารถออกอากาศได้ในช่วงเวลา 09.00-16.00 น. และ 20.00-05.00 น. ส่วนรายการ ประเภท ด สามารถออกอากาศได้หลังจากเวลา 22.00 น. เป็นต้นไป

จากผลการศึกษาเรื่อง สื่อโทรทัศน์กับการรับรู้ของเด็ก สถาบันราชานุกูล ( 2550: Online) พบว่า ผลจากการชมรายการโทรทัศน์ของเด็กอายุระหว่าง 0-3 ปี โทรทัศน์จะดึงให้เด็กจ้องมองที่ หน้าจอที่มีแสงสว่าง มีการเคลื่อนไหวภาพที่รวดเร็ว เด็กไม่มีโอกาสเรียนรู้แบบโต้ตอบกับสิ่งที่ รับเข้ามา

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

เด็กอายุระหว่าง 6-12 ปี ยังเป็นช่วงที่เด็กมีการเลียนแบบสูง เนื่องจากระบบคิดยังอยู่ในช่วงการพัฒนาความเป็นเหตุเป็นผล จึงมีแนวโน้มสูงที่จะทดลองด้วยการเลียนแบบพฤติกรรม โดยไม่เข้าใจความหมายของพฤติกรรมนั้น และยังสร้างความนิยมต่อพฤติกรรมที่รับรู้ผ่านสื่อว่าเป็นความนิยมที่ยอมรับทางสังคม

และเด็กอายุระหว่าง 13-18 ปี ซึ่งเป็นวัยที่มีการพัฒนาระบบคิด ต้องการการยอมรับ และเลือกรับสิ่งที่เป็นตามกระแสหลักได้ง่าย เป็นวัยที่มีการแสวงหาต้นแบบในอุดมคติ เช่น นักร้อง นักดนตรี หรือดาราในดวงใจ จะมีอิทธิพลมากต่อความคิดและพฤติกรรมของวัยรุ่น รวมทั้งต้องการแสดงพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่

หากเด็กมีการรับชมโทรทัศน์มากเกินไป โดยพบความถี่ในการเห็นภาพที่แสดงความรุนแรง พฤติกรรมทางเพศแบบผู้ใหญ่ การเบี่ยงเบนทางเพศ การใช้ภาษา และพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ส่งผลให้เด็กจะดูโทรทัศน์อย่างไม่มีที่สิ้นสุด อ่านหนังสือ หรือทำกิจกรรมอื่น ๆ น้อยลง และไม่คัดเลือกรายการที่เหมาะสม โดยพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในเด็กเล็กในการรับชมรายการที่เหมาะสม คือ เกิดความหวาดหวั่น ตกใจกลัว และในเด็กโต นอกจากความตกใจแล้ว เด็กจะเริ่มคุ้มชิน กับภาพที่ได้รับ มีความคิดอยากเลียนแบบพฤติกรรม เกิดความนิยม และสร้างพฤติกรรมของตนเอง

ผลสะท้อนจากการรับชมรายการที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมสำหรับเยาวชนผ่านพฤติกรรม ก้าวร้าวรุนแรง การเบี่ยงเบนทางเพศจะมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความเคยชิน ขาดความรู้สึกรู้สึกเห็นอกเห็นใจผู้ที่ถูกรบกวน ขณะที่พฤติกรรมทางเพศผ่านสื่อโทรทัศน์ จะทำให้การเข้าสู่พฤติกรรมทางเพศของเยาวชนเร็วขึ้น

นอกจากนี้ สถานการณ์สื่อในปัจจุบันยังได้สร้างความนิยม และพฤติกรรมต่าง ๆ มากมาย ให้กับคนในสังคม โดยเฉพาะกับเยาวชน แม้จะอ้างว่า สิ่งที่กำลังทำเป็นกระแสโลก เพราะสื่อประเทศอื่น ๆ ก็ทำกัน แต่สิ่งที่ทำให้เกิดปัญหาในต่อสังคมไทย ก็คือ เรายังไม่เตรียมความพร้อมกับ

การรู้เท่าทันสื่อเหมือนประเทศอื่น ๆ เลย อีกทั้ง สื่อมวลชนล้นแล้วแต่เป็นมืออาชีพในการนำเสนอเนื้อหาเพียงด้านเดียว และยังมีการพัฒนาเทคนิค วิธีการนำเสนออยู่ตลอดเวลา ประกอบกับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ยังจำเป็นที่จะต้องใช้เวลาในการฝึกฝนอยู่พอสมควร

ด้วยเหตุนี้ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อจึงจำเป็นต้องบ่มเพาะตั้งแต่เด็ก ให้พวกเขามีความรู้ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อ เรียนรู้ว่า อะไรในสื่อคือ ความจริง อะไรคือสิ่งปรุงแต่ง เนื่องจากโลกยุคใหม่เยาวชนเสพสื่อมากกว่า และหลากหลายชนิดกว่าคนรุ่นก่อน

ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นทักษะสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างให้เยาวชนมีความพร้อมและภูมิคุ้มกันในการดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข และรู้จักใช้ประโยชน์จากสื่อไปในทางที่เหมาะสม

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะสรุปได้ว่า “สื่อโทรทัศน์เปรียบเสมือนพ่อแม่คนที่ 2 ของเยาวชน หากพวกเขาซึมซับเอาสิ่งใดเข้าไปมาก ก็จะได้เป็นผู้ใหญ่ที่มีนิสัย ความนิยม และบุคลิกเช่นนั้น” ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา “การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งจะทำการศึกษาในช่วงอายุ 13-18 ปี หรือนักเรียนมัธยมศึกษา เด็กในวัยนี้กำลังเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างวัยเด็กเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ เป็นวัยที่ถูกโน้มน้าวได้ง่าย และมีพฤติกรรมการเลียนแบบผู้ใหญ่สูง

### วัตถุประสงค์การทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ รู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ของนักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน และโรงเรียนสหศึกษา

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักของเยาวชน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของนักเรียนมัธยมศึกษา
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
6. เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
7. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

### ปัญหำนำการวิจัย

1. เยาวชนมีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายเป็นอย่างไร
2. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษาหรือไม่ อย่างไร
3. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนหรือไม่ อย่างไร
4. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนหรือไม่ อย่างไร
5. ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนหรือไม่ อย่างไร

6. ตัวแปรใดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

7. ตัวแปรใด เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

### สมมติฐานการวิจัย

1. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

2. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีความรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

3. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

4. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

5. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ของเยาวชน

6. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

7. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

8. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

9. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

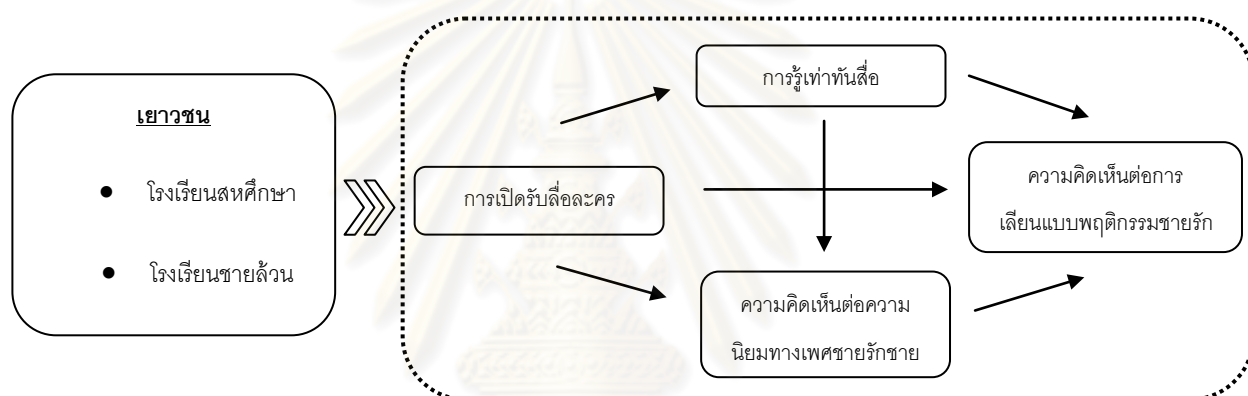
10. ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



11. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบาย ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

12. การเปิดรับละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

### กรอบแนวคิดการวิจัย



### ตัวแปรในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะแบ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาตามสมมติฐานของการวิจัย ได้ดังนี้

1. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง ประเภทโรงเรียนมัธยมศึกษา

**ตัวแปรตาม** หมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

2. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง ประเภทโรงเรียนมัธยมศึกษา

**ตัวแปรตาม** หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

3. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง ประเภทโรงเรียนมัธยมศึกษา

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย

4. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มี ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง ประเภทโรงเรียนมัธยมศึกษา

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

5. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ของเยาวชน

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

**ตัวแปรตาม** หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

6. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย

7. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

8. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย

9. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

10. ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

11. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบาย ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

12. การเปิดรับละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

**ตัวแปรอิสระ** หมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ

**ตัวแปรตาม** หมายถึง ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

### ขอบเขตการวิจัย

1. ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับชายรักชายที่มีความชัดเจน และถูกต้อง ผู้วิจัยจึงจะทำการศึกษานักเรียนมัธยมศึกษาเพศชายเท่านั้น ซึ่งจะหมายถึง โรงเรียนมัธยมศึกษา ประเภทโรงเรียนชายล้วน และสหศึกษา
2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษา และอยู่ในสถาบันการศึกษา ภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น
3. กลุ่มตัวอย่างจะต้องมีการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ที่กำหนดไว้ ในนิยามศัพท์อย่างน้อย 1 เรื่อง
4. การรู้เท่าทันสื่อ ในงานวิจัยนี้จะหมายถึงการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์เท่านั้น

### นิยามศัพท์

1. **ละครโทรทัศน์** หมายถึง ละครที่มีบริบทชายรักชายอยู่ในเนื้อหาของละคร ได้แก่ เรื่อง น้ำตาลไหม้ ชายไม่จริงหญิงไม่แท้ รักไร้อันดับ ซอยปรารภ 2500 ทานชายกำมะลอ ปัญญาชน ก้นครัว รักเล่ห์เพทุบาย ไม้แปดกป้า เมืองมายา สะพานดาว กามเทพเล่นกล รักแปดพันเก้า เพลิงสีรุ้ง พรุ้งนี้ก็รักเธอ เลื่อมพรายลายรัก เป็นต้น โดยนำออกอากาศผ่านสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถนำมาออกอากาศซ้ำ หรือเผยแพร่ผ่านช่องทางอื่น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต /เว็บไซต์ สื่อเคเบิลทีวี CD/VCD/DVD หรือแม้แต่การนำมาตีพิมพ์เป็นเรื่องย่อละคร เป็นต้น
2. **การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์** หมายถึง ความบ่อยครั้ง ช่วงเวลา และระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์
3. **การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์** หมายถึง การตระหนักถึงความสำคัญของความสามารถในแต่ละด้าน ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าสื่อ การสังเคราะห์ ที่นักเรียนมัศึกษามีต่อละครโทรทัศน์

4. **ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ** หมายถึง การให้คุณค่า การยอมรับ การเปิดเผยตนเอง หรือการเชื่อถือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างเพศชายกับชาย ความต้องการทางเพศ ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ทางเพศ ซึ่งเป็นการยอมรับเชื่อถือ และปฏิบัติตามนั้น เกิดขึ้นทั้งจากการประเมินค่าด้วยตนเอง อันเกิดจากการเปิดเผยตนเอง และจากการประเมินค่าของบุคคลอื่นในสังคม อันเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม สิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในความคิดของบุคคล และบุคคลนั้นพร้อมที่จะปฏิบัติตามความเชื่อเหล่านั้น ซึ่งจะพัฒนาการเป็นความนิยมทางเพศในที่สุด

5. **ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ** หมายถึง การกระทำที่เกิดจากการเรียนรู้จากการสังเกต การกระทำจากบุคคลที่ผู้เลียนแบบนิยมชมชอบ ซึ่งได้รับการชมละครโทรทัศน์ ได้แก่ รูปแบบการแต่งกาย ทรงผม บุคลิกลักษณะ กิริยามารยาท การแสดงออกท่าทาง และรูปแบบภาษาที่ใช้ในการสนทนา

6. **พฤติกรรมชายรักชาย** หมายถึง การกระทำที่กลุ่มเพศชายใช้แสดงออกถึงความรู้สึกชอบพอกับเพศเดียวกัน ถึงขั้นรู้สึกอยากแตะเนื้อต้องตัวกัน และมีเพศสัมพันธ์กับเพศชายด้วยกัน ในงานวิจัยนี้จะเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มชายรักชายที่แต่งตัวเป็นชายเท่านั้น โดยไม่นับผู้แปลงเพศ และไม่นับกลุ่มแต่งกายเลียนแบบหญิง

7. **เยาวชน** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ช่วงการศึกษา ได้แก่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้เวลาศึกษาช่วงการศึกษาระยะ 3 ปี หรือเรียกย่อ ๆ ว่า ม.1-ม.6

8. **การเปิดเผยตนเอง** หมายถึง วิธีการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งใช้แสดงออกถึงตัวตนที่แท้จริงให้ปรากฏออกมา โดยบ่งบอกถึงความเป็นตัวของตัวเองต่อบุคคลรอบข้าง และสังคมให้ได้รับรู้ ผ่านทางการแต่งกาย ทรงผม บุคลิกลักษณะ กิริยามารยาท การแสดงออกท่าทาง และรูปแบบภาษาที่ใช้ในการสนทนา

9. **การเรียนรู้ทางสังคม** หมายถึง กระบวนการที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือมีความโน้มเอียงในพฤติกรรมผ่านประสบการณ์ตรง หรือจากการสังเกตจากตัวต้นแบบ ซึ่งมักเป็นบุคคลที่อยู่รอบข้าง ได้แก่ พ่อ แม่ พี่น้อง เพื่อน ครู อาจารย์ รวมทั้งการได้เห็น และได้ยินจากสื่อมวลชน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำมาเป็นบทสะท้อนให้กับสื่อมวลชนได้รับทราบ ถึงผลกระทบดังกล่าวที่เกิดขึ้น เพื่อให้สื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มชายรักชายในสื่อละครโทรทัศน์ เพื่อไม่ให้เป็นการชี้นำ หรือเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติของเยาวชนต่อไป
2. ผลของการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัย นักวิชาการ และผู้สนใจในด้านการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ซึ่งอาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมของเยาวชนในด้านอื่น ๆ ต่อไป
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาประเด็นงานวิจัยในแง่มุมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเยาวชน และกลุ่มชายรักชายต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

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

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

## 1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และการเปิดรับข่าวสาร

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

ดังนั้น การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ หมายถึง ช่องทางที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งใช้ในการรับชมละครโทรทัศน์ ซึ่งในวิจัยนี้จะหมายถึง ความบ่อยครั้ง ช่วงเวลา และระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเปิดรับข่าวสาร มาจากการสื่อสารของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคล หรือสภาพจิตวิทยา โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

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

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

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

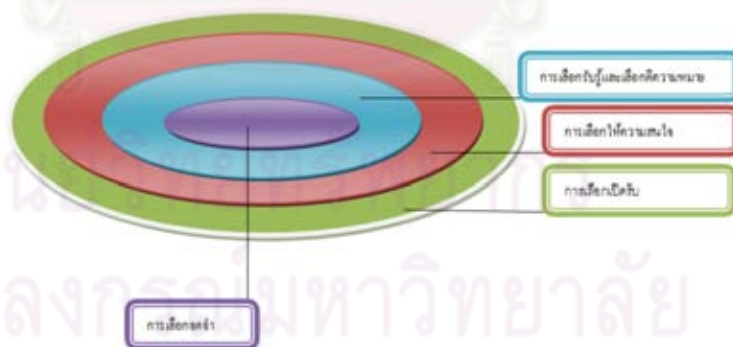


### 3. การเลือกรับรู้ และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้ และตีความหมายสารแตกต่างกันไป ตามความสนใจ ทักษะสติ ประสิทธิภาพ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

### 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่

ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะสติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืม หรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริม หรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทักษะสติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิม ให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง และมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น



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

พีระ จิรโสภณ (25237 อ้างถึงใน ศศิยา วิจิตรจามรี, 2545) ได้กล่าวถึงการเปิดรับข่าวสารว่า ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสิทธิภาพ ความต้องการ ทักษะสติ

ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล โดยจะเลือกเปิดรับที่มีประโยชน์ใช้สอยตรงตามความต้องการของตนเอง

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

1. **ความต้องการ ( Need)** ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกาย และใจทั้งความต้องการระดับสูง และความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. **ทัศนคติ และค่านิยม ( Attitude and Values)** ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง ( Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำ หรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์ กับสิ่งแวดล้อม และคนซึ่งทัศนคติ และค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ

3. **เป้าหมาย (Goal)** มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสังคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. **ความสามารถ ( Capability)** ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเรา ในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. **การใช้ประโยชน์ (Utility)** กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจ และใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. **ลีลาในการสื่อสาร** (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น บางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. **สภาวะ** (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อ และข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่เราคิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. **ประสบการณ์ และนิสัย** (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสาร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น เราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ส่วนขวัญเรือน กิติวัฒน์ ( 2531: 23-26 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขาศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ

1. **ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคล** มีแนวคิดว่าคนเราแต่ละคน มีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจาก ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

2. **ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม** เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง ( Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. **ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร** เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

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

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

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

สิ่งที่ตอบแทนที่คาดหวัง

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

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

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

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

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

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

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

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไร จากสื่อใดนั้น มีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรีดสัน ( Friedson) ไรเลย์ ( Riley) และฟลาวเวอร์แมน ( Flowerman, 1951 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) มีความเห็นแนวเดียวกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวาบเลส (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพทางสังคมของผู้รับสาร ก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



คนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ตามลักษณะส่วนบุคคล , สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์ หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย

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

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์

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

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

ละครโทรทัศน์เรื่องแรกของประเทศไทย คือ เรื่อง สุริยานีไม่ยอมแต่งงาน ( 2498) บทประพันธ์ของนายจำเริญ (ประหยัด นาคนาค) เรื่องที่สองคือ ดึกเสียแล้ว ของอุษณา เพ็งธรรม ทั้ง 2 เรื่องออกอากาศทางช่อง 4 บางขุนพรหม (วิกิพีเดีย, 2552 : Online) มีพระเอก 2 คนคือ

ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ กับ โชติ สโมสร นางเอก คือ นวลละออ ทองเนื้อดี ไม่มีผู้กำกับ ทุกคนจะช่วยกัน นำโดยคุณ พงษ์เกียรติ์ โป่งมณี ซึ่งเป็นผู้จัดละครเรื่องนี้ (Clipmass.com, 2551: Online)

ละครเรื่องแรกของช่อง 3 คือ เรื่อง ไฟฟ้า (2519) นำโดย สมภพ เบญจาธิกุล, ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ กำกับโดย ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ เป็นละครเรื่องแรกๆที่ผู้แสดงต้องท้อมาก่อน และไม่มีกรอบบทเหมือนอย่างที่ทำกันมาตั้งแต่เริ่มมีละครทางช่อง 9 และช่อง 5 ( 7 ขาวดำในสมัยนั้น) มาจนในขณะนั้นก็ยังทำกันอยู่ เรียกว่าปฏิรูปโดยภัทราวดี ก็ว่าได้ (Clipmass.com, 2551: Online)

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

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

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

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

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

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

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

**ประเภทของละคร** (ชาญวุฒิ พรหมสาขา, 2552: Online)

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

**เคล้าน้ำตา (TEARFUL COMEDY)**

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

**(NATURALISM)**

- ละครสมัยใหม่แนว “ต่อต้านเรียลลิสม์” (ANTI-REALISM)
  - ละครแนวสัญลักษณ์ หรือ ซิมโบลิสม์ (SYMBOLISM)
  - ละครแนว “โรแมนติก” (ROMANTIC) หรือ “โรแมนติซิสม์”

**(ROMANTICISM)**

**สมัยใหม่**

- ละครแนว “เอกเปรสชันนิสม์ (EXPRESSIONISM)
- ละครแนว “เอพิค” (EPIC)

— ละครแนว “แอบเสิร์ด” (ABSURD)

**ผลกระทบของสื่อละครโทรทัศน์ต่อเยาวชน** (พัชรินทร์ ไทยบัณฑิตย์, 2548: Online)

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

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

ประกอบด้วย ช่อง 3, 5, 7, 9 และThaiPBS มีความเห็นร่วมกันในบทสรุปว่าด้วยเรื่อง การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม โดยแบ่งระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชมไว้ดังนี้



### สัญลักษณ์รูปจิกซอร์สีฟ้า ตามด้วยตัวอักษร ด.เด็ก

เป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 2 ถึง 12 ปี และผู้ชมทั่วไป รายการนี้ จะจัดเน้นเนื้อหาสาระให้กับเด็ก ๆ การใช้สัญลักษณ์รูปจิกซอร์สีฟ้านั้น สื่อถึงการพัฒนาของเด็ก ๆ ที่จะต้องได้รับสาระจากรายการนี้ นอกจากนี้ ผู้ใหญ่สามารถให้คำแนะนำแก่เด็ก ๆ ในด้านของสาระความรู้จากรายการประเภทนี้



### สัญลักษณ์รูปหน้ายิ้มสีชมพู ตามด้วยตัวอักษร ก.ไก่

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



### สัญลักษณ์รูปบ้านสีเขียว ตามด้วยตัวอักษร ท.ทหาร

เป็นรายการทั่วไปที่เหมาะสมกับผู้ชมทุกเพศทุกวัย รายการประเภทนี้ เป็นรายการที่ให้สาระ และความบันเทิงอย่างไม่มีพิษภัยต่อเด็ก และเยาวชน และมีแง่คิดดี ๆ จากสาระให้กับทุกเพศทุกวัย ซึ่งการใช้สัญลักษณ์รูปบ้านสีเขียวนั้น สื่อถึงครอบครัว ที่หมายถึงทุกคนสามารถรับชมรายการประเภทนี้ได้



### สัญลักษณ์รูปเครื่องหมายถูกและผิดสีส้มอ่อน ตามด้วยตัวอักษร น.หนู

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ตัวอักษร น.หนู ข้างล่างมีเลข 13 ไทย (๑๓)

เป็นรายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี ซึ่งจะเน้นหนักกว่าให้ผู้ปกครองแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี เพราะมีเนื้อหาที่อาจไม่เหมาะสมสำหรับคนในวัยดังกล่าว



### ตัวอักษร น.หนู ข้างล่างมีเลข 18 ไทย (๑๘)

เป็นรายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งจะเน้นหนักกว่าให้ผู้ปกครองแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เพราะมีเนื้อหาที่อาจไม่เหมาะสมสำหรับคนในวัยดังกล่าว



### สัญลักษณ์รูปสายฟ้าสีแดง ตามด้วยตัวอักษร ฉ.ฉิ่ง

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



เพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงแบบของเด็ก ๆ รายการดังกล่าว จึงใช้สัญลักษณ์แบบนี้ เมื่อเปิดเจอรายการที่เป็นลักษณะนี้แล้ว จึงไม่ควรให้เด็กและเยาวชนชม

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

### 3. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย แต่ในต่างประเทศมีการพัฒนา และศึกษาแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อกันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศอังกฤษ แคนาดา และสหรัฐอเมริกา (อูมาโลม จันทรุ่งมณีกุล, 2549)

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

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

ในประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มสนใจเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ จากความกังวลในเรื่องของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากสื่อด้านศีลธรรมที่สื่อเสนอเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ ความรุนแรง และการสนับสนุนวัฒนธรรมบริโภคนิยม และวัตถุนิยม ในขณะที่ประเทศต่าง ๆ ในแถบละตินอเมริกาสนใจเรื่องของการศึกษาเกี่ยวกับสื่อ เนื่องจากต้องการป้องกันอิทธิพลจากสื่อด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมที่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา

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

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

### ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

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

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

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

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

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

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

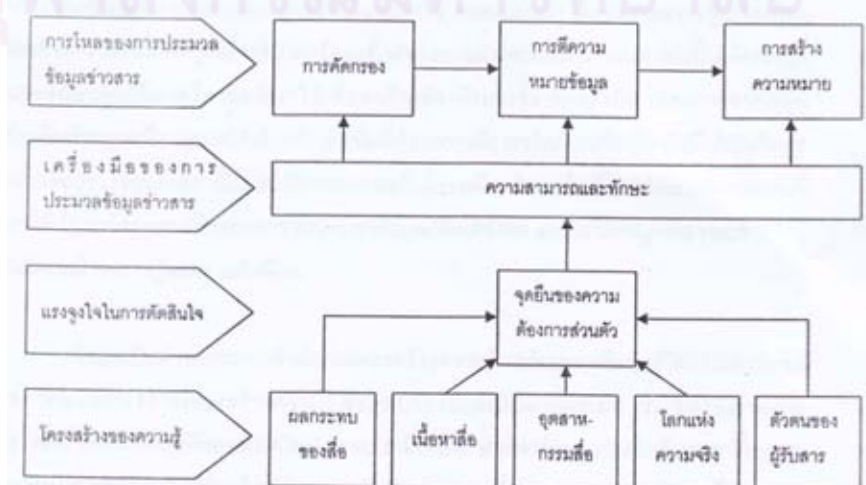
เพียงใด สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับสารในด้านใดได้บ้าง คุณค่าที่เกิดขึ้นเป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นทางใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือมีคุณค่าทางศีลธรรม จรรยาบรรณสังคม วัฒนธรรม หรือ ประเพณีอย่างไรบ้าง สิ่งที่สื่อนำเสนอมีคุณค่าต่อการเรียนรู้ศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งหรือไม่อย่างไร ในขณะเดียวกัน การประเมินค่าที่เกิดขึ้นอาจเป็นการประเมินคุณภาพของสื่อว่า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

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

ดังนั้น “การรู้เท่าทันสื่อ” จะหมายถึง การที่ผู้รับสารรู้เท่าทันการสื่อสารทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การรู้เท่าทันจุดมุ่งหมายแท้ ๆ ของผู้ส่งสาร รู้เท่าทันความหมายแท้ ๆ ของสาร รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันผลโดยตรง และผลกระทบสืบเนื่องของการสื่อสารครั้งนั้น รวมถึงมีวิจิต และวิจิตัดสินใจ เลือกวางท่าทีในการสื่อสาร ให้เหมาะสมแก่สถานการณ์ หรือภาวะการณ์นั้น (สุชุมาล จันทวี, 2550: Online)

## ทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ

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



การรู้เท่าทันสื่อ เน้นปัจจัยหลัก 4 ประการ ดังนี้ ปัจจัยแรก คือ โครงสร้างความรู้ (Knowledge Structure) เป็นฐานของปัจจัย ปัจจัยที่สอง คือ จุดยืนของความต้องการส่วนตัว (Personal Locus) ซึ่งได้รับการป้อนข้อมูลจากความรู้หลาย ๆ โครงสร้างความรู้ร่วมกัน นี่คือการตัดสินใจเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลได้รับการกระตุ้น ปัจจัยที่สาม คือ ชุดของความสามารถ และทักษะของบุคคลหนึ่ง ๆ (Competencies and Skills) ซึ่งก็เป็นเครื่องมือในการประมวลผลข้อมูล และปัจจัยที่สี่ คือ การจัดประมวลผลข้อมูล (Information-Processing Tasks) ปัจจัยที่สี่นี้จะทำงานร่วมกันในระบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Potter, 2005)

1. **โครงสร้างความรู้ (Knowledge Structures)** สร้างขึ้นโดยใช้ข้อมูลเป็นวัตถุดิบ และทักษะเป็นเครื่องมือ โดยจะต้องสร้างอย่างระมัดระวัง มีสติ และมีระบบ โครงสร้างความรู้จึงจะประกอบไปด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง และมีประโยชน์ และเมื่อนำโครงสร้างความรู้ที่มีข้อมูลมาใช้ประมวลผล การบวนการประมวลผลข้อมูลก็จะทำงานได้อย่างถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อไป คือ เราสามารถตัดสินใจหาข้อมูล ใช้ข้อมูล และสร้างความหมายจากข้อมูลได้ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ และสามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่ไม่ดีจากสื่อ ทั้งยังมีโอกาสได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างความรู้ใหม่ อีกครั้ง จากข้อมูลที่ผ่านการประมวลไปแล้วอย่างถูกต้อง โครงสร้างความรู้ที่คนมีความรู้เท่าทันควรมี ได้แก่

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

- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “เนื้อหาสื่อ” (media content) ได้แก่ วิธีการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภท เช่น วิธีการนำเสนอข่าวเป็นแบบพีรามิดหัวกลับ เป็นต้น ค่านิยมที่แฝงอยู่ในเนื้อหาสื่อ (สื่อเลือกเน้นเสนอบางอย่าง ไม่เสนอบางอย่าง) สถิติต่าง ๆ จากเนื้อหาสื่อ เช่น ปริมาณความรุนแรงที่แสดงในเนื้อหาสื่อต่าง ๆ จำนวนบทบาทการแสดงของฝ่ายชายที่มีมากกว่าฝ่ายหญิง เป็นต้น

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

โครงสร้างความรู้จะช่วยควบคุมการประมวลข้อมูลให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เมื่อเรารู้ว่าเนื้อหาสื่อที่สร้างขึ้นนั้น เกิดจากแรงผลักดันทางธุรกิจ เราก็จะเข้าใจว่าสื่อจะส่งผลกระทบต่อเราได้อย่างไร และทำให้เราสามารถตั้งเป้าหมายสำหรับเปิดรับสื่อได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม โครงสร้างความรู้ไม่สามารถเป็นสิ่งยืนยันได้ว่า ถ้ามีแล้วก็จะรู้เท่าทันสื่อ แต่ต้องมีปัจจัยอื่นประกอบด้วย ดังจะกล่าวในลำดับต่อไป (Potter, 2005)

2. **จุดยืนส่วนตัว** (Personal Locus) เป็นตัวควบคุมการประมวลข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมาย (goal) และแรงขับที่ก่อให้เกิดความต้องการ/ความอยาก (drive) เป้าหมายจะกำหนดการประมวลข้อมูล โดยระบุว่าสิ่งใดที่ควรรับเข้ามา และสิ่งใดที่ควรกรองออกไป นอกจากนี้ เป้าหมายยังกำหนดการจับคู่ความหมาย และการสร้างความหมายด้วย ดังนั้น ยิ่งบุคคลรู้จักจุดยืนของตนเอง ซึ่งก็คือเป้าหมาย และความอยากของตนได้มาก และสามารถกำหนดจุดยืนของตนอย่างมีสติได้มาก พวกเขา ก็จะยิ่งควบคุมการประมวลข้อมูลได้มาก เมื่อควบคุมการประมวลข้อมูลได้มาก ก็ยิ่งมีความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นด้วย ทั้งนี้ ไม่ได้หมายความว่าต้องควบคุมการประมวลข้อมูลได้อย่างสมบูรณ์แบบ และควบคุมได้ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นไปได้ที่จะมีใครคงระดับความใส่ใจให้คงอยู่ในระดับสูงได้ตลอด ดังนั้น ความรู้เท่าทันสื่อจะมากขึ้นได้ ก็ต้องรู้จักควบคุมการประมวลข้อมูลให้มากขึ้น และรู้จักควบคุมอย่างกระตือรือร้น

การควบคุมการประมวลข้อมูลแบ่งได้ 2 แบบ คือ การควบคุมการประมวลข้อมูลแบบมีสติ (consciousness) และการควบคุมการประมวลข้อมูลแบบไม่มีสติ (unconsciousness) เมื่อบุคคล

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

### 3. ความสามารถ และทักษะ (Competencies and Skills)

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

ส่วนทักษะเป็นเครื่องมือที่คนเราพัฒนาขึ้นมาจากการฝึกฝน ความสามารถทางทักษะไม่ได้แบ่งเป็น ส่วน แต่เป็นสิ่งที่หลากหลาย บางคนก็มีความสามารถน้อยในทักษะบางอย่าง ขณะที่คนอื่น ๆ อาจจะมีความสามารถสูงมาก ดังนั้น ทักษะจึงเหมือนกับกล้ามเนื้อ หากขาดการฝึกฝน ทักษะก็จะด้อยลง แต่หากมีการฝึกฝนก็จะมีทักษะมากขึ้น เมื่อจุดยืนของความต้องการมีแรงผลักดันที่สูงในการใช้ทักษะ ทักษะนี้ก็จะมีโอกาสสูงขึ้นในการพัฒนาไปสั้นที่ทรงพลังกว่าเดิม

ทักษะที่เกี่ยวข้องกับความรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด ประกอบด้วย 7 ทักษะได้แก่

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

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

นอกจากนี้ Baran (2006) ยังได้เพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออีกว่า หากต้องการเป็นผู้บริโภคที่รู้เท่าทันสื่อก็ต้องมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อดังต่อไปนี้

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



จะสร้างความหมายของเราเองได้อย่างมีคุณภาพหรือไม่ ก็ต้องขึ้นอยู่กับว่า เรามีความพยายามที่จะเข้าใจเนื้อหา และให้ความสนใจกับสิ่งที่มาเกิดวางขณะบริโภคสื่อพร้อมกับขจัดมันออกไปได้มากแค่ไหน

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

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

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

- รู้จักคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท และตระหนักได้ว่าสื่อใดมีคุณลักษณะของสื่อต่างประเภทกันผสมกัน ตัวอย่างประเภทของสื่อ ได้แก่ ข่าวภาคค่ำ สารคดี หรือภาพยนตร์สยองขวัญ เป็นต้น ส่วนตัวอย่างของคุณลักษณะของสื่อ ได้แก่ ข่าวภาคค่ำที่มีฉากนำ

สั้น ๆ และคนที่ดูดีนั่งอยู่ที่โต๊ะจำนวนหนึ่งถึงสองคน เป็นต้น เราต้องรู้จักคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท เนื่องจากความรู้เรื่องนี้จะช่วยชี้ทางในการสร้างความหมายของเรา เช่น เรารู้คุณลักษณะของสื่อภาพยนตร์แต่ละประเภทเพื่อเข้าใจว่า รายละเอียดเกี่ยวกับการจมองไปได้ทะเลเลขของเรือไทเทนิคในภาพยนตร์สารคดีน่าเชื่อถือกว่าในภาพยนตร์ฮอลลีวูด นอกจากนี้ ทักษะในข้อนี้ยังสำคัญเนื่องจาก การผสมคุณลักษณะของสื่อต่างประเภทเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสรรคสื่อ และเพิ่มปริมาณผู้ชม อันหมายถึงผลกำไรที่ตามมาด้วย ส่งผลให้การอ่านเนื้อหาสื่อยากขึ้น ดังนั้น ถ้ามีทักษะนี้เราก็จะอ่านเนื้อหาสื่อได้ง่าย

- สามารถคิดวิเคราะห์สารจากสื่อ ไม่ว่าจะที่มาของสารจากสื่อ นั้น จะนำเชื่อถือมากแค่ไหน ความน่าเชื่อถือของสื่อเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากในระบบประชาธิปไตย ซึ่งปกครองโดยประชาชน เนื่องจากสื่อเป็นศูนย์กลางของกระบวนการปกครองในระบบนี้ ดังนั้น บางครั้งสื่อจึงถูกเรียกว่าเป็นฐานันดรที่ 4 อย่างไรก็ตาม เราไม่ควรเชื่อทุกอย่างตามที่สื่อรายงาน แม้ว่าสื่อ นั้นจะน่าเชื่อถืออย่างมากก็ตาม

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

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

- การกรองสาร
  - **หน้าที่:** ตัดสินใจว่าจะเก็บข้อมูลใดไว้ และข้อมูลใดที่จะคัดออกไป
  - **จุดมุ่งหมาย:** เพื่อที่จะใส่ใจกับเนื้อหาสารที่มีประโยชน์มากที่สุด และหลีกเลี่ยงเนื้อหาสาระอื่น ๆ

