

## บทที่ 2

### แนวคิด, ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับเนื้อหาทางเพศจากนิตยสารผู้หญิงและทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องเพศของสตรีวัยรุ่นและวัยทำงาน” ได้นำแนวคิดและทฤษฎีเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีศึกษา
3. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศ
4. การเปิดรับข่าวสาร
5. การวิเคราะห์ผู้รับสาร
6. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

นิตยสาร (Magazine) มีรากศัพท์ภาษาอารบิก หมายถึง ร้าน คลังสินค้า หรือห้างสรรพสินค้า ซึ่งความหมายดังกล่าวได้ให้ความหมายกับนิตยสารในด้านของการเป็นที่รวมของแหล่งข่าวสารหลายๆประเภท ที่มีความแตกต่างกันออกไป

The American Heritage College Dictionary (1993 : 814) ให้ความหมายของนิตยสารว่า “A periodical containing articles, stories, pictures, or other features.” ซึ่งหมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดออกเป็นวาระ และประกอบด้วยบทความ เรื่องราว รูปภาพ หรือสารคดีต่างๆ

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้คำนิยามของคำว่า “นิตยสาร” ไว้หลายท่าน อาทิ

เดวิดสัน (Davidson) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า หมายถึง วารสารสำหรับผู้อ่านทั่วไปที่มีบทความเรื่องราวดังกล่าวซึ่งเขียนโดยผู้เขียนหลายคน ส่วนมากมักจะเป็นเรื่องอ่านเล่น นวนิยาย และ

คำประพันธ์ ความหมายเดิมของนิตยสารคือ สังเขปข่าว และเรื่องเบ็ดเตล็ดจากหนังสือและนิตยสารต่างๆ ไม่มีเรื่องราวของสมาคมใดสมาคมหนึ่ง และพิมพ์ขึ้นเพื่อความบันเทิง

ฮิลดิก (Hildick) ได้ให้ความหมายว่า นิตยสารเป็นแหล่งรวมของบทความหรือเรื่องราวต่างๆซึ่งเขียนโดยผู้เขียนหลายคน และมีกำหนดออกตามวาระ

จากคำจำกัดความต่างๆเหล่านี้ อาจกล่าวได้ว่า "นิตยสาร" หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดออกเป็นระยะเวลาแน่นอน อาจเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน ราย 2 เดือน ประกอบด้วยเนื้อหาสาระที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง เช่น บทความต่างๆ โดยผู้เขียนหลายคน บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น นวนิยาย บทวิจารณ์ต่างๆ และโฆษณา เป็นต้น (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะไมจิต, 2529)

นิตยสารแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆได้ 4 ประเภท คือ (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530)

#### 1. นิตยสารทั่วไป (General or Consumer Magazines)

เป็นนิตยสารที่มีจำนวนจำหน่ายสูงสุด เพราะเป็นนิตยสารที่คนทั่วไปให้ความสนใจ นิตยสารประเภทนี้มีจำนวนมากที่สุดในท้องตลาด ส่วนใหญ่แล้วนิตยสารประเภทนี้จะมีผู้จัดทำหลายฝ่าย เนื่องจากนิตยสารมีหลายรสและหลายเนื้อหาในฉบับเดียวกัน ส่วนใหญ่นิตยสารเหล่านี้มักจะมุ่งให้ความบันเทิงและความรู้ในด้านต่างๆ

#### 2. นิตยสารวงการธุรกิจ (Business Publications)

เป็นนิตยสารที่ตีพิมพ์ขึ้นมา เพื่อมุ่งให้ผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจอุตสาหกรรม หรือผู้ที่อยู่ในอาชีพต่างๆได้อ่าน และเข้าใจถึงสภาวะและสถานการณ์ทางด้านวงการธุรกิจด้านต่างๆ นิตยสารประเภทนี้ในเมืองไทยมีไม่มาก ถ้าเปรียบเทียบกับประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจอุตสาหกรรมในยุโรป ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ซึ่งประชาชนให้ความสนใจ

#### 3. นิตยสารสมาคม (Association Magazines)

เป็นนิตยสารที่จัดทำโดยสมาคมต่างๆที่มีจุดประสงค์จะเผยแพร่ในระหว่างหมู่สมาชิกด้วยกัน นิตยสารประเภทนี้มักจัดทำโดยผู้ที่สมัครใจและไม่หวังได้เงินตอบแทน เนื้อหาภายในเล่มจะเป็นเรื่องราวหรือบทความที่เกี่ยวข้องกับสมาคมในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างสมาชิกด้วยกัน และส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกต่อสมาชิก กลุ่มผู้จัดทำมักเป็นผู้ที่สมัครใจและมักไม่ได้ค่าตอบแทน ส่วนใหญ่นิตยสารเหล่านี้มีกำหนดออกเป็นรายปี ราย 6 เดือน

ราย 3 เดือน และรายเดือน เป็นต้น เงินทุนที่ใช้ในการจัดทำส่วนใหญ่มาจากการอุปถัมภ์และช่วยเหลือจากสมาชิกหรือองค์กรต่างๆ หรือจากค่าสมาชิกของสมาคม

#### 4. นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Magazines)

เป็นนิตยสารที่จัดทำโดยองค์กรหรือบริษัทต่างๆ เพื่อแจกจ่ายไปยังพนักงาน ลูกค้า ผู้แทนจำหน่าย ผู้ถือหุ้น หรือผู้ที่สนใจ นิตยสารประเภทนี้แบ่งย่อยออกได้เป็น 2 ประเภท คือ นิตยสารแบบภายใน (Internal Magazines) หรือนิตยสารแบบภายนอก (External Magazines) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้จัดทำต้องการเผยแพร่ให้กับใคร ถ้าเป็นพนักงานลูกจ้าง นิตยสารนั้นก็จัดถูกจัดทำเฉพาะภายใน แต่ถ้าเป็นลูกค้าก็ต้องจัดทำเป็นแบบภายนอก เป็นต้น

จะเห็นได้ว่านิตยสารผู้หญิงจัดอยู่ในประเภทนิตยสารทั่วไป ซึ่งปัจจุบันมีอยู่มากมายในท้องตลาด นิตยสารผู้หญิงอาจแบ่งประเภทได้ดังนี้ (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต, 2529)

1. ประเภทแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนวนิยายที่ให้ความบันเทิงเป็นหลักแล้ว จะเสนอเนื้อหาเป็นเรื่องการทำอาหาร เย็บปักถักร้อย การจัดบ้าน ฯลฯ เกี่ยวกับผู้หญิง ได้แก่ แม่บ้าน เย็บปักถักร้อย แม่บ้านทันสมัย ฯลฯ

2. ประเภทสาวสมัยใหม่ที่มีการศึกษา นอกจากนวนิยาย จะเสนอบทความ สารคดีหรือบทสัมภาษณ์ ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่ให้ความรู้ความคิดเห็นที่ทันสมัยในแง่ของสตรี ได้แก่ ดิจัน แพรว ฯลฯ

3. ประเภทสาวใหญ่และกึ่งแม่บ้าน คือเสนอทั้งความรู้ บทความเกี่ยวกับสตรีและความรู้ของแม่บ้านการเรือนด้วย ได้แก่ ขวัญเรือน หญิงไทย กุสสตรี ฯลฯ

4. ประเภทแม่และเด็ก เสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการเลี้ยงดูเด็กและเรื่องของสตรีในแง่ต่างๆ ได้แก่ แม่และเด็ก รักลูก ฯลฯ

5. ประเภทแฟชั่นและศิลปะการแต่งกาย จะเน้นเนื้อหาด้านแฟชั่น การออกแบบเสื้อผ้าแบบผม การแต่งตัว รวมทั้งบทความและความคิดเห็นที่ทันสมัยในด้านนี้ ได้แก่ โฉม แฟชั่นริ้ว ฯลฯ