- จุดสนใจ: เนื้อหาสารต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรา
  - การจับคู่ความหมาย
    - หน้าที่: ใช้ความสามารถพื้นฐานในการจดจำสัญลักษณ์ และหา  
คำนิยาม
    - จุดมุ่งหมาย: เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงความหมายที่  
ได้เรียนรู้มาแล้วอย่างมีประสิทธิภาพ
    - จุดสนใจ: สัญลักษณ์ในเนื้อหาสารต่าง ๆ
    - การสร้างความหมาย
      - หน้าที่: การใช้ทักษะเพื่อกำหนดการจับคู่ความหมายไปสู่การ  
สร้างความหมายสำหรับตน เพื่อให้ได้ประโยชน์จากเนื้อสารมากขึ้น
      - จุดมุ่งหมาย: แปรเนื้อหาสารจากมุมมองที่เปิดกว้าง เพื่อใช้เป็น  
แนวทางการหากรอบของทางเลือกทางความหมาย จากนั้นก็เลือกมาหนึ่งความหมาย หรือ  
สังเคราะห์ความหมายที่หลากหลายนั้น
      - จุดสนใจ: โครงสร้างความรู้ส่วนบุคคล
- ทั้งนี้ กระบวนการประมวลข้อมูลของแต่ละคนทำงานได้ไม่เท่ากัน กระบวนการประมวล  
ข้อมูลจะขึ้นอยู่กับชุดทักษะ และโครงสร้างความรู้ของแต่ละคน ถ้าทั้ง 2 อย่างนี้พัฒนา  
กระบวนการประมวลข้อมูลก็จะทำงานได้ดี และทำให้ความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น (Potter, 2005)
- จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ปัจจัยทั้ง 4 ที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ จะต้องทำงานไปอย่างมี  
ปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ถ้าเกิดมีจุดอ่อนที่ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง ปัจจัยอื่นก็จะพลอยเสียหายตามไปด้วย  
ดังนั้น สามารถสรุปการปฏิบัติตนให้เกิดการรู้เท่าทันสื่ออย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้
1. ต้องควบคุมการประมวลข้อมูลให้ได้ตามเป้าหมาย และความอยากของตน ด้วยการ  
การควบคุมการประมวลข้อมูลอย่างมีสติให้มากที่สุด โดยรู้เป้าหมาย และความอยากของตนเอง  
และกำหนดทั้งสองอย่างนี้อย่างมีสติเสียก่อน
  2. ต้องมีทักษะเป็นเครื่องมือ และโครงสร้างความรู้ เพื่อใช้ในการประมวลข้อมูล
  3. ต้องพัฒนาทักษะขั้นสูงมาสร้างโครงสร้างความรู้

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

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

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

### องค์ประกอบที่ 1 มิติการรับสื่อ

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

### องค์ประกอบที่ 2 การวิเคราะห์สื่อ

การวิเคราะห์สื่อ หมายถึง การแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของสื่อ ในประเด็นของ

1. วัตถุประสงค์ของสื่อ
2. กลุ่มเป้าหมายของสื่อ

3. สิ่งที่มีสื่อนำมาเสนอส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจและการเมืองอย่างไร
4. รูปแบบการนำเสนอของสื่อ
5. ข้อมูลที่มีนำมาเสนอเป็นข้อเท็จจริงหรือความเห็น
6. ปัจจัยเกี่ยวกับบริบททางสังคม ศีลธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณี ค่านิยม ที่มีสื่อ

นำเสนออยู่ในกรอบของจรรยาบรรณหรือไม่ ส่งเสริมคุณธรรมให้กับสังคมหรือไม่ การวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ จะทำให้เราเห็นภาพความเป็นจริงของสื่อได้อย่างชัดเจนขึ้น

### องค์ประกอบที่ 3 การเข้าใจสื่อ

การเข้าใจสื่อ หรือการอ่านสื่อ หรือการตีความสื่อ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อที่จะทำความเข้าใจ ในสิ่งที่สื่อนำเสนอ เข้าใจภาษาเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท และรู้จักที่มาข้อมูลประเภทต่าง ๆ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีความเข้าใจสื่อได้ไม่เหมือนกัน ตีความไปคนละแบบ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิม พื้นฐานการศึกษาและคุณสมบัติต่าง ๆ ในการเรียนรู้ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคล ที่ไม่เท่ากันมาก่อน

### องค์ประกอบที่ 4 การประเมินค่า

หลังจากการที่ผู้รับสารผ่านการวิเคราะห์ และการทำความเข้าใจสื่อแล้ว ผู้รับสารควรที่จะทำการประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำมาเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงไร ไม่ว่าจะป็นเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ หรือวิธีการนำเสนอในรูปแบบใดก็ตาม สื่อที่ใช้เทคนิคอะไรก่อให้เกิดความสนใจ ความพอใจขึ้น หรือทำให้หลงเชื่อไปโดยขาดการวิเคราะห์อย่างถ่องแท้

### องค์ประกอบที่ 5 การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์

ถ้าผู้รับสารได้ใช้การวิเคราะห์ และทำความเข้าใจในองค์ประกอบขั้นต้นทั้ง 4 มาได้เป็นอย่างดีแล้ว เท่ากับว่าผู้นั้นได้ผ่านกระบวนการการรู้เท่าทันสื่อที่ครบถ้วน แต่ยังไม่เพียงพอเพราะเมื่อเราเข้าใจองค์ประกอบสื่อ อ่านสื่อได้ ประเมินค่าได้ โดยใช้องค์ปัญญาที่เกิดขึ้น แต่เราทุกคนไม่สามารถออกไปจากโลกของสื่อได้ ความจำเป็นที่จะต้องอยู่ในโลกของสื่อต่อไปเราควรที่จะปฏิบัติได้ดังนี้

- เอาจริงที่ตนวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ได้
- เลือกรับสื่อเป็น
- สามารถส่งสารต่อได้ และมีปฏิริยาตอบกลับสื่อได้

**ระดับของการรู้เท่าทันสื่อ** (สุขุมาล จันทวี, 2550: Online) แบ่งออกเป็น

### **การรู้เท่าทันสื่อ ระดับต้น**

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

ถามอย่างง่ายว่าการรู้เท่าทันสื่อ ระดับต้น เราต้อง รู้ อะไร

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

### **การรู้เท่าทันสื่อ ระดับกลาง**

เน้นที่การรู้เท่าทันเจตนา ว่าเขามีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารครั้งนั้น ๆ  
 อย่างไร เจตนา หรือจุดมุ่งหมายนั้น จะให้คุณให้โทษแก่เราอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์ชีวิต  
 และความรู้ทางจิตวิทยาการสื่อสารเข้ามาช่วย เพื่อให้เราวางท่าทีความสัมพันธ์กับเขาได้อย่าง  
 ถูกต้องเหมาะสม และพ่วงไปที่ การรู้เท่าทันเจตนา ในฐานะที่เราเป็นผู้รับสาร การรู้เท่าทันสื่อ ทั้ง  
 ระดับต้นและระดับกลาง ยังเป็นทักษะแบบตั้งรับ คือมีปัญหาหมาก่อน แล้วจึงหาวิธีรับมือกับปัญหา

สรุปเป็นคำสั้น ๆ ว่า คิดทัน รู้ทัน และหยั่งรู้ได้

แปลว่าบางที เราอาจยังไม่ได้ "รู้เท่าทันธรรมดา" แค่อ่านใจคนออกโดยการวิเคราะห์  
สังเคราะห์ข้อมูลรอบด้านอย่างแยบคาย ให้มากพอ ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์การสื่อสารที่  
ซับซ้อนมาก ในระยะเวลาที่นานพอสมควร

### การรู้เท่าทันสื่อ ระดับสูง

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

สรุปเป็นคำสั้น ๆ ว่า คิดทัน รู้ทัน หยั่งรู้ และหยั่งเห็นตามที่เป็นจริง

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ที่บรรยายมาทั้งหมดนี้ ยังมีใช้การปฏิบัติธรรมเพื่อการหลุดพ้น  
ตามคติแนวพุทธ แต่เป็นการ หาวิธี ช่วยฝึกวิธีคิด เพื่อให้พอเข้าใจจิตใจของตน และ  
มองเห็นแนวทางเบื้องต้น ที่จะทำให้ใจสงบ และไม่คิดเบียดเบียนผู้อื่น (เกิดจิตกุศล) เท่านั้น

### ปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

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

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

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

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

### อุปสรรคสำคัญต่อการรู้เท่าทันสื่อ

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

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



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

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจความหมาย ทฤษฎี และองค์ประกอบที่สำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อใช้ในการออกแบบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) การวิเคราะห์ และการอภิปรายผลการวิจัย

#### 4. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น

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

พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา ได้กล่าวถึงทฤษฎีนี้โดยสรุปว่า

พัฒนาการทางบุคลิกภาพ 8 ขั้นตอน ของอีริกสัน

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

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

ความไว้วางใจของเด็กที่มีทั้งต่อตัวเองและผู้อื่นนั้น เด็กจะมีมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความคงเส้นคงวาของพ่อแม่ ในการตอบสนองความต้องการพื้นฐาน “ความไว้วางใจ” ของเด็ก ความรักใคร่ของพ่อแม่ที่แสดงต่อลูกนับว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก ถ้าเด็กได้รับความรักใคร่ที่เหมาะสม

เด็กจะรู้สึกว่าคุณนี่ปลอดภัย น่าอยู่และไว้ใจได้ แต่ถ้าเด็กได้รับไม่เหมาะสม เด็กจะรู้สึกว่าคุณนี่  
เต็มไปด้วยอันตรายไม่ปลอดภัย เด็กก็จะมีแต่ความหวาดระแวง

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

เด็กในวัยนี้จะเริ่มพัฒนาความเป็นตัวของตัวเอง เช่น รู้จักควบคุมการขับถ่าย เป็นต้น  
เนื่องจากเป็นวัยที่กล้ามเนื้อเริ่มแข็งแรงขึ้น เด็กในวัยนี้มีความต้องการอิสระที่จะกระทำและแสดง  
พฤติกรรมตามที่เขาต้องการ เพื่อเป็นการทดลองใช้กล้ามเนื้อส่วนต่างๆ เด็กในวัยนี้จะเริ่มเกิด  
ความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญและอยากเอาชนะสิ่งแวดล้อมหรืออำนาจที่มีอยู่ พ่อแม่จึงควร  
ระวังในเรื่องความสมดุลในการเลี้ยงดู โดยเฉพาะวิธีการเลี้ยงดูแบบปกป้องเกินไป (Over  
Protection) และการเลี้ยงดูแบบขาดการช่วยเหลือ (Lack of Support) กล่าวคือ ถ้าพ่อแม่ให้  
โอกาสและให้กำลังใจแก่เด็ก เด็กจะพัฒนาความเป็นตัวของตัวเอง มีความมั่นใจ รู้จักอิสระที่จะ  
ควบคุมตนเอง แต่ถ้าพ่อแม่ไม่ให้โอกาสหรือทำแทนเด็กทุกอย่าง เด็กจะเกิดความคลางแคลงใจใน  
ความสามารถของตนเอง

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

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดถึงการใช้ภาษา จะช่วยให้เด็กเกิดแง่คิดในการวางแผนและ  
การริเริ่มทำกิจกรรมต่างๆ เด็กในวัยนี้ถ้าได้รับการส่งเสริมให้ถูกทางจะเป็นการเสริมสร้างความคิด  
สร้างสรรค์ เช่น ถ้าพ่อแม่พยายามตอบคำถามเด็ก ไม่พูดตัดบทหรือแสดงความเบื่อหน่าย ก็จะเป็น  
การเสริมสร้างเด็กให้เกิดความรู้สึกต้องการที่จะศึกษาค้นคว้าต่อไป เด็กก็จะมีความคิดริเริ่ม  
(Initiative) ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ใหญ่คอยเข้มงวด หรือไม่เปิดโอกาสให้เด็ก หรือตำหนิเด็กอยู่  
ตลอดเวลา และเห็นว่าการกระทำของเด็กเป็นสิ่งที่น่ารำคาญ เด็กก็จะเกิดความรู้สึกผิด (Guilt) เมื่อ  
คิดจะทำสิ่งใด นอกจากนี้แล้วเด็กในวัยนี้จะเริ่มเรียนรู้บทบาทของเพศ มาตรฐานทางศีลธรรมและ  
การควบคุมอารมณ์

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

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

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

เป็นช่วงที่เด็กเข้าสู่วัยรุ่น และเริ่มพัฒนาเอกลักษณ์ของตนเองว่าตนคือใคร ต้องการอะไร มีทัศนคติอย่างไร มีเป้าหมายอะไรในอนาคต ถ้าเด็กค้นหาเอกลักษณ์ของตนเองได้ เด็กก็จะแสดงบทบาทของตนเองได้เหมาะสม แต่ถ้าเด็กค้นหาเอกลักษณ์ของตนเองไม่พบ เด็กจะเกิดความสับสนและแสดงบทบาทที่ไม่เหมาะสม หรือไม่สอดคล้องกับตนเอง

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

เป็นขั้นตอนของการพัฒนาทางด้านความรัก ความผูกพัน กล่าวคือ เมื่อบุคคลสามารถค้นพบเอกลักษณ์ของตนเองได้แล้ว โดยรู้ว่าตนเองคือใคร ต้องการอะไร มีจุดมุ่งหมายและอุดมคติอย่างไร แล้วก็จะเกิดความรู้สึกต้องการมีเพื่อนสนิทที่รู้จักสามารถรับทุกซอกซี้ดซึ่งกันและกันได้ตลอดถึงแสดงความยินดี และเสียสละให้แก่กัน แต่ถ้าพัฒนาในช่วงนี้ล้มเหลว ไม่สามารถสร้างความรู้สึกเช่นนี้ได้ เขาก็จะขาดเพื่อนสนิทหรือเกิดความรู้สึกต้องการที่จะซิงดีซิงเด่น ชอบทะเลาะเบาะแว้งกับผู้อื่น เขาจะรู้สึกวิ่วหว่ว เปล่าเปลี่ยว เหมือนถูกทอดทิ้ง ซึ่งจะนำไปสู่การแยกตัว และดำเนินชีวิตอย่างโดดเดี่ยว

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

เป็นช่วงของวัยกลางคน ซึ่งมีความพร้อมที่จะสร้างประโยชน์ให้สังคมได้เต็มที่ ถ้าพัฒนาการแต่ละขั้นตอนที่ผ่านมาดำเนินไปด้วยดีมีการดูแลรับผิดชอบเอาใจใส่ต่อบุตรหลานให้มีความสุข มีการอบรมสั่งสอนบุตรหลานให้เป็นคนดีต่อไปในอนาคต แต่ถ้าพัฒนาการขั้นต่างๆ ที่

ผ่านมาไม่ประสบผลสำเร็จ เขาก็จะเกิดความรู้สึกที่ถ้อยเย้ย เบื่อหน่ายชีวิตคิดคำนึงถึงแต่ตนเองไม่  
รับผิดชอบต่อสังคม

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

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

#### การกำหนดช่วงอายุของวัยรุ่น

สถาบันราชานุกูล (2550: Online) ได้กล่าวถึงพัฒนาการของเด็กในช่วงอายุต่าง ๆ ว่า  
เด็กอายุระหว่าง 0-3 ปี โททัศน์จะตั้งให้เด็กจ้องมองที่หน้าจอกที่มีแสงสว่าง มีการ  
เคลื่อนไหวภาพที่รวดเร็ว เด็กไม่มีโอกาสเรียนรู้แบบโต้ตอบกับสิ่งที่รับเข้ามา

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

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

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

ดนตรี หรือดารานางงามใจ จะมีอิทธิพลมากต่อความคิดและพฤติกรรมของวัยรุ่น รวมทั้งต้องการแสดงพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงอายุของสถาบันราชานุกูล เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มประชากรในงานวิจัยนี้ และจะใช้ทฤษฎีพัฒนาการของอีริกสัน และแนวคิดเกี่ยวพัฒนาการของเด็กในช่วงวัยต่าง ๆ ของสถาบันราชานุกูล ในการทำการศึกษาระบบชาติของวัยรุ่นในงานวิจัยนี้

### ลักษณะเฉพาะของวัยรุ่น

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

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

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

Casper & Offer (1990) กล่าวว่าวัยรุ่นหญิงจะให้ความสำคัญกับรูปร่าง และน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นมากกว่าวัยรุ่นชาย เพราะต้องการให้ตนเองมีรูปร่างที่พอมบาง แม้จะมีน้ำหนักปกติก็ตาม และแสวงหาวิธีในการลดน้ำหนักที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่วัยรุ่นชายจะหาวิธีการในการเพิ่มน้ำหนักตัวให้มากขึ้น เพื่อให้ดูแข็งแรงเป็นนักกีฬา และวัยรุ่นหญิงผิวดำจะให้ความสำคัญกับน้ำหนักตัวที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าวัยรุ่นผิวขาว ในขณะที่วัยรุ่นชายผิวดำให้ความสำคัญกับการลดน้ำหนักตัวโดยการออกกำลังกายมากกว่าวัยรุ่นชายผิวขาว

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

เปลี่ยนแปลงด้านร่างกายอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้วัยรุ่นเกิดความกังวลในการปรับตัว และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจของวัยรุ่นในเรื่องต่าง ๆ (นางพะงา ลีมีสุวรรณ, 2545)

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

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

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

กลุ่ม เป็นช่วงเวลาที่วัยรุ่นพยายามหาเอกลักษณ์ (Identity) และปรารถนาให้มีลักษณะบางประการเหมือนผู้หนึ่งผู้ใดในสังคม (Identification) (Erickson, 1963 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนา กาญจน์, 2546: 13) ผ่านมุมมองในการมองตนเอง 3 ลักษณะ

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

“Transient Self” คือ บุคลิกลักษณะในด้านสติปัญญา และความสามารถ เป็นส่วนที่วัยรุ่นไม่ยอมเปิดเผยให้บุคคลอื่นรับรู้ โดยเฉพาะกับบุคคลที่อาวุโสกว่า หรือด้อยอาวุโสกว่า เพราะจะทำให้เกิดปมด้อยในด้านดังกล่าว

“Personal Fable” เป็นโลกจินตนาการส่วนตัวที่วัยรุ่นมักเป็นตัวละครเอกในเรื่อง บุคคลอื่นไม่อาจรับรู้ในส่วนดังกล่าว หรืออาจรับรู้โดยผ่านการบอกเล่า หรือการบันทึก

### **พัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่น**

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

สุโท เจริญสุข ( 2517) ได้กล่าวถึงพัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่น ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงพัฒนาการด้านสังคมของวัยรุ่น จากความสัมพันธ์ทางสังคมในวัยเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่

พัฒนาจากวัยเด็ก	เพื่อไปสู่วัยผู้ใหญ่
1. ความสนใจในเรื่องต่าง ๆ มากมายไม่แน่นอน	1. ความสนใจน้อยเรื่องลง แต่จะมีความลึกซึ้งในเรื่องนั้นมากขึ้น
2. ชุกชุน พูดมาก กล้าทำ	2. การแสดงออกเหมาะสมตามเพศ และวัยมากขึ้น
3. คบเพื่อนที่มีลักษณะเหมือนกับตน	3. คำนึงถึงมาตรฐานทางวัฒนธรรมของผู้ใหญ่
4. ยอมเป็นสมาชิกของหมู่คณะทั่ว ๆ ไป	4. เลือกเป็นสมาชิกเฉพาะในหมู่คณะที่สนใจเท่านั้น
5. สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของครอบครัวไม่เป็นที่กังวลใจ เป็นเพื่อน	5. คำนึงถึงฐานะ ยศศักดิ์ และสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมครอบครัวเป็นสำคัญ
6. จัดกิจกรรมทางสังคมรูปแบบที่เรียบง่าย	6. มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น
7. การนัดพบที่ยุติธรรมกับเพื่อนต่างเพศมีน้อย	7. การนัดพบที่ยุติธรรมกับเพื่อนต่างเพศมากขึ้น
8. สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศอย่างธรรมดา	8. สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ โดยคำนึงถึงเรื่องการมีครอบครัวมากขึ้น
9. คบเพื่อนอย่างธรรมดา	9. มีความจริงจังในการคบเพื่อนมากขึ้น
10. มีเพื่อนฝูงมากมาย	10. มีเพื่อนน้อยลง แต่สนิทสนมกันมากยิ่งขึ้น
11. ชอบอาสาทำงานอะไรก็ได้ เพื่อให้ตนเด่นในหมู่เพื่อนฝูง	11. เลือกทำงานเฉพาะที่สนใจ เช่น สนใจเพื่ออาชีพ เพื่อการศึกษา
12. ไม่รู้ความต้องการที่แท้จริงของตน	12. คิดถึงผู้อื่นในสังคมมากขึ้น มีความรับผิดชอบมากขึ้น
13. ต้องการอยู่ในระเบียบกฎเกณฑ์ที่ดี และมีความแน่นอน	13. เป็นตัวของตัวเอง ไม่ชอบอยู่ในอำนาจของผู้อื่น หรือผู้ใหญ่
14. ยอมรับนับถืออำนาจของผู้ใหญ่	14. มีสถานะเท่าเทียมกับผู้ใหญ่มากขึ้น



นอกจากนี้ ราศรี ธรรมนิยม (2524) ได้อธิบายพัฒนาการของวัยรุ่นว่าเป็นออกได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่

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

จากรูปแบบการเข้าสังคมในวัยเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ในด้านการคบหาสมาคม การวางตัว รูปแบบพฤติกรรม ความสนใจ และอื่น ๆ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญในด้านพัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่นได้ ดังนี้

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

4. การเป็นสมาชิกกลุ่มที่มีค่านิยม และความสนใจเดียวกัน วัยรุ่นเริ่มมีความเป็นตัวของตัวเอง มีความเข้าใจในตัวเอง และต้องการเพื่อนที่สามารถให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาเพื่อให้เกิดความรู้สึกมั่นใจและปลอดภัย
  5. คำนึงถึงฐานะ ยศศักดิ์ และตำแหน่งมากขึ้น วัยรุ่นมีความเป็นตัวของตัวเอง และต้องการมีผู้นำกลุ่ม
  6. กิจกรรมทางสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น มีความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องการมีส่วนร่วมช่วยเหลือ และแก้ปัญหาสังคมร่วมกับผู้ใหญ่
  7. มีการนัดพบเพื่อนต่างเพศบ่อยขึ้น ซึ่งการคบหาสมาคมในช่วงแรกมักเป็นไปเพื่อศึกษานิสัยใจคอซึ่งกันและกันอันนำไปสู่การมีชีวิตร่วมกันต่อไป
- วัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการพัฒนาการที่มีลักษณะเฉพาะตน อาทิ ค่านิยม ความเชื่อ การเลือกอาชีพ และความคาดหวังของตนผ่านการเลือกรับ และปฏิเสธการเลียนแบบจากบุคคลต้นแบบ เป็นวัยที่เริ่มแยกตนออกจากครอบครัว และให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อนมากขึ้น ส่งผลให้วัยรุ่นเป็นวัยที่มีลักษณะทางสังคมที่แตกต่างจากวัยอื่น (Hochman & Huston, 1995)

### ความต้องการของวัยรุ่น

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

1. ความต้องการความรัก วัยรุ่นมีความรักให้กับบุคคลที่แวดล้อม และในขณะเดียวกันก็ต้องการความรักตอบจากบุคคลเหล่านั้นเช่นกัน

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

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

1. ครอบครัว ถือเป็นสถาบันสังคมอันดับแรก และอันดับที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการสร้างค่านิยมให้แก่วัยรุ่น ทั้งนี้ เพราะครอบครัวเป็นหน่วยแรกที่อบรมสั่งสอนพฤติกรรมสังคม

ให้แก่คนตั้งแต่เกิด ถึงแม่เด็กจะเติบโตขึ้นก็ยังคงอาศัยอยู่กับครอบครัว และได้รับการอบรมจากครอบครัวเป็นจำเป็น แม่แต่เมื่อเด็กโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ และแยกตนไปสร้างครอบครัวใหม่แล้ว ก็ยังมีความผูกพันกับบิดามารดา และสมาชิกในครอบครัวเดิมอยู่ สิ่งใดที่ครอบครัวอบรมสั่งสอนไว้ หรือสิ่งใดที่ครอบครัวเรียกร้อง ย่อมมีผลต่อการปฏิบัติของคนอยู่ไม่มากก็น้อย

2. วัฒนธรรมของสังคม สิ่งต่าง ๆ ที่คนในสังคมปฏิบัติอยู่โดยทั่วไป ไม่ว่าจะมีความระเบียบแบบแผนอย่างไร ไม่ว่าจะมีความระเบียบแบบแผนอย่างไร ไม่ว่าจะมีความมาตรฐานแตกต่างกันอย่างไร ย่อมมีอิทธิพลต่อค่านิยม และพฤติกรรมการแสดงออกของคนในสังคมอยู่ไม่น้อย รวมทั้งการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของคนในสังคมด้วย เช่น ในสมัยใดสังคมใดที่วัฒนธรรมการแต่งกายแบบญี่ปุ่นเข้ามา มีอิทธิพลย่อมส่งผลให้คนในสังคม มีพฤติกรรมแต่งกายที่แสดงออกมาในแนว ๆ ญี่ปุ่นเช่นกัน

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

4. สื่อมวลชน เด็กวัยรุ่นในปัจจุบันได้รับความรู้ และความคิดจากสื่อมวลชนเป็นอันมาก ในบางกรณีเด็กก็ยอมรับเอาความรู้ และความคิดไปยึดถือเป็นค่านิยมบางประการของตน การโฆษณาสินค้าโดยอาศัยสื่อมวลชน ก็มีส่วนทำให้เกิดค่านิยมบางอย่างแก่เด็กวัยรุ่น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุด ได้แก่ ค่านิยม หรือสมัยนิยมในการแต่งกาย การไว้ผม และการเสริมความงาม สมัยใดที่เห็นว่าการแต่งกายแบบเสื้อสายเดี่ยว กางเกงขาบานเป็นที่นิยม สื่อมวลชนก็นำความคิดเช่นนี้ออกไปเผยแพร่ นักธุรกิจ และนักแสดงก็ช่วยกระพือค่านิยมแบบนี้ ออกสู่สังคม โดยเฉพาะวัยรุ่น และวัยรุ่นสาว จึงเปลี่ยนรสนิยมไปด้วย เพราะอาจเห็นว่าเป็นสิ่งที่สวยงามใคร ๆ ก็ใส่กัน ถือเป็นเรื่องธรรมดา ถึงแม้ว่าบางครั้งการแต่งกายดังกล่าว อาจไม่เหมาะกับบุคลิกภาพของแต่ละ

คน หรือไม่เหมาะสมกับสังคมของเราก็ตาม ซึ่งบางทีสื่อมวลชนอาจไม่ได้เป็นผู้ริเริ่มขึ้นเอง แต่สื่อมวลชนก็เป็นเครื่องมืออันสำคัญ ที่จะเผยแพร่ค่านิยมให้แพร่หลายได้มากขึ้น

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

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

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

- กลุ่มรักสวยรักงาม : กลุ่มที่เอาใจใส่ในเรื่องความสวยงาม แพชชั่นการแต่งกาย มารเปิดรับสื่อมาก คลั่งไคล้นักแสดงที่มีชื่อเสียง ติดเพื่อน ชอบบลองและแสวงหาสินค้าใหม่

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

กลุ่มเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยมีปริมาณการเปิดรับสื่อในระดับมาก ให้ความสำคัญกับการศึกษา เนื่องจากได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมอย่างเต็มที่จากพ่อแม่ ขึ้นชอบการเล่นกีฬา และการทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อนตามจุดนัดพบที่สำคัญ เช่น ศูนย์การค้า ร้านฟาสต์ฟู้ด ตลอดจนสถานที่เรียนพิเศษ ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และรูปแบบการแต่งกายที่คำนึงถึงแฟชั่น และนิยมสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของบุคคลที่แวดล้อมในสังคม เป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่เห็นคุณค่าของเงิน และเป็นพวกวัตถุนิยม แต่กลุ่มเจนเนอเรชันวายยังคงให้ความสำคัญ และได้รับอิทธิพลจากครอบครัวในด้านสิทธิเสรีภาพทางความคิด การแสดงความคิดเห็น และการแสดงออก นอกจากนี้ กลุ่มดังกล่าวไม่ค่อยสนใจและไม่นิยมใช้สินค้าเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากนัก โดยการใช้อินเทอร์เน็ต และการเล่นเกมสโคมพิวเตอร์เฉลี่ยนานกว่า 1 เดือนต่อ 1 ครั้ง และมีอุปกรณ์สื่อสารอย่างน้อยร้อยละ 15 ของกลุ่มตัวอย่าง

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

อันดับที่ 1 ทักษิณ ชินวัตร

อันดับที่ 2 เดวิด เบคแฮม

อันดับที่ 3 ไมเคิล โอเวน

อันดับที่ 4 บริทนีส์ สเปียร์ส

อันดับที่ 5 แม่

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

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ สมาคมวิจัยการตลาดได้แบ่งกลุ่มวัยรุ่นออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

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

รณรงค์เนมถูกกระตุ้นด้วยงานโฆษณาสินค้าได้ง่าย และคิดว่าชาติกำเนิดมีส่วนในการตัดสินใจของคน

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

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

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

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



ให้เกิดความเครียดมากที่สุด คือปัญหาในด้านการเรียน รองลงมา คือปัญหาในด้านความรัก ปัญหาครอบครัว และปัญหาในด้านการเงิน ซึ่งความเครียดที่เกิดขึ้นมีผลกระทบทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจจนบางครั้งกลุ่มตัวอย่างคิดว่าร้ายตัวเองเพื่อหนีปัญหา โดยกลุ่มวัยรุ่นมีแนวทางในการลดปัญหาความเครียดดังกล่าวด้วยการฟังเพลง นอนหลับพักผ่อน พูดคุยกับเพื่อน ออกกำลังกาย และปรึกษาจิตแพทย์ (ศศิ วัฒนาพานิช, 2545 อ้างถึงในทัศนีย์ เทิดธนากาญจน์, 2546: 20)

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

สื่อกระตุ้นให้วัยรุ่นหลงใหลวัตถุมากเกินไป	70.50%
กลัวเพื่อนไม่ยอมรับ	69.70%

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

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

การเป็นตัวของตัวเอง กับ การเป็นสมาชิก (Autonomy versus Belonging) วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการความเป็นอิสระจากครอบครัว ในขณะเดียวกันก็ต้องการให้ตนเป็นที่ยอมรับโดยเฉพาะกับกลุ่มเพื่อนเพื่อไม่ให้ตนรู้สึกโดดเดี่ยวในสังคม

การต่อต้าน กับ การยอมปฏิบัติตาม (Rebellion versus Conformity) วัยรุ่นมักต่อต้านกฎเกณฑ์ และรูปแบบพฤติกรรมที่เป็นมาตรฐานสังคมที่พึงยึดถือปฏิบัติ ในขณะเดียวกันวัยรุ่นก็ยอมปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานของสังคมเพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับในสังคม

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

การหลงตัวเอง กับ ความคุ้นเคย (Narcissism versus Intimacy) วัยรุ่นมักหมกมุ่นอยู่กับลักษณะของภาพลักษณ์ที่ปรากฏของตน ในขณะที่เดียวกันวัยรุ่นก็ต้องการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างความคุ้นเคยกับบุคคลแวดล้อม

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

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย

ในการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย ผู้วิจัยจะขอเสนอในประเด็นพฤติกรรมชายรักชาย และการเปิดเผยตนเอง ดังนี้

### ● พฤติกรรมชายรักชาย

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

ชายรักชาย (Male Homosexual) สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มตามความพึงพอใจในเพศตนเอง และจากการแสดงออกคือ

1. **Gay** หมายถึง ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกัน แต่ยังคงพึงพอใจในเพศชายของตนเอง การแต่งตัวเป็นผู้ชาย บุคลิกภายนอกอาจบ่งชี้ผู้เป็นเกย์ได้ลำบาก เพราะมีทั้งสภาพเรียบร้อย จนถึงเหมือนผู้ชายทั่วไป

2. **Tranvestitism** หมายถึง ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกัน แต่มีความพึงพอใจที่จะเลียนแบบเพศหญิงด้วยการแต่งตัวเลียนแบบ บุคลิกภายนอกบ่งชี้ได้ง่าย เช่น มีจริตเหมือนผู้หญิง แต่งหน้าหรืออาจมีหน้าอก ผมหยาบ ฉีดฮอร์โมน แต่ไม่ได้แปลงเพศ

3. **Transsexualism** หรือ **Transgender** หมายถึง ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกันมีความต้องการเป็นเพศหญิง และแปลงเพศเป็นผู้หญิงแล้ว หรือที่เรียกว่าสาวประเภทสอง

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

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

ความเป็นเกย์ของเกย์ไทย ถูกกำหนดโดยโครงสร้างทางวัฒนธรรม ที่เน้นบทบาททางเพศระหว่างชายกับหญิงเป็นอย่างมาก ส่วนคำว่า “เกย์” มีนัยในเชิงวัฒนธรรมมากกว่า ดังนั้น “เกย์” จึงหมายถึง ฮอริโมนเช็กชวล และอาจรวมถึงไบเช็กชวล ฉะนั้น โดยทั่วไป “เกย์” แปลว่าไม่ใช่ผู้ชายเต็มตัว ทว่า เมื่อเรามองให้ละเอียดขึ้น เราจะพบว่า การแบ่งแยกเรื่องทางเพศในบ้านเรา สะท้อนค่านิยมเกี่ยวกับบทบาททางเพศระหว่างหญิงกับชายเป็นอย่างมาก สังคมไทยแต่เดิมไม่มีแนวคิดในเรื่องนี้ การมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน อาจถูกมองว่าเป็นเรื่องวิบัติ แต่เพศชายก็ยังคงเป็นเพศชาย ไม่ใช่เกย์ เพราะเราไม่ได้มีมโนทัศน์เกี่ยวกับเกย์ แต่เดิมวัฒนธรรมของเราได้ระบุตัวตนหรืออัตลักษณ์ โดยเอากิจกรรมทางเพศ หรือวัตถุประสงค์ของการร่วมเพศมาเป็นเครื่องบ่งชี้ สังคมไทยยังคงถือทัศนคติที่ว่าคนที่มิได้มีลักษณะเป็นผู้ชายถึงอย่างไรก็ต้องชอบเพศหญิง เพราะเรามีภาพเรื่องบทบาททางเพศคอยกำกับ ต่อมาเมื่อมีการสร้างศัพท์ขึ้น โดยขอยืมภาษาอังกฤษมาใช้อีก คือ การแบ่งแยกระหว่างเกย์คิง กับเกย์ควีน (Dr. Lover, 2547: 20-21)

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

รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย โดยนำเอา กลุ่มกิจกรรม 7 กลุ่ม กลุ่มความสนใจ 6 กลุ่ม กลุ่มความคิดเห็น 5 กลุ่ม ที่ได้จากการวิเคราะห์ใน ชั้นแรก มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยรวมกันเป็นชั้นที่ 2 สามารถจัดแบ่งได้เป็น 6 กลุ่มคือ

1. **Homey Gay Lifestyle** เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ชอบทำกิจกรรมในบ้าน และกิจกรรมทางศาสนา รวมทั้งกิจกรรมเพื่อความรู้ เช่น ชอบปลูกต้นไม้ เข้าครัว พักผ่อนอยู่บ้าน วันหยุด ชอบทำบุญ และนั่งสมาธิบ้าง นอกจากนี้ยังชอบเข้าห้องสมุด และชมนิทรรศการต่างๆ
2. **Night Going Gay Lifestyle** เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ชอบเที่ยวกลางคืน ชอบเต้นรำ สูบบุหรี่ ดื่มเหล้า เพราะคิดว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย คิดว่าการซุบซิบนินทาเป็นเรื่องสนุก ปาก มีความเห็นว่ายาเสพติด ยาอี เป็นสิ่งคล้ายเครียด มองว่าสินค้าไทยไม่มีคุณภาพ รวมทั้งการ แสดงของไทยเป็นสิ่งล้าสมัย
3. **Obviously Gay Lifestyle** เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่นิยมแต่งตัวแฟนซี เป็น ผู้หญิงบ้างบางโอกาส มักเปลี่ยนคู่นอนบ่อย และให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตาของผู้ที่จะมาเป็น แฟนด้วย มีความสนใจในเรื่องสวยๆ งามๆ คิดว่าผู้ชายแต่งหน้าอ่อนๆ ได้ และคิดว่าการแต่งตัว แปลกๆ เวอร์ๆ ดูเท่ดี ชอบกิจกรรมการพนันบ้าง กลุ่มนี้พร้อมให้ความร่วมมือกับกิจกรรมเกย์ หรือ นิทรรศการเกย์เป็นอย่างดี
4. **Trendy Gay Lifestyle** เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่น่าสนใจในความก้าวหน้าใน ชีวิต และความก้าวหน้าในวิทยาการใหม่ๆ ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ ให้ความสำคัญกับการ ติดต่อสื่อสาร เช่น ขาดอุปกรณ์ติดต่อสื่อสารไม่ได้ ชอบลองของใหม่ก่อนเพื่อน รักอิสระเป็นตัวของตัวเองสูง แต่ขณะเดียวกันก็มีสังคมนกลุ่มเพื่อนที่เหนียวแน่น
5. **Conservative Gay Lifestyle** เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่นิยมใช้ชีวิตแบบ ระมัดระวังตัว เช่น ตระหนักถึงการเก็บออม มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเอดส์เป็นอย่างดี และมี ความคิดเห็นว่าเกย์ยุคใหม่ไม่ควรแสดงออกมาก และเห็นว่าสิทธิเสรีภาพของเกย์ไทยยังจำกัดอยู่

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

ในเมื่อไลฟ์สไตล์ของชาวเกย์ จะเป็นกลุ่มที่รักสวยรักงาม เหตุนี้กลุ่มสินค้าและบริการที่มีการบริโภคในระดับสูง คือ หมวกการแต่งกาย แฟชั่น ได้แก่ นิยมฉีดน้ำหอม ทาครีมโลชั่น ซักเสื้อผ้า รวมทั้งหมวกสินค้าและบริการในหมวดบันเทิง ได้แก่ ชมภาพยนตร์ ซื่อเทพเพลง เที่ยวดิสโก้ และเที่ยวชานา (สถานพบปะเพื่อการมีเพศสัมพันธ์) (<http://www.rsat.info/webboard/thread-608-1-1.html>, 2552: Online)

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

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

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

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

### สาเหตุของการเป็นเกย์

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

- เกลียดพ่อรักแม่
- เกิดในครอบครัวที่หวังจะได้ลูกสาว
- เป็นนางเอกในโรงเรียน
- สิทธิเอาอย่าง
- ค่านิยมทางสังคม

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

1. **ปัจจัยทางร่างกาย** (Constituional Factors) ทุกคนมีส่วนประกอบของ Homosexual และ Heterosexual ในแรงขับทางเพศเชื่อว่า ผู้ชายที่มีความสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามได้ จะระบายส่วนของความรู้สึกที่มีต่อเพศเดียวกันออกมาในรูปแบบของมิตรภาพกับผู้ชายอื่น ดนตรี ศิลปะ

2. **ปัจจัยทางจิตใจ** (Psychological Factors) รักร่วมเพศเป็นผลจากการถดถอย (Regression) หรือการตรึงแน่น (Fixation) ใน Phallic Stage ซึ่งในระยะนี้เด็กจะอายุประมาณ 4 ปี เด็กชายจะรักแม่อีกขาพ่อที่เป็นเพศเดียวกันกับตน แล้วเด็กชายจะผ่านพัฒนาการขั้นนี้ไปโดยการปรับตัวเลียนแบบพ่อ

3. **ปัจจัยสิ่งแวดล้อม** (Environmental Factors) อาจเกิดจากอิทธิพลที่ไม่ดีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยเฉพาะพวกรักร่วมเพศชาย แม้มักจะเป็นคนปกป้องรักษามากเกินไป สนับสนุนมากเกินไป หวงแหวน ยั่วยวน และกดขี่ ทำให้ความสนใจในความเป็นเพศชายของเด็กลดน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างวัยรุ่น แม้มักจะมีความรู้สึกเอ็นชาทงเพศ และพยายาม

ผูกมิตรกับลูกเพื่อต่อต้านพ่อ เด็กจะนิยมชมชอบแม่ และหันเข้าหาแม่ พ่อมักจะห่างเหินไม่แสดงความรัก ไม่อยู่บ้าน ดังนั้น เด็กจึงมีความรู้สึกต่อพ่อแบบเฉย ๆ โกรธ หรือกลัว

4. **ปัจจัยวัฒนธรรม** (Cultural Factors) บางกลุ่มยอมรับว่าพวกเราร่วมเพศเป็นเรื่องธรรมดา เพียงแต่ว่ามีข้อห้ามทางสังคม และวัฒนธรรมเท่านั้น จึงดูผิดปกติไป ในสถานการณ์บางอย่าง อาจจะทำให้เกิดพฤติกรรมรักร่วมเพศได้ เช่น การทดลองในเด็กวัยรุ่น การขาดคู่อร่วมเพศตรงข้าม อาทิ ในหอพัก ภัตตาคาร เรือนจำ เป็นต้น

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

#### ● การเปิดเผยตนเอง

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

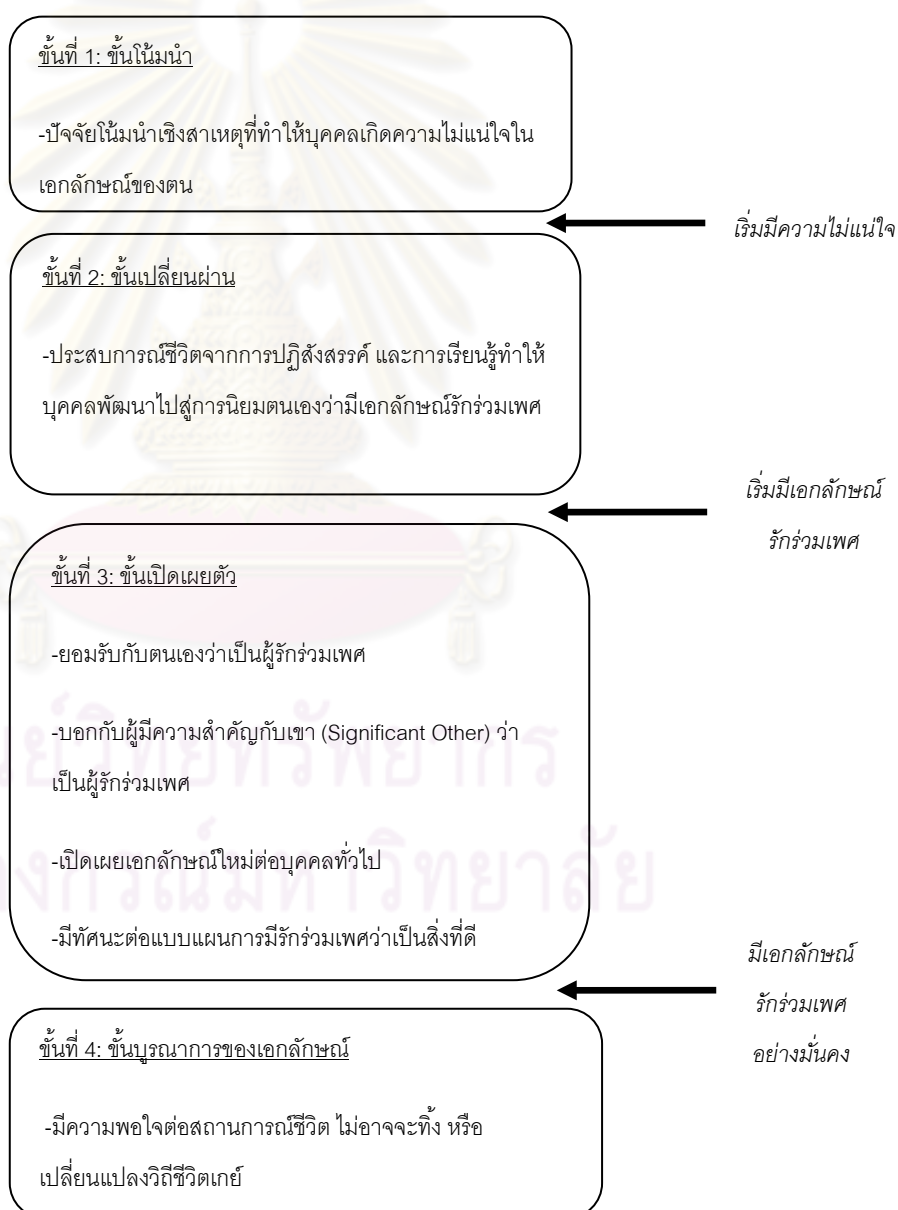
นักทฤษฎีหลายคนได้ให้ความหมายของการเปิดเผยตัว (Coming Out) ว่าหมายถึง การให้นิยามแก่เอกลักษณ์แห่งตนว่าเป็นผู้รักร่วมเพศ คือ Troiden Coleman และ Weinberg ซึ่งสอดคล้องกับที่ Dank (2514) ได้ให้นิยามไว้ นอกจากนี้ Gagnon and Simmon (2510) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการสำนึกแห่งตน (Self-Recognition) ของบุคคลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของเขาว่าเป็นผู้รักร่วมเพศ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

การเปิดเผยตัวจึงเป็นระยะที่สำคัญระยะหนึ่งของการเป็นผู้รักร่วมเพศ เป็นการที่บุคคลเริ่มยอมรับตนเองเกี่ยวกับเอกลักษณ์ใหม่ของตนจากความโน้มเอียงทางเพศที่เป็นอยู่ และเปิดเผยเอกลักษณ์นี้ให้แก่คนใกล้ชิด และคนทั่วไปได้รู้ เนื่องจากเขามีทัศนคติต่อการมีรักร่วมเพศว่าเป็นสิ่งที่ดี และเป็นแบบแผนชีวิตที่น่าจะดำเนินไปได้ แต่การยอมรับ และการแสดงเอกลักษณ์ให้แก่คนทั่วไปได้เห็น ยังมีไม่ใช่สิ่งที่แสดงว่าบุคคลนั้นจะอำรงเอกลักษณ์นี้ไว้ได้ตลอดไป เขาอาจจะละทิ้งเอกลักษณ์ใหม่นี้ไปได้ ถ้าเขาเห็นว่ามันทำให้ได้รับรางวัลน้อยกว่าเอกลักษณ์อื่น คือ เอกลักษณ์รัก



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

แผนภาพที่ 2.3 แสดงแบบจำลองการพัฒนาเอกลักษณ์รักร่วมเพศของวัยรุ่น



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

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

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

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

1. พฤติกรรมรักร่วมเพศจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต

2. พฤติกรรมของเขาสอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม ตามแบบรักต่างเพศ
3. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ที่เขาไม่อาจยับยั้งได้ เนื่องจากความเป็นรักร่วมเพศไม่ได้เกิดมาจากตัวเขาเอง และเขาก็ไม่ได้ต้องการให้พฤติกรรมเป็นเช่นนี้ แต่เกิดมาจาก
  - การเกิดมาเพื่อจะเป็นเกย์ หรือ “Born To Be”
  - สภาพแวดล้อมทางครอบครัวที่เลียดูในลักษณะของเพศหญิง ทำให้ต้องมีแนวโน้มนำทางเพศต่อเพศชายในอนาคต

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

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

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

ร่วมเพศ ดังนั้น เขาจึงเรียกตัวเองตามคำนิยามของสังคม ซึ่งส่วนหนึ่งของคำนิยามนั้น บุคคลได้เรียนรู้มาจากการปฏิสังสรรค์กับสังคมเกย์

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

มากไปกว่านั้น การปรับประสานพฤติกรรมของผู้รักร่วมเพศภายในโลกของรักต่างเพศ โดยการลดลักษณะของความเป็นหญิงลง และการเสนอตนเป็นผู้รักต่างเพศ จะช่วยปกป้องไม่ให้ผู้รักร่วมเพศได้รับผลกระทบ หรือการประณามจากสังคมมากนัก ความรู้สึกต่อเอกลักษณ์ของเขาจึงดีขึ้นเป็นลำดับ ประกอบกับการเข้าสู่โลกของเกย์ที่ช่วยทำให้เขามองเห็นคุณค่าของการเป็นผู้รักร่วมเพศที่สามารถแสวงหาความสุขพอใจได้จากวัฒนธรรมย่อยของพวกเขาเอง เจือปนไขต่าง ๆ เหล่านี้ จะช่วยให้เกิดการยึดมั่นผูกพันต่อเอกลักษณ์รักร่วมเพศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้รักร่วมเพศได้อย่างแท้จริงของเขานั่นเอง (บงกชมาศ เอกเยี่ยม, 2532: 163-166)

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

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

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

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมทางเพศ

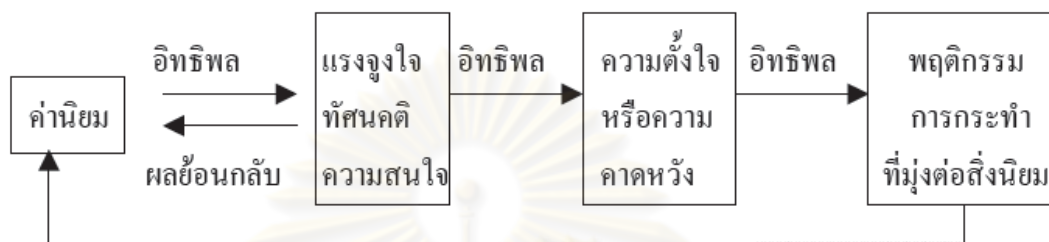
คำว่า “ค่านิยมทางเพศ” นั้น เป็นการผสมคำระหว่างคำว่า “ค่านิยม” และ “เพศ” ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจ และหาความสัมพันธ์ของคำว่า “ค่านิยม” และ “เพศ” ในการนิยามความหมายของคำว่า “ค่านิยมทางเพศ” ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

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

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

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

แผนภาพที่ 2.4 แสดงอิทธิพลของค่านิยมต่อพฤติกรรมของบุคคล



จากแผนภาพดังกล่าว สรุปได้ว่า ค่านิยมเป็นตัวแปรจากบุคคลที่มีอิทธิพลผลักดันให้เกิดพฤติกรรมประเภทอื่น ๆ ซึ่งมุ่งไปสู่การกระทำเพื่อให้ได้สิ่งที่นิยมมา ซึ่งแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ค่านิยมเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อสังคม เพราะค่านิยมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคนในสังคม

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

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

- อิทธิพลของสังคม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมต่อค่านิยมของบุคคล ย่อมมีอิทธิพลต่อค่านิยมของเด็ก ค่านิยมของเด็กมักคล้อยตามค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมที่เด็กเป็นสมาชิกอยู่ เช่น สังคมไทยมีค่านิยมเกี่ยวกับความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เด็กก็จะได้รับการปลูกฝังจากครอบครัว โรงเรียน และสังคมให้มีค่านิยมดังกล่าวด้วย

สารานุกรมศัพท์สังคมวิทยา -มานุษยวิทยา ได้ให้ความหมายของค่านิยมไว้ว่า เป็นสิ่งที่บุคคลพอใจ หรือเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า แล้วยอมรับไว้เป็นความเชื่อ หรืออยู่ในความสำนึก ค่านิยมจะฝังอยู่ในตัวบุคคลในรูปแบบของความเชื่อ หรือความรู้สึกนึกคิดจนกว่าเจ้าตัวจะพบกับค่านิยมใหม่ที่ตนเองพอใจ และยอมรับไว้ เมื่อบุคคลได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ ก็จะนำค่านิยมของตนเองมาใช้วัด หากเหตุการณ์นั้นตรงกับค่านิยมของตนเอง บุคคลนั้นก็จะมีพอใจ และเห็นว่าคุณค่าถูกต้อง แต่ถ้าเหตุการณ์ไม่ตรง หรือขัดแย้งกับค่านิยมของตนเอง ก็จะไม่เห็นด้วย และไม่พอใจ ค่านิยมจึงเป็นเสมือนพื้นฐานการประพฤติปฏิบัติของบุคคลโดยตรง (อุทัย หิรัญโต, 2526 อ้างถึงใน สุพัตรา บุญญานุกาพพงศ์, 2548: 10)

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

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2542: Online) ให้ความหมายค่านิยมไว้ว่า สิ่งที่บุคคล หรือสังคม ใช้ยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง

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

ฮอลท์ (Hault, 1969 อ้างถึงในสุชาภรณ์ ตังจิตสาธุกิจ, 2549: 21) ได้ให้ความหมายของค่านิยมว่า เป็นสิ่งที่กลุ่มสังคมหนึ่ง ๆ เห็นว่าเป็นสิ่งที่มีค่าสมควรแก่การกระทำ น่ากระทำ น่ายกย่อง หรือเห็นว่าถูกต้อง

สนธิ สมัครการ ( 2524 อ้างถึงในสุชาภรณ์ ตังจิตสาธุกิจ, 2549: 21) ได้สรุปความหมายของค่านิยมไว้ว่า เป็นแนวคิด แนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ที่คนในแต่ละวัฒนธรรมมีความนิยมชมชอบเลือก หรือยึดถือเอามาเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ของตน

พัทยา สายหนู (อ้างถึงในสุชาภรณ์ ตังจิตสาธุกิจ, 2549: 21) อธิบายความหมายของค่านิยมว่า เป็นความรู้สึก หรือความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าสิ่งหนึ่งนั้น เป็นสิ่งที่น่าชื่นชม น่ามี น่ากระทำ ปกติบุคคลแต่ละคนมีค่านิยมของตนเองต่อสิ่ง หรือการกระทำต่าง ๆ ที่ตนเองมีอยู่ กระทำอยู่ หรืออยากมี อยากกระทำ ถ้ามีโอกาสทำได้ หรือเมื่อยังไม่มีโอกาสของตนเองก็ชื่นชมเวลาคนอื่นมี หรือกระทำ

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

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

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

เพศที่กำหนดขึ้นโดยธรรมชาติ และ เป็นข้อกำหนดทางสภาวะชีววิทยาซึ่งเปลี่ยนแปลงไม่ได้ เป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ให้เพศหญิง และเพศชายมีบทบาท มีหน้าที่ที่แตกต่างกัน เช่น มนุษย์ผู้หญิงตั้งครรรภ์และคลอดบุตร มนุษย์เพศชายจะมีส่วนร่วมในการให้กำเนิดโดยเป็นผู้ผลิตอสุจิที่จะผสมกับไข่จากหญิงในการก่อกำเนิดทารก (คลังปัญญาไทย, 2552: Online)



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

เพศที่ถูกกำหนดโดยเงื่อนไขทางสังคม หรือวัฒนธรรม ให้แสดงบทบาทหญิง หรือบทบาทชาย ดังนั้น เพศที่ถูกกำหนดโดยสังคมนี้ จึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาวะการณ์ และเงื่อนไขของความเป็นเพศชายในอีกยุคสมัยหนึ่งก็ได้ คุณลักษณะของแต่ละเพศที่ปรากฏไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่ได้ถูกสร้างขึ้นโดยผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นตัวตนทางสังคม ดังนั้น ความเป็นเพศจึงเป็นตัวกำหนดความเป็นตัวตน ทักษะ และความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้อื่นของคนในแต่ละเพศ (คลังปัญญาไทย, 2552: Online)

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

ในวาทกรรมของสังคมไทย คำว่า “เพศ” คำเดียวมีความหมายครอบคลุมวาทกรรมในสังคมตะวันตกปัจจุบัน ดังนี้

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

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

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

โดยงานวิจัยนี้ “ค่านิยมทางเพศ” ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างเพศชายกับชายเท่านั้น และจะศึกษาเบื้องต้นของการเกิดค่านิยมทางเพศ ดังนั้น ผู้วิจัยจะเรียกค่านิยมทางเพศดังกล่าวว่า “ค่านิยมทางเพศ”

จากแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมทางเพศ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจความหมายของ “ค่านิยม” และ “เพศ” เพื่อใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร “ค่านิยมทางเพศ” ในฐานะตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งมีผลต่อตัวแปรการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ แลความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ ในงานวิจัยนี้

นอกจากนี้ ยังสามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมทางเพศ ไปใช้ในการนิยามศัพท์ การออกแบบ และการอภิปรายผลของงานวิจัย

## 7. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม

การเรียนรู้ทางสังคมเป็นรูปแบบหนึ่งของการเรียนรู้จากการกระทำ และมีความสัมพันธ์โดยตรงกับรูปแบบพฤติกรรมจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในสังคม และการแสวงหารูปแบบพฤติกรรมที่คาดหวังของสังคมนั้นซึ่งจะมีความแตกต่างในแต่ละวัฒนธรรมและตัวบุคคล ระดับการ

ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการเรียนรู้ทางสังคมที่เหมาะสม ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในสังคมที่เกิดขึ้น ขณะนั้นเป็นสำคัญ (Khan & Cangemi, 2001) โดย

1. บุคคลจะเรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำของบุคคลในสังคม ซึ่งผลที่ตามมาจากการเรียนรู้ในรูปแบบดังกล่าว คือ พฤติกรรมที่บุคคลนั้นปฏิบัติ
2. การเรียนรู้ทางสังคมเป็นเพียงการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่นเท่านั้น และไม่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอย่างถาวร
3. การรับรู้ (Connition) มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม

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



S = สิ่งเร้า และ R = กาทตอบสนอง

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

Albert Bandura (1977) ได้แบ่งการเรียนรู้ทางสังคมออกเป็น 2 ลักษณะ

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

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

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

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

กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้ (Albert Bandura, 1977)

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

ทำหน้าที่เป็นตัวแบบอาจแยกประเภทได้หลายระดับ ขึ้นอยู่กับความแข็งแกร่งของแรงจูงใจ และความสนใจที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่ามากน้อยแค่ไหน โดยความเกี่ยวพันกันระหว่างสิ่งเร้า นั้นกับสภาพแวดล้อม

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

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

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

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

กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม และการอบรมป้อนนิสัยทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสังคมตลอดเวลา และมีอาจปฏิเสธได้ว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ตลอดระยะเวลาที่บุคคลยังดำรงชีวิต และมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดค่านิยมทางวัฒนธรรมของบุคคลในสังคมนั้น

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงลักษณะการเรียนรู้ทางสังคม และกระบวนการการเรียนรู้ทางสังคม เพื่อใช้ในการศึกษา *ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ และการอภิปรายผลการวิจัย*

## 8. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ

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

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

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

### การเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning)

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

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

1. ทำหน้าที่สร้างพฤติกรรมใหม่ ในกรณีนี้ เป็นกรณีที่ยุ่สังเกตตัวแบบนั้นยังไม่เคยได้มีการเรียนรู้พฤติกรรมดังกล่าวมาก่อนเลยในอดีต เช่น พฤติกรรมการพูดของเด็ก หรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับทักษะในการช่วยตนเอง เป็นต้น

2. ทำหน้าที่เสริมพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น เป็นกรณีและผู้สังเกตตัวแบบเคยเรียนรู้พฤติกรรมมาบ้างแล้วในอดีต ตัวแบบก็จะทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้ที่เคยเรียนรู้พฤติกรรมดังกล่าวพยายามพัฒนาให้ดีขึ้น

3. ทำหน้าที่ยับยั้งการเกิดของพฤติกรรม ในกรณีที่ผู้สังเกตมีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ หรือยังไม่เคยมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์มาก่อน ตัวแบบก็จะทำให้พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์นั้น ลดลงหรือไม่เกิดขึ้น

### ตัวแบบนั้นแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกันคือ

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

### การเลียนแบบผ่านสื่อมวลชน

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

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



## การเรียนรู้โดยการเลียนแบบ มี 2 ชั้น (Bandula, 1997) ได้แก่

ชั้นที่ 1 การเกิดความสามารถในการกระทำ เป็นการรับมาซึ่งการเรียนรู้ ที่สามารถแสดงพฤติกรรมได้ โดยอาศัยกระบวนการทางสติปัญญา และความใส่ใจ

ชั้นที่ 2 การกระทำ คือ ชั้นการแสดงพฤติกรรม ซึ่งอาจจะมีการแสดงพฤติกรรมหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ความสามารถทางด้านร่างกาย ทักษะต่าง ๆ รวมทั้งความคาดหวังที่จะได้รับเสริมเป็นแรงจูงใจ

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

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

การเลียนแบบ เป็นกระบวนการขัดเกลาสมาชิกในสังคม ให้มีการประพฤติปฏิบัติตนตามรูปแบบที่สังคมคาดหวังกระบวนการหนึ่ง บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการเลียนแบบ ได้แก่

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

การมีพฤติกรรมอย่างเดียวกัน ( Same Behavior) บุคคลอาจมีพฤติกรรมแบบเดียวกัน เพราะมีสิ่งเร้าแบบเดียวกัน พฤติกรรมที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากการเลียนแบบ หรือจากปัจจัยอื่น เช่น เห็นกลุ่มบุคคลชุมนุมประท้วงก็เข้าไปร่วมชุมนุมด้วย

การมีพฤติกรรมเทียบเคียงกัน ( Match Dependent Behavior) กระบวนการเลียนแบบที่เกิดขึ้นเมื่อตัวต้นแบบเป็นบุคคลที่น่าเลื่อมใส หรือเป็นผู้ที่มีอาวุโสมากกว่าผู้เลียนแบบ เช่น พฤติกรรมการเลียนแบบของน้องที่เลียนแบบพฤติกรรมพี่

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

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

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

#### 4. ความเหนือกว่าในด้านความชำนาญในด้านนั้น (Superiors Technicians in Any Field)

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

การศึกษาวิจัยถึงการเลียนแบบจากงานวิจัยที่ผ่านมาทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ต่างมุ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมของเด็กเป็นสำคัญ นั่นอาจเป็นเพราะวัยเด็กเป็นวัยที่มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในสังคมในขอบเขตที่จำกัด เช่น สมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อนที่โรงเรียน เป็นต้น และเป็นวัยที่อยู่ในความดูแลของพ่อแม่อย่างใกล้ชิดติดประคบกับพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม และการเลียนแบบสามารถเห็นถึงพัฒนาการเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดกว่าการศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างในวัยอื่น

จากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความหมาย วิธีการ การขัดเกลาทางสังคมผ่านกลไกการเลียนแบบ เพื่อใช้ในการออกแบบเครื่องมือ และเพื่อศึกษาตัวแปรตามของงานวิจัยนี้

#### 9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยนี้ จะสามารถแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

##### 1. งานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

“การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร” (นุชวีร์ ตันติวิจิตร, 2536) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากร พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ ความพึงพอใจ และการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 323 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า

1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมละครโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.30-23.00 น. มีการเปิดรับชมมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการชมมากกว่า 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง เหตุผลในการรับชมเป็นไปเพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อรับรู้ประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ รูปแบบที่ชอบมากที่สุด คือ ละครที่มีเนื้อหาตลก เบาสมอง และมีการนำไปสนทนากันในหมู่เพื่อนมากที่สุด

2) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ได้แก่ อาชีพนักศึกษา รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ผู้มีภูมิลำเนาเดิมจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายได้ ความบ่อยครั้ง และระยะเวลาในการชม การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และการรับรู้ประโยชน์

3) ความบ่อยครั้ง และระยะเวลาในการชม การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านลักษณะส่วนตัว

4) ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัวที่ย่ำร้าง และแยกกันอยู่ การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านชีวิต และครอบครัว

5) อายุ อาชีพนักศึกษา รายได้ สถานภาพโสด ความบ่อยครั้ง และระยะเวลาในการชม การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

6) การรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม เป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายความพึงพอใจ และความพึงพอใจเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายการรับรู้ประโยชน์ทั้ง 3 ด้าน

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

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

2) นักศึกษาที่มารตามอาชีพต่างกันเท่านั้น ที่มีลักษณะการดูแลครอบครัวที่ต่างกัน นักศึกษาติดตามละครโทรทัศน์ และตั้งใจดูละครโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษาที่เรียนต่างสาขากันเท่านั้น ดูละครโทรทัศน์ในปริมาณที่ต่างกัน

3) นักศึกษาที่เรียนต่างสาขากัน มีภูมิลำเนาต่างกัน อาชีพบิดาต่างกัน รับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาบุคลิกภาพต่างกัน นักศึกษาที่มีภูมิลำเนา และรายได้ต่างกันรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาสติปัญญาต่างกัน นักศึกษาที่เรียนต่างสาขา และมีรายได้ต่างกัน รับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการใช้พัฒนาจริยธรรมต่างกัน

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

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

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

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

เมสิริน ขวัญใจ (2551) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “เด็กกับการรู้เท่าทันโทรทัศน์” พบว่า เด็กใช้เวลาในการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ในปริมาณจำนวนชั่วโมงที่ค่อนข้างมากในแต่ละวัน และสามารถเลือกเปิดรับเนื้อหารายการโทรทัศน์ตามความต้องการของตนเองได้อย่างอิสระพอสมควร โดยมีการเลือกเนื้อหาหลากหลายประเภท ซึ่งรายการที่เด็กเลือกเปิดรับชมนั้นกระจายอยู่ในสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง นอกจากนี้ ยังพบว่า เด็กบางคนยังมีโอกาสเปิดรับชมรายการจากสถานีเนชั่น สถานีไอเอสทีวี และสถานีบอกรับเป็นสมาชิกทิวทัศน์ส์ สำหรับเด็กบางคนมีการเลือกช่องทางสื่ออื่น ๆ ที่สามารถทำให้เข้าถึงเนื้อหาที่ตนเองชื่นชอบซ้ำได้อีกด้วย โดยดูจากวีซีดี และดีวีดี นอกจากนี้ เด็กยังสามารถวิเคราะห์ตีความหมาย และประเมินค่าเนื้อหารายการโทรทัศน์ได้ทุกประเภท เด็กตระหนักรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์ โดยได้รับแรงเสริมจากทบทวนของพ่อแม่ เด็กมีการตัดสินใจเลือกดูเนื้อหาสาระคดีที่สามารถตอบสนองประโยชน์ตามความต้องการของตนเอง สำหรับละคร และวาไรตี้ที่ไม่ได้มุ่งผลิตสำหรับเด็ก เด็กก็สามารถแยกแยะการกระทำ และคำพูดที่เหมาะสม และไม่เหมาะสมได้

รุ่งรวี รัตนดำรงอักษร (2540) ได้ทำการศึกษาหัวข้อ “ภูมิหลังทางครอบครัว กระบวนการสังคมกรรม และการเปิดรับรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีเชิงสืบสวนของเด็ก และเยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน” พบว่า เด็ก และเยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนเปิดรับละครมากที่สุด รองลงมาเป็นรายการวาไรตี้ ทอล์คโชว์ และรายการเกมส์โชว์ โดยมีแรงจูงใจจากความต้องการใช้เวลาในการรับชมโทรทัศน์ รองลงมาเพื่อความสนุกสนาน และพักผ่อน เพื่อรับทราบข่าวสาร และนำไปสนทนากับกลุ่มเพื่อน เพื่อหลีกเลี่ยงสังคม นอกจากนี้ยังชื่นชอบละคร หรือภาพยนตร์แนววัยรุ่นมีปัญหาครอบครัว ดิฉันเสพติด และมีการต่อสู้กัน เนื่องจากเห็นว่ามีเนื้อหาสอดคล้องกับชีวิตของตนเอง และยังมีการเลียนแบบทั้งพฤติกรรมที่ดี และไม่ดียีกด้วยจากตัวละคร เช่น การกระทำผิดกฎหมาย การพุดจา การแต่งกาย และการรวมกลุ่มก่อความวุ่นวายต่าง ๆ

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

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

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

### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมชายรักชาย

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

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

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

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

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



สามารถอธิบายได้ว่า การที่กลุ่มรักต่างเพศ มีทัศนคติต่อพฤติกรรมที่ดีขึ้นนั้นอาจเนื่องมาจาก ต้องการแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value Expression) เช่น การที่กลุ่มรักร่วมเพศ และรักต่างเพศ สร้างทัศนคติต่อพฤติกรรมรักร่วมเพศขึ้นนั้น เพื่อแสดงออกถึงความเชื่อ หรือค่านิยมในเรื่องรักร่วมเพศ โดยจะแสดงออกมาให้เห็นว่ากลุ่มรักต่างเพศมีความเชื่อในเรื่องรักร่วมเพศที่ไม่ดี ทำให้แสดงออกมามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรม ในทางกลับกันกลุ่มรักร่วมเพศเองก็แสดงทัศนคติออกมาในทางบวก แสดงให้เห็นถึงค่านิยม และความเชื่อเรื่องรักร่วมเพศในแง่บวก นอกจากนี้แนวคิดทัศนคติที่สอดคล้องกับพฤติกรรมยังกล่าวอีกได้ว่า เมื่อกลุ่มรักร่วมเพศมีพฤติกรรมรักร่วมเพศแล้ว ดังนั้นทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมรักร่วมเพศก็ย่อมเป็นไปในทิศทางที่ดีด้วย

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

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

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

รักร่วมเพศจะส่งผลให้บุคคลมีปัญหาในการดำเนินชีวิต และปัญหาทางด้านจิตใจ ทำให้สังคม และวัฒนธรรมเสื่อมลง ตลอดจนเกิดความสับสน และปัญหาต่าง ๆ ทางสังคม การป้องกัน

แก้ไขควรจะเริ่มตั้งแต่การอบรมเลี้ยงดูอย่างถูกต้องเหมาะสมในครอบครัว การให้ความรู้เกี่ยวกับรัก  
ร่วมเพศ และควบคุมการเผยแพร่เรื่องราวรักร่วมเพศ หรือบุคคลรักร่วมเพศทางสื่อมวลชน  
ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขสภาพแวดล้อม และสังคมให้ดีขึ้น

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวกับความนิยม หรือค่านิยม

“การศึกษาปัญหาสังคม และค่านิยมของเยาวชนไทยในรายการโทรทัศน์หลุมดำ” (สุชา  
ภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ, 2549) ผลการวิจัยพบว่า ค่านิยมของเยาวชนในรายการ “หลุมดำ” โดยพบ  
ค่านิยมวัตถุนิยม ค่านิยม ความฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือย ค่านิยม รักสนุก และค่านิยม รักความสบายมาก  
ที่สุด และยังพบค่านิยมส่วนบุคคลเรื่องเพศปรากฏให้เห็นหลายประเด็น ได้แก่ ค่านิยม การเปลี่ยนคู  
่นอน ค่านิยม การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ค่านิยม การมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ได้อุปถัมภ์ และ  
ค่านิยมการนับแต่้ม ค่านิยม การมีแฟน ที่เยาวชนรู้สึกต่อเรื่องเพศว่าเป็นเรื่องธรรมดา และเรื่องการ  
มีเพศสัมพันธ์นั้น เป็นเรื่องปกติที่ใคร ๆ ก็ปฏิบัติกัน

นอกจากนั้น ยังปรากฏค่านิยมของเยาวชนเพิ่มเติม ได้แก่ ค่านิยม การเที่ยวกลางคืน  
ค่านิยมการแต่งกายโป้ ค่านิยม การรับวัฒนธรรมต่างชาติ ค่านิยม การกลัวความอ้วน ค่านิยม การมี  
แฟน ค่านิยม ความเป็นชาย ค่านิยม การลอกเลียนแบบดารา ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นค่านิยมส่วนบุคคล  
ยกเว้นค่านิยมการรับวัฒนธรรมต่างชาติที่ปัจจุบันกลายเป็นค่านิยมของสังคมไปแล้ว

วารุณี พองแก้ว และคณะ (2548) ได้ทำการศึกษาหัวข้อ “อัตลักษณ์ทางเพศของเด็ก  
วัยรุ่น” พบว่า เด็กวัยรุ่นไทยส่วนหนึ่ง ได้รับการพัฒนาอัตลักษณ์ทางเพศที่ไม่สมดุลงที่อาจนำไปสู่  
พฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม และทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยมีสาเหตุมาจากการเลี้ยงดู  
ในครอบครัว อิทธิพลของสื่อ ค่านิยมทางเพศของเด็กวัยรุ่นที่แปรเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลง  
ทางด้านสังคม และเศรษฐกิจ ที่ตอกย้ำความไม่เสมอภาคทางเพศ การใช้เรือนร่างของผู้หญิงใน  
การโฆษณาสินค้า ผู้หญิงถูกชักจูงให้มีทัศนคติว่าคุณค่าของตนอยู่ที่รูปร่างที่สวยงาม เซ็กซี่ ดึงดูด  
เพศตรงข้าม บุคลิกภาพที่เก๋ เท่ และการแต่งกายที่ทันสมัย ในขณะที่เดียวกัน สังคมได้สร้าง  
คุณค่าของชายให้เป็นใหญ่ในเรื่องประสบการณ์ทางเพศ ความเห็นแก่ตัว และการขาดความ  
รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง การนำความได้เปรียบทางสรีระร่างกายที่แข็งแรง บึกบึน ไปใช้

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

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม

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

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

Mark & Barling (2001) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเข้าใจของเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษากับรูปแบบการเรียนรู้ทางสังคม กับพฤติกรรมในการควบคุมตนเองด้วยการวิจัยเชิง

ทดลอง ผลการวิจัยพบว่าระดับความเข้าใจต่อรูปแบบการเรียนรู้ทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการควบคุมตนเองที่เกิดขึ้นของเด็ก

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

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

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเลียนแบบ

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

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

Boon & Lomore (2002) ศึกษาอิทธิพลจากความชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีต่อวัยรุ่น พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนมากมักเลียนแบบการแต่งกาย และพฤติกรรมของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ

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

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

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

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

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

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

Burk (1991) กล่าวว่า การเลียนแบบการแต่งกายของวัยรุ่น ทั้งการเลียนแบบบุคคลที่ตนชื่นชอบ และกลุ่มเพื่อน เพื่อแสดงถึงสิ่งที่ตนมุ่งหวังให้บุคคลทั่วไปรับรู้ในการเป็นสมาชิกจากรูปแบบการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เหมือนกัน

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

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

การเลียนแบบภาษาแสดงของวัยรุ่นในปัจจุบันผ่านงานโฆษณา ภาพยนตร์ ดนตรี และรายการโทรทัศน์ ทำให้วัยรุ่นมีการเปิดรับวัฒนธรรม และปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันมากขึ้น เพราะคิดว่าเป็นสิ่งที่ทันสมัยและกำลังเป็นที่นิยม เพื่อให้กลุ่มของตนมีลักษณะโดดเด่น

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

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

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

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ผลการวิจัย ในการอภิปรายในบทที่ 5 ต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัย ได้ทำการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลการวิจัยในเชิงปริมาณ ดังนี้

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนเพศชาย ระดับชั้นมัธยมศึกษา และอยู่ในสถาบันการศึกษาภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,480,089 คน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553: Online)

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนเพศชาย ระดับชั้นมัธยมศึกษา และอยู่ในสถาบันการศึกษาภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นสูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยที่  $n$  = จำนวนตัวอย่าง

$N$  = ประชากร

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน ในที่นี้กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{1,480,089}{1+(1,480,089)(0.05)(0.05)} \\ &= 399.89 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากผลการคำนวณขนาดของประชากรตัวอย่างที่ได้สูตร Taro Yamane จึงกำหนดให้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และให้มีความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม (Sampling Error) ร้อยละ 5 ภายใต้วความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

### การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบผสมผสานทั้งแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 : ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sample) จากโรงเรียนมัธยมศึกษา ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ตามรายละเอียดในภาคผนวก ก