6.ประเภทสาววัยรุ่น จะเน้นเฉพาะเรื่องวัยรุ่นสนใจ เช่น การคบเพื่อน การแต่งกาย บท ความและอื่นๆ ได้แก่ เปรี๊ยว แพรวสุดสัปดาห์ เธอกับฉัน ฯลฯ

7.ประเภทวิชาการของสตรี เนื้อหาจะเป็นวิชาการโดยเฉพาะ ไม่เป็นนวนิยายหรือบันเทิง อื่นๆ หากมีบ้างก็เป็นสารคดีที่ให้ความรู้ มีเรื่องราวเกี่ยวกับปัจจุบันของสตรีในด้านต่างๆ มัก ออกโดยสมาคมหรือองค์กรเกี่ยวกับสตรี เช่น ชาวเพื่อนหญิง ฯลฯ

8.ประเภทผู้หญิงทั่วไป เสนอแต่ความบันเทิง มีนวนิยายเกือบทั้งเล่ม มีบทความและ สารคดีน้อยมาก เช่น สกุลไทย บางกอกแสดควร์ ฯลฯ

จิตราพร ธรรมสารสุนทร ( 2538 ) ได้ศึกษาค่านิยมและทัศนคติทางเพศในนิตยสารผู้ หญิง โดยแบ่งประเภทนิตยสารผู้หญิง ตามลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ดังนี้

1.นิตยสารผู้หญิงที่เสนอเนื้อหาหลักเพียงประเด็นเดียว หมายถึง นิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้หญิง และมีเนื้อหาที่นำเสนอในนิตยสารเล่มนั้นๆเพียงประเด็นเดียว และนำ ประเด็นหลักเป็นจุดขายของนิตยสารเล่มนั้น เช่น นิตยสารเพื่อนแนะนำการทำอาหาร การเลี้ยงดู บุตร การฝีมือ แฟชั่นการแต่งกาย นวนิยาย ฯลฯ อาจมีส่วนประกอบอื่นๆด้วยแต่เป็นส่วนน้อย เช่น สารคดี บทความ นิยาย เรื่องสั้น นิตยสารประเภทนี้บางครั้งสามารถทราบได้จากชื่อเรื่อง ว่าเป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร เช่น นิตยสารแม่บ้าน นิตยสารแฟชั่นรีวิว นิตยสารแม่ และเด็ก แต่บางเล่มไม่ได้ตั้งชื่อตามเนื้อหาหลักของนิตยสารเล่มนั้น ได้แก่ สกุลไทย บางกอกส แควร์ ซึ่งเสนอนวนิยายเป็นหลัก

2.นิตยสารผู้หญิงทั่วไป เสนอเนื้อหาหลากหลาย ไม่ได้เจาะจงประเด็นใดประเด็นเดียว อย่างนิตยสารในข้อ 1 เนื้อหาที่นำเสนอเป็นเรื่องราวเกี่ยวข้องกับผู้หญิงทุกเรื่อง ไม่ว่าจะสาระหรือ บันเทิง เช่น แฟชั่น บทสัมภาษณ์ เสริมสวย ตอบปัญหาหรรค์ นวนิยาย เป็นต้น นิตยสาร ประเภทนี้สามารถจัดกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม ตามลักษณะการนำเสนอเนื้อหาและกลุ่มผู้อ่านดังนี้

2.1นิตยสารผู้หญิงสำหรับผู้หญิงวัยสาวขึ้นไป หรือสาวกึ่งแม่บ้าน นำเสนอเนื้อหาทั่วไป ที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ซึ่งมีทั้งสาระและบันเทิง โดยที่ค่านิยมและทัศนคติในเรื่องเพศจะหนักไปใน ทางอนุรักษ์นิยม เนื้อหาต่างๆที่มีอยู่ในฉบับจะเป็นเรื่องทั่วไปที่เหมาะสมกับแม่บ้าน หรือผู้หญิง

ที่เลวร้ายสาวขึ้นไป เช่น การทำอาหาร การดูแลรักษาบ้าน บทสัมภาษณ์คนที่มีชื่อเสียง ตอบปัญหาต่างๆและนวนิยายซึ่งมีค่อนข้างมาก

นิตยสารเด่นๆที่มีอยู่ในนิตยสารประเภทนี้ ได้แก่ ขวัญเรือน กุลสตรี หญิงไทย โดยมีนิตยสารขวัญเรือนเป็นนิตยสารที่มียอดขายสูงสุดในกลุ่มนิตยสารนี้

2.2 นิตยสารสำหรับผู้หญิงทำงาน เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงทำงานมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ทันสมัย เนื้อหาทั่วไปจึงนำเสนอเกี่ยวกับบทบาทของผู้หญิงทำงานนอกบ้านที่มีภารกิจเพิ่มมากขึ้น ทั้งการงานและครอบครัว จึงเป็นนิตยสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการวางตัวของผู้หญิงสมัยใหม่ในสังคม เช่น การวางตัวในที่ทำงาน การพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพ การแต่งกายและดูแลรักษาความงาม ส่วนการบ้านการเรือนมีปริมาณน้อยกว่านิตยสารกลุ่มแรก

ค่านิยมและทัศนคติทางเพศของนิตยสารกลุ่มนี้ เป็นไปตามสมัยนิยม คือ กึ่งอนุรักษ์นิยมตามรูปแบบวัฒนธรรมไทย ขณะเดียวกันก็ได้รับเอาความสมัยใหม่ของการดำรงชีวิตของผู้หญิงไทยเข้ามา ทำให้ค่านิยมทางเพศที่ปรากฏในนิตยสารกลุ่มนี้ มีลักษณะกลางๆคือ ไม่เป็นแบบอนุรักษ์นิยมจนเกินไป หรือล้ำสมัยจนเกินไป

นิตยสารฉบับเด่นๆในประเภทนี้ ได้แก่ ดิฉัน แพรว ผู้หญิง เบรียว ฯลฯ ซึ่งนิตยสารผู้หญิงในกลุ่มนี้มีมากมายหลายฉบับ โดยมีดิฉันเป็นนิตยสารที่มียอดขายสูงสูสีกับนิตยสารแพรวจุดเด่นของดิฉันคือ เจาะกลุ่มผู้อ่านหญิงที่มีฐานะและทันสมัย รสนิยมดี

2.3 นิตยสารสำหรับสาวทันสมัย เป็นตัวของตัวเอง เป็นรูปแบบใหม่ของนิตยสารผู้หญิงได้รับอิทธิพลในการนำเสนอจากนิตยสารต่างประเทศ เลียนแบบมาทั้งในเรื่องรูปเล่มและวิธีการนำเสนอ นิตยสารกลุ่มนี้ยังรวมถึงนิตยสารที่ซื้อหัวหนังสือมาจากต่างประเทศ ได้แก่ แอล คอส โมโพลิแทน และคลีโอ เนื้อหาทั่วไปทันสมัยมาก โดยเฉพาะการนำเสนอในเรื่องของค่านิยมและทัศนคติทางเพศที่เป็นไปในทางตรงข้ามกับนิตยสารกลุ่มแรก คือ ค่อนข้างเสรีในการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องเพศ

เนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารกลุ่มนี้ที่เป็นเอกลักษณ์คือ เนื้อหาเกี่ยวกับเพศศึกษา ประสบการณ์ทางเพศ นอกจากนี้ยังมีภาพประกอบที่เกี่ยวกับกามารมณ์ค่อนข้างมาก แฟชั่นการแต่งกายก็หวือหวามากกว่ากลุ่มอื่นๆ

นิตยสารผู้หญิงของไทยที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ อิมเมจ มีเนื้อหาที่สะท้อนสภาพชีวิตในเมืองของผู้หญิงทันสมัย และสะท้อนค่านิยมทางเพศที่ชัดเจน ไม่มุ่งเสนอสาระทางกามารมณ์เพียงอย่างเดียว