ผู้วิจัยสุ่มเฉพาะโรงเรียนชายล้วน และโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 109 โรงเรียน แบ่งออกเป็นโรงเรียนชายล้วน 13 โรงเรียน และโรงเรียนสหศึกษา 96 โรงเรียน คิดเป็นสัดส่วน 1:7 ดังนั้นผู้วิจัยต้องคัดเลือกโรงเรียนในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จำนวน 8 โรงเรียน

ขั้นตอนที่ 2: ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากคัดเลือกโรงเรียนชายล้วนจำนวน 1 โรงเรียนจากจำนวน 13 โรงเรียน และคัดเลือกโรงเรียนสหศึกษาจำนวน 7 โรงเรียน จากจำนวน 96 โรงเรียน ซึ่งได้แก่

- |                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| 1. โรงเรียนวัดราชบพิธ (ช)        | 5. โรงเรียนโพธิสารพิทยากร (สห) |
| 2. โรงเรียนชินอรสวิทยาลัย (สห)   | 6. โรงเรียนวัดนวลนรดิศ (สห)    |
| 3. โรงเรียนนนทรีวิทยา (สห)       | 7. โรงเรียนวัดอินทาราม (สห)    |
| 4. โรงเรียนบางประกอกวิทยาคม (สห) | 8. โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย (สห) |

ขั้นตอนที่ 3 : ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ ( Systematic Random Sampling) โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามขอบเขตการวิจัย และมีการกระจายของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงเรียน โดยผู้วิจัยจะเริ่มต้นจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคนที่หนึ่ง แล้วเว้นไป 10 คน จนกระทั่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน คือ โรงเรียนชายล้วน จำนวน 200 คน จาก 1 โรงเรียน และโรงเรียนสหศึกษา โรงเรียนละประมาณ 28 คน (เพิ่มเติมอีก 4 คน) จาก 8 โรงเรียน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ร่วมกับการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ออกมาเป็นแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 6 ส่วน จำนวน 27 ข้อ แบ่งออกเป็น

- ส่วนที่ 1: ข้อมูลลักษณะประชากร จำนวน 6 ข้อ

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากหลายตัวเลือก ให้คะแนนโดยคำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ คำตอบข้อนั้นให้ 1 คะแนน คำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกตอบ ข้อนั้นจะไม่มีคะแนน

- ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ จำนวน 7 ข้อ

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากหลายตัวเลือก ให้คะแนนโดยคำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ คำตอบข้อนั้นให้ 1 คะแนน คำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกตอบ ข้อนั้นจะไม่มีคะแนน

คำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากหลายตัวเลือก ให้คะแนนโดยคำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ คำตอบข้อนั้นให้ 1 คะแนน คำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกตอบ ข้อนั้นให้ 0 คะแนน

ส่วนคำถามที่วัดระดับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ จะมีวิธีการให้คะแนนดังนี้

รับชมน้อยมาก ให้คะแนน 1 คะแนน

รับชมน้อย ให้คะแนน 2 คะแนน

รับชมปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน

รับชมบ่อยมาก ให้คะแนน 4 คะแนน

รับชมบ่อยมากที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน

และใช้เกณฑ์ในการพิจารณาระดับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ดังนี้

1.00-1.80 หมายถึง ปริมาณในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ต่ำมาก

1.81-2.60 หมายถึง ปริมาณในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ต่ำ

2.61-3.40 หมายถึง ปริมาณในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ปานกลาง

3.41-4.20 หมายถึง ปริมาณในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์สูง

4.21-5.00 หมายถึง ปริมาณในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์สูงมาก

- ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ จำนวน 1 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

ส่วนคำถามที่วัดระดับในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ จะมีวิธีการให้คะแนนดังนี้

น้อยที่สุด ให้คะแนน 1 คะแนน

น้อย ให้คะแนน 2 คะแนน

ปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน

มาก ให้คะแนน 4 คะแนน

มากที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน

และใช้เกณฑ์ในการพิจารณาระดับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ดังนี้

1.00-1.80 หมายถึง ปริมาณการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ต่ำมาก

1.81-2.60 หมายถึง ปริมาณการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ต่ำ

2.61-3.40 หมายถึง ปริมาณการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ปานกลาง

3.41-4.20 หมายถึง ปริมาณการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์สูง

4.21-5.00 หมายถึง ปริมาณการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์สูงมาก

- ส่วนที่ 4: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ จำนวน 8 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากหลายตัวเลือก ให้คะแนนโดยคำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ คำตอบข้อนั้นให้ 1 คะแนน คำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกตอบ ข้อนั้นจะไม่มีคะแนน

คำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากหลายตัวเลือก ให้คะแนนโดยคำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ คำตอบข้อนั้นให้ 1 คะแนน คำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกตอบ ข้อนั้นให้ 0 คะแนน

ส่วนคำถามที่วัดระดับของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ จะมีวิธีการให้คะแนนดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ให้คะแนน 1 คะแนน

ไม่เห็นด้วย ให้คะแนน 2 คะแนน

ปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน

เห็นด้วย ให้คะแนน 4 คะแนน

เห็นด้วยอย่างยิ่ง ให้คะแนน 5 คะแนน

และใช้เกณฑ์ในการพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ดังนี้

1.00-1.80 หมายถึง มีระดับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศในปริมาณต่ำมาก

1.81-2.60 หมายถึง มีระดับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศในปริมาณต่ำ

2.61-3.40 หมายถึง มีระดับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศในปริมาณปานกลาง

3.41-4.20 หมายถึง มีระดับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศในปริมาณสูง

4.21-5.00 หมายถึง มีระดับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศในปริมาณสูงมาก

- ส่วนที่ 5: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ จำนวน 5 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากหลายตัวเลือก ให้คะแนนโดยคำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ คำตอบข้อนั้นให้ 1 คะแนน คำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกตอบ ข้อนั้นจะไม่มีคะแนน

คำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากหลายตัวเลือก ให้คะแนนโดยคำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ คำตอบข้อนั้นให้ 1 คะแนน คำตอบข้อใดที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกตอบ ข้อนั้นให้ 0 คะแนน

ส่วนคำถามที่วัดระดับของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย จะมีวิธีการให้คะแนนดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	1 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	2 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3 คะแนน
เห็นด้วย	ให้คะแนน	4 คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	5 คะแนน

และใช้เกณฑ์ในการพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ดังนี้

- 1.00-1.80 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายในปริมาณต่ำมาก
- 1.81-2.60 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายในปริมาณต่ำ
- 2.61-3.40 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายในปริมาณปานกลาง
- 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายในปริมาณสูง
- 4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายในปริมาณสูงมาก

● ส่วนที่ 6: ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ทำการเรียบเรียงข้อมูลที่ได้ในส่วนนี้ วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของการ

พรรณนา

**เกณฑ์การจัดระดับความสัมพันธ์ของค่าสหสัมพันธ์**

ระดับความสัมพันธ์	0-0.2	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก
ระดับความสัมพันธ์	0.21-0.40	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำ
ระดับความสัมพันธ์	0.41-0.60	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
ระดับความสัมพันธ์	0.61-0.80	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูง
ระดับความสัมพันธ์	0.81 ขึ้นไป	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

### การตรวจสอบความเที่ยง ความตรงของเครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบสอบถาม และจะทำการปรับปรุงแก้ไขจนกว่าแบบสอบถามนั้นจะมีความเที่ยง ความตรง ผู้วิจัยจึงจะนำแบบสอบถามนั้นไปทำการศึกษาวิจัยต่อไป

2. ผู้วิจัยพิจารณาจากค่า Reliability ซึ่งคำถามในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม จะต้องมีความ Reliability มากกว่า 0.8 และพิจารณาจากค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Alpha) โดยจะต้องมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งการทดสอบเครื่องมือได้ผล ดังนี้

#### แบบสอบถาม

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีค่า Reliability = 0.914

ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์มีค่า Reliability = 0.883

ส่วนที่ 4: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ มีค่า Reliability = 0.830

ส่วนที่ 5: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ มีค่า Reliability = 0.870

จากค่า Reliability ข้างต้นถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้ดี

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มคัดเลือกไว้แล้วจำนวน 400 คน จากโรงเรียนชายล้วน จำนวน 1 โรงเรียน และโรงเรียนสหศึกษา จำนวน 7 โรงเรียน

2. เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้มอบของตอบแทนเล็กน้อย (ขนมชานามิ ขนาด 15 กรัม) เพื่อแสดงน้ำใจในการเสียสละในการตอบแบบสอบถาม

3. เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้แล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเหล่านั้นมาปฏิบัติในขั้นตอนดังนี้



- ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน ของแบบสอบถามทั้งหมด
- นำแบบสอบถามที่ได้มาลงรหัสของข้อมูล
- นำรหัสของข้อมูลที่ได้มาเข้าโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทาง

สถิติ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย และข้อเสนอแนะ

สถิติอ้างอิง (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่

1) ใช้ T-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามประเภทโรงเรียน กับตัวแปรการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ตามสมมติฐานข้อที่ 1-4

2) ใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ตามสมมติฐานข้อที่ 5-10

3) ใช้ Multiple Regression เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบาย ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ตามสมมติฐานข้อที่ 11

4) ใช้ Path Analysis เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ตามสมมติฐานข้อที่ 12

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร” ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยในการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจนี้ (Survey Research) จะทำการวัดแบบครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ออกเป็น 2 ตอน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และการทดสอบสมมติฐาน โดยมีรายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

#### ตอนที่ 1: การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) ซึ่งจะนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์
- ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์
- ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย
- ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

#### ตอนที่ 2: การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistic) ได้แก่ T-test, Pearson's Product Moment Correlation, Multiple Regression และ Path Analysis ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

## ผลการวิจัย

### ตอนที่ 1: การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
13 ปี	112	28.0
14 ปี	71	17.8
15 ปี	66	16.5
16 ปี	66	16.5
17 ปี	61	15.2
18 ปี	24	6.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ที่อายุ 13 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาอายุ 14 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.8 รองลงมาอายุ 15 ปี และ 16 ปี ทั้งสองช่วงอายุต่างคิดเป็นร้อยละ 16.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มัธยมศึกษาปีที่ 1	75	18.8
มัธยมศึกษาปีที่ 2	53	13.2
มัธยมศึกษาปีที่ 3	66	16.5
มัธยมศึกษาปีที่ 4	64	16.0
มัธยมศึกษาปีที่ 5	71	17.8
มัธยมศึกษาปีที่ 6	71	17.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมาอยู่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 และระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้งสองระดับต่างคิดเป็นร้อยละ 17.8 รองลงมาอยู่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 16.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสถานศึกษา

ประเภทสถานศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
โรงเรียนชายล้วน	200	50.0
โรงเรียนสหศึกษา	200	50.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 ประเภทสถานศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นโรงเรียนชายล้วน ร้อยละ 50.0 โรงเรียนสหศึกษา ร้อยละ 50.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ที่พักอาศัยในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
พักกับบิดา-มารดา	340	85.0
พักกับผู้ปกครอง หรือญาติ	57	14.2
เช่าบ้านอยู่ตามลำพัง	2	0.5
หอพักรวมชาย-หญิง	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 สถานที่พักอาศัยในปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอยู่กับบิดา-มารดา คิดเป็นร้อยละ 85 รองลงมาพักอยู่กับผู้ปกครอง หรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 14.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.5 : แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม สถานภาพสมรสของบิดา-มารดา

สถานภาพสมรสของบิดา-มารดา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สมรส	305	76.2
สมรสแต่แยกกันอยู่เนื่องจากงาน	26	6.5
หย่าร้าง แต่ไม่ได้แต่งงานใหม่	28	7.0
หย่าร้าง และฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแต่งงานใหม่	24	6.0
ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสียชีวิต	16	4.0
เสียชีวิตทั้งคู่	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 สถานภาพสมรสของบิดา-มารดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรส คิดเป็นร้อยละ 76.2 รองลงมาหย่าร้าง แต่ไม่ได้แต่งงานใหม่ และสมรสแต่แยกกันอยู่เนื่องจากงาน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนพี่น้อง

จำนวนพี่น้อง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ลูกคนเดียว	98	24.5
มีพี่สาว หรือน้องสาว	114	28.5
มีพี่ชาย หรือน้องชาย	117	29.2
มีพี่ชาย หรือน้องสาว	43	10.8
มีพี่สาว หรือน้องชาย	28	7.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างมีพี่ชาย หรือน้องชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมา มีพี่สาว หรือน้องสาว และเป็นลูกคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 28.5 และ 24.5 ตามลำดับ ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ที่มีบริบทของชายรักชาย โดยพิจารณาจากปริมาณความถี่ในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เหตุผลในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ สถานที่ และบุคคลที่ร่วมรับชมละครโทรทัศน์ กับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.7: แสดงระดับความถี่ในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์

รายชื่อละครโทรทัศน์		ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์					ค่าเฉลี่ย (1-5)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความถี่
		บ่อยมาก ที่สุด	บ่อยมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก			
น้ำตาลไหม้	(N)	22	28	90	97	163	2.12	1.182	ต่ำ
	(%)	5.5	7.0	22.5	24.2	40.8			
พุ่มนี้รักเธอ	(N)	17	32	87	89	175	2.07	1.165	ต่ำ
	(%)	4.2	8.0	21.8	22.2	43.8			
เลื่อมพรายลายรัก	(N)	35	40	89	65	171	2.26	1.333	ต่ำ
	(%)	8.8	10	22.2	16.2	42.8			
เพลิงสีรุ้ง	(N)	25	43	92	72	168	2.21	1.265	ต่ำ
	(%)	6.2	10.8	23.0	18.0	42.0			
ปัญญาชนกันคนรัว	(N)	18	19	62	54	247	1.77	1.147	ต่ำมาก
	(%)	4.5	4.8	15.5	13.5	61.8			
รักเล่ห์เพทุบาย	(N)	20	18	67	55	240	1.81	1.168	ต่ำ
	(%)	5.0	4.5	16.8	13.8	60.0			
ไม้แปดป่า	(N)	16	20	49	45	270	1.67	1.118	ต่ำมาก
	(%)	4.0	5.0	12.2	11.2	67.5			
เมืองมายา	(N)	16	21	61	43	259	1.73	1.140	ต่ำมาก
	(%)	4.0	5.2	15.2	10.8	64.8			
สะพานดาว	(N)	12	19	47	53	269	1.63	1.056	ต่ำมาก
	(%)	3.0	4.8	11.8	13.2	67.2			

ตารางที่ 4.7: แสดงระดับความถี่ในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ (ต่อ)

รายชื่อละครโทรทัศน์		ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์					ค่าเฉลี่ย (1-5)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความถี่
		บ่อย มากที่สุด	บ่อยมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก			
รักแปดพันเก้า	(N) (%)	16 4.0	26 6.5	68 17.0	47 11.8	243 60.8	1.81	1.169	ต่ำ
ท่านชายกำมะลอ	(N) (%)	17 4.2	21 5.2	62 15.5	41 10.2	259 64.8	1.74	1.154	ต่ำมาก
รักไร้อันดับ	(N) (%)	13 3.2	19 4.8	40 10.0	45 11.2	283 70.8	1.59	1.059	ต่ำมาก
ชอยปรารถนา 2500	(N) (%)	11 2.8	12 3.0	46 11.5	38 9.5	293 73.2	1.53	0.996	ต่ำมาก
รวม						1.84	1.150	ต่ำ	



จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์อยู่ในระดับต่ำ ค่าเฉลี่ย 1.84 เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า ละครเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมมากที่สุด คือ เรื่องเลื่อมพรายลายรัก ค่าเฉลี่ย 2.26 รองลงมา คือ เรื่องเพลิงสีรุ้ง และน้ำตาลไหม้ ค่าเฉลี่ย 2.21 และ 2.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

เหตุผลในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ* (%)
เพื่อความบันเทิง	234	58.5
เพื่อฆ่าเวลา	123	30.8
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	144	36.0
เพื่อใช้เป็นหัวข้อในการสนทนากับกลุ่มเพื่อน	16	4.0
อื่น ๆ เช่น เพื่อการศึกษา เพราะอยากเป็นนักแสดง และมารดาชอบรับชมละคร เลยรับชมตามมารดา เป็นต้น	3	0.8

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 36.0 และเพื่อฆ่าเวลา คิดเป็น 30.8 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนยังมีเหตุผลในการรับชมละครโทรทัศน์เพื่อการศึกษา เพราะอยากเป็นนักแสดง และมารดาของตนชอบรับชมละคร ตนเองเลยรับชมตามมารดา คิดเป็นร้อยละ 0.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

ช่องทางในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ*
โทรทัศน์ (ช่อง 3, 5, 7, 9)	328	82.0
โทรทัศน์ (ช่องเคเบิลทีวี)	113	28.2
หนังสือพิมพ์	28	7.0
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	163	40.8
หนังสือเรื่องย่อละคร	13	3.2
ซีดี/วีซีดี/ดีวีดี	88	22.0

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ผ่านทางโทรทัศน์ (ช่อง 3, 5, 7, 9) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมาผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 40.8 และผ่านทางโทรทัศน์ (ช่องเคเบิลทีวี) คิดเป็น 28.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 0: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ  
ละครโทรทัศน์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ* (%)
วันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์)		
เวลา 08.01-12.00 น.	34	8.5
เวลา 12.01-16.00 น.	39	9.8
เวลา 16.01-20.00 น.	173	43.2
เวลา 20.01-00.00 น.	214	53.5
เวลา 00.01-04.00 น.	16	4.0
เวลา 04.01-08.00 น.	16	4.0
วันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์)		
เวลา 08.01-12.00 น.	138	34.5
เวลา 12.01-16.00 น.	134	33.5
เวลา 16.01-20.00 น.	135	33.8
เวลา 20.01-00.00 น.	176	44.0
เวลา 00.01-04.00 น.	49	12.2
เวลา 04.01-08.00 น.	18	4.5

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.10 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงวันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) และช่วงวันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์) เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า ในช่วงวันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 43.2 และช่วงเวลา 12.01-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 9.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ส่วนในช่วงวันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 08.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 34.5 และช่วงเวลา 16.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 33.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 : แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ  
ละครโทรทัศน์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง	86	21.5
1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง	204	51.0
3 ชั่วโมงขึ้นไปต่อครั้ง	110	27.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะในระยะเวลาในการรับชมละคร  
โทรทัศน์มากที่สุด คือ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา 3 ชั่วโมงขึ้นไปต่อครั้ง คิด  
เป็นร้อยละ 27.5 และน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็น 21.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.12: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ในการเปิดรับสื่อ  
ละครโทรทัศน์

สถานที่ในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
บ้าน หรือที่พักอาศัย	355	88.8
สถานศึกษา	26	6.5
บ้านเพื่อน	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ที่บ้าน หรือที่พัก  
อาศัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.8 รองลงมาที่สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.5 และบ้านเพื่อน คิด  
เป็น 4.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.13: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ร่วมรับชมละครโทรทัศน์

บุคคลมรร่วมรับชมละครโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
บิดา-มารดา	175	43.8
ญาติ พี่น้อง เพื่อน	96	24.0
รับชมคนเดียว	25	6.2
รวม	104	26.0
	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์กับบิดา-มารดา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมารับชมคนเดียว และรับชมกับญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 24.0 ตามลำดับ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

ในส่วนของข้อมูลการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในด้าน ความสามารถ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าสื่อ การสังเคราะห์โดยมีรายละเอียดดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.14: แสดงระดับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์

ความสามารถ		ระดับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์					ค่าเฉลี่ย (1-5)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการรู้เท่าทันสื่อละคร โทรทัศน์ละครโทรทัศน์	
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ท่านสามารถแยกแยะได้ว่าละครโทรทัศน์ มักมีค่านิยมทางเพศ ชายรักชายแฝงอยู่เพิ่มมากขึ้น	(N) (%)	94.0 23.5	137.0 34.2	119.0 29.8	31.0 7.8	19.0 4.8	3.64	1.069	สูง	
ท่านสามารถเขียนจดหมาย หรือส่งอีเมลไปยัง ผู้สร้างละคร เพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท ของตัวละคร	(N) (%)	27.0 6.8	70.0 17.5	124.0 31.0	69.0 17.2	110.0 27.5	2.59	1.245	ต่ำ	
ท่านสามารถเปรียบเทียบประสบการณ์จริงจากการ มีเพื่อนเป็นชายรักชาย กับบทบาทการแสดงของตัว ละครโทรทัศน์ที่ได้นำเสนอออกมา	(N) (%)	49.0 12.2	85.0 21.2	139.0 34.8	79.0 19.8	48.0 12.0	3.02	1.176	ปานกลาง	
ท่านสามารถแยกแยะได้ว่าบทบาทของตัวละคร ชายรักชาย เป็นเพียงการแสดงเท่านั้น	(N) (%)	105 26.2	100 25.0	130 32.5	38 9.5	27 6.8	3.54	1.171	สูง	
ท่านสามารถเปรียบเทียบความเหมือน หรือแตกต่าง ของบทประพันธ์นวนิยายกับบทประพันธ์โทรทัศน์ได้	(N) (%)	70 17.5	109 27.2	150 37.5	45 11.2	26 6.5	3.38	1.097	ปานกลาง	
ท่านมักจะรู้สึกคล้อยตาม เข้าใจอารมณ์ของตัวละครชายรักชาย	(N) (%)	34 8.5	86 21.5	136 34.0	59 14.8	85 21.2	2.81	1.233	ปานกลาง	
ท่านเคยร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ในเว็บไซต์ ต่าง ๆ	(N) (%)	32 8.0	63 15.8	137 34.2	68 17.0	100 25.0	2.65	1.236	ปานกลาง	
ท่านสามารถทราบได้ทันที ว่าตัวละครนี้ต้องการจะสื่อความเป็น ชายรักชาย	(N) (%)	57 14.2	91 22.8	146 36.5	63 15.8	43 10.8	3.14	1.170	ปานกลาง	
							รวม	3.10	1.174	ปานกลาง

ทั้งนี้ ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์ ในการเข้าถึงสื่อ ได้แก่ ท่านมักจะรู้สึกคล้อยตาม เข้าใจอารมณ์ของตัวละครชายรักชาย และท่านสามารถทราบได้ทันทีว่า ตัวละครนี้ต้องการจะสื่อความเป็นชายรักชาย

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์ ในการวิเคราะห์สื่อ ได้แก่ ท่านสามารถแยกแยะได้ว่าละครโทรทัศน์ มักมีค่านิยมทางเพศชายรักชายแฝงอยู่เพิ่มมากขึ้น และ ท่านสามารถแยกแยะได้ว่าบทบาทของตัวละครชายรักชาย เป็นเพียงการแสดงเท่านั้น

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์ ในการประเมินสื่อ ได้แก่ ท่านสามารถเปรียบเทียบประสพการณ์จริงจากการมีเพื่อนเป็นชายรักชาย กับบทบาทการแสดง ของตัวละครโทรทัศน์ที่ได้นำเสนอออกมา และท่านสามารถเปรียบเทียบความเหมือน หรือแตกต่าง ของบทประพันธ์นวนิยาย กับบทประพันธ์โทรทัศน์ได้

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์ ในการสังเคราะห์สื่อ ได้แก่ ท่านสามารถเขียนจดหมาย หรือส่งอีเมลไปยังผู้สร้างละคร เพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท ของตัวละคร และท่านเคยร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ในเว็บไซต์ต่าง ๆ

จากตารางที่ 4.14 ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.10 เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า ความสามารถในการ วิเคราะห์สื่อของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูงทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ย 3.64 และ 3.54 รองลงมา คือ ความสามารถในการประเมินสื่อ และความสามารถในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งจะเห็นได้ว่าความสามารถ ทั้งสองต่างก็อยู่ในระดับปานกลาง โดยความสามารถในการประเมินสื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.02 และ 3.38 ส่วนความสามารถในการเข้าถึงสื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.81 และ 3.14

#### ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ

ในส่วนของข้อมูลความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในด้านการ ยอมรับ และการเปิดเผยตนเองของกลุ่มตัวอย่าง รวมไปถึงรูปแบบ และวิธีการที่ใช้ในการยอมรับ และการเปิดเผยตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.15: แสดงระดับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ

ความคิดเห็นที่มีต่อความนิยมทางเพศ		ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (1-5)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความนิยม ทางเพศ
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง			
เยาวชนในปัจจุบันมักให้คุณค่ากับความนิยมทางเพศ โดยการยอมรับ และเปิดเผยมากขึ้น	(N) (%)	88.0 22.0	150.0 37.5	129.0 32.2	10.0 2.5	23.0 5.8	3.68	1.028	สูง
เยาวชนบางกลุ่มมองว่าความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างชายกับชาย เป็นเรื่องปกติมากขึ้น	(N) (%)	52.0 13.0	112.0 28.0	171.0 42.8	30.0 7.5	35.0 8.8	3.29	1.069	ปานกลาง
เยาวชนชายรักชายในปัจจุบัน สามารถแสดงออกถึงความต้องการ คลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ทางเพศได้มากขึ้น	(N) (%)	54.0 13.5	113.0 28.2	169.0 42.2	35.0 8.8	29.0 7.2	3.32	1.049	ปานกลาง
เยาวชนชายรักชายมักจะคบหาเพื่อนที่เป็นชายรักชายด้วยกันเสมอ	(N) (%)	46.0 11.5	97.0 24.2	178.0 44.5	50.0 12.5	29.0 7.2	3.20	1.039	ปานกลาง
เยาวชนมักใช้การแต่งกาย ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย	(N) (%)	46.0 11.5	91.0 22.8	176.0 44.0	48.0 12.0	39.0 9.8	3.14	1.086	ปานกลาง
เยาวชนมักให้ทรงผม ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย	(N) (%)	47.0 11.8	97.0 24.2	197.0 49.2	21.0 5.2	38.0 9.5	3.24	1.045	ปานกลาง
เยาวชนมักใช้บุคลิกลักษณะ ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย	(N) (%)	47.0 11.8	116.0 29.0	177.0 44.2	25.0 6.2	35.0 8.8	3.29	1.045	ปานกลาง
เยาวชนมักใช้กิจกรรมรยาท ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย	(N) (%)	44.0 11.0	116.0 29.0	180.0 45.0	26.0 6.5	34.0 8.5	3.28	1.031	ปานกลาง



ตารางที่ 4.15: แสดงระดับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ (ต่อ)

ความคิดเห็นที่มีต่อความนิยมทางเพศ		ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (1-5)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ นิยมทางเพศ
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง			
เยาวชนมักใช้การแสดงออกท่าทาง ในการ เปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย	(N) (%)	51.0 12.8	108.0 27.0	178.0 44.5	27.0 6.8	36.0 9.0	3.28	1.065	ปานกลาง
เยาวชนมักใช้การสนทนา ในการเปิดเผย ตนเองว่าเป็นชายรักชาย	(N) (%)	52.0 13.0	90.0 22.5	188.0 47.0	31.0 7.8	39.0 9.8	3.21	1.082	ปานกลาง
รวม							3.29	1.054	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 ซึ่งให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29 เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าเยาวชนในปัจจุบันมักให้คุณค่ากับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ โดยการยอมรับ และเปิดเผยตนเองมากขึ้นอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างมองว่าเยาวชนชายรักชายในปัจจุบันสามารถแสดงออกถึงความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ทางเพศได้มากขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 ถัดมา กลุ่มตัวอย่างมองว่าเยาวชนบางกลุ่มมองว่าความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างชายกับชายเป็นเรื่องปกติมากขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมองว่าเยาวชนมักใช้บุคลิกลักษณะในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชายมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.29 รองลงมา เยาวชนจะมีการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชายผ่านทาง กิจกรรมร่ายท และการแสดงออกท่าทาง ทั้งสองต่างมีค่าเฉลี่ย 3.28

ตารางที่ 4.16: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งความรู้เรื่องเพศ

แหล่งความรู้เรื่องเพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ* (%)
บิดา-มารดา	101	25.2
ญาติ พี่น้อง	65	16.2
ครู-อาจารย์	99	24.8
เพื่อน	180	45.0
คู่อรัก	108	27.0
สถาบันการศึกษา	85	21.2
ตำราเรียน	63	15.8
โทรทัศน์	148	37.0
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	208	52.0
สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	100	25.0

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความรู้เรื่องเพศจากสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 37.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.17: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ใช้ในการปรึกษาปัญหาเรื่องเพศ

บุคคลที่ใช้ในการปรึกษาปัญหาเรื่องเพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ* (%)
ไม่ปรึกษาใคร	55	13.8
บิดา-มารดา	207	51.8
ญาติ พี่น้อง	58	14.5
ครู-อาจารย์	98	24.5
เพื่อน	166	41.5
คูรัก	80	20.0
อื่น ๆ เช่น จิตแพทย์ เป็นต้น	1	0.2

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า เมื่อมีปัญหาเรื่องเพศกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะปรึกษาบิดา-มารดามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาปรึกษาเพื่อน และครู-อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 41.5 และ 24.5 ตามลำดับ

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าจะมีกลุ่มตัวอย่างบางคนเลือกที่จะปรึกษาจิตแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.18: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่พบเห็นเยาวชนชายรักชาย

สถานที่ที่พบเห็นเยาวชนชายรักชาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ*
สถาบันการศึกษา	223	55.8
บ้าน หรือที่พักอาศัย	60	15.0
ห้างสรรพสินค้า	180	45.0
ร้านอาหาร	84	21.0
สถานบันเทิง	138	34.5
สื่อต่าง ๆ	135	33.8

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะพบเห็นเยาวชนชายรักชายที่สถาบันการศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาที่ห้างสรรพสินค้า และสถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 45.0 และ 34.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 : แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งที่นึกถึง เมื่อพูดถึงชายรักชาย

สิ่งที่นึกถึง เมื่อพูดถึงชายรักชาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
การที่ชายรักชายแสดงความรักให้กัน	163	40.8
การที่ชายรักชายเดินจงมือกัน	108	27.0
การที่ชายรักชายกอด-จูบกัน	45	11.2
การที่ชายรักชายมีเพศสัมพันธ์กัน	69	17.2
อื่น ๆ เช่น รู้สึกขยักแขยง, รู้สึกทุเรศ, รู้สึกน่าเกลียด เป็นต้น	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า เมื่อพูดถึงชายรักชายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะนึกถึงการที่ชายรักชายแสดงความรักให้กัน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา คือ การที่ชายรักชายเดินจูงมือกัน และการที่ชายรักชายมีเพศสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ 17.2 ตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อพูดถึงชายรักชายกลุ่มตัวอย่างบางคน จะรู้สึกขี้กขยง รู้สึกทุเรศ และรู้สึกน่าเกลียด คิดเป็นร้อยละ 3.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.20: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเป็นชายรักชายมากขึ้น

ความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเป็นชายรักชายมากขึ้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ* (%)
ออกหักจากผู้หญิง	131	32.8
อาการป่วยทางจิต	115	28.8
ความนิยมในสังคม/แฟชั่น/การเลียนแบบ	88	22.0
สื่อมวลชน	44	11.0
การขาดความอบอุ่นจากครอบครัว	78	19.5
การต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน	42	10.5
ความอยากรู้ อยากลอง	61	15.2
ความผิดปกติทางร่างกาย	56	14.0
การขาดความรู้ เพศตรงข้าม อาทิ หอพัก กรมทหาร เรือนจำ เป็นต้น	56	14.0

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การออกหักจากผู้หญิงเป็นความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนสมัยนี้เป็นชายรักชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาเป็นอาการป่วยทางจิต และความนิยมในสังคม/แฟชั่น/การเลียนแบบ คิดเป็นร้อยละ 28.8 และ 22.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีเพื่อนเป็นชายรักชาย

การมีเพื่อนเป็นชายรักชาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ*
ไม่มีเพื่อนเป็นชายรักชาย	79	19.8
มี เป็นเพื่อนในกลุ่ม	84	21.0
มี เป็นเพื่อนในห้อง	140	35.0
มี เป็นเพื่อนในโรงเรียน	170	42.5
มี เป็นเพื่อนต่างโรงเรียน	48	12.0

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีเพื่อนเป็นชายรักชาย โดยเป็นเพื่อนในโรงเรียนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมามีเพื่อนเป็นชายรักชาย โดยเป็นเพื่อนในห้อง และเพื่อนในกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ 21.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางที่ถูกใช้ในการสื่อถึงชายรักชายในละครโทรทัศน์

ช่องทางที่ถูกใช้ในการสื่อถึงชายรักชายในละครโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มุขก๊อ้ง	76	19.0
ฉาก	55	13.8
การแต่งกาย	52	13.0
บทละคร	106	26.5
ตัวนักแสดง	106	26.5
เพลงประกอบ	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.22 พบว่า บทละคร และตัวนักแสดงมักจะถูกใช้ในการสื่อถึงชายรักชายในละครโทรทัศน์มากที่สุด ทั้งสองต่างคิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาเป็นมุขก๊อ้ง คิดเป็นร้อยละ 19.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

### ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

ในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของกลุ่มตัวอย่าง รวมไปถึงตัวต้นแบบที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ในการเลียนแบบ และวิธีการในการเลียนแบบของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.23: แสดงระดับของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ

สถานการณ์		ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (1-5)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความคิดเห็น
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย			
ตัวท่านมักสังเกตเห็นบุคคลรอบข้างมีการเลียนแบบ เพิ่มมากขึ้นจากเมื่อก่อน โดยเฉพาะการเลียนแบบ จากละครโทรทัศน์	(N)	55.0	142.0	150.0	29.0	24.0	3.44	1.014	ปานกลาง
	(%)	13.8	35.5	37.5	7.2	6.0			
การแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่ง ที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ	(N)	44.0	101.0	167.0	45.0	43.0	3.15	1.103	ปานกลาง
	(%)	11.0	25.2	41.8	11.2	10.8			
ทรงผมจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ	(N)	50.0	107.0	160.0	46.0	37.0	3.22	1.099	ปานกลาง
	(%)	12.5	26.8	40.0	11.5	9.2			
บุคลิกลักษณะจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ	(N)	33.0	101.0	173.0	51.0	42.0	3.08	1.061	ปานกลาง
	(%)	8.2	25.2	43.2	12.8	10.5			
กิริยามารยาทจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ	(N)	39.0	96.0	165.0	58.0	42.0	3.08	1.092	ปานกลาง
	(%)	9.8	24.0	41.2	14.5	10.5			
การแสดงออกท่าทางจากนักแสดงชายในละคร โทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะ เลียนแบบ	(N)	30.0	88.0	172.0	67.0	43.0	2.99	1.058	ปานกลาง
	(%)	7.5	22.0	43.0	16.8	10.8			
การสนทนาจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ	(N)	37.0	93.0	161.0	54.0	55.0	3.01	1.136	ปานกลาง
	(%)	9.2	23.2	40.2	13.5	13.8			
		รวม					3.14	1.080	ปานกลาง



จากตารางที่ 4.23 ซึ่งให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.14 เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าตนเองมักจะสังเกตเห็นบุคคลรอบข้างมีการเลียนแบบเพิ่มมากขึ้นจากเมื่อก่อน โดยเฉพาะการเลียนแบบจากละครโทรทัศน์ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.44

นอกจากนี้ ทงผมจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่าง และคนรอบข้างใช้ในการเลียนแบบมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.22 รองลงมาการแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่าง และคนรอบข้างใช้ในการเลียนแบบ ค่าเฉลี่ย 3.15 ถัดไปเป็นบุคลิกลักษณะ และกิริยามารยาทจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่าง และคนรอบข้างใช้ในการเลียนแบบ ทั้งสองต่างมีค่าเฉลี่ย 3.08

ตารางที่ 4.24: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวต้นแบบที่เยาวชนนิยมใช้ในการเลียนแบบ

ตัวต้นแบบที่เยาวชนนิยมใช้ในการเลียนแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
บิดา-มารดา	79	19.8
ญาติ พี่น้อง	37	9.2
ครู-อาจารย์	28	7.0
เพื่อน	56	14.0
คูรัก	22	5.5
ดารา นักร้อง นักแสดง	143	35.8
สื่อมวลชน	35	8.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ดารา นักร้อง นักแสดง เป็นตัวต้นแบบที่เยาวชนนิยมใช้ในการเลียนแบบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา คือ บิดา-มารดา และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการที่ใช้ในการเลียนแบบ

วิธีการในการเลียนแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
การสังเกต	186	46.5
การได้ยิน	82	20.5
การทดลองด้วยตนเอง	132	33.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.25 พบว่า เยาวชนใช้การสังเกตในการเลียนแบบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมา คือ การทดลองด้วยตนเอง และการได้ยิน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ 20.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 : แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบชายรักชาย

ความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบชายรักชาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ความอยากรู้อยากลอง	124	31.0
การอยากเป็นเหมือนบุคคลต้นแบบ	75	18.8
เป็นการค้นหาความต้องการของตนเอง	55	13.8
ความนิยม/แฟชั่น	75	18.8
สร้างความมั่นใจให้ตนเอง	29	7.2
ความต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน	17	4.2
สื่อมวลชน	25	6.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความอยากรู้อยากลองเป็นความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบชายรักชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาการอยากเป็น

เหมือนบุคคลต้นแบบ และความนิยม/แฟชั่น ทั้งสองต่างคิดเป็นร้อยละ 18.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.27: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบในการเลียนแบบของเยาวชน

รูปแบบในการเลียนแบบของเยาวชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. แมนเห็นเพื่อนในกลุ่มใส่เสื้อเข้ารูปแล้วดูดี เลยไปหาซื้อมาใส่บ้าง	171	42.8
2. เบิร์ตเห็นนักแสดงในละครเรื่องเพลิงสีรุ้งมีบุคลิกที่ดูดี เบิร์ตเลยปรับเปลี่ยนบุคลิกให้เหมือนนักแสดงคนนั้น	171	42.8
3. สุขุมเป็นนักกีฬาวอลเลย์บอล ทำให้มีผู้ชายมาติดพันมากมาย ตอยเลยหันมาฝึกเล่นวอลเลย์บอลบ้าง เพื่อหวังว่าจะมีผู้ชายมาติดพันเหมือนสุขุม	58	14.5
รวม	400	100.0

ทั้งนี้รูปแบบในการเลียนแบบประเภทที่ 1 แมนเห็นเพื่อนในกลุ่มใส่เสื้อเข้ารูปแล้วดูดี เลยไปหาซื้อมาใส่บ้าง เป็นการเลียนแบบประเภทการมีพฤติกรรมอย่างเดียวกัน (Same Behavior)

ประเภทที่ 2 เบิร์ตเห็นนักแสดงในละครเรื่องเพลิงสีรุ้งมีบุคลิกที่ดูดี เบิร์ตเลยปรับเปลี่ยนบุคลิกให้เหมือนนักแสดงคนนั้น เป็นการเลียนแบบประเภทการมีพฤติกรรมเทียบเคียงกัน (Match Dependent Behavior)

ประเภทที่ 3 สุขุมเป็นนักกีฬาวอลเลย์บอล ทำให้มีผู้ชายมาติดพันมากมาย ตอยเลยหันมาฝึกเล่นวอลเลย์บอลบ้าง เพื่อหวังว่าจะมีผู้ชายมาติดพันเหมือนสุขุม เป็นการเลียนแบบประเภทการลอกเลียนแบบ (Copying)

ดังนั้น จากตารางที่ 4.27 พบว่า รูปแบบในการเลียนแบบของเยาวชนจะเป็นประเภทการมีพฤติกรรมอย่างเดียวกัน และประเภทการมีพฤติกรรมเทียบเคียงกันมากที่สุด ทั้งสองต่างคิดเป็นร้อยละ 42.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

## ตอนที่ 2: การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

ตารางที่ 4.28 : แสดงผลทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ระหว่างประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน

ประเภทโรงเรียน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า T-test	ระดับนัยสำคัญ
นักเรียนโรงเรียนชายล้วน	200	3.94	1.970	3.315**	0.001
นักเรียนโรงเรียนสหศึกษา	200	3.35	1.600		

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่าเฉลี่ยของนักเรียนโรงเรียนชายล้วนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นั่นหมายถึง นักเรียนโรงเรียนชายล้วนมีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

ตารางที่ 4.29 : แสดงผลทดสอบความแตกต่างของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์ระหว่างประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน

ประเภทโรงเรียน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า T-test	ระดับนัยสำคัญ
นักเรียนโรงเรียนชายล้วน	200	6.72	1.982	-0.580	0.562
นักเรียนโรงเรียนสหศึกษา	200	6.83	1.806		

จากตารางที่ 4.29 สรุปได้ว่านักเรียนโรงเรียนชายล้วน ไม่มีความแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษาในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายถึง นักเรียนโรงเรียนชายล้วนไม่มีความแตกต่างในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์กับนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

**สมมติฐานข้อที่ 3** นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

ตารางที่ 4.30 : แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายระหว่างประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน

ประเภทโรงเรียน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า T-test	ระดับนัยสำคัญ
นักเรียนโรงเรียนชายล้วน	200	7.04	1.764	1.740	0.083
นักเรียนโรงเรียนสหศึกษา	200	6.73	1.740		

จากตารางที่ 4.30 สรุปได้ว่านักเรียนโรงเรียนชายล้วน ไม่มีความแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษาในความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายถึง นักเรียนโรงเรียนชายล้วนไม่มีความแตกต่างใน ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายกับนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

**สมมติฐานข้อที่ 4** นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อ การเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา

ตารางที่ 4.31 : แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายระหว่างประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกัน

ประเภทโรงเรียน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า T-test	ระดับนัยสำคัญ
นักเรียนโรงเรียนชายล้วน	200	6.58	1.780	1.480	0.140
นักเรียนโรงเรียนสหศึกษา	200	6.31	1.868		

จากตารางที่ 4.31 สรุปได้ว่านักเรียนโรงเรียนชายล้วน ไม่มีความแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษาในความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายถึง นักเรียนโรงเรียนชายล้วนไม่มีความแตกต่างใน ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายกับนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

**สมมติฐานข้อที่ 5** การเปิดรับละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ละครโทรทัศน์ของเยาวชน

ตารางที่ 4.32: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับละครโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ของเยาวชน

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การเปิดรับละครโทรทัศน์	400	0.146**	0.003
การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์	400		

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.32 สรุปได้ว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำมาก คือ 0.146 โดยผู้วิจัยพบว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก นั้นหมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

**สมมติฐานข้อที่ 6** การเปิดรับละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

ตารางที่ 4.33: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การเปิดรับละครโทรทัศน์	400	0.181***	0.000
ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ	400		

\*\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.33 สรุปได้ว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเป็นความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำมาก คือ 0.181 โดยผู้วิจัยพบว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์กับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก นั่นหมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6

**สมมติฐานข้อที่ 7** การเปิดรับละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ตารางที่ 4.34: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การเปิดรับละครโทรทัศน์	400	0.198***	0.000
ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย	400		

\*\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.34 สรุปได้ว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเป็น

ความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำมาก คือ 0.198 โดยผู้วิจัยพบว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์กับความ คิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก นั้นหมายถึง การเปิดรับ สื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่ง เพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วยซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

**สมมติฐานข้อที่ 8** การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อความนิยม ทางเพศชายรักชายของเยาวชน

ตารางที่ 4.35: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์	400	0.367***	0.000
ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ	400		

\*\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.35 สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็น ต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเป็น ความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ คือ 0.367 โดยผู้วิจัยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์กับความ คิดเห็นต่อความนิยมทางเพศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก นั้นหมายถึง การการรู้เท่าทันสื่อละคร โทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผล ต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

**สมมติฐานข้อที่ 9** การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ พฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



ตารางที่ 4.36: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์	400	0.319***	0.000
ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย	400		

\*\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.36 สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเป็นความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ คือ 0.319 โดยผู้วิจัยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก นั่นหมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

**สมมติฐานข้อที่ 10** ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ตารางที่ 4.37: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ	400	0.453***	0.000
ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย	400		

\*\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.37 สรุปได้ว่า ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเป็นความสัมพันธ์ในระดับที่ปานกลาง คือ 0.453 โดยผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก นั่นหมายถึง ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และความ

คิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

**สมมติฐานข้อที่ 11** การเปิดรับละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ตารางที่ 4.38: แสดงค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย ( $r^2$ )	ระดับนัยสำคัญ
ความคิดเห็นความนิยมทางเพศ	0.373***	0.206	0.000
การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์	0.167***	0.102	0.000
การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์	0.107*	0.039	0.017

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.38 การผลทดสอบตัวแปรโดยใช้สถิติ Multiple Regression ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่าตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของกลุ่มตัวอย่าง คือ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) อยู่ที่ 0.373 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าสัมประสิทธิ์การ ทำนาย ( $r^2$ ) เท่ากับ 0.206 นั้นหมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศร่วมกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย คิดเป็นร้อยละ 20.6 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 11

**สมมติฐานข้อที่ 12** การเปิดรับละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ตารางที่ 4.39: แสดงค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมชายรักรักชายของเยาวชน

อิทธิพล/ตัวแปร	การเปิดรับละครโทรทัศน์ > การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์	การเปิดรับละครโทรทัศน์ > ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ	การเปิดรับละครโทรทัศน์ > ความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ > ความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ > ความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ > ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ	การเปิดรับละครโทรทัศน์ > ความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงผ่านความรู้เท่าทัน	การเปิดรับละครโทรทัศน์ > ความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงผ่านความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ
อิทธิพลทางตรง	0.092	0.147*	0.107*	0.167***	0.373***	0.367***	0.107*	0.107*
อิทธิพลทางอ้อม	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.015	0.054*
อิทธิพลรวม	0.092	0.147*	0.107*	0.167***	0.373***	0.367***	0.122	0.161*

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ทั้งนี้ วิธีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) อิทธิพลของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ผ่านตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศรายละเอียดดังนี้

1. อิทธิพลของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายผ่านตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ คำนวณจาก ค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ทางตรงของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ในที่นี้มีค่าเท่ากับ 0.092 คูณกับค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ทางตรงของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ในที่นี้มีค่าเท่ากับ 0.167 ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ทางอ้อมของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายผ่านตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีค่าเท่ากับ 0.015

2. อิทธิพลของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายผ่านตัวแปรความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย คำนวณจาก ค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ทางตรงของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ในที่นี้มีค่าเท่ากับ 0.147 คูณกับค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ทางตรงของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายส่งผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ในที่นี้มีค่าเท่ากับ 0.373 ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ทางอ้อมของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ผ่านตัวแปรความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย มีค่าเท่ากับ 0.054

นอกจากนี้ อิทธิพลรวมคำนวณจาก ผลบวกของอิทธิพลทางตรง กับอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรแต่ละคู่ ดังตารางที่ 4.39

จากตารางที่ 4.39 จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายเป็นแผนภาพ จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1** การอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย
- **กลุ่มที่ 2** การอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

### เงื่อนไขสัญลักษณ์แผนภาพ

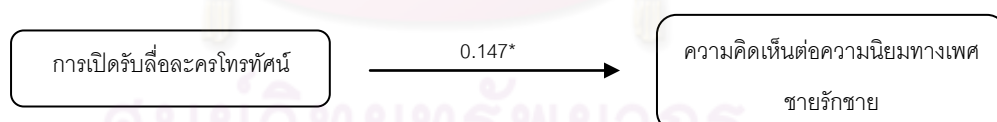
- หมายถึง มีอิทธิพลทางตรง
- หมายถึง มีอิทธิพลทางอ้อม
- ↔ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน

**กลุ่มที่ 1** การอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย  
แผนภาพที่ 4. 1 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



จากแผนภาพที่ 4. 1 จะเห็นได้ว่าการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.107 หรือคิดเป็นร้อยละ 10.7

แผนภาพที่ 4. 2 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน



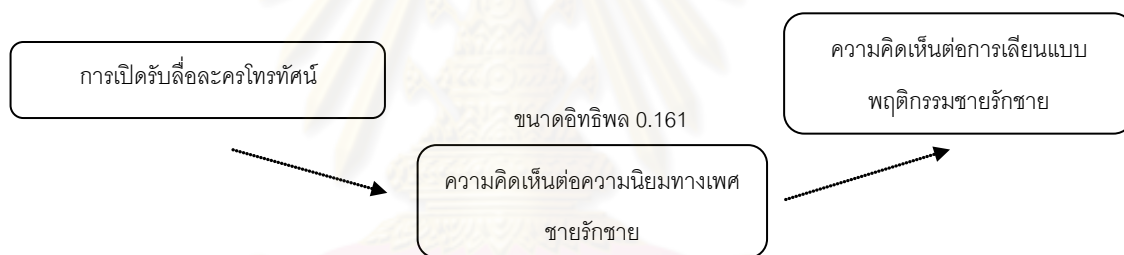
จากแผนภาพที่ 4. 2 จะเห็นได้ว่าการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.147 หรือคิดเป็นร้อยละ 14.7

แผนภาพที่ 4.3 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



จากแผนภาพที่ 4. 3 จะเห็นได้ว่าความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.373 หรือคิดเป็นร้อยละ 37.3

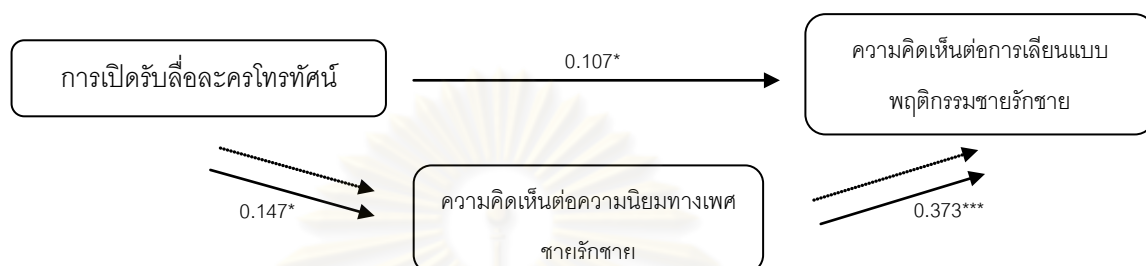
แผนภาพที่ 4. 4 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ผ่านความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ



จากแผนภาพที่ 4. 4 จะเห็นได้ว่าความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.161 หรือคิดเป็นร้อยละ 16.1

เมื่อนำความสัมพันธ์เชิงสาเหตุจากแผนภาพที่ 4. 1 แผนภาพที่ 4. 2 แผนภาพที่ 4.3 และแผนภาพที่ 4. 4 มารวมกัน จะทำให้ได้ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมชายรักชาย ดังนี้

แผนภาพที่ 4. 5 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



จากแผนภาพที่ 4. 5 จะเห็นได้ว่าการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.107 หรือคิดเป็นร้อยละ 10.7 และการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ยังมีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.161 หรือคิดเป็นร้อยละ 16.1

**กลุ่มที่ 2** การอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

แผนภาพที่ 4. 6 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



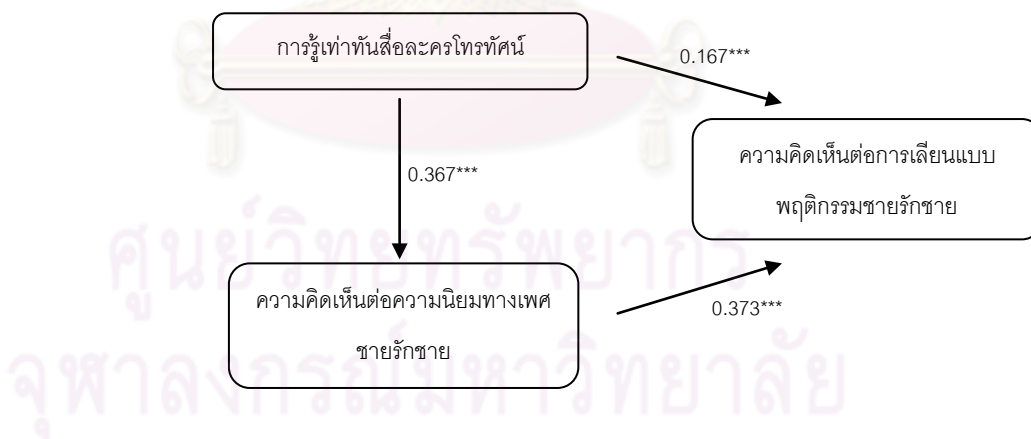
จากแผนภาพที่ 4. 6 จะเห็นได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.167 หรือคิดเป็นร้อยละ 16.7

แผนภาพที่ 4. 7 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน



จากแผนภาพที่ 4. 7 จะเห็นได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.367 หรือคิดเป็นร้อยละ 36.7

เมื่อนำความสัมพันธ์เชิงสาเหตุจากแผนภาพที่ 4.1 แผนภาพที่ 4.6 และแผนภาพที่ 4.7 มารวมกัน จะทำให้ได้ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ดังนี้ แผนภาพที่ 4. 8 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



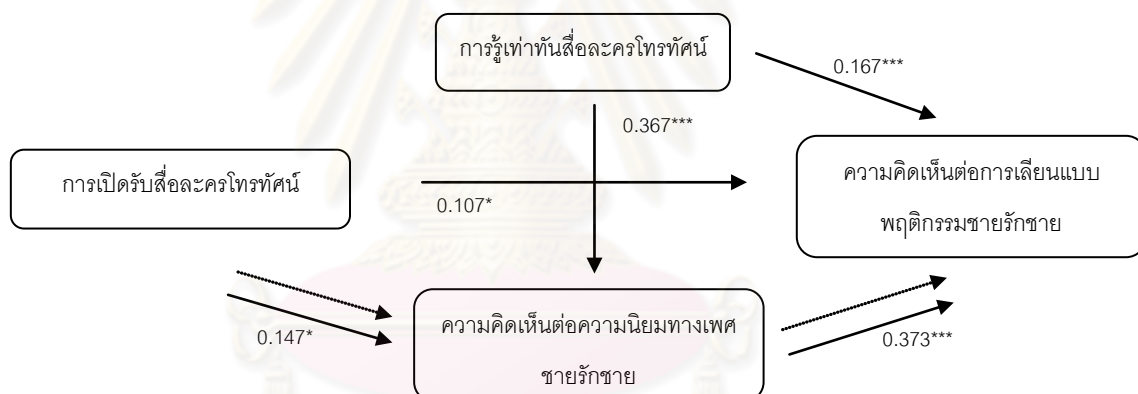
จากแผนภาพที่ 4. 8 จะเห็นได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.167 และ 0.367 หรือคิดเป็นร้อยละ 16.7 และร้อยละ 36.7 ตามลำดับ



ส่วนการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) เท่ากับ 0.367 หรือคิดเป็นร้อยละ 36.7

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น เมื่อนำแผนภาพที่ 4. 44 และแผนภาพที่ 4. 47 มารวมกัน จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ได้ดังนี้

แผนภาพที่ 4. 9 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่แสดงเส้นความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.39 และแผนภาพที่ 4. 9 การเปิดรับละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงในการอธิบายความคิดเห็นต่อการ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมชายรักชาย ส่วนความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพล  
ทางตรง และทางอ้อมในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมชายรักชาย ซึ่งเป็นไป  
ตามสมมติฐานข้อที่ 12



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร” ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และการนำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### วัตถุประสงค์การทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ รู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ของนักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน และโรงเรียนสหศึกษา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักของเยาวชน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของนักเรียนมัธยมศึกษา
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
6. เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
7. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

### สมมติฐานการวิจัย

1. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา
2. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา
3. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา
4. นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา
5. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ของเยาวชน
6. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน
7. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
8. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน
9. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
10. ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
11. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบาย ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
12. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อศึกษา การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน โดยในการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจนี้ (Survey Research) จะทำการวัดแบบครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study)

### สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1: การใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่ม ตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย และข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 2: สถิติอ้างอิง (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่

1. ใช้ T-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามประเภทโรงเรียน กับ ตัวแปรการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ตามสมมติฐานข้อที่ 1-4
2. ใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ตามสมมติฐานข้อที่ 5-10
3. ใช้ Multiple Regression เพื่อหาตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบาย ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ตามสมมติฐานข้อที่ 11
4. ใช้ Path Analysis เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ตามสมมติฐานข้อที่ 12

## ตอนที่ 1: การใช้สถิติเชิงพรรณนา

### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยพบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ อายุ 13 ปีมากที่สุด รองลงมาอายุ 14 ปี รองลงมา 15 ปี และ 16 ปี ส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 มากที่สุด รองลงมาอยู่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังเรียนอยู่ในโรงเรียนชายล้วน และโรงเรียนสหศึกษา ประเภทโรงเรียนละ 200 คน

สถานที่พักอาศัยในปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอยู่กับบิดา-มารดา รองลงมาพักอยู่กับผู้ปกครอง หรือญาติ สถานภาพสมรสของบิดา-มารดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรส รองลงมาหย่าร้าง แต่ไม่ได้แต่งงานใหม่ และสมรสแต่แยกกันอยู่เนื่องจากงาน กลุ่มตัวอย่างมีพี่ชายหรือน้องชายมากที่สุด รองลงมามีพี่สาว หรือน้องสาว และเป็นลูกคนเดียว

### 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์อยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า ละครเรื่องที่ถูกกลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมมากที่สุด คือ เรื่องเลื่อมพรายลายรัก รองลงมา คือ เรื่องเพลิงสีรุ้ง และน้ำตาลไหม้

เหตุผลในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อฆ่าเวลา นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนยังมีเหตุผลในการรับชมละครโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา เพราะอยากเป็นนักแสดง และมารดาของตนชอบรับชมละคร ตนเองเลยรับชมตามมารดา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ผ่านทางโทรทัศน์ (ช่อง 3, 5, 7, 9) มากที่สุด รองลงมาผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และผ่านทางโทรทัศน์ (ช่องเคเบิลทีวี)

ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงวันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) และช่วงวันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์) เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้วพบว่า ในช่วงวันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. มากที่สุด รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-20.00 น. และช่วงเวลา 12.01-

16.00 น. ส่วนในช่วงวันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ ในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. มากที่สุด รองลงมาเป็นช่วงเวลา 08.01-12.00 น. และช่วงเวลา 16.01-20.00 น.

ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการรับชมละครโทรทัศน์มากที่สุด คือ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง รองลงมา 3 ชั่วโมงขึ้นไปต่อครั้ง และน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ที่บ้าน หรือที่พักอาศัยมากที่สุด รองลงมาที่สถานศึกษา และบ้านเพื่อน โดยจะรับชมละครโทรทัศน์กับบิดา-มารดามากที่สุด รองลงมาับชมคนเดียว และรับชมกับญาติพี่น้อง

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า ความสามารถในการวิเคราะห์เนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูง ทั้ง 2 ข้อ รองลงมา คือ ความสามารถในการประเมินสื่อ และความสามารถในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งจะเห็นได้ว่าความสามารถทั้งสองต่างก็อยู่ในระดับปานกลาง

### 4. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมี ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าเยาวชนในปัจจุบันมักให้คุณค่ากับความนิยมทางเพศ โดยการยอมรับ และเปิดเผยตนเองมากขึ้นอยู่ในระดับสูง รองลงมา กลุ่มตัวอย่างมองว่าเยาวชนชายรักชายในปัจจุบัน สามารถแสดงออกถึงความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ทางเพศได้มากขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ถัดมากกลุ่มตัวอย่างมองว่าเยาวชนบางกลุ่มมองว่า ความสัมพันธ์ทางเพศ ระหว่างชายกับชายเป็นเรื่องปกติมากขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมองว่าเยาวชนมักใช้บุคลิกลักษณะในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชายมากที่สุด รองลงมาเยาวชนจะมีการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชายผ่านทางกิจกรรมร่ายรำ และการแสดงออกท่าทาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับความรู้เรื่องเพศจากสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์มากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อน และโทรทัศน์ เมื่อมีปัญหาเรื่องเพศกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะปรึกษาบิดา-มารดามากที่สุด รองลงมาปรึกษาเพื่อน และครู-อาจารย์ นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าจะมีกลุ่มตัวอย่างบางคนเลือกที่จะปรึกษาจิตแพทย์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะพบเห็นเยาวชนชายรักชายที่สถาบันการศึกษามากที่สุด รองลงมาที่ห้างสรรพสินค้า และสถานบันเทิง

เมื่อพูดถึงชายรักชายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะนึกถึงการที่ชายรักชายแสดงความรักให้กันมากที่สุด รองลงมา คือ การที่ชายรักชายเดินจู๋มมือกัน และการที่ชายรักชายมีเพศสัมพันธ์ นอกจากนี้ เมื่อพูดถึงชายรักชายกลุ่มตัวอย่างบางคน จะรู้สึกขยี้กแขยง รู้สึกทุเรศ และรู้สึกน่าเกลียด

การรอกหักจากผู้หญิง เป็นความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนสมัยนี้เป็นชายรักชายมากขึ้นมากที่สุด รองลงมาเป็นอาการป่วยทางจิต และความนิยมในสังคม/แฟชั่น/การเลียนแบบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีเพื่อนเป็นชายรักชาย โดยเป็นเพื่อนในโรงเรียนมากที่สุด รองลงมามีเพื่อนเป็นชายรักชาย โดยเป็นเพื่อนในห้อง และเพื่อนในกลุ่ม บทละคร และตัวนักแสดงมักจะถูกใช้ในการสื่อถึงชายรักชายในละครโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาเป็นมุกตลก

5. **ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่า ตนเองมักจะสังเกตเห็นบุคคลรอบข้างมีการเลียนแบบเพิ่มมากขึ้นจากเมื่อก่อน โดยเฉพาะการเลียนแบบจากละครโทรทัศน์ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ ทรงผมจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่าง และคนรอบข้างใช้ในการเลียนแบบมากที่สุด รองลงมาการแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่าง และคนรอบข้างใช้ในการเลียนแบบ ถัดไปเป็นบุคลิกลักษณะ และกิริยามารยาทจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่าง และคนรอบข้างใช้ในการเลียนแบบ



ดารา นักร้อง นักแสดง เป็นตัวต้นแบบที่เยาวชนนิยมใช้ในการเลียนแบบมากที่สุด รองลงมา คือ บิดา-มารดา และเพื่อน เยาวชนใช้การสังเกตในการเลียนแบบมากที่สุด รองลงมา คือ การทดลองด้วยตนเอง และการได้ยิน

ความอยากรู้อยากลอง เป็นความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบชายรักชายมากที่สุด รองลงมาการอยากเป็นเหมือนบุคคลต้นแบบ และความนิยม/แฟชั่น

รูปแบบในการเลียนแบบของเยาวชนจะเป็นประเภทการมีพฤติกรรมอย่างเดียวกัน และประเภทการมีพฤติกรรมเทียบเคียงกันมากที่สุด

## ตอนที่ 2: การใช้สถิติอ้างอิง

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนโรงเรียนชายล้วนมีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนโรงเรียนชายล้วนไม่มีความแตกต่างในการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์กับนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

**สมมติฐานข้อที่ 3** นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มี ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนโรงเรียนชายล้วนไม่มีความแตกต่างในความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศกับนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

**สมมติฐานข้อที่ 4** นักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน มี ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายแตกต่างจากนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนโรงเรียนชายล้วนไม่มีความแตกต่าง ในความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายกับนักเรียนโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4



รักชาย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเป็นความสัมพันธ์ในระดับที่ปานกลาง คือ 0.453 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

**สมมติฐานข้อที่ 11** การเปิดรับละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของกลุ่มตัวอย่าง คือ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวเบี่ยงเทียบ (Beta Coefficients) อยู่ที่ 0.373 มีระดับนัยสำคัญ ทางสถิติอยู่ที่ 0.001 และมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย ( $r^2$ ) เท่ากับ 0.206 นั้นหมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ร่วมกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย คิดเป็นร้อยละ 20.6 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 11

**สมมติฐานข้อที่ 12** การเปิดรับละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน นอกจากนี้ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศยังเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อม ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 12

## การอภิปรายผล

ในส่วนของผลการอภิปรายผลการวิจัยนั้น ผู้วิจัยจะอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ของเยาวชน

สื่อละครโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้กับคนทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะกับเด็ก ซึ่งมีผลวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ให้เห็นถึงการเปิดรับละครโทรทัศน์ของเด็ก อาทิ “ สื่อโทรทัศน์กับการใช้ความรุนแรงในกลุ่มเยาวชน” (เอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2549 : Online) ผลการสำรวจ

ภาคสนามพบว่า ตัวอย่างเกือบ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 72.1 ระบุนิยมดูโทรทัศน์ทุกวัน และตัวอย่างกว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 39.8 ใช้เวลาเฉลี่ยในการดูโทรทัศน์แต่ละครั้งประมาณ 3-5 ชั่วโมง เป็นที่น่าสังเกตว่า ช่วงเวลาที่ตัวอย่างนิยมดูโทรทัศน์เป็นประจำ เป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียนเป็นหลัก คือ ตั้งแต่หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป เรื่อยไปจนถึง 24.00 น. ไม่ว่าจะเป็น วันจันทร์-ศุกร์ หรือ วันเสาร์-อาทิตย์ นั้น ตัวอย่างนิยมดู โทรทัศน์ตั้งแต่ช่วงเวลา 20.01-22.00 น. มากที่สุดรองลงมาเป็นช่วงเวลา 17.01-20.00 น. และ ช่วงเวลา 22.01-24.00 น. ตามลำดับ

ส่วนในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชาย อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นชายรักชาย จึงไม่ได้มีความต้องการในการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชาย ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารของโจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960: 19-25 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสาร ประกอบไปด้วย การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้การตีความหมาย และการเลือกจดจำ ดังนั้น เมื่อละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชายไม่ตรง กับความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับ และความสนใจสื่อจึงอยู่ในระดับต่ำ และส่งผลให้การตีความ และการเลือกที่จะจดจำมีน้อย

ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (ปรมะ สตะเวทิน , 2541: 122-124 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ยังกล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการการเลือกเปิดรับข่าวสารนั้น เกิดจากความต้องการทางกาย และใจ (Need) ทศนคติ และค่านิยม (Attitude and Values) เมื่อกลุ่มตัวอย่างไม่ได้เป็นชายรักชาย ความต้องการในการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชายเลยอยู่ในระดับต่ำตามไปด้วย จึงเป็นคำตอบว่าทำไมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชายอยู่ในระดับต่ำ และมีความถี่ในการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชายน้อยมาก หรือไม่เคยรับชมเลย

นอกจากนี้ ละครโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่สามารถสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี ด้วยการนำเสนอเรื่องราวที่มีความหลากหลาย อาจเป็นเรื่องจริง หรือเรื่องจากการแต่งขึ้นจากจินตนาการ ทำให้การเปิดรับชมละครโทรทัศน์ยังคงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ในการ

สร้างความบันเทิง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อฆ่าเวลา อีกทั้ง ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางคนมีเหตุผลในการเปิดรับละครโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา เพราะตนเองอยากเป็นนักแสดง และมารดาของตนชอบรับชมละคร ตนเองเลยรับชมตามมารดา ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการเลือกเปิดรับข่าวสารของสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533:40-44 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ที่กล่าวว่า วัตถุประสงค์ในการเลือกเปิดรับข่าวสารประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่ เพื่อการรับรู้ข่าวสาร เพื่อความหลากหลายทางด้านอารมณ์ เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมในการเข้าสังคม และเป็นการผละสังคมนในการหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือคนรอบข้าง โดยจะเปิดรับละครโทรทัศน์ผ่านช่อง 3, 5, 7, 9 มากที่สุด ในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. ทั้งวันธรรมดา และวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง รับชมที่บ้านพักอาศัยกับบิดา-มารดา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแอบแคโพล (2549) ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

## 2. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ของเยาวชน

การรู้เท่าทันสื่อ นั้น เป็นความรู้ถึงเหตุการณ์ หรือความคิดของบุคคลนั้น ๆ ได้ทันที ซึ่งมีความสำคัญมากสำหรับเยาวชน เพราะเยาวชนยังมีประสบการณ์ชีวิตน้อย อาจจะไม่ทันความคิดของผู้ใหญ่ หรือผู้จะเข้ามาหวังผลประโยชน์กับเยาวชน การรู้เท่าทันสื่อสำหรับเยาวชนจึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก และการจะบอกว่าการรู้เท่าทันสื่อหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาจากความสามารถในด้านต่าง ๆ อาทิ การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินสื่อ และการสังเคราะห์สื่อ มาหลอมรวมกันกลายเป็นการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความสามารถในการวิเคราะห์สื่อมากที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถในการประเมินสื่อ และความสามารถในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุขใจ ประเทืองสุขเลิศ (2549) ที่ว่า คนไทยมองว่าความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ และการประเมินค่าสื่อ เป็นทักษะสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์

นอกจากนี้ McQuail (1997) ยังกล่าวว่า ปัจจัยภายนอกของผู้รับสาร เช่น อายุ เพศ รายได้ และปัจจัยภายในของผู้รับสาร เช่น ทักษะคิด ค่านิยม ความคิดเห็น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการ

รู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ดังนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีอายุ และการศึกษาน้อยจะให้ความสำคัญกับการรู้เท่าทันสื่อน้อยกว่าคนที่มีอายุมาก และการศึกษาสูง เพราะคนที่มีอายุน้อยจะมีประสบการณ์น้อยกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำจะมีความรู้ต่ำกว่าคนที่มีการศึกษาสูง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้ อยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นระดับการศึกษาตอนกลางของระดับการศึกษาทั้งหมด จึงสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า การรู้เท่าทันสื่อจึงอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีอายุที่มากขึ้น และมีการศึกษาที่สูงขึ้น กลุ่มตัวอย่างก็น่าที่จะมีการรู้เท่าทันสื่อที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

### 3. ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศด้านการยอมรับ และการเปิดเผยตนเอง จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างบางคนยังรู้สึกว่าการยอมรับเท่าที่ควร ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่กล้าที่จะเปิดเผยตนเอง และยอมรับว่าเป็นชายรักชายออกมา ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ นายกมลเศรษฐ์ เก่งการเรือ (2549) ที่ว่า จากประชากรชายที่เป็นเกย์ เป็นเกย์แอบแฝงสูงถึงร้อยละ 60 ที่กล้าเปิดเผยไม่ถึงร้อยละ 40 และเมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าเยาวชนในปัจจุบันมักให้คุณค่ากับความนิยมทางเพศ โดยการยอมรับ และเปิดเผยตนเองมากขึ้นอยู่ในระดับที่สูง เนื่องจากสังคมปัจจุบันกลายเป็นสังคมเปิดมากขึ้น สื่อมวลชนให้การยอมรับมากขึ้น ซึ่งสามารถสังเกตได้จากบริบทชายรักชายในละครโทรทัศน์ที่นับวันจะมีแต่เพิ่มปริมาณมากขึ้น โดยเฉพาะบทละคร และตัวนักแสดงมักจะถูกใช้ในการสื่อถึงความเป็นชายรักชายในละครโทรทัศน์มากที่สุด จนเริ่มเป็นความเคยชิน กลายเป็นค วามนิยมในการสร้างละครที่จะต้องมีการ เลิฟซีนชายกับชาย หรืออย่างน้อยก็ต้องมีบริบทชายรักชายสอดแทรกอยู่ในเนื้อเรื่อง หรือเลือกนักแสดงที่เป็นชายรักชายมาแสดง เพื่อเพิ่มอรรถรสให้กับผู้ชม กลายเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับจากสังคมที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมองว่าเยาวชนชายรักชายในปัจจุบันยังสามารถแสดงออกถึงความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ทางเพศได้มากขึ้น รวมถึงการมีความสัมพันธ์ทางเพศ

ระหว่างชายกับชายเป็นเรื่องปกติมากขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน และมีความลึกซึ้งด้านความรู้สึก ถึงแม้สังคมจะเปิดกว้างขึ้น แต่ไม่ใช่บุคคลทั้งหมดในสังคมที่จะยอมรับ ยังคงมีคนบางกลุ่มที่ยังคงไม่เห็นด้วยกับพฤติกรรมทางเพศเหล่านั้น ทำให้เยาวชนชายรักชายบางคนยังไม่กล้าที่จะยอมรับ และเปิดเผยพฤติกรรมทางเพศ ชายรักชายออกมาได้อย่างสนิทใจ มีเพียงการแสดงออกภายนอกเท่านั้น ที่เยาวชนจะสามารถทำได้ อย่างสนิทใจ อาทิ บุคลิกลักษณะ กิริยามารยาท และการแสดงออกท่าทาง โดยผู้วิจัยพบว่า เยาวชนมักจะใช้บุคลิกลักษณะในการเปิดเผยตนเองมากที่สุด รองลงมาเยาวชนจะเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชายผ่านทางกิริยามารยาท และการแสดงออกท่าทาง ซึ่งตรงกับขั้นที่ 3 ของแบบจำลองการพัฒนาเอกลักษณ์รักร่วมเพศของวัยรุ่นของ Coleman และ Trolden (ประภาพรรณ วงศาโรจน์, 2532: 30-31) ที่ว่า ลักษณะของเยาวชนเมื่อมาถึงขั้นที่ 3 ขั้นเปิดเผยตัวแล้วนั้น เยาวชนจะยอมรับกับตนเองว่าเป็นผู้รักร่วมเพศ จะเริ่มบอกกับผู้ที่มีความสำคัญกับตนเองว่าเป็นผู้รักร่วมเพศ จะเริ่มเปิดเผยเอกลักษณ์ใหม่ต่อบุคคลทั่ว ๆ ไป ในที่นี้จะหมายถึง บุคลิกลักษณะ กิริยามารยาท การแสดงออกท่าทาง และเริ่มมีทัศนคติต่อแบบแผนการเป็นรักร่วมเพศว่าเป็นสิ่งที่ดี

เมื่อพูดถึงชายรักชายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะนึกถึงการที่ชายรักชายแสดงความรักให้กันมากที่สุด รองลงมาเป็นการที่ชายรักชายเดินจูงมือกัน และการที่ชายรักชายมีเพศสัมพันธ์กัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการแสดงออกขั้นพื้นฐานทางความรู้สึกของกลุ่มชายรักชาย และยังมีกลุ่มตัวอย่างบางคนแสดงความรู้สึกขี้ก้างขี้เขียง รู้สึกทุเรศ และรู้สึกน่าเกลียด เมื่อพูดถึงชายรักชาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวบ่งบอกว่ายังมีคนในสังคมบางคนบางกลุ่มที่ยังไม่ยอมรับกลุ่มชายรักชาย

ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเป็นชายรักชายมากขึ้น เกิดจากการรอกหักจากผู้หญิงมากที่สุด รองลงมา เป็นอาการป่วยทางจิต และความนิยมในสังคม/แฟชั่น/การเลียนแบบ ซึ่งตรงกับแนวคิดของรุ่งกานดา พงศ์ธรรกุลพานิช (2530: 9-10) กล่าวว่า สาเหตุของการเป็นรักร่วมเพศ เกิดขึ้นได้จากปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยทางร่างกาย ปัจจัยทางจิตใจ ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางวัฒนธรรม โดยผลการวิจัยส่วนใหญ่จะเห็นได้ว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเป็นชายรักชายของเยาวชน คือ ปัจจัยทางจิตใจ ที่เกิดจากความรู้สึกผิดหวัง รู้สึกฟ่ายแพ้ รู้สึกเสียใจ และไม่มั่นใจในตัวเอง จากการรอกหักจากผู้หญิง และอาการป่วยทางจิต ส่วนปัจจัยทาง

วัฒนธรรม ที่เกิดการยอมรับว่าชายรักชายเป็นเรื่องปกติของคนบางกลุ่มในสังคม จนกลายเป็นความนิยมในสังคม เป็นแฟชั่น และเกิดการเลียนแบบในที่สุด

การเปิดเผยตนเองในช่วงวัยรุ่นนั้น เนื่องจากเป็นวัยที่เริ่มอยากมีกลุ่มเป็นของตัวเองและการได้ติดต่อสื่อสารระหว่างกันกับเพื่อนอย่างสม่ำเสมอ ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รู้จักตัวเอง โดยเฉพาะวัยรุ่นจะเป็นวัยที่แสวงหาตัวตนที่แท้จริงด้วย เมื่อค้นพบว่าตนเองเป็นชายรักชาย จึงพยายามแสวงหาเพื่อนที่เป็นเหมือนกัน จะได้มีความรู้สึกที่ไม่โดดเดี่ยว ดังนั้น เมื่อมารวมกลุ่มกับเพื่อนที่เป็นแบบเดียวกัน จึงทำให้การสื่อสารระหว่างกันดำเนินไปได้อย่างราบรื่น เพราะฉะนั้นเพื่อนที่เป็นกลุ่มเดียวกัน จึงมีลักษณะนิสัยหลายอย่างที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “การสื่อสารระหว่างบุคคล” ที่บุษบา สุธีธร ได้สรุปไว้ว่า เป้าหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคลทำให้ค้นพบตัวเอง และความเหมือนกันเอื้อให้คนเรามีทัศนคติที่ดีต่อคู่สื่อสารที่เหมือนตน รู้สึกสนุกสนานกับการสื่อสารในเรื่องราวที่ต่างมีประสบการณ์ร่วมกัน มากกว่าที่จะอยากสนทนากับคนที่แตกต่างไป (บุษบา สุธีธา , 2553 ) ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะพบเห็นเยาวชนชายรักชายที่สถาบันการศึกษามากที่สุด ทั้งนี้ เพราะกลุ่มตัวอย่างจะใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในโรงเรียน และใช้ชีวิตประจำวันอยู่กับเพื่อนเป็นหลัก โดยกลุ่มตัวอย่างจะมีเพื่อนเป็นชายรักชาย เป็นเพื่อนในโรงเรียนมากที่สุด รองลงมาเป็นเพื่อนในห้องเรียน และเพื่อนในกลุ่มตามลำดับ

เยาวชน หรือวัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย และอารมณ์เป็นอย่างมาก ทั้งสรีระที่เปลี่ยนแปลงไป ความอยากรู้อยากเห็น เริ่มมีความรู้สึก ความต้องการทางเพศ มีจินตนาการมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องเพศเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน และมีความลึกซึ้งสูง ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงจำเป็นต้องปรึกษาปัญหาเรื่องเพศกับบุคคลที่ใกล้ชิด และไว้วางใจมากที่สุด นั่นก็คือ บิดา-มารดา ส่วนเยาวชนที่ไม่กล้าที่จะถามบิดา-มารดาตรง ๆ จึงจำเป็นต้องหาแหล่งความรู้เรื่องเพศเพื่อตอบคำถามที่ค้างคาใจ ผลการวิจัยระบุว่าสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ เป็นแหล่งความรู้เรื่องเพศที่จะช่วยไขปัญหาเรื่องเพศให้กับเยาวชนมากที่สุด รองลงมา คือเพื่อน ซึ่งเป็นบุคคลที่เยาวชน หรือวัยรุ่นให้ความไว้วางใจมากที่สุด และเป็นบุคคลที่เยาวชนมักมีความคิดเห็นคล้ายตาม ซึ่งที่ได้กล่าวมานี้สุโท เจริญสุข (2517) และราศี ธรรมนิยม (2524) ได้อธิบายไว้ในพัฒนาการของวัยรุ่น



จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จะเห็นได้ว่า สิ่งที่เป็นตัวแปรสำคัญในการเปิดเผยตนเองของเยาวชนนั้น ก็คือ การยอมรับจากสังคม เมื่อสังคมมีการยอมรับ การเปิดเผยตนเองของเยาวชนว่าเป็นชายรักชายก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยเยาวชนจะเริ่มเปิดเผยตนเองกับบุคคลใกล้ชิด และไว้วางใจได้ก่อน อย่างบิดา-มารดา และเพื่อนสนิท จากนั้นจึงค่อย ๆ ขยายวงกว้างออกไป แต่เมื่อเยาวชนเริ่มรู้สึกไม่ปลอดภัยจากการเปิดเผยตนเอง เยาวชนเลือกที่จะปิดบังความรู้สึก และสงวนท่าทีการแสดงออกถึงความเป็นชายรักชายเอาไว้กับตนเอง

#### 4. ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างสังเกตเห็นบุคคลรอบข้างมีการเลียนแบบเพิ่มมากขึ้นจากเมื่อก่อน โดยเฉพาะการเลียนแบบจากละครโทรทัศน์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง สามารถอธิบายได้จากทฤษฎีพัฒนาการทางบุคลิกภาพ 8 ขั้นตอนของอีริกสัน (พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา, 2544: 66 – 68 อ้างใน ไชโย นิธิอุบลิต, 2546: 28-31) ในขั้นที่ 5 : Sense of Identity VS. Role Confusion (12 – 17 ปี) “ความเป็นเอกลักษณ์กับความสับสนในบทบาท” พบว่า เป็นช่วงที่เด็กเข้าสู่วัยรุ่น และเริ่มพัฒนาเอกลักษณ์ของตนเองว่าตนคือใคร ต้องการอะไร มีทัศนคติอย่างไร มีเป้าหมายอะไรในอนาคต ถ้าเด็กค้นหาเอกลักษณ์ของตนเองได้ เด็กก็จะแสดงบทบาทของตนเองได้อย่างเหมาะสม แต่ถ้าเด็กค้นหาเอกลักษณ์ของตนไม่พบ เด็กจะเกิดความสับสน และแสดงบทบาทที่ไม่เหมาะสม หรือไม่สอดคล้องกับตนเอง ซึ่งวิธีการหนึ่งที่วัยรุ่น หรือเยาวชนมักจะเลือกใช้ คือ “การเลียนแบบ” ทั้งจากตัวต้นแบบ และสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อละครโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2546: Online) ในหัวข้อ “เยาวชนกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ” พบว่า “สื่อโทรทัศน์” มีผลให้เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบของวัยรุ่นมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างมองว่าตัวต้นแบบที่เยาวชนนิยมใช้ในการเลียนแบบมากที่สุด คือ ดารา นักร้อง นักแสดง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย “การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชายของเยาวชนที่ปรากฏในรายการละครโทรทัศน์” (ณัฐพงษ์ กระจำง, 2544 : Online) ผล

การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่ร้อยละ 77 มีความพึงพอใจที่จะเลียนแบบนักแสดงชายจากละครโทรทัศน์

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมองว่า ทรงผมจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่เยาวชน และคนรอบข้างใช้ในการเลียนแบบมากที่สุด รองลงมา คือ การแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่เยาวชน และคนรอบข้างใช้ในการเลียนแบบ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเล็งเห็นว่าทรงผม และการแต่งกายเป็นสิ่งที่ทำให้นักแสดงชายคนนั้น ๆ ดูดี และกลุ่มตัวอย่างก็มีความต้องการที่จะดูดีเหมือนนักแสดงคนนั้น ๆ ด้วย จึงเป็นเหตุ และแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะปรับเปลี่ยน หรือเลียนแบบทรงผม และการแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่ว่า ความอยากรู้้อยากลองเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบ รองลงมา คือ อยากเป็นเหมือนบุคคลต้นแบบ โดยกลุ่มตัวอย่างจะทำการสังเกตเป็นวิธีการในการเลียนแบบมากที่สุด

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อสิ่งที่เลียนแบบมากที่สุด คือ ทรงผม และการแต่งกาย ซึ่งไม่ใช่พฤติกรรมชายรักชายแต่ประการใด ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่าง หรือเยาวชนเป็นวัยที่กำลังค้นหาแนวทางในการดำเนินชีวิต และความชอบส่วนตัว ดังนั้น การลองผิดลองถูกแบบที่ง่ายที่สุด คือ การทดลองเลียนแบบทรงผม และการแต่งกาย ซึ่งเป็นเพียงพฤติกรรมภายนอกเท่านั้น โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า ความอยากรู้้อยากลองเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบ

นอกจากนี้ ความต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ทำให้เยาวชนที่ไม่ได้เป็นชายรักชาย แต่ต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนที่ตนเองคบหา มีความจำเป็นที่จะต้องแสดงพฤติกรรมบางอย่าง อาทิ ทรงผม และการแต่งกายให้สอดคล้องไปในแนวทางกับความนิยมของกลุ่มเพื่อน เพื่อจะได้ไม่เกิดความแตกต่างจากกลุ่มเพื่อน ทำให้เกิดการเลียนแบบทรงผม และการแต่งกาย แต่เมื่อสิ่งเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้แล้ว ย่อมส่งผลต่อสภาพจิตใจ และมีโอกาสโน้มเอียงไปสู่พฤติกรรมที่มีความลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น จนกลายเป็นความนิยมชมชอบส่วนตัวในที่สุด

ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบในการเลียนแบบของเยาวชน เป็นพฤติกรรมอย่างเดียวกัน (Same Behavior) และมีพฤติกรรมเทียบเคียงกัน (Match Dependent Behavior) กล่าวคือ บุคคลอาจมีพฤติกรรมแบบเดียวกัน หรือแบบเทียบเคียง เพราะมีการเป็นรับสื่อละครโทรทัศน์แบบเดียวกัน พฤติกรรมที่เกิดขึ้นอาจจะเกิดจากการเลียนแบบ หรือจากปัจจัยอื่น เช่น บอยเห็นแมนตัดผมทรงเดียวกับนักแสดงชายในละครโทรทัศน์แล้วดูดี บอยจึงตัดสินใจไปตัดผมทรงเดียวกับแมน เพื่อจะได้ดูดีเหมือนแมน และนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าตัวตนแบบมีอิทธิพลหลักต่อการเลียนแบบของเยาวชน

##### 5. ความแตกต่างของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน และโรงเรียนสหศึกษา

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วน มีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์แตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนสหศึกษา อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เนื่องจากสภาพแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนสหศึกษาจะมีเพื่อนผู้หญิง ซึ่งมีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีความแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วน ทั้งด้านการดำรงชีวิตประจำวัน ประสบการณ์ที่กลุ่มตัวอย่างพบเจอ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารในการตอบสนองความต้องการของตนเอง ความสามารถในการรับข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างบางคนไม่กล้าที่จะเปิดเผยกับเพื่อนว่าตนเองเป็นชายรักชาย และมีความต้องการสิ่งใด เพราะกลัวเพื่อนจะไม่ยอมรับ และเลิกคบไป เมื่อสภาพแวดล้อมมีความแตกต่าง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จึงมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ ตรงกับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลที่วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973:121-122 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ได้กล่าวไว้ ได้แก่ ประสบการณ์ การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ภูมิหลังของบุคคล การศึกษา และสภาพแวดล้อมที่แตกต่าง ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ อารมณ์ และทัศนคติ มีความสอดคล้องกับผลการวิจัย

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วนจะมีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชายสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนสหศึกษา เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วนสามารถเปิดเผย และแสดงออกถึงความต้องการได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องกังวลถึงบุคคลรอบข้าง เพราะทุกคนต่างก็เป็นผู้ชายด้วยกันทั้งหมด ซึ่งสามารถอธิบายได้จากสูตรการเลือกรับข่าวสารของวิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ที่กล่าวไว้ว่า หลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสาร ดังนี้

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

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่าย และมีสาระประโยชน์ต่อตนเอง เป็นต้น

## 6. ความแตกต่างของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ของนักเรียนมัธยมศึกษา ประเภทโรงเรียนชายล้วน และโรงเรียนสหศึกษา

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วน มีความรู้เท่าทันสื่อ ละครโทรทัศน์ไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนสหศึกษา เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มต่างก็มีช่วงอายุ และระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน ประสบการณ์ชีวิตก็ไม่แตกต่างกัน ทำให้ระดับของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุขใจ ประเทืองสุขเลิศ (2549) ที่ว่า คนไทยที่มีอายุ และการศึกษาน้อยจะให้ความสำคัญกับการรู้เท่าทันสื่อ น้อยกว่าคนไทยที่มีอายุมาก และการศึกษาสูง เพราะคนไทยที่มีอายุน้อยจะมีประสบการณ์น้อยกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนไทยที่มีการศึกษาน้อยจะมีความรู้ น้อยกว่าคนที่มีการศึกษาสูง

นอกจากนี้ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีอายุไม่ต่างกัน ประสบการณ์ชีวิตจึงไม่แตกต่างกันมากนัก ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ วิเคราะห์สื่อ ประเมินสื่อ และการสังเคราะห์สื่อ จึงไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีอายุ และระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน ประสบการณ์ไม่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความรู้เท่าทันจึงไม่แตกต่างกันด้วย

## 7. ความแตกต่างของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ของนักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน และโรงเรียนสหศึกษา

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างในโรงเรียนสหศึกษา เนื่องจาก การเป็นชายรักชายนั้น เกิดขึ้นจากปัจจัยทางด้านร่างกาย และจิตใจ เมื่อความต้องการของร่างกาย และจิตใจ ต้องการที่จะเป็นชายรักชาย คงเป็นการยากที่จะห้ามไม่ให้เขาเหล่านั้นเป็นชายรักชาย และเมื่อเขาเริ่มทราบถึงความต้องการของตนเองแล้วว่าต้องการเป็นชายรักชาย เขาจะพยายามหาเหตุผลนานับประการเพื่อมาหักล้างอุปสรรคที่มาขัดขวางต่อการเป็นชายรักชาย ซึ่งบงกชมาศ เอกเยี่ยม ( 2532: 163-166) ได้นำแบบจำลองการพัฒนาเอกลักษณ์รักร่วมเพศของวัยรุ่นของ Coleman และ Trioden (ประภาพรรณ วงศาโรจน์, 2532: 30-31) มาวิเคราะห์ไว้ ในขั้นตอนที่ 2 ของแบบจำลองว่า เหตุผลที่บุคคลมักเอาอ้างกับตนเอง เพื่อหลีกเลี่ยงการไม่ยอมรับจากสังคมว่าเป็นชายรักชาย ได้แก่

1. พฤติกรรมรักร่วมเพศจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต
2. พฤติกรรมของเขาสอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม ตามแบบรักต่างเพศ
3. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ที่เขาไม่อาจยับยั้งได้ เนื่องจากความเป็นรักร่วม

เพศไม่ได้เกิดมาจากตัวเขาเอง และเขาก็ไม่ได้ต้องการให้พฤติกรรมเป็นเช่นนี้ แต่เกิดมาจาก

- การเกิดมาเพื่อจะเป็นเกย์ หรือ “Born To Be”
- สภาพแวดล้อมทางครอบครัวที่เล็งดูในลักษณะของเพศหญิง ทำให้ต้อง

มีแนวโน้มนำทางเพศต่อเพศชายในอนาคต

อย่างไรก็ตาม การอ้างเหตุผล หรือการหาคำอธิบายมาให้กับตนเอง เพื่อป้องกันตนเอง เอกลักษณ์รักร่วมเพศในลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นเครื่องแสดงถึงว่า ผู้รักร่วมเพศได้ตระหนักถึงรอยมลทินของเอกลักษณ์ทางสังคมแบบรักร่วมเพศได้ดี การแสวงหาเหตุผลต่าง ๆ ก็คือ ข้อมูลที่ช่วยให้การมองตนในฐานะของผู้รักร่วมเพศในลักษณะเชิงบวกได้มากขึ้น

จึงกลายเป็นเหตุผลว่าทำไมกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนสหศึกษา

#### 8. ความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ของนักเรียนมัธยมศึกษาประเภทโรงเรียนชายล้วน และโรงเรียนสหศึกษา

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วน มีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีในโรงเรียนสหศึกษา เนื่องจาก การเลียนแบบเป็นกระบวนการเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำของบุคคลอื่น โดยผู้เลียนแบบจะเลียนแบบการกระทำ พฤติกรรม การแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่น ๆ ( Frieman, 2002) ซึ่งพฤติกรรมการเลียนแบบที่เกิดขึ้นนั้น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกับสิ่งที่เลียนแบบ โดยสังเกตได้จากรูปแบบการแต่งกาย การพูดท่าทาง และการยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติตามตัวแบบ ( Model) หรือกลุ่มเพื่อน ( Yando, Seitz & Zigler, 1978) ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมใหม่ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือมีแนวโน้มในการคงพฤติกรรมเดิมไว้ และรับรู้ถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการเลียนแบบนั้น ( Louden & Bitta, 1993) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความคิดเห็นต่อ การเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม จะมาจากตัวต้นแบบที่เป็นตัวแปรทางด้านความรู้สึก มากกว่าประเภทของสถานศึกษาที่เป็นตัวแปรจากสภาพภายนอกร่างกาย จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในโรงเรียนชายล้วน มีการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายไม่แตกต่าง จากกลุ่มตัวอย่างที่มีในโรงเรียนสหศึกษา

#### 9. ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ของเยาวชน

ผู้วิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีระดับความสัมพันธ์ที่ต่ำมาก นั้นหมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อ

ละครโทรทัศน์ เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย เนื่องจาก การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์นั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยการสะสมของประสบการณ์ เพื่อให้มีความสามารถในการเข้าถึงสื่อ วิเคราะห์สื่อ ประเมินสื่อ และการสังเคราะห์สื่อ การที่กลุ่มตัวอย่างจะมีความสามารถของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ได้นั้น จึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ได้พ้น ดังนั้น เมื่อมีการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์เพิ่มขึ้น ประสบการณ์ก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ วิเคราะห์สื่อ ประเมินสื่อ และการสังเคราะห์สื่อ ก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ส่งผลให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ที่มากขึ้นด้วยในที่สุด ซึ่ง Atkin (1973 อ้างถึงในวิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551 ) กล่าวว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารอย่างกว้างขวาง และมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลอย่างมาก จะส่งผลให้บุคคลนั้น เป็นผู้มีความรู้เท่าทันสภาวะมากขึ้น สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อไม่เพียงแต่จะปลูกฝังความจริง ทศนคติ ความเชื่อของบุคคลเท่านั้น แต่การเปิดรับสื่อยังช่วยเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันด้วย

นอกจากนี้ Potter (2005) ได้อธิบายเกี่ยวกับโครงสร้างความรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า โครงสร้างความรู้ (Knowledge Structures) สร้างขึ้นโดยใช้ข้อมูลเป็นวัตถุดิบ และทักษะเป็นเครื่องมือ ในที่นี้จะหมายถึงการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ โดยจะต้องสร้างอย่างระมัดระวัง มีสติ และมีระบบ โครงสร้างความรู้จึงจะประกอบไปด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง และมีประโยชน์ และเมื่อนำโครงสร้างความรู้ที่มีข้อมูลมาใช้ประมวลข้อมูล กระบวนการประมวลข้อมูลก็จะทำงานได้อย่างถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อไป คือ เราสามารถตัดสินใจหาข้อมูล ใช้ข้อมูล และสร้างความหมายจากข้อมูลได้ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ และสามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่ไม่ดีจากสื่อ ทั้งยังมีโอกาสได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างความรู้ใหม่อีกครั้ง จากข้อมูลที่ผ่านมาประมวลไปแล้ว อย่างถูกต้อง โครงสร้างความรู้ที่คนมีความรู้เท่าทันควรมี ได้แก่

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

- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “เนื้อหาสื่อ” (media content) ได้แก่ วิธีการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภท เช่น วิธีการนำเสนอข่าวเป็นแบบพีรามิดหัวกลับ เป็นต้น ค่านิยมที่แฝงอยู่ในเนื้อหาสื่อ (สื่อเลือกเน้นเสนอบางอย่าง ไม่เสนอบางอย่าง) สถิติต่าง ๆ จากเนื้อหาสื่อ เช่น ปริมาณความรุนแรงที่แสดงในเนื้อหาสื่อต่าง ๆ จำนวนบทบาทการแสดงของฝ่ายชายที่มีมากกว่าฝ่ายหญิง เป็นต้น
- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “อุตสาหกรรม” (media industries) ได้แก่ เจ้าของสื่อ การรวมตัวกันของธุรกิจสื่อ การลดต้นทุน และเพิ่มรายได้ของสื่อ วิธีการตลาดที่สื่อใช้สร้างแรงจูงใจในการบริโภค เป็นต้น
- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “โลกในความเป็นจริง” (real world) ได้แก่ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในโลก ทำให้สามารถเปรียบเทียบได้ว่าโลกของสื่อกับโลกในความเป็นจริงแตกต่างกัน
- โครงสร้างความรู้เกี่ยวกับ “ตัวเอง” (the self) ได้แก่ เป้าหมายส่วนตัว ลักษณะการรับ และใช้ข้อมูลเฉพาะตัว

โครงสร้างความรู้จะช่วยควบคุมการประมวลผลข้อมูลให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เมื่อเรารู้ว่าเนื้อหาสื่อที่สร้างขึ้นนั้น เกิดจากแรงผลักดันทางธุรกิจ เราก็จะเข้าใจว่าสื่อจะส่งผลกระทบต่อเราได้อย่างไร และทำให้เราสามารถตั้งเป้าหมายสำหรับเปิดรับสื่อได้ดีขึ้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า กว่าที่กลุ่มตัวอย่างจะมีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างจะมีการบริโภคสื่อละครโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีทักษะ และความสามารถแตกต่างกัน บางคนเปิดรับไม่มาก ก็สามารถเกิดการรู้เท่าทันได้แล้ว แต่สำหรับบางคนที่ต้องอาศัยการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ในปริมาณที่สูงกว่าปกติ อาจจะทำให้เกิดผลเสียตามมาในภายหลังเสียก่อนที่จะเกิดการรู้เท่าทันได้ แต่เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์แล้ว จะพบว่า ระดับความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก ดังนั้น ผลเสียที่เกิดขึ้นน่าจะมีโอกาสความเป็นไปได้ต่ำ



## 10. ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของเยาวชน

ผู้วิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีระดับความสัมพันธ์ที่ต่ำมาก นั้นหมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย เนื่องจาก ในปัจจุบันสังคมเปิดกว้างมากขึ้นในเรื่องชายรักชาย ซึ่งสามารถสังเกตได้จาก ปริมาณละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชายที่นับวันจะมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า สังคมมีการยอมรับกลุ่มชายรักชายผ่านสื่อละครโทรทัศน์มากขึ้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างกล้าที่จะเปิดเผยตนเองมากขึ้น ส่งผลให้ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศจึงมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพีระ จิโรโสภณ (25237 อ้างถึงใน ศศिया วิจิตรจามรี, 2545) ได้กล่าวถึง การเปิดรับข่าวสารว่า ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล โดยจะเลือกเปิดรับที่มีประโยชน์ใช้สอยตรงตามความต้องการของตนเอง

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก เนื่องจาก การที่กลุ่มตัวอย่างจะมี ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายหรือไม่นั้น ยังมีปัจจัยอื่น ๆ มาเกี่ยวข้อง และจะเป็นแรงเสริมที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย เช่น ปัจจัยทางด้านร่างกาย และ จิตใจของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อกลุ่มตัวอย่างทราบถึงความต้องการของตนเองแล้วว่าต้องการที่จะเป็นชายรักชาย คงจะไม่มีสิ่งใดมาขัดขวางการเป็นชายรักชายของกลุ่มตัวอย่างได้ ซึ่งแน่นอนละว่า ความนิยมทางเพศชายรักชายจะต้องเกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชายรักชาย ตามที่บงกชมาศ เอกเฉียมได้วิเคราะห์ไว้ในแบบจำลองการพัฒนาเอกลักษณ์รักร่วมเพศของวัยรุ่นรุ่นของ Coleman และ Trioden (ประภาพรณ วศาโรจน์, 2532: 30-31) ที่ได้กล่าวไว้แล้วในการอภิปรายข้อที่ 7 จึงเป็นคำตอบว่าทำไม การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์กับความนิยมทางเพศ มีระดับความสัมพันธ์กันต่ำมาก

## 11. ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ณัฐพงษ์ กระจ่าง (2544 : Online) ได้ทำการศึกษาวิจัยหัวข้อ “การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชายของเยาวชนที่ปรากฏ ในรายการละครโทรทัศน์” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่ร้อยละ 77 มีความพึงพอใจที่จะเลียนแบบนักแสดงชายจากละครโทรทัศน์ และร้อยละ 60 พร้อมจะตัดสินใจทันทีที่จะเปิดเผยตนเองต่อสังคมว่ามีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศหลังจากชมละครโทรทัศน์ ที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายนั้นพบว่า มี ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายเป็นแบบการมีพฤติกรรมอย่างเดียวกัน (Same Behavior) เพราะถ้าวิเคราะห์จากแนวความคิดของแบนดูรา (Bandura) ก็จะได้เห็นว่า การเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายจากสื่อละครโทรทัศน์ สื่อได้กระทำหน้าที่ในลักษณะ Observation Learning จากการแสดงของนักแสดงในละครโทรทัศน์ และ Disinhibitory Effect จากการที่ใช้สื่อมวลชนเป็นแม่แบบในการแสดงออก จนประสบผลสำเร็จ อิทธิพลสื่อละครโทรทัศน์ที่มีต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย โดยจะเลียนแบบทรงผม และการแต่งกายเป็นหลัก

จากผลการวิจัยที่ได้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า ความคิดเห็นต่อสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเลียนแบบนั้น คือ ทรงผม และการแต่งกาย ซึ่งเป็นเพียงพฤติกรรมภายนอกเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเล็งเห็นว่าทรงผม และการแต่งกายเป็นสิ่งที่เลียนแบบได้ง่าย และทำให้นักแสดงชายคนนั้น ๆ ดูดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างก็มีความต้องการที่จะดูดีเหมือนนักแสดงคนนั้น ๆ ด้วย จึงเป็นเหตุ และแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะปรับเปลี่ยน หรือเลียนแบบทรงผม และการแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์

นอกจากนี้ ความคิดเห็นต่อสิ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการเลียนแบบ ไม่ใช่มาจากสื่อแต่ประการใด แต่มาจากตัวต้นแบบที่เป็นบุคคล ในที่นี้หมายถึง ดารา นักแสดงในละครโทรทัศน์ที่มี

บริบทชายรักชาย และผู้นำความคิดอย่าง พ่อแม่ และเพื่อน โดยดร. ก่อ สวัสดิ์พาณิชย์ (2519 อ้างถึงในพีรภา สุวรรณโชติ, 2551) ได้อธิบายจิตวิทยาวัยรุ่นไว้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเรียนรู้มากที่สุด จะมีการเรียนรู้ค่านิยม วัฒนธรรมรวมทั้งเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากในสังคม ดังนั้น บุคคล องค์การสังคม และสถาบันสังคมหลายอย่าง จึงมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของวัยรุ่น อาทิ ครอบครัว วัฒนธรรมของสังคม สังคมวัยรุ่น หรือกลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน ประกอบกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม และทฤษฎีการเรียนรู้แบบของ Albert Bandura (1977) โดยมีความเชื่อว่าการเรียนรู้ส่วนใหญ่ของคนเรานั้นเกิดขึ้นจากการสังเกตจากตัวแบบ ซึ่งจะแตกต่างจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่ต้องอาศัยการลองผิดลองถูก เพราะนอกจากจะสูญเสียเวลาแล้ว ยังอาจมีอันตรายได้ในบางพฤติกรรม ในการเรียนรู้โดยการผ่านตัวแบบนี้ ตัวแบบเพียงคนเดียว สามารถที่จะถ่ายทอดทั้งความคิดและการแสดงออกได้พร้อม ๆ กัน โดยไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่า ความอยากรู้ อยากลอง เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบ รองลงมา คือ อยากเป็นเหมือนบุคคลต้นแบบ

## 12. ความสัมพันธ์ของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของนักเรียนมัธยมศึกษา

ผู้วิจัยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีระดับความสัมพันธ์ที่ต่ำ นั้นหมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย และอาจเกิดปัญหาตามมาได้ว่า ในเมื่อมีความรู้เท่าทันสื่อแล้ว ทำไมถึงมี ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศเพิ่มขึ้นอีก สามารถอธิบายได้จาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่านิยมของซูซีฟ อ่อนโคกสูง (2522 อ้างถึงในวรารคนาง ชูแก้ว, 2551) ที่ว่า ค่านิยมเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ การเรียนรู้เริ่มต้นจากบ้าน โรงเรียน และชุมชนหรือสังคม ดังนั้น สถาบันเหล่านี้ จึงมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อค่านิยมของบุคคล ดังนี้

- อิทธิพลของครอบครัวต่อค่านิยมของบุคคล จะพบว่า ค่านิยมของเด็กจะคล้อยตามค่านิยมของพ่อแม่มาก เพราะเด็กได้อยู่ใกล้ชิดกับครอบครัวมากที่สุด
- อิทธิพลของโรงเรียนต่อค่านิยมของบุคคล ครูเป็นบุคคลสำคัญที่จะปลูกฝัง และสนับสนุนให้นักเรียนยึดค่านิยมอันเป็นที่ยอมรับในสังคม ครูจะสามารถปลูกฝังค่านิยมของเด็กได้ง่ายขึ้น ถ้าหากค่านิยมที่ครูปลูกฝังนั้น ไม่ขัดกับค่านิยมของผู้ปกครอง ซึ่งในผลการวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างเลียนแบบครู-อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
- อิทธิพลของสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมต่อค่านิยมของบุคคล ค่านิยมของเด็กมักจะคล้อยตามค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมที่เด็กเป็นสมาชิกอยู่ อาทิ ค่านิยมเกี่ยวกับความเชื่อเพื่อพ่อแม่ เด็กก็จะได้รับการปลูกฝังค่านิยมนี้จากครอบครัว โรงเรียน และสังคม

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อ ความนิยมนั้น นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านสื่อแล้ว ยังสามารถพิจารณาได้จากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัวปัจเจกอีกด้วย ดังนั้นย่อมส่งผลต่อความนิยมที่จะหล่อหลอมกลายเป็นค่านิยมในที่สุด

นอกจากนี้ Potter (2005) ได้อธิบายแรงจูงใจในการตัดสินใจ หรือจุดยืนส่วนตัว ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า จุดยืนส่วนตัว (Personal Locus) เป็นตัวควบคุมการประมวลข้อมูลของสมอง ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมาย (goal) และแรงขับที่ก่อให้เกิดความต้องการ/ความอยาก (drive) เป้าหมายจะกำหนดการประมวลข้อมูลของสมอง โดยระบุว่าสิ่งใดที่ควรรับเข้ามา และสิ่งใดที่ควรกรองออกไป นอกจากนี้ เป้าหมายยังกำหนดการจับคู่ความหมาย และการสร้างความหมายด้วย ดังนั้น ยิ่งบุคคลรู้จักจุดยืนของตนเองดีเท่าไร ก็จะทราบเป้าหมาย และความอยากของตนได้มากเท่านั้น และเมื่อสามารถกำหนดจุดยืนของตนอย่างมีสติได้มาก พวกเขาก็จะยิ่งควบคุมการประมวลข้อมูลของสมองได้มาก ก็ยิ่งมีความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นด้วย

เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความนิยมทางเพศชายรักชายย่อมมีความต้องการส่วนตัว เป็นแรงผลักดันให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นพฤติกรรมที่มีสติ (Consciousness) หรือไม่มีสติก็ได้ (Unconsciousness) หากกลุ่มตัวอย่างมีสติ กลุ่มตัวอย่างจะมีความระมัดระวัง และการตัดสินใจได้ตรงตามความต้องการ และเป้าหมายของ

ตน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างขาดสติ กลุ่มตัวอย่างจะมีการตัดสินใจไปแบบไม่รู้ตัว ก็จะส่งผลกระทบต่อพวกเขาอย่างมาก คือ ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจไปตามเป้าหมาย หรือความต้องการของสื่อ (Media Locus) นอกจากนี้ สาร คือภาพ และเสียง ก็จะเข้ามาอยู่ในจิตใจของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่รู้ตัว และอาจจะส่งผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างตามมา

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายละเอียดของผลการวิจัยแล้ว พบว่า เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ นั้นหมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ส่งผลต่อ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศได้ แต่มีผลไม่มากนัก อีกทั้ง เมื่อมีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์แล้ว จะมี ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศเพิ่มขึ้นหรือไม่นั้น จำเป็นที่จะต้องศึกษาปัจจัย หรือตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสอง นอกเหนือจากการศึกษาปัจจัยทางด้านสื่อ อาทิ อิทธิพลของครอบครัว อิทธิพลของโรงเรียน และอิทธิพลของสังคม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมที่บุคคลนั้น ๆ อาศัยอยู่

### 13. ความสัมพันธ์ของการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ผู้วิจัยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีระดับความสัมพันธ์ที่ต่ำ นั้นหมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย และอาจเกิดปัญหาตามมาได้ว่า ในเมื่อมีความรู้เท่าทันสื่อแล้ว ทำไมยังคงมีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายอีก สามารถอธิบายได้จากแนวคิดจิตวิทยาวัยรุ่นของดร.ก่อ สวัสดิ์พาณิชย์ (2519 อ้างถึงในพีรภา สุวรรณโชติ, 2551) ที่กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเรียนรู้มากที่สุด จะมีการเรียนรู้ค่านิยม วัฒนธรรมรวมทั้งเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากในสังคม ดังนั้น บุคคล องค์กรสังคม และสถาบันสังคมหลายอย่าง จึงมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของวัยรุ่น อาทิ ครอบครัว วัฒนธรรมของสังคม สังคมวัยรุ่น หรือกลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน

เยาวชน หรือวัยรุ่น อยู่ในวัยที่ต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน จากสังคม และเริ่มเป็นวัยที่มีการเข้าสังคมมากขึ้น รูปแบบพฤติกรรมในการดำรงชีวิตจึงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง แต่ด้วยวุฒิภาวะประกอบกับประสบการณ์ที่น้อย การเลียนแบบจึงเป็นวิธีการที่เยาวชน หรือวัยรุ่นเลือกใช้เป็นแนวทางในการเปลี่ยนตัวเองจากวัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ ทั้งนี้ การเลียนแบบที่เกิดขึ้นมักเป็นการเลียนแบบที่เกิดจากความตั้งใจ หรือมีสติ มีเหตุผลในการเลียนแบบ ซึ่งตรงกับแนวคิดของศรีเรือน แก้วกังวาน ( 2542) ที่กล่าวไว้ว่า ระดับการเลียนแบบบุคคลที่ตนนิยมชมชอบจะเพิ่มมากขึ้นในระย่วัยรุ่นมากกว่าในวัยเด็กเนื่องจาก