### บทบาทของนิตยสาร

นิตยสารมีบทบาทในฐานะสื่อมวลชนต่อปัจเจกบุคคลและสังคม โดยสามารถแบ่งบทบาทของนิตยสารออกได้เป็น 3 มุมมอง คือ ( วรินทร์า ไกยรวงศ์, 2540 )

#### 1. มุมมองตามหลักทฤษฎี

1.1 หน้าที่ในการบอกข่าวสาร นิตยสารจะเป็นเอกสารที่รวบรวมเหตุการณ์ ข่าวสารและเรื่องราวต่างๆเกี่ยวกับผู้หญิง บทบาทในสังคมขณะนั้น รวมทั้งเป็นแหล่งประมวลความคิดเห็นต่างๆของผู้หญิง และบุคคลอื่นๆด้วย

1.2 หน้าที่ในการให้ความรู้ จะเห็นได้เด่นชัดว่า มีนิตยสารในปัจจุบันอยู่หลายเล่มที่ออกมาเพื่อให้สาระอย่างลึกซึ้งในวิชาการด้านใดด้านหนึ่งแก่ผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม เช่น คอมพิวเตอร์ การเย็บปักถักร้อย ฯลฯ

1.3 หน้าที่ในการให้ความบันเทิงเริงรมย์ นวนิยายประจำฉบับ แฟชั่น เหล่านี้เป็นภาพพจน์ที่ทำให้นิตยสารดูเหมือนทำหน้าที่นี้ได้เป็นอย่างดี แต่การให้ความบันเทิงก็ถือว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์กับสังคมได้ในแง่ที่ว่า คลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน และจรรโลงใจสร้างความสุขสดชื่นแก่ผู้รับสาร พร้อมทั้งยังเป็นสิ่งใ้มน่าสนใจให้ผู้อ่านติดตามด้วย

1.4 หน้าที่ในการให้บริการทางธุรกิจ โดยมีการลงโฆษณาต่างๆ ประกาศแจ้งความ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับรู้เรื่องราวต่างๆ ซึ่งนอกจากนิตยสารจะมีรายได้จากโฆษณาแล้ว ผู้อ่านยังได้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้บ้าง ในแง่ที่จะได้รู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

#### 2. มุมมองจากผู้ใช้นิตยสาร/ผู้อ่าน

สุชาติ สวัสดิ์ศรี (2534) กล่าวว่า ปัจจุบันนิตยสารได้เพิ่มบทบาทหน้าที่เข้ามาอีกบางประการ คือ กลายเป็นเครื่องแสดงฐานะทางสังคมมากกว่าที่จะเป็นเครื่องแสดงฐานะทางปัญญา หรือแสดงค่านิยมอะไรบางอย่างที่เขาเชื่อถือ คนถือสตรียาสหรือถือโลกหนังสือก็คงจะแสดงถึงฐานะทางปัญญาหรือความเชื่อ แต่ว่าการถือนิตยสารบางเล่มเดี๋ยวนี้เป็นการถือเพื่อแสดงฐานะทางสังคม เช่นว่า เขาสนใจเรื่องยี่ห้อล่าสุด เขาสนใจสิ่งที่ “เมือง” ได้กำหนดสิ่งเหล่านี้ เพราะฉะนั้นเหมือนกับทำให้เกิดความคาดหวังสำหรับคนที่เสียเปรียบในสังคมเหมือนกันว่า ชีวิตเขาต้องดีขึ้น หรือถูกมองในแง่ดีขึ้น ถ้าเขาถือหนังสือรถ หนังสือสวยๆ หนาๆ หนักๆ

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ นิตยสารสตรีในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นถึงแง่มุมทางสังคมได้ 2 ประการคือ หนึ่ง ตอบคำถามเรื่องการขยายตัวของวิถีผู้บริโภค สอง ตอบคำถามเรื่องการเก็บกดทางชนชั้น และสามารถตอบคำถามเรื่องวิถีอุตสาหกรรมนิยม นอกจากนี้ นิตยสารสตรียังเป็นตัวสร้างกระแสโรมานซ์ในสังคม

### 3. มุมมองของผู้ผลิต

ในบทความเรื่อง “ทะลวงวงการนิตยสารผู้หญิง” จากนิตยสารสีส้ม (กรกฎาคม 2536) ได้มีการกล่าวถึงองค์ประกอบหลักของการผลิตนิตยสารสตรีในปัจจุบันว่ามี 5 ประการ เพื่อสนองตอบบทบาทที่เปลี่ยนไปในสังคม คือ

3.1 ต้องใช้กระดาษขาวปอนด์พิมพ์เพื่อให้ดูขลัง

3.2 ต้องมีความหนาไว้ก่อน นี่เป็นเหตุผลต่อเนื่องจากการใช้กระดาษปอนด์ เพราะเนื้อหาของกระดาษปอนด์มีความหนา ทำให้หนังสือดูสมบูรณ์ทางสรีระมากขึ้น สอดคล้องกับเงื่อนไขเวลาของเอเจนซีที่มีอำนาจในการพิจารณาให้หน้าโฆษณา เพราะเอเจนซีส่วนหนึ่งไม่ค่อยมีเวลาอ่านหนังสือโดยละเอียด วิธีรวบรัดที่สุดคือ ดูความหนาแทน

3.3 ต้องมีหน้าสีมากๆ ก็เพื่อชักจูงให้โฆษณาตกลง

3.4 แนวเนื้อหาต่างๆไป ก็จะต้องมีบทสัมภาษณ์และคอลัมน์ข่าวสังคม ที่ควรจะต้องเอาข่าวหน้าโฆษณาด้วย นอกนั้นก็คอลัมน์ย่อยจำพวกข่าวต่างประเทศ ข่าวบันเทิง แนะนำห้องอาหาร ผับ และแฟชั่นสัก 2 หรือ 3 ชุด ถ้าใครทำแฟชั่นชุดเดียวถือว่า “อ่อน” ถ้าจะให้ดีควรมีแฟชั่นชายแถมพก แฟชั่นหญิงก็ให้มีเซ็กส์แอฟฟิบบ้าง เพื่อจูงใจผู้ชายบ้าง และมีสเก็ปปิเศษหรือนิยายใส่ไว้ไม่ให้ตกหล่น

3.5 การหาโฆษณาสำหรับพวกหน้าใหม่จะแหวกช่องทางขึ้นไป ระยะเวลาแรกก็ต้องยอมลดแลกแจกแถมลงหน้าสีเต็มหนึ่งหน้า หรือจะเป็นแบบลงเล่มแถมเล่ม แถมด้วยบทสัมภาษณ์ใคร

บางคนที่จะช่วยให้ได้โฆษณาตามติดมา ไม่ก็เป็นการขายเหมา 6-8 หน้า สนนราคาว่ากันไป ถ้าไม่ได้โฆษณาที่เป็นเงินเข้ามา ก็แลกเอาเป็นสินค้ามา

เหล่านี้แทบจะเรียกได้ว่าเป็น "สูตรสำเร็จ" ของนิตยสารผู้หญิงยุคใหม่

เมื่อนิตยสารกลายเป็นองค์กรธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไร จึงก่อให้เกิดการแข่งขันกันในตลาดหนังสือมากยิ่งขึ้น ตามการพัฒนาของสภาพสังคมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งนี้ก็เพราะองค์กรสถาบัน และหลายๆหน่วยงานมองเห็นความสำคัญของนิตยสารมากขึ้นนั่นเอง (ภัทรนันท์ ชัยพงศ์เกษม, 2539)

## ทฤษฎีด้านสตรีศึกษา

ทฤษฎีด้านสตรีศึกษาซึ่งโดยความหมายแล้ว หมายถึงการศึกษาว่าด้วยเรื่องราวของสตรีเป็นการเฉพาะ แต่เนื่องจาก "สตรี" ไม่เคยมีฐานะที่แยกอยู่อย่างเดี่ยวๆไม่ว่าจะเป็นผู้สมัยใดหรือในสังคมแบบไหน ดังนั้น การศึกษาเรื่องสตรีนั้น จึงครอบคลุมตั้งแต่การศึกษาเรื่องของตัวสตรีเอง เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสตรีกับสังคมในทุกมิติ

คำนิยามที่กล่าวมานั้นแม้ว่าจะสามารถบอกรวมกันของสตรีศึกษาได้อย่างกว้างๆ แต่ทว่าในรายละเอียดแล้ว ทฤษฎีสตรีศึกษายังแยกออกเป็นหลายทฤษฎี กาญจนา แก้วเทพ (2535) ได้แบ่งทฤษฎีสตรีศึกษาออกตามจุดยืนใหญ่ๆได้เป็น 2 กลุ่มทฤษฎีคือ

1. System Approach แนวคิดของทฤษฎีนี้ก่อตัวมาจากทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่นิยมที่พิจารณาผู้หญิงในฐานะระบบย่อยอันหนึ่งของระบบใหญ่ ซึ่งมีหน้าที่ถูกกำหนดมาให้เหมาะสมกับเพศ ในระบบนี้จะกำหนดการแบ่งงานกันทำและแบ่งความรับผิดชอบตามลักษณะเพศทางชีววิทยา (Sexual Division of Labour) ฉะนั้นเมื่อผู้หญิงเป็นเพศที่ตั้งท้อง จึงจำเป็นต้องมีหน้าที่เป็นผู้เลี้ยงบุตรด้วย ปริมาณทลของผู้หญิงจึงอยู่ในแวดวงของครอบครัว ทฤษฎีนี้เชื่อว่าหากคนทุกเพศทำหน้าที่ตามเพศของตนแล้ว สังคมก็จะเกิดความมั่นคงและมีเสถียรภาพ

อย่างไรก็ตาม เมื่อระบบใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงไป ระบบย่อยก็จำเป็นต้องมี "การปรับตัว" ฉะนั้น เมื่อสังคมสมัยใหม่ต้องการให้แรงงานหญิงออกมาทำงานนอกบ้าน (ไม่ว่าจะมีเหตุผลมาจากอะไรก็ตาม) ผู้หญิงในสังคมสมัยใหม่จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุง (ปรับตัว) ในด้านต่างๆ เพื่อให้ทำหน้าที่ตอบสนองต่อสังคมยุคใหม่ได้ เช่น พัฒนาระบบการศึกษาให้สูงขึ้น



พัฒนาความสามารถให้เหมาะสมกับระบบใหม่ เนื่องจากทฤษฎีระบบเชื่อว่า การแบ่งงานกันทำทางเพศนั้นเหมาะสมแล้ว ดังนั้นจึงไม่มีการตั้งคำถามหรือทบทวนเรียกร้องให้หลักการดังกล่าวมี "การปรับตัว" บ้าง ฝ่ายที่จำเป็นต้องปรับตัวจึงเป็น "ผู้หญิง" มิใช่ "สังคม"

จากแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ในการวิเคราะห์เพื่อตั้งคำถาม นักทฤษฎีระบบจะวิเคราะห์ว่าปัญหาในการปรับตัวของผู้หญิงให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆมีอะไรบ้าง และในส่วนของเข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนนั้น ทฤษฎีนี้ก็จะตั้งคำถามว่า สื่อจะมีบทบาทในการช่วยให้สตรีปรับตัวในเรื่องต่างๆได้อย่างไรบ้าง

**2. Feminist Approach** สำหรับแนวทางนี้ยังประกอบไปด้วยกลุ่มปลีกย่อยอีกหลายกลุ่ม แต่ไม่ว่าจะแตกแยกออกไปอย่างไรก็ตาม หลักการความเชื่อขั้นพื้นฐานที่สุดของกลุ่มทฤษฎีนี้มักจะมีองค์ประกอบเหล่านี้

2.1 พิจารณาว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศหญิงและชายนั้น ยังมีลักษณะของความไม่เท่าเทียมมาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้าง แต่เนื้อหาของความไม่เท่าเทียมนั้นยังมีอยู่เช่นเดิม

2.2 แต่นักทฤษฎีกลุ่มนี้มีความเชื่อมั่นว่า ความสัมพันธ์ที่เสมอภาคระหว่างหญิงกับชายนั้นเป็นสิ่งที่เป็นไปได้จริง และจะพยายามดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้บรรลุซึ่งความเชื่อดังกล่าว แม้ว่าการดำเนินการดังกล่าวจะถูกต่อต้านคัดค้านก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากทฤษฎีนี้ตระหนักดีว่าความสัมพันธ์อันไม่เท่าเทียมนั้นได้ฝังรากลึกมาเป็นเวลายาวนานในประวัติศาสตร์ จึงเกิดเป็นความเชื่อที่แข็งแกร่ง เป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่คุ้นเคย และขัดขึ้นต่อการเปลี่ยนแปลง

### แนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศ

ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) จิตแพทย์วิเคราะห์ของโลกชาวออสเตรีย ผู้ให้กำเนิดวิชาจิตวิเคราะห์ศาสตร์ (Psycho Analysis) เชื่อว่า เรื่องเพศเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในชีวิตของคนเรา เพราะเรื่องเพศเป็นสาเหตุให้เกิดพฤติกรรมต่างๆขึ้นในคน เขาได้ตั้งทฤษฎีเซ็กส์ปกครองโลกไว้ (Sex governs the world) ฟรอยด์ได้กล่าวยืนยันว่า เรื่องความรู้สึกทางเพศนั้นมนุษย์มีมาตั้งแต่เกิดแล้ว ชีวิตความเป็นอยู่ทางวัฒนธรรมของมนุษย์ชาติ ได้รับพลังทางจิตวิทยา มาจากสัญชาตญาณทางเพศ

นักปรัชญาชาวตะวันตกได้เห็นถึงเรื่องเพศและกามารมณ์ว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ เป็นสิ่งสำคัญอันดับที่สองรองลงมาจากอาหาร หรือจัดเป็นปัจจัยที่สองในบรรดาปัจจัยสามประการคือ อาหาร กามารมณ์และสังคม ต่อมาในยุคใหม่ วิลเลียม ดูแรนท์ (Dr. Will Durant) นักเขียนและนักปรัชญาชาวอเมริกันได้กล่าวว่า "รองจากความหิว เรื่องเพศเป็นสัญชาตญาณที่รุนแรงที่สุด และเป็นปัญหาที่ใหญ่โตที่สุดด้วย" (กิตติ กัมภัย, 2535)

เรื่องเพศหรือเซ็กส์นั้น สิ่งมีชีวิตทุกหน่วยจะต้องเกี่ยวข้องอยู่ตลอดเวลาเป็นเวลานานแล้ว มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่ประเสริฐควรยอมรับความจริงในเรื่องเกี่ยวกับเซ็กส์และแยกแยะความถูกต้อง ว่าการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับเซ็กส์ทำให้มีชีวิตที่ดีกว่า ไม่ใช่เรื่องลามก อนาจาร (ป้อม ดอยบุญ, 2538)

พิมพ์พร ยิ่งยง (2529) กล่าวว่า "เพศ" นั้นสามารถเป็นไปได้ในหลายความหมาย แต่ในทางสื่อมวลชนแล้วนั้นจะเป็นการศึกษาเรื่องเพศในลักษณะของการมีเพศสัมพันธ์ พฤติกรรมทางเพศที่ผิดปกติและการลามกอนาจาร ซึ่งเมื่อพูดถึงพฤติกรรมลามกอนาจารนั้น เนื้อหาที่จัดได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ลามกอนาจารหรือมีลักษณะยั่วกามารมณ์ สามารถสังเกตได้จากลักษณะดังต่อไปนี้

1. ลามกอนาจาร ได้แก่ ภาพ หนังสือ หรือวัตถุอันมีลักษณะที่ทำให้ผู้พบเห็นมีความรู้สึกทางกามารมณ์ และความกำหนัด ว่าโดยย่อ คือ ภาพ หนังสือ หรือวัตถุนั้นได้จัดทำขึ้นให้มีลักษณะอนาจารเพื่อการอนาจารโดยเฉพาะ

2. ความหมายสามัญในเรื่องลามกอนาจารโดยทั่วไปดังกล่าวในข้อ 1 ก็อยู่ที่อวัยวะสืบพันธุ์บางอย่าง หรือกิจในกามารมณ์หรือประเวณี ซึ่งได้เขียนหรือทำขึ้นเพื่อปลุกปั่นจิตใจให้รู้สึกไปในทางกำหนัดและมักมากในกามทั้งนี้โดยมิได้แฝงความเป็นศิลปะไว้แต่อย่างใด

3. ตามหลักดังกล่าวแล้ว วัตถุหรือภาพศิลปะย่อมไม่อยู่ในเครื่องข่ายจะเป็นลามกอนาจาร ทั้งนี้ก็เป็นที่ยอมรับกันมานานแล้วว่า ร่างกายมนุษย์เป็นสื่อทำให้ช่างสลัก ช่างปั้น ช่างเขียนเกิดความคิดในทางประติมากรรมให้คงามอยู่เสมอมา ด้วยเหตุนี้ รูปปั้น รูปสลัก ภาพเขียนที่มีชื่อเสียงโด่งดังจึงมักเป็นรูปเปลือยโดยมาก

4. กล้วยะลับบางอย่างไม่เป็นลามกอนาจารในเมื่อเขียน หรือได้ทำขึ้นเพื่อวิทยากรโดยเฉพาะ เช่น ตำราแพทย์ อธิบายถึงชีววิทยา ฯลฯ และมีภาพอวัยวะเหล่านี้ประกอบคำอธิบาย

5. วัตถุหรือภาพศิลปะต่างๆดังกล่าวในข้อ 3 ได้ถูกจำลองหรือพิมพ์คัดขึ้นใหม่เฉยๆ แล้วนำออกขายหรือ แสดง ย่อมไม่เป็นภาพลามกอนาจาร แต่ถ้าพิมพ์ขึ้นใหม่แล้วนำไปแทรกในบทความที่เขียนเพื่อกามารมณ์ ภาพประกอบเหล่านี้กลายเป็นภาพประกอบข้อความให้เป็นจริงเป็นจังขึ้นและกลายเป็นภาพและข้อความที่เป็นลามกอนาจารทันที

6. หนังสือที่เป็นวิทยากรแต่เพียงในนามและมีภาพเปลือยให้เห็นอวัยวะลับย่อมเป็นลามกอนาจาร ทั้งนี้เพราะผู้เขียนอ้างเอาวิทยากรเป็นเครื่องบัง เพื่อจุดประสงค์อย่างอื่นอันเป็นไปในทางชั่วร้าย (จุฑา เทียนไทย, กฎหมาย ระเบียบคำสั่งว่าด้วยการโฆษณา, 2533 :

164 – 165)

### การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเป็นแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อ เมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 : 134-135) ได้สรุปว่ามีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่า โดยปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม คนเราจึงมีการรวมกลุ่มกันอยู่ เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง คนเราก็จะอยู่กับสื่อต่างๆที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ

2. ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คนเราอยากรู้อยากเห็นตั้งแต่สิ่งที่อยู่ใกล้ตัว จนกระทั่งสิ่งที่อยู่ไกลตัวออกไปตามลำดับ ทั้งที่เป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิดหรือการกระทำต่างๆของผู้อื่น ซึ่งสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการในสิ่งเหล่านี้ได้ดีที่สุด

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความ สะดวกสบาย หรือเพื่อความบันเทิงสนุกสนาน ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้าน ไหน ก็ล้วนแล้วแต่สามารถหาได้จากสื่อมวลชน วิลเบอร์ แชรम्म (Wilbur Schramm, 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกกว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อย ที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward) โดยผู้รับสาร มักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconceptions) แล้ว รวมทั้ง อคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ ดังนั้น ผู้รับสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิต ใจที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับ ความเชื่อของตน

4. “ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป เนื่องจากสื่อมวลชนแต่ละอย่างมีลักษณะ เฉพาะตัวที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้รับข่าวสารแต่ละ คนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิด ความพึงพอใจ เช่น หนังสือพิมพ์ มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญคือ ให้ข่าวสารละเอียด ราคาถูก และสามารถนำติดตัวได้สะดวก เป็นสิ่งแสดงสถานภาพทางสังคมและเป็นการสัมผัสกับสังคม ภายนอก

ในการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภค ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทักษะคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น จะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป แคลปเปอร์ (Klapper : 1960) ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับสาร (Selective Process) ดังนี้

1. การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) ผู้รับ สารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็นความ สนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความ เข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหา ข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทักษะ ทักษะ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาพร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ ในขณะนั้น ฉะนั้นในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนเองด้วย

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะของตนเอง และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเองได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

สำหรับเหตุผลที่มนุษย์เลือกสนใจรับข่าวสารอย่างไรนั้น นักวิชาการหลายท่าน เช่น ไฟรด์สัน (Friedson) ไรลีย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman อ้างใน ดานินท์ กิจฉิณี, 2540 : 16) มีความเห็นตรงกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเลือกรับข่าวสารของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป เนื่องจากแต่ละบุคคลมีการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในการหล่อหลอมความคิด ความรู้สึก ความเชื่อมั่น และความต้องการที่จะมีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจ ขณะเดียวกันสภาพทางสังคมก็เป็นตัวเร่งให้บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อ

เดอเฟลอร์ (Defleur : 1966) ได้กล่าวถึงทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ว่าประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน เช่น การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบสื่อประเภทต่างๆ เป็นต้น

### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการตอบสนองของความพึงพอใจ (The Uses and Gratification)

ทฤษฎีนี้ เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร คือ ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (พีระ จิโรโสภณ, 2535 : 634)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการตอบสนองของความพึงพอใจ มีข้อตกลงเบื้องต้นดังนี้คือ

1. การแสวงหาข่าวสารของมนุษย์เป็นไปโดยความพึงพอใจของมนุษย์เอง ไม่ได้ถูกบังคับ หรือยัดเยียดให้อ่าน ให้ดู ให้ฟัง และมนุษย์สามารถหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้นๆ ได้หากเขาไม่ประสงค์
2. การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ที่อาจจะตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้
4. ความต้องการของมนุษย์จะถูกกำหนดโดยตัวมนุษย์เอง ซึ่งอาจจะเกิดจากความสนใจ แรงจูงใจต่างๆ
5. มนุษย์ทุกคนถือว่าเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

แมกซ์เวลล์ อี แมคคอมบส์ และลีปี เบคเคอร์ (Mccombs and Becker อ้างในกุนนที อนุรัตน์พันธ์, 2541 : 22-23) มนุษย์มักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์และทันสมัย
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion)
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลิน

### การวิเคราะห์ผู้รับสารสื่อมวลชน

ทฤษฎีผู้รับสารอาจแบ่งได้เป็น 3 แนวทางคือ (กาญจนา แก้วเทพ และวิลาสินี พิพิธกุล, 2539)

1. กลุ่มทฤษฎีที่ศึกษาผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร (Impact Study) ซึ่งเป็นทฤษฎียุคเริ่มแรกของสื่อมวลชนที่เชื่อในพลังของตัวสื่อว่าสามารถเปลี่ยนแปลงผู้รับสารได้ตามที่

สื่อต้องการ แต่ต้องมีความรู้ในเรื่องการจัดทำสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละกลุ่มเท่านั้น ความเชื่อเบื้องหลังกลุ่มทฤษฎีนี้มีนัยยะว่า สื่อที่ทำงานได้อย่างเอาการเอางาน (Active) ในขณะที่ผู้รับสารนั้นจะมีลักษณะตั้งรับ (Passive) และแปรเปลี่ยนไปตามที่สื่อประสงค์จะให้เป็น

2. **กลุ่มทฤษฎีเรื่องการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Users and Gratifications Approach)** กลุ่มทฤษฎีนี้มีความเชื่อที่ตรงข้ามกับทฤษฎีผลกระทบ เนื่องจากไม่เชื่อว่าผู้รับสารจะมีลักษณะตั้งรับ (Passive) และรับสารทุกอย่างที่สื่อส่งไป ในทางตรงกันข้าม ผู้รับสารกลับจะรับสารอย่างเอาการเอางาน (Active) คือมีกระบวนการเลือก และสร้างความพึงพอใจจากสื่อตามความต้องการของตนเอง

3. **ทฤษฎีเรื่ององค์ประกอบของผู้รับสาร** เนื่องจาก “มวลชน” มิใช่กลุ่มคนที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ หากทว่ามีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องผลกระทบหรือการเลือกใช้ก็ตาม ย่อมจะสัมพันธ์กับคุณลักษณะและองค์ประกอบต่างๆของผู้รับสาร เช่น อายุ การศึกษา รายได้ ศาสนา ฯลฯ

### แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” หรือในภาษาอังกฤษว่า “Attitude” (Webster : 1960) มาจากภาษาละตินว่า “APTUS” แปลว่า โน้มเอียงและเหมาะสม เมื่อนำมาใช้ในความหมายของคำว่า “Attitude” ว่าหมายถึง ท่าทีที่แสดงออกมาของคนเรา ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพของจิตใจ ได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Gordon W. Allport, 1976) นอกจากนั้นยังมีผู้ให้คำจำกัดความของ “ทัศนคติ” ไว้มากมายดังนี้

นอร์แมน แอล มัน (Norman L. Mun, 1971) ให้ความหมาย “ทัศนคติ” ว่า หมายถึง ความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวความคิดเห็น

ไซรัส เมย์ชัค และริชาร์ดสัน (Cyrus Mayshakk and E. Richardson, 1968) ให้ความหมาย “ทัศนคติ” ว่า หมายถึง ความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นภาพของพฤติกรรมหรือส่วนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวกหรือทางลบต่อสถานการณ์ บุคคล

หรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่อยู่ภายใน วัดได้จากปฏิกิริยาต่อตัวกระตุ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและจะแสดงออกทางกายภาพ

โรคิช (Rokeach, 1970) ได้ให้ความหมายของ “ทัศนคติ” ไว้ว่า ทัศนคติเป็นการผสมผสานหรือจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

คุนด์เลอร์ (Kundler, 1974) ให้คำจำกัดความว่า “ทัศนคติ” คือ ความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสังคมรอบตัวหรือแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมในทางสนับสนุนหรือต่อต้านแนวความคิด สถาบัน บุคคลหรือสถานการณ์บางอย่าง

สุชา จันทร์อม (2524) อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้ จะเป็นไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

จาระไน แกลโกศล (2529) กล่าวว่า “ทัศนคติ” คือ ความโน้มเอียงในการประเมินสัญลักษณ์ วัตถุ หรือแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งของโลกในลักษณะที่เราชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ครอบคลุมถึงความรู้และความรู้สึก อารมณ์ ทัศนคติในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ หมายถึง ส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากเหตุผล และความรู้ตามที่เป็นจริง และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการแสดงออก การมีปฏิกิริยาตอบกลับตลอดจนการประพฤติปฏิบัติต่างๆ ซึ่งทัศนคติอาจจะสะท้อนให้เห็น ในรูปของพฤติกรรม เช่น การแสดงออกโดยการกล่าวให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพราะเหตุใดเราจึงไม่ชอบหรือชอบสิ่งเหล่านั้น เป็นต้น

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) อธิบายว่า ทัศนคติ เป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ได้รับมาซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกนั้น ออกมาโดยทางพฤติกรรม ดังที่ การ์ดเนอร์ ลินเซ และเอลเลียท อาร์สัน (Gardner Lindzey and Elliot Arson) เชื่อว่าทัศนคติเป็นพลังสำคัญที่ทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมออกมา



พยอม วงศสารศรี (2526) กล่าวว่า ทักษะคิดเป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดการกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ทักษะคิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้ถ้าสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์ต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป หรือได้รับข้อมูลใหม่ โดยทั่วไปเชื่อกันว่า ทักษะคิดมีผลต่อการปฏิบัติของบุคคล

### ลักษณะสำคัญของทักษะคิด

ทักษะคิดหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ (คักรินทร์ สุวรรณโรจน์, 2540 อ้างถึงใน จุติมา เพชรรัตน์ : 2541)

1. ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบ หรือสนับสนุน
2. ความรู้สึกทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะของความไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบและไม่สนับสนุน
3. ความรู้สึกที่เป็นกลาง เป็นการแสดงออกในลักษณะกลางๆคือไม่มีความเห็นว่าพอใจหรือไม่พอใจ

การแสดงออกซึ่งความรู้สึกของบุคคล จะแสดงพฤติกรรมออกมา 2 ลักษณะคือ

1. พฤติกรรมภายนอก ซึ่งสามารถสังเกตได้ เช่น การกล่าวสนับสนุนหรือคัดค้าน การพยักหน้าแสดงความพอใจ หรือการแสดงหน้าตาท่าทางไม่พอใจ เป็นต้น
2. พฤติกรรมภายในเป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ว่าชอบ หรือไม่ชอบหรือมีความรู้สึกเป็นกลาง

### องค์ประกอบของทักษะคิด

ซิมบาโด และเอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1970) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทักษะคิดไว้ว่ามี 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล เป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกมาในขณะที่คิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่ต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า "Positive Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า "Negative Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปในทางที่ไม่ดี

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavior Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

### การเกิดทัศนคติ

เรนซิส ไลเคิร์ต (Rensis Likert, 1966) ได้ศึกษาการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่เน้นการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่าง ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ (Communication with Others) ทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆจากผู้อื่นได้ เช่น นักเรียนเคยได้รับการสั่งสอนจากครูอาจารย์ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้นักเรียนมีทัศนคติต่อการกระทำต่างๆตามที่ได้รับทราบมา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น ลูกที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่จะเลียนแบบการแสดงท่าทางในการชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามพ่อแม่ของตนไปด้วย นอกจากนั้นก็อาจจะมีการเลียนแบบผู้อื่นอีกก็ได้ เช่น เลียนแบบผู้นำความคิด นักแสดง นักร้อง ผ่านสื่อต่างๆก็ได้

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institution Factors) ทักษคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

### ลักษณะโครงสร้างของทัศนคติ (Structure of Attitude)

ชาร์ลส ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster, 1960) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างของทัศนคติ ว่ามีโครงสร้างดังต่อไปนี้

1. ขนาดหรือระดับความเข้มข้น (Magnitude or Valence) หมายถึง ระดับมากน้อยของทัศนคติ (ความชอบมาก – น้อย) ทัศนคติที่มีระดับความเข้มข้นมากจะเปลี่ยนยากกว่าทัศนคติที่มีระดับความเข้มข้นน้อย

2. ความซับซ้อน (Complexity of Attitude) หมายถึง ทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะมีความเชื่อหลายอย่างเป็นพื้นฐาน

3. อันตบสำคัญ (Centrality) ถ้าทัศนคติยิ่งฝังลึกมากเท่าใดก็ยิ่งมีความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของมากเท่านั้น

4. ความเด่น (Salience) ทัศนคติที่เด่นในความคิดคำนึงของผู้เป็นเจ้าของย่อมจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำได้ง่ายกว่าทัศนคติที่มีลักษณะตรงข้าม

### การวัดทัศนคติ

เทอร์สโตน (Thurstone, 1969) ได้สรุปคุณลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่จะต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะทำการวัดทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตามเราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้ว่าจะมีความซับซ้อนและมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม

2. ทศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง ผลรวมของความรู้สึกความโน้มเอียง อคติ ความกลัว ความคิดอื่นๆ ต่อเรื่องนั้นๆ

3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคตินั้น ทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัด จึงขอเสนอแนะว่าการกระทำของคน อาจเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็เป็นไปได้ที่คนคนนั้นอาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้นจึงยังใช้ความคิดเห็นหรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อใช้บ่งชี้ถึงทัศนคติ

4. มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในการวัดความคิดเห็น หรือการกระทำที่เราใช้เครื่องบ่งชี้ทัศนคติ แต่ความคลาดเคลื่อนระหว่างเครื่องบ่งชี้และความจริงถือว่า เป็น "สากล" (Universal)

5. ทัศนคติของคนคนหนึ่งไม่จำเป็นจะทำนายการกระทำของคนนั้นได้ถูกต้องเสมอไป

6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่วัดได้ อาจเกิดจากความผิดพลาดในการวัด ดังนั้น จึงมีแนวความคิดที่จะใช้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error of Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัด จากความเปลี่ยนแปลงของตัวทัศนคติเอง

7. ไม่สามารถใช้คำว่า "มาก" หรือ "น้อย" อธิบายทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทัศนคติมีหลายมิติ ถึงกระนั้นก็ยังผู้พยายามวัดค่าของทัศนคติในเชิงเส้นตรง (Linear Measurement)

อย่างไรก็ตามวิธีการวัดทัศนคติมีหลายวิธี แต่วิธีที่นิยมกันมาก คือ การวัดทัศนคติโดยใช้สเกล (Scale) ซึ่งเป็นวิธีที่นักจิตวิทยาเห็นว่าเป็นเครื่องมือที่วัดได้ผลเป็นที่น่าพอใจ สเกลที่ใช้วัดทัศนคติมีทั้ง Ranking Scale เป็นสเกลลักษณะแบบจัดอันดับ หรือ Rating Scale เป็นลักษณะแบบที่ให้คะแนน ซึ่งในงานวิจัยขั้นนี้ สเกลที่ใช้วัดทัศนคติคือ Likert Scale บางทีเรียกว่า Five Point Scale โดยสรุปปลายข้างหนึ่งเป็นความคิดที่เห็นด้วย และอีกข้างหนึ่งจะเป็นความคิดที่ไม่เห็นด้วยกับข้อความที่มีอยู่ในแบบสอบถามแต่ละข้อ ซึ่งแต่ละจุดในสเกล จะเป็น

คะแนนทั้งหมด เช่น ให้ 5 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยมากที่สุด ให้ 4 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยมาก ให้ 3 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยเป็นกลาง ให้ 2 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยน้อย และ ให้ 1 คะแนนถ้าตอบว่าไม่เห็นด้วยน้อยที่สุด

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**พิชัย ผดุงรัตน์** (1980 : 14 – 15) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อเพศศึกษาของนิสิตระดับปริญญาตรีปีสุดท้าย วิชาเอกสุขศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลการศึกษาพบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องเพศศึกษาไม่ดีพอแต่นิสิตส่วนมากมีทัศนคติ เช่นเดียวกับการสอนเพศศึกษา การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อเพศศึกษาเกี่ยวกับอายุเพศ สภาพการสมรสของนิสิตภาคปฏิบัติกับนิสิตภาคสมทบพบว่า นิสิตที่มีความรู้เรื่องเพศศึกษามากจะมีทัศนคติที่ดีต่อเพศศึกษา อย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

แหล่งที่ให้ความรู้เรื่องเพศศึกษาพบว่าหนังสือและสิ่งพิมพ์อื่นๆ ได้แก่ นิตยสาร วารสาร ต่างๆ เอกสาร แผ่นปลิวทั้งในแง่วิชาการและบันเทิงเริงรมย์ เป็นแหล่งที่ให้ความรู้เรื่องเพศศึกษามากที่สุด รองลงมาคือ ครู หนังสือพิมพ์ เพื่อน ภาพยนตร์ แพทย์ โทรทัศน์ วิทยู บิดามารดา โปสเตอร์ ญาติ และอื่นๆตามลำดับ

**พินิจ ศุภมาสค์อุ้งกูร** (2528) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "เพศศึกษา การวิเคราะห์เนื้อหา และการประเมินค่านิตยสารและหนังสือพิมพ์" ด้วยการศึกษาการนำเสนอนเนื้อหาเกี่ยวกับเพศศึกษา ที่นำเสนอในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ในช่วงระหว่างพฤษภาคมถึงกรกฎาคม 2527 เป็นหนังสือพิมพ์ทั้งสิ้น 18 ฉบับ และเป็นนิตยสารทั้งสิ้น 315 ฉบับ รวมทั้งสอบถามความคิดเห็นจากเยาวชนทั้งในและนอกระบบโรงเรียนจำนวน 40 ราย ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ เสนอเนื้อหาประเภทข่าวและสาระทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณาและความรู้ การศึกษา และวัฒนธรรม ในด้านเพศศึกษา เสนอความรู้ในลักษณะการตอบปัญหาทางแพทย์และปัญหาชีวิต โดยเฉพาะวิธีปฏิบัติทางเพศมากที่สุด ส่วนนิตยสาร เสนอข่าวและสาระทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้ การศึกษา วัฒนธรรม และบันเทิง ในด้านความรู้เพศศึกษาเสนอในรูปแบบนวนิยายมากที่สุด รองลงมาคือ การตอบปัญหา โดยเฉพาะเรื่องวิธีปฏิบัติทางเพศ

**อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมชิต** (2531) สํารวจอิทธิพลของนิตยสาร พบว่ามีอิทธิพลต่อตัวสตรีอย่างแน่นอน ทั้งนี้เพราะรสนิยมในการอ่านของผู้หญิงจะต่อเนื่อง เห็นยวนแน่นอนต่อหนังสือที่

ตนเองชอบ (เรียกว่าเป็น Loyal Reader) และเมื่ออ่านอย่างระะยะยาว เนื้อหาในนิตยสารก็ย่อมต้องมีอิทธิพลต่อความคิด นอกจากนั้นผู้หญิงยังใช้นิตยสารเป็นสื่อกลางในการเข้าสู่สังคม (ตัวอย่างเช่น ตามสถานที่เฉพาะของผู้หญิง เช่น ร้านเสริมสวย) สำหรับคอลัมน์พิเศษบางอย่าง เช่น สัมภาษณ์บุคคลและแฟชั่น ก็มีลักษณะให้ผู้อ่านสตรีเลียนแบบทำตามได้

**ไสลทิพย์ จารุภูมิและอรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2532)** ศึกษาบทบาทของคอลัมน์ตอบปัญหาของสตรีในสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่าคอลัมน์ดังกล่าวมีบทบาทหน้าที่หลายอย่าง เริ่มตั้งแต่ให้คำแนะนำแนวการตัดสินใจ ทำการชักชวนโน้มน้าวผู้ถาม ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของพ่อแม่ด้วยการอบรมให้ปฏิบัติตนให้เหมาะสม ทำหน้าที่เป็น Social Broker คือลดสภาวะความตึงเครียดกดดันของบุคคลให้น้อยลง แต่ท้ายสุดคือ การจัดระเบียบชุมชนให้คงอยู่กันได้

ผู้วิจัยได้อธิบายว่า อันที่จริง ไม่ว่าจะเป็ในยุคสมัยใด สตรีไทยก็คงมีปัญหาคือต้องเผชิญอยู่แล้ว แต่ทว่าแหล่งที่ปรึกษาในอดีตนั้นจะเป็นพ่อแม่ญาติพี่น้อง ซึ่งมีคำตอบในเรื่องต่างๆ โดยเฉพาะในปัญหาที่ผู้หญิงมักจะเขียนมาถามคอลัมน์ตอบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย แต่ในยุคสมัยต่อมาเมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายก็เปลี่ยนตามไปด้วย เริ่มมีเนื้อหารูปแบบใหม่ๆ เช่น หญิงและชายสามารถคบเป็นเพื่อนได้ ชายกับหญิงมีความใกล้ชิดกันมากขึ้นเมื่อผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้าน และโอกาสที่ความสัมพันธ์ทางเพศจะเกิดขึ้นก็มีมากขึ้น ต่อหน้าปัญหาใหม่ๆ เหล่านี้ แหล่งคำตอบเก่า เช่น พ่อแม่และเครือญาตินั้นไม่สามารถจะทำหน้าที่เป็นที่พึ่งได้แล้ว ผู้หญิงส่วนหนึ่งจึงหันหน้ามาพึ่งบริการจากสื่อมวลชนที่เป็นสถาบันแบบใหม่ และมีผู้พร้อมจะให้คำตอบกับสถานการณ์ใหม่ๆ แทนที่สถาบันเดิม

**วู้ดดี (Woody, 1973 : 73)** ได้สำรวจทัศนคติของเด็กวัยรุ่นในสหรัฐอเมริกาที่มีต่อเพศศึกษาในปัจจุบัน สรุปความได้ว่า เด็กมีทัศนคติเบื้องต้น 7 ประการ ซึ่งมีความสำคัญต่อเพศศึกษาทัศนคติเหล่านั้นได้แก่

1. อวัยวะสืบพันธุ์และหน้าที่ของมันไม่ใช่เรื่องน่ารังเกียจถ้าจะกล่าวถึง
2. ควรมีความเข้าใจว่าเพศของเด็กจะต้องเป็นไปตามเพศที่กำหนดมาแล้วเมื่อตอนเกิด
3. การสำเร็จความใคร่ด้วยตนเองเป็นการแสดงออกตามปกติ
4. เพศศึกษาเป็นขบวนการที่ต่อเนื่องอย่างหนึ่ง ก่อนที่เด็กจะถึงวัยรุ่นเด็กควรจะมีความเข้าใจที่ถูกต้องและสมบูรณ์เกี่ยวกับอวัยวะเพศ การสืบพันธุ์และพฤติกรรมทางเพศต่างๆ

การคุมกำเนิด ความรู้เรื่องกามโรค และองค์ประกอบทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ

5. ประโยชน์และโทษของพฤติกรรมทางเพศก่อนแต่งงาน ควรจะตื่อนำมาพิจารณา โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ตลอดจนศีลธรรม จรรยา สังเวดลัทธิ ค่านิยมของแต่ละบุคคล

6. เด็กวัยรุ่นควรจะต้องรู้ถึงเรื่องราวเกี่ยวกับการคุมกำเนิด

7. การเปิดเผยและการบอกเล่าที่ชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องเพศ เป็นสิ่งที่มีคุณค่าอย่างยิ่งในการเสริมสร้างและดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์และการเรียนรู้ถึงการที่บุคคลมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันในฐานะผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อกัน

**รูเบนสไตน์** (Rubenstein, Judith Selig 1974) ได้ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความสนใจของนักศึกษากับความรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ในเรื่องเพศศึกษาสำหรับวัยรุ่น โดยสำรวจจากนักเรียนหญิง 76 คน นักเรียนชาย 90 คน จากโรงเรียนจำนวน 5 แห่ง ในบอสตัน สหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่ามีความแตกต่างกันระหว่างนักเรียนหญิงและนักเรียนชายในเรื่องบทบาททางสังคมและเพศ โดยนักเรียนหญิงสนใจในประเด็นการสืบพันธุ์การมีเพศสัมพันธ์มากกว่าเพศชาย เช่น ในเรื่องการคุมกำเนิด การมีท้อง การรีดลูก นักเรียนชายสนใจมากในเรื่องการสืบพันธุ์ เช่น ในเรื่องกามโรค การมีเพศสัมพันธ์ ความสนุกในเรื่องเช็กส์ นักเรียนในโรงเรียนคาทอลิกมีความรู้เรื่องเพศน้อยกว่านักเรียนโรงเรียนราษฎร์เป็น 2 เท่า และจากการวิเคราะห์ในหนังสือเกี่ยวกับเพศศึกษาพบว่าหนังสือที่จัดพิมพ์ขึ้นสำหรับ Junior High School จำนวน 31 เล่ม มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องการมีท้อง เพศสัมพันธ์ กามโรค การคุมกำเนิด และเรื่องรัก เป็นจำนวนมากและเป็นจุดที่เน้นมากที่สุดหนังสือ

จากรายงานของยูเนสโกว่าด้วยเรื่อง "สื่อมวลชน : ภาพลักษณ์ บทบาท และเงื่อนไขทางสังคมของสตรี" ของ ไมเก้ คอลแมนและกิดู ฟอคคอนเนียร์ (Mieke Ceulemans and Guido Fauconnier (2535) พบว่า นิตยสารเป็นสื่อที่แตกต่างจากสื่ออื่นๆ เพราะเป็นสื่อที่ทำด้วยผู้หญิง เพื่อให้ผู้หญิงอ่านและมีเรื่องราวว่าด้วยผู้หญิง ดังนั้นจึงมีบทบาทอย่างสูงมากในการอบรมปลูกฝังผู้หญิงในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องชีวิตส่วนตัวหรือความคาดหวังในชีวิตการงาน และยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างภาพของผู้หญิงในสังคมที่จะมีผลต่อการรับรู้ "ความเป็นหญิง" ของผู้อ่าน โดยเฉพาะในสถานการณ์ของประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งสตรีมีโอกาสทางการศึกษาในระบบเพียงเล็กน้อย นิตยสารสตรีจะทำหน้าที่เป็นทั้งแหล่งการศึกษานอกระบบ และเป็นแหล่ง

สารสนเทศที่สำคัญ การทำหน้าที่ของนิตยสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับการยกระดับสถานภาพของสตรีในสังคมว่าจะเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

### สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับผู้หญิง พบว่า นิตยสารเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้หญิงมากที่สุด นอกจากนั้นยังเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้หญิงในการก้าวสู่โลกภายนอก และเปิดรับความทันสมัย เหตุที่ผู้หญิงชอบอ่านนิตยสารก็เพราะ หญิงมีความสนใจร่วมกัน ผู้หญิงชอบเรื่องเบาสมอง ชอบดูภาพสวยๆงามๆ ผู้หญิงมีเวลาว่างและมีกำลังซื้อ

นอกจากนั้นนิตยสารผู้หญิงยังประกอบด้วยเนื้อหาสาระที่หลากหลาย ซึ่งผู้หญิงสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงบุคลิกภาพ และปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในหลายด้าน อันรวมถึงทัศนคติในเรื่องเพศที่สอดแทรกอยู่ในคอลัมน์ต่างๆของนิตยสาร ซึ่งการเปิดรับขึ้นอยู่กับลักษณะประชากรด้วย เช่น ผู้หญิงที่พออ่านออกเขียนได้ จะอ่านนิตยสารประเภทใดประเภทหนึ่งอย่างแน่นอน

การเปิดรับเนื้อหาสาระทางเพศในนิตยสารผู้หญิง จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระดับการศึกษา ศาสนา รายได้ อาชีพ ภูมิฐานะ รวมทั้งความถี่และปริมาณในการเปิดรับ สถานที่เปิดรับ เนื้อหาที่เปิดรับ และเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่เปิดรับ