1. ความต้องการรู้จักตนเอง การมีบุคคลที่ตนนิยมชมชอบมาเป็นแบบอย่างให้ยึดถือ และเลียนแบบจะช่วยลดความขัดแย้งในด้านความไม่รู้จักรั และไม่เข้าใจตนเอง
2. การแสวงหาแบบอย่างเพื่อดำเนินชีวิตแบบผู้ใหญ่ โดยผู้ที่วัยรุ่นนับถือว่าเป็นวีรบุรุษ ( Hero/Model) นั้น มีได้มากกว่าหนึ่งคน ขึ้นอยู่กับความต้องการ บุคลิกภาพ ความใฝ่ฝัน สติปัญญา ตลอดจนอิทธิพลของครอบครัว และสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมด้วย อาจเป็นบุคคลที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ บุคคลในวรรณคดี ดารา นักแสดง นักกีฬาที่มีชื่อเสียง ฯลฯ การเลือกเลียนแบบบุคคลที่ตนนิยมชมชอบในวัยรุ่นจะแตกต่างจากวัยเด็กที่อาศัยความใกล้ชิดเป็นแรงจูงใจในการเลียนแบบมาเป็นการใช้เหตุผล และอยู่ภายใต้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน
3. การเลียนแบบบุคคลที่นิยมชมชอบของวัยรุ่นในปัจจุบัน เห็นได้จากการพยายามทำตัวเองให้เหมือนดารานักแสดงที่ตนชื่นชอบในแง่ต่าง ๆ อาทิ ทรงผม เสื้อผ้า และบุคลิกลักษณะ เป็นต้น

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

ดังเช่นงานวิจัยของ Moran (2004 อ้างถึงในอุณาโลม จันทรรัฐมณีกุล และคณะ, 2549 ) ได้จัดสนทนากลุ่มกับเด็กวัยรุ่นเพศหญิง เกี่ยวกับผลกระทบจากพฤติกรรมกาเปิดรับโทรทัศน์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงผลของ “the third person effect” อย่างชัดเจน คือกลุ่มตัวอย่างล้วนแล้วแต่มั่นใจในตัวเองว่า สื่อไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อตัวเองเลย แต่ว่ามีอิทธิพลร้ายแรงต่อบุคคลอื่น กลุ่มตัวอย่างมักจะรู้สึกที่ว่า “เรารู้หมดแล้ว เรารู้ดีแล้ว” และ “เราฉลาดกว่าสื่อ”

อีกทั้ง ยังสามารถอธิบายด้วยทฤษฎีการรู้เท่าทันของ Potter (2005) ได้ดีกว่า จุดยืนส่วนตัว เป็นตัวกำหนดเป้าหมาย และแรงขับที่ก่อให้เกิดความต้องการ ความอยาก (Need) มีผลให้บุคคลนั้นพยายามไขว่ขวางให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ ประกอบกับเยาวชน หรือวัยรุ่นยังเป็นวัยที่มีประสบการณ์น้อย และมีความสามารถในการควบคุมตนเองอย่างมีสติได้ยากกว่าวัยผู้ใหญ่ เมื่อเยาวชนเกิดความต้องการ ย่อมพร้อมที่จะทำทุกอย่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เยาวชนมีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ แต่ยังคงมีการเลียนแบบเกิดขึ้น

#### 14. ความสัมพันธ์ของความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีระดับความสัมพันธ์ที่ปานกลาง นั้นหมายถึง หมายถึง ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย เนื่องจาก เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายแล้วนั้น ย่อมที่จะมีการเรียนรู้รูปแบบ และพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นชายรักชาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองต้องการ และให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมที่ว่า กระบวนการเรียนรู้ทางสังคมแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้ (Albert Bandura, 1977)

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

ทำหน้าที่เป็นตัวแบบอาจแยกประเภทได้หลายระดับ ขึ้นอยู่กับความแข็งแกร่งของแรงจูงใจ และความสนใจที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่ามากน้อยแค่ไหน โดยความเกี่ยวพันกันระหว่างสิ่งเร้า นั้นกับสภาพแวดล้อม

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

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

4. **ระยะของการจูงใจ และการเสริมแรง (Motivation Processes)** บุคคลไม่ว่าจะทำทุกสิ่งทุกอย่างที่ได้เรียนรู้ออกไปทั้งหมด พฤติกรรมที่ดูเหมือนจะนำไปใช้ได้ยังมีประสิทธิภาพกับบุคคลนั้นจะรับเอามาทำตามมากกว่าพฤติกรรมที่เห็นว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ทางลบ ดังนั้น เมื่อตัวต้นแบบที่ เยาวชนใช้ในการเลียนแบบตรง กับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ย่อมเป็นแรงผลักดันให้ เยาวชนคนนั้น ๆ มีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบมากขึ้นเท่านั้น

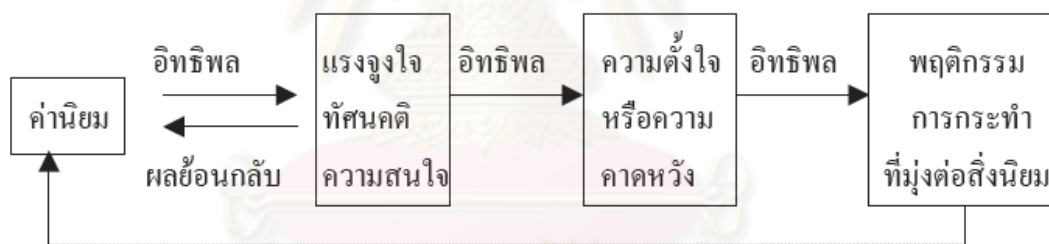
## 15. ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศเป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างที่



ยอมรับ และเปิดเผยตนเองว่าเป็นกลุ่มชายรักชายนั้น จะสามารถแสดงออกถึงความรู้สึกได้อย่างอิสระ ดังนั้น พฤติกรรมต่าง ๆ จึงสามารถสังเกต และเลียนแบบตัวต้นแบบได้อย่างง่ายดาย อาทิ บุคลิกลักษณะ กิริยามารยาท เป็นต้น เพื่อให้ตนเองดูดีเหมือนตัวต้นแบบ และเกิดการยอมรับจากตัวต้นแบบในการเข้ากลุ่มสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประสาร มาลากุล ณ อยุธยา ( 2523) ที่ว่า “ค่านิยม” ยังเป็นตัวกำหนดเป้าหมาย และสร้างแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลนั้น มุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ นักจิตวิทยายอมรับว่า “ค่านิยม” ทำหน้าที่เป็นทั้งมาตรฐานควบคุม และกำหนดเป้าหมายของพฤติกรรม และเป็นแกนกลางอันมั่นคงถาวรในการสร้างเสริมแรงจูงใจทัศนคติ ความสนใจ ความตั้งใจ ซึ่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับ ค่านิยมนั้น และหล่อหลอมกลายเป็นค่านิยมในที่สุด ซึ่งสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 5.1 แสดงอิทธิพลของค่านิยมต่อพฤติกรรมของบุคคล



จากแผนภาพดังกล่าว สรุปได้ว่า ค่านิยมเป็นตัวแปรจากบุคคลที่มีอิทธิพลผลักดันให้เกิดพฤติกรรมประเภทอื่น ๆ ซึ่งมุ่งไปสู่การกระทำเพื่อให้ได้สิ่งที่นิยมมา ในที่นี้จะหมายถึง พฤติกรรมการเลียนแบบที่หลังจากบุคคลนั้นได้ มีแรงจูงใจ คือ ค่านิยม หรือค่านิยมทางเพศเป็นตัวสร้างความนิยมที่ตนเองชื่นชอบแล้ว ย่อมส่งผลให้บุคคลนั้นพยายามหาหนทางที่จะทำให้ตนเองได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองปรารถนา เป็นตัวผลักดันให้เกิดการเลียนแบบในที่สุด

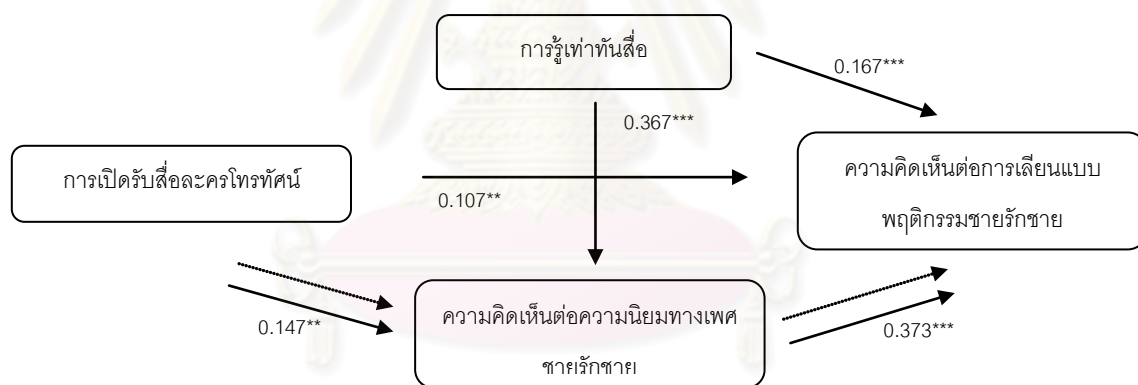
ดังนั้น ความคิดเห็นต่อค่านิยมทางเพศชายรักชาย ย่อมส่งผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย

16. การเปิดรับละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ **ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ** เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ **ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน**

เงื่อนไขสัญลักษณ์แผนภาพ

- หมายถึง มีอิทธิพลทางตรง
- > หมายถึง มีอิทธิพลทางอ้อม
- ↔ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน

แผนภาพที่ 5 .2 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ **ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย** ที่มีผลต่อ **ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน**



\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากแผนภาพที่ 5. 2 แสดงให้เห็นว่า **ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย** ของเยาวชนนั้น เกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุทั้งปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางตรงต่อ **ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย** ได้แก่ **การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์** **ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ** เป็นต้น

ณัฐพงษ์ กระจ่าง (2544 : Online) ได้ทำการศึกษาวิจัยหัวข้อ “การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชายของเยาวชนที่ปรากฏ ในรายการละครโทรทัศน์” ผล

การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่ร้อยละ 77 มีความพึงพอใจที่จะเลียนแบบนักแสดงชายจากละครโทรทัศน์ และร้อยละ 60 พร้อมจะตัดสินใจทันทีที่จะเปิดเผยตนเองต่อสังคมว่ามีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศหลังจากชมละครโทรทัศน์ ที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ กับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายนั้นพบว่า มี ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายเป็นแบบการมีพฤติกรรมอย่างเดียวกัน (Same Behavior) เพราะถ้าวิเคราะห์จากแนวความคิดของแบนดูรา (Bandura) ก็จะได้เห็นว่า การเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายจากสื่อละครโทรทัศน์ สื่อได้กระทำหน้าที่ในลักษณะ Observation Learning จากการแสดงของนักแสดงในละครโทรทัศน์ และ Disinhibitory Effect จากการที่ใช้สื่อมวลชนเป็นแม่แบบในการแสดงออก จนประสบผลสำเร็จ อิทธิพลสื่อละครโทรทัศน์ที่มีต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย โดยจะเลียนแบบทรงผม และการแต่งกายเป็นหลัก

จากผลการวิจัยที่ได้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า ความคิดเห็นต่อสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเลียนแบบนั้น คือ ทรงผม และการแต่งกาย ซึ่งเป็นเพียงพฤติกรรมภายนอกเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเล็งเห็นว่าทรงผม และการแต่งกายเป็นสิ่งที่เลียนแบบได้ง่าย และทำให้นักแสดงชายคนนั้น ๆ ดูดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างก็มีความต้องการที่จะดูดีเหมือนนักแสดงคนนั้น ๆ ด้วย จึงเป็นเหตุ และแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะปรับเปลี่ยน หรือเลียนแบบทรงผม และการแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์

นอกจากนี้ ความคิดเห็นต่อสิ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการเลียนแบบ ไม่ใช่มาจากสื่อแต่ประการใด แต่มาจากตัวต้นแบบที่เป็นบุคคล ในที่นี้หมายถึง ดารา นักแสดงในละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชาย และผู้นำความคิดอย่าง พ่อแม่ และเพื่อน โดยดร. ก่อ สวัสดิ์พาณิชย์ (2519 อ้างถึงในพีรภา สุวรรณโชติ, 2551) ได้อธิบายจิตวิทยาวัยรุ่นไว้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเรียนรู้มากที่สุด จะมีการเรียนรู้ค่านิยม วัฒนธรรมรวมทั้งเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากในสังคม ดังนั้น บุคคล องค์กร สังคม และสถาบันสังคมหลายอย่าง จึงมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของวัยรุ่น อาทิ ครอบครัว วัฒนธรรมของ

สังคม สังคมวัยรุ่น หรือกลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน ประกอบกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม และทฤษฎีการเลียนแบบของ Albert Bandura (1977) โดยมีความเชื่อว่าการเรียนรู้ส่วนใหญ่ของคนเรานั้นเกิดขึ้นจากการสังเกตจากตัวแบบ ซึ่งจะแตกต่างจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่ต้องอาศัยการลงมือทดลองดู เพราะนอกจากจะสูญเสียเวลาแล้ว ยังอาจมีอันตรายได้ในบางพฤติกรรม ในการเรียนรู้โดยการผ่านตัวแบบนี้ ตัวแบบเพียงคนเดียว สามารถที่จะถ่ายทอดทั้งความคิดและการแสดงออกได้พร้อม ๆ กัน โดยไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่า ความอยากรู้อยากลองเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบ รองลงมา คือ อยากเป็นเหมือนบุคคลต้นแบบ

ผู้วิจัยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีระดับความสัมพันธ์ที่ต่ำ นั้นหมายถึง การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย และอาจเกิดปัญหาตามมาได้ว่า ในเมื่อมีความรู้เท่าทันสื่อแล้ว ทำไมยังคงมีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายอีก สามารถอธิบายได้จากแนวคิดจิตวิทยาวัยรุ่นของดร.ก้อง สวีส์ดีพาณิชย์ (2519 อ้างถึงในพีรภา สุวรรณโชติ, 2551) ที่กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเรียนรู้มากที่สุด จะมีการเรียนรู้ค่านิยม วัฒนธรรมรวมทั้งเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากในสังคม ดังนั้น บุคคล องค์กรสังคม และสถาบันสังคมหลายอย่าง จึงมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของวัยรุ่น อาทิ ครอบครัว วัฒนธรรมของสังคม สังคมวัยรุ่น หรือกลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน

เยาวชน หรือวัยรุ่น อยู่ในวัยที่ต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน จากสังคม และเริ่มเป็นวัยที่มีการเข้าสังคมมากขึ้น รูปแบบพฤติกรรมในการดำรงชีวิตจึงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง แต่ด้วยวุฒิภาวะประกอบกับประสบการณ์ที่น้อย การเลียนแบบจึงเป็นวิธีการที่เยาวชน หรือวัยรุ่นเลือกใช้เป็นแนวทางในการเปลี่ยนตัวเองจากวัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ ทั้งนี้ การเลียนแบบที่เกิดขึ้นมักเป็นการเลียนแบบที่เกิดจากความตั้งใจ หรือมีสติ มีเหตุผลในการเลียนแบบ ซึ่งตรงกับแนวคิดของศรีเรือน แก้วกังวาน ( 2542) ที่กล่าวไว้ว่า ระดับการเลียนแบบบุคคลที่ตนนิยมชมชอบจะเพิ่มมากขึ้นในระย่วัยรุ่นมากกว่าในวัยเด็กเนื่องจาก

4. ความต้องการรู้จักตนเอง การมีบุคคลที่ตนนิยมชมชอบมาเป็นแบบอย่างให้ยึดถือ และเลียนแบบจะช่วยลดความขัดแย้งในด้านความไม่รู้จัก และไม่เข้าใจตนเอง

5. การแสวงหาแบบอย่างเพื่อดำเนินชีวิตแบบผู้ใหญ่ โดยผู้ที่วัยรุ่นนับถือว่าเป็น วีรบุรุษ (Hero/Model) นั้น มีได้มากกว่าหนึ่งคน ขึ้นอยู่กับความต้องการ บุคลิกภาพ ความใฝ่ฝัน สติปัญญา ตลอดจนอิทธิพลของครอบครัว และสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมด้วย อาจเป็นบุคคลที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ บุคคลในวรรณคดี ดารา นักแสดง นักกีฬาที่มีชื่อเสียง ฯลฯ การเลือกเลียนแบบบุคคลที่ตนนิยมชมชอบในวัยรุ่นจะแตกต่างจากวัยเด็กที่อาศัยความใกล้ชิดเป็นแรงจูงใจในการเลียนแบบมาเป็นการใช้เหตุผล และอยู่ภายใต้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน

6. การเลียนแบบบุคคลที่นิยมชมชอบของวัยรุ่นในปัจจุบัน เห็นได้จากการพยายามทำตัวเองให้เหมือนดารานักแสดงที่ตนชื่นชอบในแง่ต่าง ๆ อาทิ ทรงผม เสื้อผ้า และบุคลิกลักษณะ เป็นต้น

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

ดังเช่นงานวิจัยของ Moran (2004 อ้างถึงในอุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล และคณะ, 2549 ) ได้จัดสนทนากลุ่มกับเด็กวัยรุ่นเพศหญิง เกี่ยวกับผลกระทบจากพฤติกรรมการเปิดรับโทรทัศน์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงผลของ “the third person effect” อย่างชัดเจน คือกลุ่มตัวอย่างล้วนแล้วแต่มั่นใจในตัวเองว่า สื่อไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อตัวเองเลย แต่ว่ามีอิทธิพลร้ายแรงต่อบุคคลอื่น กลุ่มตัวอย่างมักจะรู้สึกกว่า “เรารู้หมดแล้ว เรารู้ดีแล้ว” และ “เราฉลาดกว่าสื่อ”

อีกทั้ง ยังสามารถอธิบายด้วยทฤษฎีการรู้เท่าทันของ Potter (2005) ได้ดีกว่า จุดยืนส่วนตัว เป็นตัวกำหนดเป้าหมาย และแรงขับที่ก่อให้เกิดความต้องการ ความอยาก (Need) มีผลให้บุคคลนั้นพยายามไขว่ขวางให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ ประกอบกับเยาวชน หรือวัยรุ่นยังเป็นวัยที่มี

ประสบการณ์น้อย และมีความสามารถในการควบคุมตนเองอย่างมีสติได้ยากกว่าวัยผู้ใหญ่ เมื่อเยาวชนเกิดความต้องการ ย่อมพร้อมที่จะทำทุกอย่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เยาวชนมีการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ แต่ยังคงมีการเลียนแบบเกิดขึ้น

ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีระดับความสัมพันธ์ที่ปานกลาง นั้นหมายถึง หมายถึง ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย และ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัวแปรอีกตัวให้เพิ่มขึ้นตามด้วย เนื่องจาก เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายแล้วนั้น ย่อมที่จะมีการเรียนรู้รูปแบบ และ พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นชายรักชาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองต้องการ และให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมที่ว่า กระบวนการเรียนรู้ทางสังคมแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้ (Albert Bandura, 1977)

5. **ระยะของการเรียนรู้โดยการสร้างความสนใจ** (Attention Processes) โดยมีองค์ประกอบหลักอยู่ 2 ประการ คือ สิ่งเร้าที่เป็นตัวต้นแบบ กับบุคลิกภาพของผู้รับสาร ซึ่งสิ่งเร้าที่ทำหน้าที่เป็นตัวแบบอาจแยกประเภทได้หลายระดับ ขึ้นอยู่กับความแข็งแกร่งของแรงจูงใจ และความสนใจที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่ามากน้อยแค่ไหน โดยความเกี่ยวพันกันระหว่างสิ่งเร้า นั้นกับสภาพแวดล้อม

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

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

8. **ระยะของการจูงใจ และการเสริมแรง** (Motivation Processes) บุคคลไม่ว่าจะทำทุกสิ่งทุกอย่างที่ได้เรียนรู้ออกไปทั้งหมด พฤติกรรมที่ดูเหมือนจะนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพกับบุคคลนั้นจะรับเอามาทำตามมากกว่าพฤติกรรมที่เห็นว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ทางลบ ดังนั้น เมื่อตัวต้นแบบที่ เยาวชนใช้ในการเลียนแบบตรง กับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ย่อมเป็นแรงผลักดันให้ เยาวชนคนนั้น ๆ มีความคิดเห็นต่อการเลียนแบบมากขึ้นเท่านั้น

ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ โดยมีอิทธิพลอยู่ที่ระดับ 0.161 หรือคิดเป็นร้อยละ 16.1 เนื่องจากการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายนั้น เป็นกระบวนการการเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำของบุคคลอื่น ๆ โดยเฉพาะตัวต้นแบบที่เป็นสื่อละครโทรทัศน์ ประกอบกับความนิยมทางเพศที่มีอยู่เดิม ยิ่งเป็นแรงเสริมทำให้เกิดการเลียนแบบมากขึ้น โดยอธิบายได้จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของแบนดูราที่กล่าวไว้ว่า บุคคลจะมีการเรียนรู้ และสนใจในสิ่งที่ตรงกับความต้องการ ความสนใจของตนเอง โดยเฉพาะสิ่งเร้าที่เป็นตัวต้นแบบ กับบุคลิกภาพของผู้รับสาร ถ้าหากมีความคล้ายคลึงกันมาก ยิ่งส่งผลให้เกิดการเรียนรู้จดจำ และเกิดเป็นพฤติกรรมการเลียนแบบในที่สุด และเมื่อบุคคลนั้นมี ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย บุคคลนั้นก็จะเริ่มเปิดรับข่าวสารที่มีความสอดคล้องกับ ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชายของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งอธิบายได้จากทฤษฎีการเปิดรับสื่อ และการเปิดรับข่าวสารที่ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ ( Klapper, J.T., 1960: 19-25 อ้างถึงในกลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2547: Online) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสาร หรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. **การเลือกเปิดรับ** (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทาง การสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น
2. **การเลือกให้ความสนใจ** (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้อง กับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)
3. **การเลือกรับรู้ และตีความหมาย** (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้ และตีความหมายสารแตกต่างกันไป ตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย
4. **การเลือกจดจำ** (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืม หรือไม่นำไปถ่ายทอดในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริม หรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง และมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น



จากแผนภาพที่ 5. 2 ยังไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9 ที่ว่า การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ โดยมี ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก เนื่องจากการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์นั้น นอกเหนือจากการศึกษาที่ตัวสื่อแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องศึกษาปัจจัยทางด้านผู้รับสารด้วย เช่น การรู้หนังสือ การศึกษา สภาพสังคม การติดต่อกับสังคมภายนอก เป็นต้น ซึ่ง Roger (1996 อ้างถึงในวิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) ได้อธิบายไว้ว่าการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน กับตัวแปรอื่น ๆ ที่ส่งผลให้บุคคลมีคุณลักษณะของคนทันสมัยนั้น พบว่า การรู้หนังสือ การศึกษา สภาพสังคม การติดต่อกับสังคมภายนอก เป็นตัวแปรต้นที่จะนำไปสู่กระบวนการเปิดรับสื่อมวลชน และสิทธิวิรัตน์ น้อยสง่า (2540 อ้างถึงในวิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) ยังกล่าวว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว และวิถีชีวิตประจำวัน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ ครอบครัวที่มีฐานะดี ทำให้นักเรียนไม่จำเป็นต้องรับจ้างทำงาน เพื่อช่วยเหลือครอบครัว ทำให้มีเวลาในการเปิดรับสื่อมากขึ้น เมื่อมีการเปิดรับสื่อมากขึ้น ทำให้เกิดการเรียนรู้ มีประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะปลูกฝังกลายเป็นการรู้เท่าทันสื่อในที่สุด Atkin (1973 อ้างถึงในวิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) ยังกล่าวว่าบุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารอย่างกว้างขวาง และมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลอย่างมาก จะส่งผลให้บุคคลนั้น เป็นผู้มีความรู้เท่าทันสภาวะมากขึ้น สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อไม่เพียงแต่จะปลูกฝังความจริง ทศนคติ ความเชื่อของบุคคลเท่านั้น แต่การเปิดรับสื่อยังช่วยเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันด้วย

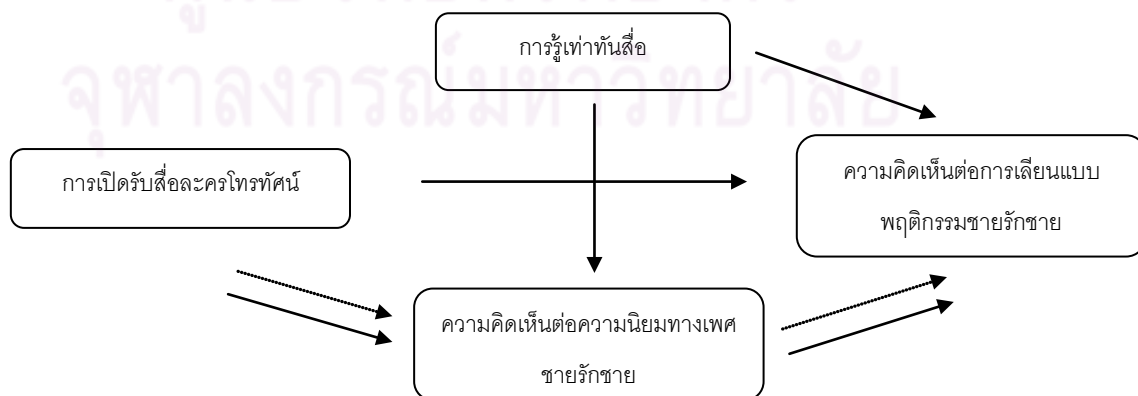
นอกจากนี้ยังมีปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ปัจจัยทางด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของวัยรุ่น หรือแม้แต่ปริมาณการส่งเสริมการเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่อของเด็กในโรงเรียน ซึ่งแน่นอนว่าย่อมส่งผลกระทบต่อการรู้เท่าทันสื่อ ละครโทรทัศน์ด้วย ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ดังนั้น จากผลการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 12 จะสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรทางตรง ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
2. การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ เป็นตัวแปรทางตรงที่มีผล ต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน
3. ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ เป็นตัวแปรทั้งทางตรง และทางอ้อม ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน

ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย ในสมมติฐานข้อที่ 11 ที่ว่า ความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศเป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการอธิบายความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ( $r^2$ ) เท่ากับ 0.206 นั้นหมายถึง การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ ร่วมกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชาย คิดเป็นร้อยละ 20.6 และสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 5. 3 แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศชายรักชาย ที่มีผลต่อ ความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน



## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ในการวิจัย ที่ชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่องทางการสื่อสารของตัวแปรการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ของเยาวชน ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชน ผู้วิจัยมองว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนยังไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร ทั้งจากภาครัฐ และผู้ประกอบการ ซึ่งการรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเยาวชน ป้องกันไม่ให้ไขว้เขว และมีการดำเนินชีวิตไปในทางที่เหมาะสม เพื่อเติบโตเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น ภาครัฐควรที่จะบรรจุการรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรการเรียนการสอนให้เป็นกิจลักษณะมากกว่านี้

2. ควรศึกษาประเด็นการวิจัยนี้ซ้ำ โดยศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อตัวแปรในงานวิจัยนี้ อาทิ การรู้หนังสือ การศึกษา สภาพสังคม การติดต่อกับสังคมภายนอก ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว และวิถีชีวิตประจำวัน ปัจจัยทางด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของวัยรุ่น และปริมาณการส่งเสริมการเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่อของเด็กในโรงเรียน เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

## ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ในงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษา การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ที่มีบริบทชายรักชาย โดยมีขอบเขตอยู่เพียงละครโทรทัศน์ของประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันนี้กระแสของละครซีรีส์เกาหลี ญี่ปุ่นมาแรงเป็นอย่างมาก ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อละครซีรีส์เกาหลี ญี่ปุ่นด้วย เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ หรือหาความสัมพันธ์ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมการเปิดรับประเภทละครโทรทัศน์ของเยาวชนมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาความนิยมทางเพศในสื่ออื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ และเข้าใจรูปแบบการนำเสนอบริบทชายรักชายผ่านสื่อต่าง ๆ มากขึ้น

3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรที่จะศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ของเยาวชนให้ลึกซึ้ง และเพิ่มช่วงอายุของเยาวชนให้กว้างกว่านี้ หรือช่วงอายุอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ อาทิ อายุ 0-12 ปี และอายุ 18-25 ปีขึ้นไป เพื่อจะได้เข้าใจธรรมชาติ และความเป็นไปของเยาวชน และนำผลวิจัยที่ได้มาใช้ในการวางแผน และปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนเรื่องเพศศึกษา และการรู้เท่าทันสื่อต่อไป

4. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรที่จะศึกษาปัจจัยทางด้านผู้รับสารร่วมด้วย อาทิ ปัจจัยทางด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของวัยรุ่น ปริมาณการส่งเสริมการเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่อของเด็กในโรงเรียน การรู้หนังสือ การศึกษา สภาพสังคม การติดต่อกับสังคมภายนอก ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ได้ชัดเจนขึ้น

5. ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจจะทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มเยาวชนที่เป็นชายรักชายเลย เพื่อเพิ่มความชัดเจนของข้อมูล และให้ได้ผลการวิจัยที่มีความละเอียดลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กรรองกาญจน์ ชนะเสรีชัย. การรับรู้และทัศนคติของกลุ่มรักต่างเพศและกลุ่มรักร่วมเพศที่มีต่อ

โฆษณารักร่วมเพศในสิ่งพิมพ์และพฤติกรรมรักร่วมเพศในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2543.

ก่อ สวัสดิ์พาณิชย์. วัยรุ่นและการปรับปรุงบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2519.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). ข้อมูลสถิติพื้นฐานการศึกษาโดยรวมของแต่ละปีการศึกษา.

[ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://www.moe.go.th/data\\_stat/data\\_stat/source/](http://www.moe.go.th/data_stat/data_stat/source/)

year\_allstat.htm [28 สิงหาคม 2553]

การรู้ทันเท่าสื่อของเด็ก และเยาวชน. (255). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.oknation.net/>

blog/print.php?id=135036 [15 มีนาคม 2553]

การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.niparat.co.th/>

spss16.pdf [25 สิงหาคม 2553]

การวิเคราะห์เส้นทาง. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://202.129.0.151/Upload/Statistics/>

PathAnalysis.pdf [25 สิงหาคม 2553]

กิ่งรัก อิงควัด. รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่ม

ชายรักชาย(เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

บุญศรี คำชาย. จิตวิทยาแนะแนววัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์

สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา, 2542.

กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2547). ทฤษฎีเกี่ยวกับ

การเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure). [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://www.thaihed.com/html/show.php?SID=136> [16 มกราคม 2553]

ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการล้างสารพิษภายในร่างกาย ( Detox ). (2547). [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

[http://learners.in.th/file/tu\\_buddy/part2.doc](http://learners.in.th/file/tu_buddy/part2.doc) [16 มกราคม 2553]

คลังปัญญาไทย. (2552). ความหมายของเพศ และความเป็นเพศ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://www.panyathai.or.th/wiki/index.php/%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%A8> [15 มกราคม 2553]

ค่านิยมทางเพศ. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://www.munnook.com/thread-3014-1-](http://www.munnook.com/thread-3014-1-1.html)

[1.html](http://www.munnook.com/thread-3014-1-1.html) [6 ธันวาคม 2552]

คาดปี 53 ชายรักชายติดเฮดส์มาก ผลวิจัยชี้พื้นที่ “เพศสื่อสาร” หญิงไทยแคบ. (2552). [ออนไลน์]

แหล่งที่มา: <http://www.spiceday.com/viewthread.php?tid=23078> [6 ธันวาคม 2552]

จากรูวรรณ กันทะนิตย์. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับทัศนคติต่อเรื่องรักร่วมเพศ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

จิราภา เต็งไตรรัตน์ และคณะ. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

2542.

เจริญวิทย์ ฐิติวารักษ์. การสร้างสเนเทศ และภาพตัวแทนของชายรักชายในเว็บไซต์ไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสเนเทศ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ชาญวุฒิ พรหมสาขา. (2552). ประเภทของละครโทรทัศน์. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

[http://kaew98.blogspot.com/2008/03/blog-post\\_24.html](http://kaew98.blogspot.com/2008/03/blog-post_24.html) [16 มกราคม 2553]

ชายรักชายเพศที่ยังแปลกแยกในสังคมไทย. (2548). [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://paoedtech.spaces.live.com/blog/cns!1A9149D159171D56!133.entry>

[6 ธันวาคม 2552]

ชุตินา ชุณหากาญจน์. พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ชูชีพ อ่อนโคกสูง. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2522.

ไชโย นิธิอุบัติ. การสื่อสารเพื่อการเปิดเผยตนเองของกลุ่มชายรักรักชาย. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2546.

ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์. (2544). การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบชาย

รักรักชายของเยาวชนที่ปรากฏในรายการละครโทรทัศน์. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

[http://www.tkc.go.th/thesis/abstract.asp?item\\_id=5385](http://www.tkc.go.th/thesis/abstract.asp?item_id=5385) [10 กันยายน 2552]

ฐิติกร เตรยาภรณ์. ภาพลักษณ์ของกลุ่มชายรักร่วมเพศที่สะท้อนจากเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวัน

ไทยช่วงปี 2508-2543. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ณัฐวุฒิ ศรีภักต์บุญ. รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภค

สินค้าของเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ตรีรัตน์ นิลรัตน์. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนา

ตนเองของนักศึกษาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหา  
บัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ทัศนีย์ เทิดธนาภรณ์. อิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบและความตั้งใจ

ซื้อสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูงและต่ำกับวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ทีวี 3 Guide. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.thaitv3.com/ch3/guide/>

[aboutus\\_network.php](#) [4 กันยายน 2552]

ไทยรัฐ. (2547). ตั้งกฎเหล็ก ขรก. รักร่วมเพศ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.tantee.net/>

[board/user/topic\\_view.php?board=si111&bid=1&sid=96](#) [15 กันยายน 2552]

ธรรมชาติของเพศ. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://ekkasitm150.multiply.com/>

[journal/item/11](#) [15 มกราคม 2553]

- ธีรนาถ เกิดสุคนธ์. การศึกษาอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชน. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- นงลักษณ์ ยิ้มศรวล. ระบบสัญลักษณ์ทางเพศในละครโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมเสี่ยง  
ต่อการติดเชื้อเอชไอวี. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- นงพะงา ลิ้มสุวรรณ. ธรรมชาติจิตใจของวัยรุ่น...แตกต่างจากวัยเด็ก. (2545).
- นันทพร อติเรก. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทศนคติกับการตรวจมะเร็งเต้านมของสตรีในเขตอำเภอ  
เมืองจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต  
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- นภวรรณ ตันติเวชกุล. การวิเคราะห์อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตามแนวทฤษฎีการ  
อบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต  
สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- นุชรี ตันติวิจิตร. การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- บงกชมาศ เอกเอี่ยม. เกย์: กระบวนการพัฒนาและดำรงเอกลักษณ์รกร่วมเพศ. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาามหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- บุษบา สุธีธา. ทฤษฎีว่าด้วยการพัฒนา และดำรงรักษาความสัมพันธ์. เอกสารประกอบการเรียน  
การสอน หน่วยที่ 7 ทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคล และระหว่างบุคคล.  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2553.
- ปรววรรณ โลหะวิวัฒน์วงศ์. การรับรู้ ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อละครชุดเจ้ากรรมนายเวรของ  
ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.



ประพิมพ์พร อ้นพาพรหม. การศึกษาค่านิยมทางเพศ และพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในเขตกทม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาพลศึกษา สาขาสุขศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ประภาพรอรณ วงศาโรจน์. การพัฒนาเอกลักษณ์รกร่วมเพศในหมู่วัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย คณะสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

ประภาพร โอบาสสวัสดิ์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ประวัติการรกร่วมเพศของประเทศไทย. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://dek-d.com/board/view.php?id=1410188> [16 กันยายน 2552]

ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา. ค่านิยมและความคาดหวังของเยาวชนไทย. กรุงเทพฯ, 2523.

ปราณีต วิศาละ. การอบรมเลี้ยงดูในครอบครัว ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนและการเปิดรับรายการโทรทัศน์ของเด็กนักเรียนชั้นประถมปลายในเขตเมืองและชนบท จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

พรชัย เศวงเดช. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมของภาพยนตร์การ์ตูนสำหรับเด็กที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ. การเรียนรู้สื่อ. กรุงเทพมหานคร, 2548.

- พระมหาวิเชียร อภิปัญญา (ศรีสุพรรณ). การเปิดรับสื่อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้าน  
จริยธรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนในเขตภาษี  
เจริญ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาธรรมนิเทศ บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2547.
- พัชนี เชาวจรรยา และคณะ. รายงานการวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว และการ  
เปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ, 2531
- พัชรินทร์ ไทยบัณฑิตย์. อิทธิพลของรายการละครโทรทัศน์ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาทาง  
จริยธรรมสังคมไทย ศึกษากรณี: นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนหอวัง. กรุงเทพฯ:  
รายงานวิชาการส่วนบุคคลหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารงานภาครัฐ  
คณะกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 4 สถาบันพระปกเกล้า, 2548.
- พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์ และคณะ. จิตวิทยาสังคมร่วมสมัย. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์สยามศึกษา, 2528.
- พีรภา สุวรรณโชติ. การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง และการเรียนรู้คุณค่าทางบวก  
จากศิลปินนักร้องเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
ภาควิชาการประชมสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551
- พรพนทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. ทฤษฎีจิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2530
- เพ็ญประภา ระนาท. (2552). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการ  
พึ่งตนเองของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ช่วงชั้นที่ 3 กลุ่มพระนครเหนือ  
สังกัดกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://thesis.swu.ac.th/  
swuthesis/Ed\\_Mea/Penprapa\\_R.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed_Mea/Penprapa_R.pdf) [25 สิงหาคม 2553]
- เพ็ญศรี เปลี่ยนขำ. (2551). ชีวิต และครอบครัวศึกษาเพศศึกษาแนวใหม่: Family Life  
Education. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://gold.rajabhat.edu/Academic/  
documents/RIP/09-2/006.pdf](http://gold.rajabhat.edu/Academic/documents/RIP/09-2/006.pdf) [15 มกราคม 2553]

ภิญโญ วรรณสุข. การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก และการวิเคราะห์อิทธิพลในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการศึกษาต่อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาในเขตการศึกษาที่ 11. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

มหาดไทย, กระทรวง. กรมการปกครอง. กฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550/หมวด 3. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://th.wikisource.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%90%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B9%E0%B8%8D%E0%B9%81%E0%B8%AB%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%93%E0%B8%B2%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2\\_%E0%B8%9E%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A\\_%E0%B9%92%E0%B9%95%E0%B9%95%E0%B9%90/%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%94\\_%E0%B9%93#.E0.B8.A1.E0.B8.B2.E0.B8.95.E0.B8.A3.E0.B8.B2\\_.E0.B9.94.E0.B9.97](http://th.wikisource.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%90%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B9%E0%B8%8D%E0%B9%81%E0%B8%AB%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%93%E0%B8%B2%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2_%E0%B8%9E%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A_%E0%B9%92%E0%B9%95%E0%B9%95%E0%B9%90/%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%94_%E0%B9%93#.E0.B8.A1.E0.B8.B2.E0.B8.95.E0.B8.A3.E0.B8.B2_.E0.B9.94.E0.B9.97) [3 กันยายน 2552]

มหาดไทย, กระทรวง. กรมการปกครอง. (2552). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านทั่วประเทศ และรายจังหวัด ณ เดือน ธันวาคม 2551. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.dopa.go.th/xstat/popyear.html> [16 กันยายน 2552]

มหาดไทย, กระทรวง. กรมการปกครอง. (2553). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านทั่วประเทศ และรายจังหวัด ณ เดือน ธันวาคม 2552. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.dopa.go.th/> [29 พฤษภาคม 2553]

มติชน. (2550). ทางสองแพร่งเรตติ้งโทรทัศน์ไทยผลประโยชน์เพื่อเด็กหรือกลุ่มทุน. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://news.sanook.com/scoop/scoop\\_157094.php](http://news.sanook.com/scoop/scoop_157094.php) [10 กันยายน 2552]

มานะ ตีรวิภาวิวัฒน์. ความจริง “เสียเดียว”. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://www.brandage.com/](http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=1623&ModuleID=21&GroupID=656)

[Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=1](http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=1623&ModuleID=21&GroupID=656)

[623&ModuleID=21&GroupID=656](http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=1623&ModuleID=21&GroupID=656) [24 มีนาคม 2553]

มีเดียมอนิเตอร์. รู้เท่าทันสื่อ: ภารกิจพลเมืองยุคใหม่. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://www.oknation.net/blog/teammediamonitor/2009/12/29/entry-1>

[24 มีนาคม 2553]

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

รักใจ จินตวิโรจน์. การนำเสนอภาพร่วมกันในภาพยนตร์ไทยและอเมริกัน. วิทยานิพนธ์

ปริญญาโท สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2541.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมกรม ฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. [ออนไลน์]

แหล่งที่มา: <http://rirs3.royin.go.th/dictionary.asp> [15 มกราคม 2553]

รายชื่อโรงเรียนมัธยมศึกษาในกทม. (2553). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://th.wikipedia.org/](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3)

[wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3)

[B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%80%E](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3)

[0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3)

[%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3)

[97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3)

[8%84%E0%B8%A3](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3) [18 มีนาคม 2553]

ราศรี ธรรมนิยม. จิตวิทยาพัฒนาการฉบับสมบูรณ์. เอกสารประกอบการสอนวิทยาลัยครู

พระนครศรีอยุธยา: พระนครศรีอยุธยา: วิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา, 2524.

รุจิเรข ศษรัตน์. ภาพและกระบวนการสร้างภาพชายรักชายในละครโทรทัศน์ไทย กับการรับรู้ภาพ

แบบฉบับของผู้ชม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

รุ่งกานดา พงศ์ธรรกุลพานิช. ความคิดเห็นของนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อบทกวีกร่วมเพศ  
ชายกรณีศึกษา: กลุ่มโรงเรียนที่ 1 ของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
คณะสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.

รูปแบบการศึกษาเพื่อพัฒนา และสร้างเสริมกีฬามวยไทย. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://www.senate.go.th/web-senate/research47/pdf/series1/e55.pdf>

[25 สิงหาคม 2553]

เวทติงรายการ. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.panyathai.or.th/wiki/index.php>

<http://www.panyathai.or.th/wiki/index.php/%E0%B8%84%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C>

[9 พฤศจิกายน 2552]

ลดาวัลย์ แก้วสีนวนล. การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิมใน  
พื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส). [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://www.thaireform.in.th/various-reform-dimensions/new-mental-sense/item/201--3-.html> [16 มกราคม 2553]

ละครโทรทัศน์. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C>

[4 กันยายน 2552]

ละครไทย. (2551). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://club.clipmass.com/group\\_posts.php?gid=723&tid=5068](http://club.clipmass.com/group_posts.php?gid=723&tid=5068)

[7 กันยายน 2552]

วรางคนาง ชูแก้ว. การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของค่านิยม และพฤติกรรมตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักเรียนมัธยมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา สาขาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

วิสิทธิ์ ด้วงสงค์. การศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าและการเป็นเจ้าของสินค้าคงทนของลูกค้าห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

วินัดดา ปิยะศิลป์. อารมณ์หือหาวของวัยรุ่น. นิตยสารบันทึกคุณแม่ ปีที่ 5 ฉบับที่ 55. กุมภาพันธ์, 2541.

วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด. การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวิจัย และจิตวิทยาการศึกษา สาขาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

ว่ากันว่าสื่อโทรทัศน์เปรียบเสมือนพ่อแม่คนที่ 2. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

[http://www.jjthai.net/articles/4407\\_\[10 กันยายน 2552\]](http://www.jjthai.net/articles/4407_[10 กันยายน 2552])

วารุณี ฟองแก้ว และคณะ. อัตลักษณ์ทางเพศของเด็กวัยรุ่น. เชียงใหม่: โครงการพัฒนาเยาวชนครอบครัว คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2548. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://library.cmu.ac.th/rsc/?newsdetail.php&id=21> [18 มีนาคม 2553]

ศรัณยา พิภพปัญญา. การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการเลือกคณะและสถาบันเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ศศิยา วิจิตรจามรี. การสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ศักดิ์ดา สามมูล. การศึกษาค่านิยมทางเพศ และพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย

เอกชน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสุขศึกษา

สาขาพลศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ศรีเรือน แก้วกังวาน. จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย (เล่ม 2): วัยรุ่น-วัยสูงอายุ. พิมพ์ครั้งที่ 8

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์. (2546). เยาวชนกับการลอกเลียนแบบ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://research.bu.ac.th/poll/result/poll240.php?pollID=44&Topic=%E0%B9%80%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%9E%E0%B8%A4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A5%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A&fileDoc=poll240.doc> [10 กันยายน 2552]

สมสิทธิ์ จิตรสถาพร. (2547). สื่อการเรียนรู้การสอนเรื่อง Media Literacy. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://www.cybergogy.com/somsit/400202EdTechnology/MediaLiteracy.pdf>  
[15 มีนาคม 2553]

สมสวัสดิ์ เตชพุทธินันท์ และปรีชา วิจิตรธรรมรส. (2552). ความรู้ ความเชื่อ และพฤติกรรมเรื่อง

กฎแห่งกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]

แหล่งที่มา: [http://www.stat.science.cmu.ac.th/~wathaminsan/CDROM/Oral\\_Presentation/49\\_035\\_P039.pdf](http://www.stat.science.cmu.ac.th/~wathaminsan/CDROM/Oral_Presentation/49_035_P039.pdf) [25 สิงหาคม 2553]

สถิติเพื่อการวิจัย Path Analysis. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: images.tu2183.multiply.

[multiplycontent.com/.../บทความวิจัย path%20analysis.doc?...](http://multiplycontent.com/.../บทความวิจัย path%20analysis.doc?...) [25 สิงหาคม 2553]

สมาคมฟ้าสีรุ้ง. (2552). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.rsat.info/> [16 กันยายน 2552]

- สิทธิพงษ์ วัฒนานนท์สกุล. (2552). การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของพฤติกรรม การสูบบุหรี่/การดื่มสุรา ในวัยรุ่น และการศึกษาความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลระหว่างอายุ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://thesis.grad.chula.ac.th/abstracts/docs/ab5078454638.pdf> [25 สิงหาคม 2553]
- สินนภา ภู่ว่าง. การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สิทธิรัตน์ น้อยสง่า. พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชน และการเรียนรู้ทางสังคมของนักเรียนวัยรุ่น โรงเรียนชุมชนบ้านน้ำผึ้ง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สุกัญญา ชลิตาพงศ์. การเปิดเผยตนเองของผู้หญิง และผู้ชายในองค์กรไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ. การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ สาขาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- สุชุมล จันทวี. (2550). ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://gotoknow.org/blog/communicationliteracy/81899> [15 มีนาคม 2553]
- สุชุมล จันทวี. (2550). ระดับของการรู้เท่าทันสื่อ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://gotoknow.org/blog/communicationliteracy/82720> [15 มีนาคม 2553]
- สุชาภรณ์ ตั้จจิตสาธุกิจ. การศึกษาปัญหาสังคมและค่านิยมของเยาวชนไทยในรายการหลุมดำ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.



- สุพัตรา บุญญานุกาภาพงศ์. ปัจจัยที่มีผลต่อค่านิยมทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาเพศศาสตร์ (สหสาขาวิชา) คณะวิทยาศาสตร์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- สุรศักดิ์ จิรวังศ์มงคล. (2552). รายการอุบาทว์ ผันร้ายของเยาวชนไทย. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:  
[http://www.prthailand.com/images/article\\_images/tv01.pdf](http://www.prthailand.com/images/article_images/tv01.pdf) [10 กันยายน 2552]
- สุวริย์ ชิตะปรีชา. (2550). ค่านิยมทางเพศกับปริมาณการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของวัยรุ่นใน  
 กรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://dllibrary.spu.ac.th:8080/dspace/  
 handle/123456789/1145](http://dllibrary.spu.ac.th:8080/dspace/handle/123456789/1145) [6 ธันวาคม 2553]
- สำนักข่าวไทย. (2548). ชายไทยเป็นเกย์ร้อยละ 10 แต่ไม่กล้าเปิดเผยแอบแฝงกว่าร้อยละ 60.  
 [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://www.gaythaiclub.com/gay-massage-sauna-  
 spa/a0aaaac1aaiaeiaad-n-aeaaeaeoaoaaaioaceoaeiaad-o/](http://www.gaythaiclub.com/gay-massage-sauna-spa/a0aaaac1aaiaeiaad-n-aeaaeaeoaoaaaioaceoaeiaad-o/) [11 กันยายน 2552]
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (2552). สธ.เผยแนวโน้มผู้ติดเชื้อเอชไอวีปีนี้กว่า 1 ใน 4 มีพฤติกรรมรักร่วมเพศ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.ryt9.com/s/iq01/581171/> [15 กันยายน 2552]
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2542). ข้อมูลการศึกษาแห่งชาติ ปีการศึกษา 2539-2541. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://www.onec.go.th/publication/4120002/  
 report41.html](http://www.onec.go.th/publication/4120002/report41.html) [15 มีนาคม 2553]
- หัวใจวานร. (2552). มุมมองและค่านิยมในการมี เซ็กซ์ แบบดู้อยคุณภาพ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:  
<http://learners.in.th/blog/mybird-junthung/243385> [ 6 ธันวาคม 2552]
- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. (2552). ไลฟ์สไตล์ชายรักชาย “เกย์” กลางดงพูนสังคม. [ออนไลน์]  
 แหล่งที่มา: [http://www.jabchai.com/main/view\\_joke.php?id=1357](http://www.jabchai.com/main/view_joke.php?id=1357)  
 [15 กันยายน 2552]
- องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ. (2550). [ออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://www.oknation.net/  
 blog/print.php?id=135036](http://www.oknation.net/blog/print.php?id=135036) [17 มีนาคม 2553]

อรอนงค์ นิยมธรรม. การเปรียบเทียบอัตมโนทัศน์ของวัยรุ่นชายรักร่วมเพศกับวัยรุ่นชายรักต่างเพศ ที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแตกต่างกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
ภาควิชาการจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

อิทธิพล ปริติประสงค์. (2550). การจัดเรตติ้งโทรทัศน์ไม่ควรเป็นแค่สื่อกระดาษ. [ออนไลน์]  
แหล่งที่มา: <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2007q3/2007july05p6.htm>  
[10 กันยายน 2552]

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2547.

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และคณะ. เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ: แนวคิด ทฤษฎี และประสบการณ์  
การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ, 2549

เอแบคโพลล์. (2549). สื่อโทรทัศน์กับการใช้ความรุนแรงในกลุ่มเยาวชน. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:  
<http://www.ryt9.com/s/abcp/81715/> [10 กันยายน 2552]

### **ภาษาอังกฤษ**

Assael, H. Consumer Behavior and Marketing Action. 6<sup>th</sup> ed. Ohio: South-Western  
College Publishing, 1998.

Bandura, A. Social Learning Theory. New Jersey: Prentice-Hall, 1977

Bandura, A. Social Foundation of Thought and Action A Social Cognitive Theory.  
New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1986

Baran, S. J. Introduction to mass communication: Media Literacy and Culture. 4<sup>th</sup> ed.  
Boston: McGraw Hill, 2006.

Boon, S. and Lomore, C. Fan Club Confessions: Teens Underestimate Influence of  
Celebrity Idols. Psychology Today. (January-February,2002)

Burke, J. Teenages, Clothes, and Gang Violence. Educational Leadership. September,  
1991.

- Casper, R.C. and Offer, D. Weight and Dieting Concerns in Adolescents, Fashion or System?. Pediatrics. (1990).
- Dr. Lover. 108 คำถามเชิงลึก. Bangkok: SiamInterBooks (2004).
- Frieman, J. Learning and Adaptive Behavior. Wadsworth Group. USA: Toronto, 2002.
- Hochman, G. and Huston, A. Adopted Teens: How Are They Doing?. National Adoption Information Clearinghouse, 1995.
- Hooper, J.O. Living with your Teenage. Newsletter of North Dakota State University. June, 1993.
- Marks, M. and Berling, J. Does Understanding of Social Learning Principle Influences Children's Behavior?. Journal of Genetic Psychology. 2001.
- McQuil. Audience Analysis. Thousand Oaks, California: Sange. 1997.
- Miller, N.E. and Dollard, J. Social Learning and Imitation. USA: Yale University, 1953.
- Path Analysis. [Online]. Available from: <http://www.popterms.mahidol.ac.th/popterms/showmean.php?id=p00466> [2010, August 25]
- Positioning Magazine. (2548). ปีของหนังสือ. Available from: <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=29570> [2009, September 9]
- Potter, W., J. Media Literacy. UK: Sage publications, 1998.
- Rue, G. School Slang: What Does Your Class have To Say?. Writing. (2000).
- Silverblatt, A. Media Literacy: Keys to interpreting media messages. Westport, Connecticut: Praeger, 1995.
- ThaiPR.net. (2547). Available from: <http://www.ryt9.com/s/prg/142461/> [2009, September 9]
- Yando, R., Seitz, V. and Zigler, E. Imitation: A Development Perspective. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1978.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### รายชื่อโรงเรียนมัธยมศึกษา

ภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในพื้นที่เขต  
กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 119 โรงเรียน ได้แก่

1. โรงเรียนกุนนทีรุทธารามวิทยาคม (สห)
2. โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม (สห)
3. โรงเรียนจันทร์หุ่นบำเพ็ญ (สห)
4. โรงเรียนเจ้าพระยาวิทยาคม (สห)
5. โรงเรียนแจ่งร้อนวิทยา (สห)
6. โรงเรียนชินรสถวิทยาลัย (สห)
7. โรงเรียนไชยฉิมพลีวิทยาคม (สห)
8. โรงเรียนดอนเมืองจาตุรจินดา (สห)
9. โรงเรียนดอนเมืองทหารอากาศบำรุง (ช)
10. โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา (สห)
11. โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา สุวินทวงศ์ (สห)
12. โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า (สห)
13. โรงเรียนเตรียมอุดมพัฒนาการ (สห)
14. โรงเรียนเตรียมอุดมพัฒนาการ รัชดา (สห)
15. โรงเรียนไตรมิตรวิทยาลัย (สห)
16. โรงเรียนทวีธาภิเศก (ช)
17. โรงเรียนทวีธาภิเศก 2 (สห)
18. โรงเรียนที่ปังกวิทยาพัฒนา (ทวิวัฒนา) ในพระราชูปถัมภ์(สห)
19. โรงเรียนที่ปังกวิทยาพัฒนา (วัดน้อยใน) ในพระราชูปถัมภ์ฯ (สห)
20. โรงเรียนเทพลีลา (สห)
21. โรงเรียนเทพศิรินทร์ (ช)
22. โรงเรียนเทพศิรินทร์ร่มเกล้า (สห)
23. โรงเรียนธนบุรีวรเทพีพลารักษ์ (สห)
24. โรงเรียนธนบุรีศึกษา (สห)
25. โรงเรียนนนทรีวิทยา (สห)
26. โรงเรียนนวมินทราชินูทิศเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า (สห)
27. โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา (สห)
28. โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ เบญจมราชาลัย (สห)
29. โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา 2 (สห)
30. โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา พุทธรณchol (สห)
31. โรงเรียนนวมินทราชูทิศ กรุงเทพมหานคร (สห)
32. โรงเรียนนวลนรดิศวิทยาคม รัชมังคลาภิเศก (ส

33. โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)  
(สห)
34. โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 2  
(สห)
35. โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 4  
(สห)
36. โรงเรียนบางกะปิ (สห)
37. โรงเรียนบางปะกอกวิทยาคม (สห)
38. โรงเรียนบางมดวิทยา (สห)
39. โรงเรียนเบญจมราชาลัย (ญ)
40. โรงเรียนปทุมคงคา (ช)
41. โรงเรียนปัญญาวรรคุณ (สห)
42. โรงเรียนพรตพิทยพยัต (สห)
43. โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย (สห)
44. โรงเรียนพิทยาลงกรณ์พิทยาคม (สห)
45. โรงเรียนพุทธจักรวิทยา (สห)
46. โรงเรียนโพธิสารพิทยากร (สห)
47. โรงเรียนมหารัชมงคล (สห)
48. โรงเรียนมัธยมวัดคันทรียา (สห)
49. โรงเรียนมัธยมวัดดาวทอง (สห)
50. โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม (สห)
51. โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง (สห)
52. โรงเรียนมัธยมวัดนายโรง (สห)
53. โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร (ช)
54. โรงเรียนมัธยมวัดมกุฏกษัตริย์ (ช)
55. โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ (สห)
56. โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม (สห)
57. โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก (สห)
58. โรงเรียนยานนาเวศวิทยาคม (สห)
59. โรงเรียนโยธินบูรณะ (สห)
60. โรงเรียนมัธยมวัดบึงทองหลาง (สห)
61. โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุน  
เทียน (สห)
62. โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางเขน  
(สห)
63. โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภช  
ลาดกระบัง (สห)
64. โรงเรียนราชดำริ (สห)
65. โรงเรียนราชันนันทาจารย์ สามเสน  
วิทยาลัย 2 (สห)
66. โรงเรียนราชวินิตบางเขน (สห)
67. โรงเรียนราชวินิตบางแคปานขำ (สห)
68. โรงเรียนราชวินิต มัธยม (สห)
69. โรงเรียนฤทธิณรงค์รอน (สห)
70. โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย (สห)
71. โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย 2 (สห)
72. โรงเรียนลาดปลาเค้าพิทยาคม (สห)
73. โรงเรียนวชิรธรรมสาธิต (สห)
74. โรงเรียนวัดนวลนรดิศ (สห)
75. โรงเรียนวัดบวรนิเวศ (ช)
76. โรงเรียนวัดบวรมงคล (สห)
77. โรงเรียนวัดประดู่ในทวงธรรม (สห)
78. โรงเรียนวัดปากน้ำวิทยาคม (สห)

79. โรงเรียนวัดพุทธบูชา (สห)  
 80. โรงเรียนวัดรางบัว (สห)  
 81. โรงเรียนวัดราชบพิธ (ช)  
 82. โรงเรียนวัดราชโอรส (ช)  
 83. โรงเรียนวัดราชาธิวาส (ช)  
 84. โรงเรียนวัดสระเกศ (ช)  
 85. โรงเรียนวัดสังเวช (สห)  
 86. โรงเรียนวัดสุทธิวาราม (ช)  
 87. โรงเรียนวัดอินทาราม (สห)  
 88. โรงเรียนวิมุตยารามพิทยากร(สห)  
 89. โรงเรียนศรีพฤตมา (สห)  
 90. โรงเรียนศรีอยุธยา (สห)  
 91. โรงเรียนศิลาจารพิพัฒน์ (สห)  
 92. โรงเรียนศึกษานารี (ญ)  
 93. โรงเรียนศึกษานารีวิทยา (สห)  
 94. โรงเรียนเศรษฐานุตรบำเพ็ญ (สห)  
 95. โรงเรียนสตรีวัดมหาพฤฒาราม (ญ)  
 96. โรงเรียนสตรีวัดระฆัง (ญ)  
 97. โรงเรียนสตรีวัดอัมพวัน (ญ)  
 98. โรงเรียนสตรีวิทยา (ญ)  
 99. โรงเรียนสตรีวิทยา 2 (สห)  
 100. โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย (ญ)  
 101. โรงเรียนวัดน้อยนพคุณ (สห)  
 102. โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย (ช)  
 103. โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย ธนบุรี (สห)  
 104. โรงเรียนสวนอนันต์ (สห)  
 105. โรงเรียนสันติราษฎร์วิทยาลัย (สห)  
 106. โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย (สห)  
 107. โรงเรียนสายน้ำผึ้ง (ญ)  
 108. โรงเรียนสายปัญญา ในพระ  
 ราชนูปถัมภ์ (ญ)  
 109. โรงเรียนสารวิทยา (สห)  
 110. โรงเรียนสิริรัตนาธร (สห)  
 111. โรงเรียนสตรีศรีนครปฐมบำเพ็ญ (ญ)  
 112. โรงเรียนสีกัน (วัฒนานันท์อุปถัมภ์)  
 (สห)  
 113. โรงเรียนสุขุมновพันธุ์อุปถัมภ์ (สห)  
 114. โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี (สห)  
 115. โรงเรียนสุวรรณพลับพลาพิทยาคม  
 (สห)  
 116. โรงเรียนสุวรรณสุทธารามวิทยา (สห)  
 117. โรงเรียนสุวรรณารามพิทยาคม (สห)  
 118. โรงเรียนหอวัง (สห)  
 119. อิสลามวิทยาลัยแห่งประเทศไทย (สห)





ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

เรื่อง “การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร”

**คำชี้แจง** แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูล 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1: ข้อมูลลักษณะประชากร จำนวน 6 ข้อ  
 ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ จำนวน 7 ข้อ  
 ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์ จำนวน 1 ข้อ  
 ส่วนที่ 4: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ จำนวน 8 ข้อ  
 ส่วนที่ 5: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ จำนวน 5 ข้อ  
 ส่วนที่ 6 : ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูลในแบบสอบถามตามความเป็นจริง ที่ตรงกับความ  
 คิดเห็น และการปฏิบัติของท่าน **ข้อมูลทั้งหมดนี้จะถือเป็นความลับ และวิเคราะห์ผลในภาพรวมเท่านั้น  
 โดยจะไม่มี การพาดพิงไปถึงตัวท่าน ครอบครัว สถาบัน และผลกระทบใด ๆ ต่อการดำเนินชีวิตของ  
 ท่าน** (ไม่ต้องลงชื่อ และนามสกุล)

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือจากท่านมา ณ ที่นี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
 นางสาวอุริษา งามวุฒิวิธ  
 นิติศปริญญญาโท สาขานิติศาสตรพัฒนาการ  
 คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ส่วนที่ 1: ข้อมูลทางประชากร**

**คำสั่ง** ให้เติมข้อความ หรือทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง

1. อายุ  
 13 ปี       14 ปี       15 ปี       16 ปี       17 ปี       18 ปี
2. สถาบันการศึกษา .....  โรงเรียนชายล้วน  โรงเรียน  
 สหศึกษา
3. ระดับการศึกษา  
 ม. 1       ม. 2       ม. 3       ม. 4       ม. 5       ม. 6
4. ที่พักอาศัยในปัจจุบัน  
 พักกับบิดา-มารดา       พักกับผู้ปกครอง หรือญาติ       เข้าบ้านอยู่ตามลำพัง  
 เข้าบ้านอยู่กับเพื่อน       หอพักแยกชาย-หญิง       หอพักรวมชาย-หญิง  
 อื่น ๆ .....
5. สถานะภาพสมรสของบิดา-มารดา  
 สมรส       สมรสแต่แยกกันอยู่เนื่องจากงาน  
 หย่าร้าง แต่ไม่ได้แต่งงานใหม่       หย่าร้าง และฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแต่งงานใหม่  
 ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสียชีวิต       เสียชีวิตทั้งคู่
6. พี่-น้อง  
 ลูกคนเดียว       มีพี่สาว หรือน้องสาว       มีพี่ชาย หรือน้องชาย  
 มีพี่ชาย หรือน้องสาว       มีพี่สาว หรือน้องชาย

ศูนย์วิทยุโทรพยากรณ์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์**

**คำสั่ง** ให้เติมข้อความ หรือทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง

1. ท่านเคยรับชมละครโทรทัศน์เรื่องต่อไปนี้หรือไม่ หากเคยรับชม การเปิดรับชมละครโทรทัศน์ของท่านเป็นอย่างไร

รายชื่อละครโทรทัศน์	การเปิดรับชมละครโทรทัศน์				
	บ่อยมากที่สุด	บ่อยมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมากหรือไม่เคยรับชม
น้ำตาลไหม้					
พุ่มนี้รักเธอ					
เลื่อมพวยลายรัก					
เพลิงสีรุ้ง					
ปัญญาชนก้นครัว					
รักเล่ห์เพทุบาย					
ไม้แปลกป่า					
เมืองมายา					
สะพานดาว					
รักแปดพันเก้า					
ท่านชายกำมะลอ					
รักไร้อันดับ					
ชอยปรารภนา 2500					

2. เหตุผลใดบ้างต่อไปนี้ ที่ทำให้ท่านเปิดรับชมละครโทรทัศน์ในข้อที่ 1 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อความบันเทิงสนุกสนาน
  เพื่อฆ่าเวลา  
 เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
  เพื่อใช้เป็นหัวข้อในการสนทนากับกลุ่มเพื่อน  
 อื่น ๆ .....

3. ช่องทางใดต่อไปนี้นำมาใช้ในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ในข้อที่ 1 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- โทรทัศน์ (ช่อง 3,5,7,9)       โทรทัศน์ (ช่องเคเบิลทีวี)       หนังสือพิมพ์
- อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์       หนังสือเรื่องย่อละคร       ซีดี/วีซีดี/ดีวีดี
- อื่น ๆ .....

4. ช่วงเวลาใดต่อไปนี้นำมาใช้ในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ในข้อที่ 1

วันธรรมดา (วันจันทร์ ถึง วันศุกร์) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 08.01 – 12.00 น.       12.01 – 16.00 น.       16.01 – 20.00 น.
- 20.01 – 00.00 น.       00.01 – 04.00 น.       04.01 – 08.00 น.

วันหยุด (วันเสาร์ และ วันอาทิตย์) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 08.01 – 12.00 น.       12.01 – 16.00 น.       16.01 – 20.00 น.
- 20.01 – 00.00 น.       00.01 – 04.00 น.       04.01 – 08.00 น.

5. ระยะเวลาเท่าใดที่ท่านมักใช้ในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ในข้อที่ 1 มากที่สุด

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง       1 – 2 ชั่วโมงต่อครั้ง       3 ชั่วโมงขึ้นไปต่อครั้ง

6. สถานที่ใดต่อไปนี้นำมาใช้ในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ในข้อที่ 1 มากที่สุด

- บ้าน หรือที่พักอาศัย       สถานศึกษา       บ้านเพื่อน       อื่น ๆ .....

7. ท่านมักเปิดรับชมละครโทรทัศน์ในข้อที่ 1 กับบุคคลใดมากที่สุด

- บิดา-มารดา       ญาติ พี่น้อง       เพื่อน       คู่คนเดียว       อื่น ๆ .....

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อละครโทรทัศน์**

**คำสั่ง** ให้เติมข้อความ หรือทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง

1. ท่านมีความสามารถดังต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

ความสามารถ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านสามารถแยกแยะได้ว่าละครโทรทัศน์ มักมีค่านิยมทางเพศชายรักชายแฝงอยู่เพิ่มมากขึ้น					
ท่านสามารถเขียนจดหมาย หรือส่งอีเมลล์ไปยังผู้สร้างละคร เพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของตัวละคร					
ท่านสามารถเปรียบเทียบประสบการณ์จริงจากการมีเพื่อนเป็นชายรักชาย กับบทบาทการแสดงของตัวละครโทรทัศน์ที่ได้นำเสนออกมา					
ท่านสามารถแยกแยะได้ว่าบทบาทของตัวละครชายรักชาย เป็นเพียงการแสดงเท่านั้น					
ท่านสามารถเปรียบเทียบความเหมือน หรือแตกต่างของบทประพันธ์นวนิยาย กับบทประพันธ์โทรทัศน์ได้					
ท่านมักจะรู้สึกคล้อยตาม เข้าใจอารมณ์ของตัวละครชายรักชาย					
ท่านเคยร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ในเว็บไซต์ต่าง ๆ					
ท่านสามารถทราบได้ทันที ว่าตัวละครนี้ต้องการจะสื่อความเป็นชายรักชาย					

**ส่วนที่ 4: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ**

**คำชี้แจง** ให้เติมข้อความ หรือทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง

**1. ท่านรู้สึกอย่างไรกับข้อความเกี่ยวกับความนิยมทางเพศต่อไปนี้**

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เยาวชนในปัจจุบันมักให้คุณค่ากับความนิยมทางเพศ โดยการยอมรับ และเปิดเผยตนเองมากขึ้น					
เยาวชนบางกลุ่มมองว่าความสัมพันธ์ทางเพศ ระหว่างชาย กับชาย เป็นเรื่องปกติมากขึ้น					
เยาวชนชายรักชายในปัจจุบัน สามารถแสดงออกถึงความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ทางเพศได้มากขึ้น					
เยาวชนชายรักชายมักจะคบหาเพื่อนที่เป็นชายรักชายด้วยกันเสมอ					
เยาวชนมักใช้การแต่งกาย ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย					
เยาวชนมักใช้ทรงผม ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย					
เยาวชนมักใช้บุคลิกลักษณะ ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย					
เยาวชนมักใช้กิริยามารยาทในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย					
เยาวชนมักใช้การแสดงออกท่าทาง ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย					
เยาวชนมักใช้การสนทนา ในการเปิดเผยตนเองว่าเป็นชายรักชาย					

2. ท่านคิดว่าเยาวชนส่วนใหญ่ จะได้รับความรู้เรื่องเพศจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บิดา-มารดา                       ญาติ พี่น้อง                       ครู-อาจารย์
- เพื่อน                                       คู่รัก                                       สถาบันการศึกษา
- ตำราเรียน                               โทรทัศน์                                       อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์
- สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ                       อื่น ๆ .....

3. เมื่อเยาวชนมีปัญหาเรื่องเพศ ท่านคิดว่าเขาจะปรึกษากับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่ปรึกษาใคร
- บิดา-มารดา                       ญาติ พี่น้อง                       ครู-อาจารย์
- เพื่อน                                       คู่รัก                                       อื่น ๆ .....

4. ท่านพบเห็นเยาวชนชายรักชายที่ไหนบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สถาบันการศึกษา                       บ้าน หรือที่พักอาศัย                       ห้างสรรพสินค้า                       ร้านอาหาร
- สถานบันเทิง                               สื่อต่าง ๆ                                       อื่น ๆ .....

5. ถ้าพูดถึงชายรักชายท่านนึกถึงอะไรมากที่สุด

- การที่ชายรักชายแสดงความรัก                       การที่ชายรักชายเดินจู๋มมือกัน  
ให้กัน
- การที่ชายรักชายกอด-จูบกัน                       การที่ชายรักชายมีเพศสัมพันธ์กัน                       อื่น ๆ .....

6. ท่านคิดว่าอะไรเป็นสาเหตุให้เยาวชนสมัยนี้เป็นชายรักชายมากขึ้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ออกจากผู้หญิง                       อากาการป่วยทางจิต                       ความนิยมในสังคม/แฟชั่น/การเลียนแบบ
- สื่อมวลชน                                       การขาดความอบอุ่นจากครอบครัว                       การต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน
- ความอยากรู้อยากลอง                       ความผิดปกติทางร่างกาย                       การขาดความรู้เพศตรงข้าม อาทิ หอพัก

กรมทหาร เรือนจำ เป็นต้น



7. ท่านมีเพื่อนเป็นชายรักชายบ้างหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ไม่มีเพื่อนที่เป็นชายรักชายในกลุ่ม

มี เป็นเพื่อนในกลุ่ม

มี เป็นเพื่อนในห้อง

มี เป็นเพื่อนในโรงเรียน

มี เป็นเพื่อนต่างโรงเรียน

อื่น ๆ .....

8. ท่านคิดว่าการสื่อถึงชายรักชายในละครมักถูกนำเสนอผ่านช่องทางใดมากที่สุด

มุมกล้อง

ฉาก

การแต่งกาย

บทละคร

ตัวนักแสดง

เพลงประกอบ

อื่น ๆ .....

#### ส่วนที่ 5 : ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลียนแบบ

คำชี้แจง ให้เติมข้อความ หรือทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง

1. ท่านสามารถสังเกต หรือรับรู้สถานการณ์ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สถานการณ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
ตัวท่านมักสังเกตเห็นบุคคลรอบข้างมีการเลียนแบบเพิ่มมากขึ้นจากเมื่อก่อน โดยเฉพาะการเลียนแบบจากละครโทรทัศน์					
การแต่งกายจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ					

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถานการณ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
ทรงผมจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ					
บุคลิกลักษณะจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ					
กิจกรรมรยาทจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ					
การแสดงออกท่าทางจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ					
การสนทนาจากนักแสดงชายในละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ท่าน และบุคคลรอบข้างมักจะเลียนแบบ					

2. ท่านคิดว่าใครเป็นตัวต้นแบบที่เยาวชนนิยมใช้ในการเลียนแบบมากที่สุด

บิดา-มารดา       ญาติ พี่น้อง       ครู-อาจารย์       เพื่อน

คู่รัก       ดารา นักร้อง นักแสดง       สื่อมวลชน

3. ท่านคิดว่าวิธีการใดที่เยาวชนมักใช้ในการเลียนแบบชายรักชายมากที่สุด

การสังเกต       การได้ยิน       การทดลองด้วยตนเอง

4. ท่านคิดว่าอะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบชายรักชายมากที่สุด

ความอยากรู้อยากลอง       การอยากเป็นเหมือนบุคคลต้นแบบ       เป็นการค้นหาความต้องการของตนเอง

ความนิยม/แฟชั่น       สร้างความมั่นใจให้ตนเอง       การต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

5. ท่านคิดว่ารูปแบบการเลียนแบบของเยาวชนเป็นอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- แมนเห็นเพื่อนในกลุ่มใส่เสื้อเข้ารูปแล้วดูดี เลยไปหาซื้อมาสักบ้าง
- เบิร์ตเห็นนักแสดงในละครเรื่องเพลิงสีรุ้งมีบุคลิกที่ดูดี เบิร์ตเลยปรับเปลี่ยนบุคลิกให้เหมือนนักแสดงคนนั้น
- สุขุมเป็นนักกีฬาวอลเลย์บอลทำให้มีผู้ชายมาติดพันมากมาย ตอยเลยหันมาฝึกเล่นวอลเลย์บอลบ้าง เพื่อหวังว่าจะมีผู้ชายมาติดพันเหมือนสุขุม

ส่วนที่ 6 : ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นางสาวอุริษา งามวุฒิมิร เกิดเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2527 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ. 2549 ได้สำเร็จการศึกษา หลักสูตรปริญญาโท สาขาการ โฆษณา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หลังจากนั้นได้เข้าทำงานที่บริษัท แมทซ์บ็อกซ์ จำกัด ในตำแหน่ง Media Planner เป็น ระยะเวลา 2 ปี 2 เดือน และเมื่อปีพ.ศ. 2552 ได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาโท สาขาการ บัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย