



ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา “อิทธิพลของมิวสิกวิดีโอในฐานะโฆษณาแฝงที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่น” ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ คือ

1. กลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับเพลงและมิวสิกวิดีโอ
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะ รูปแบบและบทบาทของมิวสิกวิดีโอ
 - 1.2 แนวคิดเรื่องบทบาทของเพลงในการสร้างสังคมประภคิต (Socialization)
2. กลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอและสื่อมวลชน
 - 2.1 ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริง (Cultivation Theory)
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอ
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน
3. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสารจากสื่อมวลชน (Media Exposure)
4. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม
5. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม
6. แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น
7. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
8. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้แต่ละทฤษฎี แนวคิดหรือผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียดเป็นดังนี้คือ

1. กลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับเพลงและมิวสิกวิดีโอ

ประกอบด้วย 2 แนวคิดคือ

- 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะ รูปแบบและบทบาทของมิวสิกวิดีโอ
- 1.2 แนวคิดเรื่องบทบาทของเพลงในการสร้างสังคมประภคิต (Socialization)

ตั้งแต่แต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะ รูปแบบและบทบาทของมิวสิกวิดีโอ

ในปัจจุบันมิวสิกวิดีโอไม่ได้เป็นเพียงแฟชั่นหรือสิ่งซึ่งไม่เป็นสาระในยามว่าง แต่มิวสิกวิดีโอได้กลายเป็นผู้บุกเบิกและเปลี่ยนรูปโฉมของโทรทัศน์ให้กว้างไกลออกไปกว่าเดิม ทั้งนี้เพราะมิวสิกวิดีโอได้ทำลายขอบเขตเดิมของสื่อโทรทัศน์ด้วยหน้าที่ความเป็นโฆษณาส่งเสริมการขายเทปและแผ่นเสียง ทำให้ความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์ธรรมดากับโฆษณาถูกลบลง Wollen (1986) ซึ่งเห็นว่ามิวสิกวิดีโอเป็นสื่อผสมชนิดพิเศษระหว่างโฆษณาและรายการโทรทัศน์ด้วยภาพที่ปรากฏต่อสายตาเหมือนโฆษณาในขณะที่เสียงเพลงในมิวสิกวิดีโอ นั้นเป็นตัวอย่างของสินค้า

มิวสิกวิดีโอได้แทรกซึมไปตอมสถานที่ต่างๆ อาทิ โรงภาพยนตร์ ห้างสรรพสินค้า แหล่งบันเทิงยามราตรี ฯลฯ ความแพร่หลายของมิวสิกวิดีโอทำให้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของแฟชั่น โฆษณาหรือแม้แต่การรณรงค์ทางการเมือง (พลพงศ์ สุวรรณวาทีน, 2536: 25)

Aufderheider (1986) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่และความสำคัญของมิวสิกวิดีโอไว้ดังนี้คือ

1. มิวสิกวิดีโอมีบทบาทในการเสนอสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ อารมณ์และวัฒนธรรมวัยรุ่น
2. มิวสิกวิดีโอเป็นพื้นฐานทางการตลาดของเพลงสมัยนิยม
3. มิวสิกวิดีโอมีรูปแบบเฉพาะที่ใช้เป็นสื่อเพื่อการโฆษณาส่งเสริมการขายของบริษัทเทป
4. มิวสิกวิดีโอมีอิทธิพลในการสร้างความฝัน จินตนาการและวัฒนธรรมของวัยรุ่น

ความเกี่ยวข้องระหว่างมิวสิกวิดีโอและอิทธิพลต่อวัฒนธรรมของวัยรุ่นแสดงให้เห็นถึงลักษณะของผลิตผลทางการสื่อสารมวลชนในยุคหลังสมัยใหม่ที่มีแนวคิดว่ายุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernist Culture) เป็นวัฒนธรรมแห่งการแสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึกซึ่งปรากฏอย่างโดดเด่นในผลงานมิวสิกวิดีโอ

นิโลบล โควาพิทักษ์เทศ (2535: 18) กล่าวว่ามิวสิกวิดีโอเป็นแรงผลักดันที่สำคัญยิ่งในการขายเพลง สำคัญมากกว่าเสียงร้องและตัวบทเพลงเอง มิวสิกวิดีโอสามารถเสนอภาพลักษณ์ของศิลปินนักร้องและลีลาการแสดงออกที่โดดเด่น สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ซื้อหาเทป

เพลงชุดนั้นมาฟัง ซึ่งรูปแบบของมิวสิกวิดีโอที่ปรากฏในวงการเพลงไทยสมัยนิยม แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ

1. การเสนอภาพลีลาการเต้นและการร้องของศิลปินนักร้อง
2. การเสนอเป็นเรื่องราว มี 2 ลักษณะคือ การบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับเพลงๆ นั้นและการเสนอเรื่องราวเป็น Mini Seiries ที่มีการแสดงของตัวละครและบทพูดประกอบ

ด้วยอิทธิพลที่มีต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้ฟัง มิวสิกวิดีโอจึงพยายามนำเสนอภาพลักษณ์มากกว่าที่จะเล่าเรื่อง การดำเนินเรื่องราวมักสะท้อนความฝันและจินตนาการด้วยวิธีการทางศิลปะทำให้รูปแบบของมิวสิกวิดีโอจึงแตกต่างกันไป (พลพงษ์ สุวรรณวาทีน, 2536: 25)

Abt (1987) ได้วิเคราะห์รูปแบบของมิวสิกวิดีโอซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 แบบคือ

1. มิวสิกวิดีโอที่สร้างจากความคิดและจินตนาการของผู้ประพันธ์เพลง โดยดูเนื้อหาของเพลงเป็นหลัก
2. มิวสิกวิดีโอที่สร้างจากจุดสำคัญของเพลงหรือเนื้อหาโดยตรงที่ไม่ใช่จินตนาการ
3. มิวสิกวิดีโอที่ใช้จินตนาการและเนื้อหาหลักของเพลงผสมกัน
4. มิวสิกวิดีโอที่มีลักษณะเป็นความคิดฝันที่เป็นนามธรรม (Abstract) ที่ไม่กลมกลืนกับเนื้อหาของเพลง

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะรูปแบบและบทบาทของมิวสิกวิดีโอผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพื่อที่จะสามารถเข้าใจตั้งแต่ละองค์ประกอบของมิวสิกวิดีโออันจะสามารถมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่ออันเกิดจากการรับชมมิวสิกวิดีโอได้

1.2 แนวคิดเรื่องบทบาทของเพลงในการสร้างสังคมประกิต (Socialization)

เพลง หมายถึง "สำเนียงขับร้อง ทำนองดนตรี" และดนตรี หมายถึง "เสียงที่ประกอบกันเป็นทำนองเพลง เครื่องบรรเลงที่มีเสียงดังทำให้รู้สึกเพลิดเพลินหรือเกิดอารมณ์รัก โศกหรือรันทมนต์ เป็นต้น ได้ตามทำนองเพลง" (ราชบัณฑิตยสถาน, 493)

วันชัย ณะวังน้อย (2524: 43-44) ได้เสริมความหมายของดนตรีว่าดนตรีเป็นวิทยาศาสตร์ และศิลปกรรมของการรวมเสียงเข้าด้วยกันอย่างมีจังหวะจะโคน ซึ่งเสียงจะรวมทั้งเสียงของมนุษย์ และเครื่องดนตรีด้วยการสอดแทรกท่วงทำนองและการประสานเสียงเพื่อแสดงออกถึงอารมณ์ ทั้งนี้ ดนตรีเป็นศิลปะที่เกี่ยวกับเสียงโดยใช้การบรรเลงของเครื่องดนตรีหรือเสียงขับร้องเป็นสื่อ ทำให้ผู้ฟัง เกิดความรู้สึกสะเทือนใจ เกิดอารมณ์สอดคล้องต้องกันไปกับบทเพลงที่รับฟัง

ดังนั้นคำว่าดนตรีและเพลงจึงเป็นคำที่ใช้แทนความหมายกันได้ เพราะต่างก็ประกอบด้วย จังหวะ (Rhythm) ทำนอง (Melody) ระดับน้ำเสียง (Tone Colour) และการประสานเสียง (Harmony) รวมทั้งเนื้อร้อง (อารีพร อำนวยกิจเจริญ, 2533: 15)

ส่วนสังคมประกิตหรือภาษาอังกฤษที่เรียกว่า "Socialization" หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ บทบาท สถานภาพ ค่านิยมและปทัสถานในการอยู่ร่วมกับสถาบันทางสังคม (Brinkerhoff และ White, 1985: 118) ซึ่งกระบวนการเรียนรู้นี้อาจมาจาก 2 แนวทางคือ

1. กระบวนการเรียนรู้โดยภาวะการเจริญเติบโตตามวัย (Primary Socialization) โดยมีต้นแบบมาจากสมาชิกในครอบครัว (The Membership Group) โดยเฉพาะพ่อและแม่
2. กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ (Secondary Socialization หรือ Resocialization หรือ Adult Socialization) ซึ่งอาจจะเรียนรู้จากเพื่อน โรงเรียน สื่อมวลชน กลุ่มอาชีพ ที่เรียกว่ากลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นต้น

เนื่องจากวัยรุ่นอยู่ในช่วงของการไม่แน่ชัดในบทบาทระหว่างเด็กและผู้ใหญ่จึงทำให้วัยรุ่น พยายามลดการพึ่งพิงจากครอบครัว ต้องการมีอิสระมากขึ้น เริ่มมีการขัดแย้งกับครอบครัว จึงต้องการหาคนที่สร้างความมั่นใจในบทบาทและสถานภาพของตนเองโดยการมีกลุ่มอ้างอิงเพื่อที่วัยรุ่นจะได้ถือเอาเป็นแบบอย่าง (Identification) ในทิศทางที่ตนเองได้รับการยอมรับจากผู้อื่นที่มองตนเอง (Self-Concept) และภาพลักษณ์ของวัยรุ่น ซึ่งวัยรุ่นส่วนใหญ่ถือเอาแบบอย่างศิลปินนักร้อง นักแสดงที่ตนชื่นชอบเป็นอันดับแรก รองลงมาคือบิดามารดา (พิศมัย วิบูลย์สวัสดิ์, 2510: บทคัดย่อ)

ดังนั้นอิทธิพลของเพลงและศิลปินนักร้องสามารถสร้างกระบวนการสังคมประกิตได้ 2 ลักษณะคือ

1. การเอาเป็นแบบอย่าง (Identification) หมายถึง กระบวนการติดต่อกับบุคคลอื่น อาจจะเป็นคนหรืออาจจะเป็นสถาบันที่เรายึดถือเอามาเป็นแบบอย่าง โดยเราจะเลียนแบบทัศนคติ คุณค่า และพฤติกรรมอื่นๆ ของกลุ่มนั้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือเอาเป็นแบบอย่าง (เบญญา จิรภัทรพิมล, 2516: 23-24) ได้แก่

- ความเป็นจริงทางด้านชีววิทยาเกี่ยวกับเพศและความมีจิตใจโอนเอียงไปในพฤติกรรมบางแบบ
- สังคมมีแรงดันที่จะให้เด็กถือเอาเป็นแบบอย่างเข้ากับเพศของตนเอง
- ระดับอารมณ์ของวัยรุ่นที่จะเป็นไปตามบุคคลที่เขาถือเอาเป็นแบบอย่าง ระดับสูง-ต่ำของอารมณ์นั้นมีผลต่อการถือเอาเป็นแบบอย่างของวัยรุ่น
- ขอบเขตความต้องการของวัยรุ่นที่ได้รับความพอใจจากบุคคลที่เขาถือเอาเป็นแบบอย่าง
- ระดับความคุ้นเคยของ Identifier ที่มีต่อ Identified Person
- ความแจ่มแจ้งในบทบาทของ Identified Person
- ทัศนคติของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ Identified Person
- ความสามารถของวัยรุ่นที่จะแสดงตัวให้เหมือนกับบุคคลที่เขาถือเอาเป็นแบบอย่าง
- การที่วัยรุ่นมีความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะขัดแย้งหรือเห็นด้วยกับแบบแผนที่กำหนดขึ้น

2. ภาพลักษณ์ของวัยรุ่นหรือการรู้ตนเอง (Self-Image หรือ Self-Concept) หมายถึง การเรียนรู้จากการที่คนอื่นรับรู้ (Perceive) ความเป็นตัวเรา ดังนั้นภาพลักษณ์ (Image) ที่เกิดขึ้นจึงเป็นการประเมินคุณค่าที่สะท้อนมาจากสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวเรา (เบญญา จิรภัทรพิมล, 2516: 25)

Self-Image ของวัยรุ่นจึงเป็นการประเมินบุคลิก พฤติกรรมและบทบาทของวัยรุ่นซึ่งมาจากผลสะท้อนความคิดของคนอื่นที่มีต่อวัยรุ่น แล้วตัววัยรุ่นก็ปรับตัวเข้ากับสิ่งที่คนทั่วไปมอง (Self-Image) เพราะว่ามีมนุษย์มีการติดต่อสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) ที่จะเจรจาและแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน

การที่วัยรุ่นจะถือเอาเป็นแบบอย่างโดยเลียนแบบแนวความคิด ทัศนคติและพฤติกรรมของเพลงหรือศิลปินนักร้องมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของวัยรุ่นซึ่งประกอบด้วย การรู้ตนเอง (Self-Concept) และความภาคภูมิใจในตนเอง (Self-Esteem) และยังขึ้นอยู่กับความ

สัมพันธ์กับครอบครัวของวัยรุ่น และลักษณะทางจิตวิทยาของวัยรุ่นในการเลือกเปิดรับข่าวสาร ทั้งนี้แนวคิดเรื่องบทบาทของเพลงในการสร้างสังคมประภคจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถใช้เป็นกรอบในการศึกษาถึงอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอได้รัดกุมและตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษามากขึ้น

2. กลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอและสื่อมวลชน

ประกอบด้วย 3 แนวคิดคือ

2.1 ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริง (Cultivation Theory)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน

ซึ่งแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริง (Cultivation Theory)

ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริงจากสื่อที่นำเสนอทัศนคติพื้นฐานแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวิถีชีวิต วิธีคิดและสำนึกร่วมของผู้คนในสังคม

Gerbner ในฐานะของผู้บุกเบิกทฤษฎีดังกล่าวได้เสนอแนวคิดที่ว่าสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ซึ่งได้กลายเป็นศูนย์กลางของชีวิตประจำวันของประชาชนไปแล้วนั้นเป็นตัวการสำคัญในการกำหนด "สิ่งแวดล้อมทางสัญลักษณ์" เป็นตัวนำข่าวสารส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับประสบการณ์ในชีวิตบุคคล และเป็นช่องทางหลักในการเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตมากกว่าช่องทางอื่นๆ เช่น ประสบการณ์ตรงหรือการบอกเล่าจากผู้อื่น รวมทั้งใช้วิธีการอื่นๆ อีกหลายอย่างที่ทำให้เรารู้จักโลก (Morgan และ Signorielli, 1990: 16-17)

ในทัศนะของ Gerbner นั้น ข่าวสารจากโทรทัศน์มีลักษณะเบี่ยงเบนอย่างชัดเจนจาก "ความเป็นจริง" ในหลายแง่หลายมุม อย่างไรก็ตามหากผู้รับมีการเปิดรับโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ ก็เท่ากับว่าผู้รับสารนั้นได้ยอมรับทัศนะที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคม หลักฐานยืนยันของทฤษฎีนี้มาจากการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบของโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกาที่ทำต่อเนื่องกันเป็นเวลาถึง 20 ปี

และได้แสดงให้เห็นว่าโทรทัศน์มีการบิดเบือนความเป็นจริงอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องครอบครัว การงาน บทบาท อายุ ความตาย การศึกษา ความรุนแรง อาชญากรรม

ผลการวิจัยของ Gerbner ได้ให้สูตรสั้นๆ สรุปข้อค้นพบว่าโทรทัศน์ได้มีบทบาทในลักษณะของ 3B (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 277-278) คือ

1. Blurring กล่าวคือ โทรทัศน์ได้ค่อยๆ ลบภาพหรือทำให้โลกของความเป็นจริงที่คนเคยมี (ซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ตรงหรือเรียนรู้จากแหล่งอื่นๆ ที่ไม่ใช่สื่อ) ให้จางหายไป
2. Blending โทรทัศน์ได้ค่อยๆ ผสมความเป็นจริงของคนเข้ากับกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในโทรทัศน์
3. Bending โทรทัศน์ได้ค่อยๆ โน้มให้โลกของคนเป็นไปตามกระแสหลักที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของโทรทัศน์เอง

ในที่นี้อาจสรุปได้ว่าเนื้อหาสำคัญของกระบวนการปลูกฝังความเป็นจริง (Cultivation Theory) คือ การโฆษณาเผยแพร่และรับเอาทัศนคติจากโทรทัศน์นั่นเอง แหล่งหลักฐานที่สำคัญที่สนับสนุนทฤษฎีนี้มาจากการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติที่ดูเหมือนจะสนับสนุนความเชื่อที่ว่า "ยิ่งเปิดรับสื่อมากเท่าไร ก็ยิ่งมองโลกสอดคล้องกับเนื้อหาที่อยู่ในสื่อมากขึ้นเท่านั้น" (ศิริชัย ศิริกา ยะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 315)

ผลการวิจัยที่มาจากการเก็บข้อมูลระยะยาวของทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริงมักจะทำให้ข้อสรุปว่าสื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์นั้นมีบทบาทในการปลูกฝังโลกที่เป็นจริงให้แก่บุคคลซึ่งจะเกิดข้อสงสัยต่อว่าโทรทัศน์ทำเช่นนั้นได้อย่างไร? ซึ่งแนวคำตอบมีดังนี้คือเนื่องจากธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์เองที่ McLuhan (1964) เคยกล่าวว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มาบ่อย มาแรง มาเร็วและลักษณะที่ซ้ำกัน (Re-Petition) ของโทรทัศน์เอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 283-284)

กาญจนา แก้วเทพ (2541: 277-278) ได้เสริมและขยายแนวคำตอบต่อว่าโทรทัศน์สามารถปลูกฝังความเป็นจริงได้โดยอาจจะมาจากฝ่ายผู้รับสาร คือ แบบแผนการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของผู้รับสารนั้นมักเป็นแบบไม่จำเพาะเจาะจง (Non-Selective) กล่าวคือ จะเปิดดูทุกๆ ที่ไม่ได้มีความตั้งใจจะเลือกดูรายการใดเป็นพิเศษ ลักษณะดังกล่าวทำให้อัตราการเปิดรับมีสูง หรืออาจเรียกว่าเป็นการดูแบบพิธีกรรมเพราะความคุ้นเคย (Ritual Viewing) ดังที่ปรากฏในชีวิตประจำวันว่าคนเราส่วนใหญ่เมื่อเข้ามาในบ้านก็จะเปิดโทรทัศน์เอาไว้และดูไปเรื่อยๆ เพราะความเคยชิน

เหตุผลอีกประการหนึ่งมาจากธรรมชาติที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับรายการโทรทัศน์ (Uniformity Nature) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่ารายการข่าว เกมโชว์ สารคดี ไม่ว่าจะ เป็นของช่องใด ยุคสมัยใด โดยหลักใหญ่ๆ แล้วจะเป็นแบบแผนเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้นโลกที่โทรทัศน์สร้างมาห่อหุ้มตัวบุคคลจึงลึกลงไปทิศทางเดียวกัน

กลวิธีในการปลูกฝังนั้นอาจจะมี 2 แบบ ซึ่งแบบแรกเรียกว่า "แบบวิธีหลัก" (Mainstreaming) จะเป็นของกรณีพวกที่ใช้โทรทัศน์อย่างมาก (Heavy Users) ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อคนกลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่ของชีวิตนั่งเฝ้าจอโทรทัศน์ พวกเขา่อมได้รับข้อมูล แนวคิดและสัญลักษณ์จากโทรทัศน์ซึ่งสามารถผูกขาดแหล่งข่าวสำหรับชีวิตคนกลุ่มนี้ได้ เช่น ถ้าเราเฝ้าดูแต่หนังประเภท Court Film จากโทรทัศน์ ซึ่งแสดงให้เห็นความไม่ยุติธรรม ความฉ้อฉล ช่องโหว่ของกฎหมาย ฯลฯ ที่ปรากฏอย่างต่อเนื่องในหนังเรื่องแล้วเรื่องเล่าโดยที่ชีวิตจริงของเราอาจไม่เคยต้องไปข้องแวะกับกระบวนการศาลยุติธรรมเลย คงเป็นเรื่องหลีกเลี่ยงได้ยากที่โลกแห่งความเป็นจริงใน ส่วนที่เกี่ยวข้องกับระบบศาลของเราจะผิดแผกแตกต่างไปจากแนวคิดที่ปรากฏในภาพยนตร์โทรทัศน์

แบบวิธีที่ 2 เรียกว่า "Resonance" ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ชมเลือกเอาแต่เนื้อหาในโทรทัศน์ เฉพาะส่วนเดียวที่รองรับประสบการณ์ในชีวิตจริงของเขา เช่น คนที่เคยเห็นเพื่อนบ้านได้รับความยุติธรรมจากระบบศาล ก็จะไม่เลือกดูแต่เนื้อหาที่ว่าด้วยความไม่ยุติธรรมของศาลจากรายการในโทรทัศน์ ดังนั้นจึงเท่ากับเขาถูกปลูกฝังความเป็นจริงถึง 2 ชั้นทั้งจากประสบการณ์จริง (ที่จำกัด) และประสบการณ์ผ่านสื่อ (ที่เลือกรับมาเฉพาะส่วน)

เหตุผลประการสุดท้ายก็คือคุณสมบัติของโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกที่ผ่านสื่อซึ่งถืออำนาจต่อการเรียนรู้ของคน ในขณะที่โลกแห่งความเป็นจริง (Real World) นั้นเป็นสิ่งที่อยู่ห่างไกลที่จะเข้าถึง เป็นโลกที่เต็มไปด้วยความสลับซับซ้อน แต่ในโลกของโทรทัศน์กลับเป็นโลกที่อยู่ใกล้ ประชิดตัวและเป็นโลกที่เรียบง่ายจึงสะดวกต่อการทำความเข้าใจ (Simplified) ด้วยเหตุนี้จึงน่าจะเป็นเหตุที่ทำให้คนถูกปลูกฝังและเรียนรู้จากโลกของโทรทัศน์มากกว่าจากโลกแห่งความเป็นจริง

แต่ทั้งนี้จากข้อเสนอของทฤษฎีดังกล่าว นักวิจัยหลายท่านได้ตั้งข้อสงสัยถึงความน่าเชื่อถือ หลายคนได้ตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับการตีความเนื้อหาสาระจากโทรทัศน์ (Newcomb, 1978 อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 315) รวมทั้งความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างข้อมูลของการใช้โทรทัศน์ ข้อมูลของค่านิยมและความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกัน (Hughes, 1980 อ้างถึงใน ศิริชัย

ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 316) นอกจากนั้นก็ยังมีเหตุผลชวนให้สงสัยว่าผลของการปลูกฝังความเป็นจริงจากสื่อมวลชนนั้นจะเกิดขึ้นในที่อื่นๆ ที่ไม่ใช่สหรัฐอเมริกาหรือไม่

แต่ภายหลังจากการศึกษาข้อมูลในประเทศอังกฤษ แคนาดาและสวีเดนแล้ว พบว่าไม่มีข้อมูลสนับสนุนทฤษฎีดังกล่าวโดยตรง แต่อย่างน้อยก็ไม่สามารถปฏิเสธทฤษฎีนี้ได้ ในท้ายสุดนี้ก็คงจะต้องกล่าวว่าไม่ว่าทฤษฎีนี้จะเป็นจริงไปได้มากน้อยเพียงใดก็ตาม ก็คงจะเป็นไปไม่ได้ที่จะยืนยันข้อสรุปของทฤษฎีนี้ได้อย่างหนักแน่นเต็มที่ ทั้งนี้เนื่องมาจากความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสัญลักษณ์ พฤติกรรมของผู้ชม ทักษะของผู้ชมนั้นมีลักษณะเป็นความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนและบรรดาตัวแปรเหล่านี้ย่อมมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นภูมิหลังทางสังคมเข้ามามีอิทธิพลแทรกซ้อนจำนวนมากมายมหาศาล (ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 316)

ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริง (Cultivation Theory) จะเป็นกรอบที่ผู้วิจัยเลือกใช้เพื่อทำการศึกษาถึงอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์แห่งการสื่อสารมวลชนและในขณะเดียวกันก็เป็นชิ้นงานโฆษณาเพลงที่ได้รับการเผยแพร่ออกอากาศผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นหลักว่าจะมีผลกระทบทางด้านการหล่อหลอมโลกทัศน์ของมิวสิกวิดีโอแก่ผู้รับชมหรือไม่ อย่างไร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอ

มิวสิกวิดีโอนอกจากจะเป็นสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพลงแล้วมิวสิกวิดีโอได้มีอิทธิพลหรือผลกระทบต่อผู้รับชมดังต่อไปนี้

1) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอกับมุมมองในฐานะการเป็นผู้ให้การศึกษา ความรู้

นอกจากเพลงจะมีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างแล้ว The American Academy of Pediatrics (AAP) (1996: 219-221) ยังได้รายงานว่าการมีผลต่อวัยรุ่นในการสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง (Identity) และช่วยให้วัยรุ่นรู้จักวัฒนธรรมของสังคมและวัฒนธรรมย่อยของตัวเอง

Harvey (1990: 40 อ้างถึงใน Walker และ Bender, 1994: 64-79) กล่าวว่ามิวสิกวิดีโอดูเหมือนว่าจะอุดมไปด้วยความหมายต่างๆ มากมาย ซึ่งผู้รับชมมิวสิกวิดีโออาจจะมีความต้องการที่จะแปลความหมายของเนื้อหาภาพที่นำเสนอในมิวสิกวิดีโอ

ทั้งนี้ผู้ชมมิวสิกวิดีโอสามารถเรียนรู้การเต้นรำ การแต่งตัว การปฏิบัติตัวในสังคม ตลอดจนการเรียนรู้ถึงความต้องการและอารมณ์ใหม่ๆ และในบางครั้งผู้ชมมิวสิกวิดีโอเหล่านั้นยังพบวัตถุสิ่งของและรูปแบบการแสดงออกถึงอารมณ์และความต้องการใหม่ๆ ด้วย (Grossberg, 1993: 189)

Walser (1993: 156) ได้กล่าวถึงการสร้างรูปแบบบทบาททางเพศในเพลงและมิวสิกวิดีโอของเพลงประเภท Heavy Metal ว่าเพลงประเภทดังกล่าวไม่ได้มีความสำคัญเพียงแค่การสร้างหรือนำเสนอความบันเทิงในรูปแบบดนตรีเท่านั้น แต่ที่สำคัญกว่านั้นเพลงหรือดนตรีต่างๆ ได้สอนคนมากกว่าสื่อวัฒนธรรมใดๆ อาทิ การสอนในเรื่องของความขัดแย้ง การสนทนาและเสนอให้เห็นถึงความถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและความถูกต้องทางกฎหมาย ตลอดจนการสอนให้คนรู้จักการสร้าง บำรุงรักษาเกียรติยศชื่อเสียง ซึ่งทั้งหมดประกอบเป็นกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม

2) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอกับมุมมองในฐานะการเป็นเครื่องมือทางการตลาด

เพลงเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลและพวกที่เป็นผู้นำกระแสความเปลี่ยนแปลง (Trendsetter) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่นและมีอำนาจการซื้อสูงจะแสดงออกตามเทรนด์เพลงที่พวกเขาเปิดรับ อาทิ เพลงแนวฮิปฮอป (Hip-Hop) ซึ่งจะมีบทบาทและอิทธิพลในการกระตุ้นกลุ่มผู้ซื้อในเขตชานเมืองของสหรัฐอเมริกาได้เป็นอย่างดี ดังนั้นเพลงจึงถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเช่นการที่นักออกแบบเสื้อผ้ายี่ห้อชั้นนำของโลก อย่าง Tommy Hilfiger, DKNY, Versace ต่างพยายามที่จะให้ศิลปินนักร้องฮิปฮอปใส่เสื้อผ้ายี่ห้อสินค้าของตนลงไปในเนื้อเพลง (Lopiano-Misdorn และ DeLuca, 1996: 16)

Spiegler (1996: 28-34) ได้เสริมแนวคิดถึงการประยุกต์ใช้เพลงเป็นเครื่องมือการตลาดว่า บริษัทเจ้าของสินค้าต่างๆ พยายามที่จะยึดเหนี่ยวเสื้อผ้ายี่ห้อสินค้าของตนลงผสมผสานเข้าไปกับกระแสดนตรีฮิปฮอป (Hip-Hop) ในช่วงทศวรรษ 1990 เพราะเพลงประเภทดังกล่าวได้สร้างกระแสและมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นในสหรัฐอเมริกา วัยรุ่นจำนวนมากเลียนแบบศิลปินนักร้องและภาพเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอประเภทเพลงดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตัว การแสดงออก การใช้ภาษาจนเป็นส่วนหนึ่งของกระแสวัฒนธรรมวัยรุ่นเป็นต้น ส่วนสินค้าที่ศิลปินนักร้องใช้ก็จะเป็นที่นิยมของวัยรุ่น อาทิ หมวกแก๊ป อุปกรณ์กีฬา กางเกงยีนส์แบบตัวใหญ่หลวม

จากการสำรวจของบริษัท Neilson ในปี 1983 พบว่า MTV มีอิทธิพลในการทำให้ผู้ชม MTV จำนวน 63% ตัดสินใจซื้ออัลบั้มเพลงและพบว่าผู้ซื้ออัลบั้มเพลงจำนวน 4 ใน 9 คนตัดสินใจ

ซิงเกิ้ลเพลงๆ ที่จัดทำโดยบริษัทผู้ผลิตเพลงๆ นั้นและได้รับการนำเสนอผ่าน MTV (Levy, 1983: 34)

“Daily Variety” หนังสือพิมพ์รายวันของสหรัฐอเมริกาได้อ้างถึงงานสำรวจชิ้นหนึ่งที่ให้ผลยืนยันว่าผู้ชมรายการ MTV ได้รับอิทธิพลต่อการซื้ออัลบั้มเพลงมากกว่าได้รับอิทธิพลจากสื่อวิทยุ การชมคอนเสิร์ต (Concert) หรือจากการโฆษณาเพลงโดยตรง (Hayes, 1984 อ้างถึงใน Berland, 1993: 35) ทั้งนี้ Abt (1987) ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าการรับชมมิวสิกวิดีโอจะทำให้ผู้ชมซื้ออัลบั้มเพลงและสินค้าตลอดจนอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ไปสเตอร์ เสื้อยืด เป็นต้น

ทั้งนี้เทคนิคหรือกลยุทธ์การตลาดรูปแบบใหม่ในการทำธุรกิจเพลงในสหรัฐอเมริกาได้แก่การนำมิวสิกวิดีโอเข้าไปใน Home Video ที่ให้เช่า ซึ่งพบว่ามิวสิกวิดีโอดังกล่าวจะช่วยกระตุ้นยอดขายอัลบั้มเพลงนั้นๆ และถือว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ Home Video ด้วยเทคนิคนี้จะช่วยสร้างความตระหนักและกระตุ้นให้เกิดการซื้อของผู้ที่ไม่ได้ตั้งใจจะซื้ออัลบั้มเพลงนั้นๆ นอกจากนี้เทคนิคนี้ถือว่าเป็นการเปิดโอกาสให้แก่บริษัทผู้ดำเนินธุรกิจเพลงในการประชาสัมพันธ์ศิลปินนักร้องที่คลื่นวิทยุหรือ MTV เหมินเฉยในการเผยแพร่ผลงานของศิลปินดังกล่าว (Rosen และ Paige, 1992: 12-13)

3) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอกับมุมมองในฐานะการสร้างกระแสความนิยมและวัฒนธรรม

เพลงหรือมิวสิกวิดีโอนอกจากจะเป็นสื่อบันเทิงแล้ว เนื้อหาสาระของสิ่งดังกล่าวยังสร้างกระแสนิยมและวัฒนธรรมด้วย อาทิ การเกิดขึ้นของดนตรี Rock & Roll ในประเทศออสเตรเลียช่วงทศวรรษ 1950 นับเป็นปรากฏการณ์ที่ทำลายกระแสวัฒนธรรมการแสดงออกทางเพศของความ เป็นชาย (Masculinity) ทั้งนี้ศิลปินนักร้องชายได้แสดงออกทางเพศอันเป็นการละเมิดวัฒนธรรมสมัยนั้น โดยศิลปินดังกล่าวได้แสดงออกถึงอารมณ์บนเวทีผ่านท่วงท่าร่างกายที่เข้ายวนทางเพศวัยรุ่นออสเตรเลียต่างพยายามที่จะเลียนแบบลักษณะนี้และยึดเป็นกระแสวัฒนธรรมที่สำคัญ (Evans, 1998: 125-137)

นอกจากนี้ Rice (1981: 65 อ้างถึงใน Englis, Solomon และ Olofsson, 1993: 21-33) ได้เสริมว่าวีรบุรุษ (Hero) ในยุควัฒนธรรมชาวบ้าน (Popular Culture) มักจะเป็นศิลปินนักร้อง นักแสดงที่ปรากฏตัวอยู่ในภาพยนตร์ โทรทัศน์หรือเวทีคอนเสิร์ตอาจกลายเป็นรูปแบบสัญลักษณ์ที่ เกิดการเลียนแบบได้ เช่น การเลียนแบบเครื่องใส่ประดับของ Madonna ทั้งนี้วีรบุรุษดังกล่าวนี้จะมี

อิทธิพลต่อวัยรุ่นในด้านกริยาการแสดงออก (Verbal Expression) รสนิยมในทรงผม เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย แฟชั่น เพลง การบริโภคอาหารรวมถึงค่านิยมพื้นฐานของวัยรุ่น

เพลงและแฟชั่นมักไปควบคู่กัน ทั้งนี้วัยรุ่นจะให้การยอมรับและเลียนแบบแก่ภาพที่ปรากฏของศิลปินนักร้อง เช่น ศิลปินนักร้องเพลงแร็ป "Marky Mark" ที่แต่งตัวด้วยการใส่กางเกงยีนส์หลวมๆ เอวหย่อนและเห็นขอบกางเกงในได้สร้างกระแสความนิยมรูปแบบการแต่งตัวอย่างนี้เป็นอันมาก (Spiegler, 1996: 28-34)

4) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอกับมุมมองในฐานะการนำเสนอความรุนแรง

ถึงแม้มิวสิกวิดีโอจะเป็นลักษณะของรูปแบบงานศิลปะสมัยใหม่แต่ The American Academy of Pediatrics (1996: 219-221) ให้ความเห็นว่ามิวสิกวิดีโอมักสอดใส่เนื้อหาเกินความพอดีในเรื่องของเพศ ความรุนแรง การข่มขืน การใช้แรงบังคับ การฆ่าตัวตายและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมทางเพศ

ทั้งนี้ได้มีการศึกษาถึงเนื้อหามิวสิกวิดีโอของสหรัฐอเมริกาในช่วงปี 1985 พบว่ามิวสิกวิดีโอมีการใส่เนื้อหาดังนี้คือร้อยละ 75 ของมิวสิกวิดีโอมีการใส่วัตถุหรือสัญลักษณ์เกี่ยวกับเรื่องทางเพศมากกว่าครึ่งหนึ่งของมิวสิกวิดีโอทั้งหมดมีการใส่เนื้อหาความรุนแรง การกระทำที่รุนแรงต่อเพศหญิง นอกจากนี้ยังพบว่าอัลกอฮอลล์และบุหรี่ได้รับการถ่ายทอดให้ดูเป็นสิ่งที่ดีในหลายๆ มิวสิกวิดีโอ (The American Academy of Pediatrics, 1996: 219-221)

Hansen และ Hansen (Hansen และ Hansen, 1990: 357-369) พบว่าการเปิดรับมิวสิกวิดีโอจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชม อาทิ การยอมรับความรุนแรงและพฤติกรรมต่อต้านสังคม

Rich และคณะ (Rich และคณะ, 1998: 669-674) ได้ทำการศึกษาการนำเสนอภาพความรุนแรงในมิวสิกวิดีโอโดยมุ่งในประเด็นเรื่องเพศและเชื้อชาติ ซึ่งพบว่ามิวสิกวิดีโอนำเสนอภาพของสังคมที่ดูป่าเถื่อน โดยภาพนำเสนอเกี่ยวกับรูปร่างของเหยื่อเคราะห์ร้ายและผู้ทำร้ายซึ่งไม่ได้เป็นการสะท้อนถึงข้อมูลที่แท้จริง ในการวิเคราะห์ถึงเนื้อหามิวสิกวิดีโอที่ออกอากาศพบว่าผู้ชายและผู้หญิงเป็นเหยื่อในจำนวนที่เท่ากัน แต่ผู้ชายจะเป็นผู้ทำร้ายถึง 3 เท่าเมื่อเทียบกับภาพผู้ทำร้ายที่เป็นผู้หญิง เช่นเดียวกับคนผิวดำที่เป็นทั้งเหยื่อเคราะห์ร้ายและผู้ทำร้ายมากกว่าสัดส่วนข้อมูลจริง ซึ่งผู้หญิงผิวดำก็เป็นเหยื่อเคราะห์ร้ายมากเช่นกัน

มีผลการศึกษามากมายซึ่งบ่งบอกว่ามิวสิกวิดีโอมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นโดยทำให้เกิดความเคยชินและหมดความรู้สึกต่อความรุนแรงและทำให้วัยรุ่นยอมรับเรื่องการเมืองเพศสัมพันธ์ก่อนการแต่งงานด้วย (The American Academy of Pediatrics, 1996: 219-221)

5) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอกับมุมมองในฐานะการนำเสนอบทบาททางเพศและการสร้างเอกลักษณ์ทางเพศ

Hurley (1994: 327-338) ได้ให้มุมมองว่าการถ่ายทอดภาพหรือบทบาททางเพศที่นำเสนอในมิวสิกวิดีโอจะมีผลกระทบต่อพัฒนาการในด้านแนวความคิดเรื่องมุมมองทางเพศ (Gendered Subjectivity) ของวัยรุ่น นอกจากนั้นวัยรุ่นจะตีความหมายเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอแตกต่างกันออกไปและพวกเขาคิดว่ามิวสิกวิดีโอเป็นสิ่งสำคัญของวัฒนธรรมกลุ่ม

Seidman (Seidman, 1999: 11) ได้ศึกษาเรื่องบทบาททางเพศในมิวสิกวิดีโอที่ออกอากาศใน MTV ในปี 1993 จำนวน 91 เรื่องพบว่าเนื้อหาในมิวสิกวิดีโอได้ให้ภาพบุคลิกของผู้ชายว่าเป็นนักผจญภัย รุนแรงแต่ไม่ก้าวร้าว มีความกดขี่ขู่เข็ญและเป็นผู้ทำร้ายมากกว่าผู้หญิง ส่วนผู้หญิงก็จะเป็นบุคลิกที่ดูอ่อนหวาน น่าทนนอม ตูมึ้นความเย้ายวนทางเพศมากกว่าผู้ชายและมีอิสระมากขึ้น

Buerkel-Rothfuss และ Strouse (Buerkel-Rothfuss และ Strouse, 1993) พบว่าผู้ชมที่รับชมมิวสิกวิดีโอมากๆ มักจะเป็นพวกที่มีพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศในรูปแบบต่างๆ มากกว่าผู้ชมที่รับชมมิวสิกวิดีโอน้อยกว่า

ศิลปินนักร้องหญิงนอกจากจะเป็นผู้ให้ความบันเทิงทางด้านดนตรี (Entertainer) แล้วยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) และเป็นแรงบันดาลใจแก่วัยรุ่นหญิง ด้วยการตอกย้ำถึงความแข็งแกร่ง (Strength) ความเป็นอิสระเสรี (Independence) และการแสดงออกทางความคิดเห็นอย่างเสรี (Articulation) ศิลปินนักร้องหญิงได้นำเสนอถึงบทบาทที่กระตุ้นสนับสนุนวัยรุ่นหญิงในการแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองของความเป็นผู้หญิง นอกจากนั้นศิลปินนักร้องหญิงยังช่วยในการพัฒนาการที่สำคัญในการแสดงออกทางอารมณ์ของวัยรุ่นหญิงด้วย (Wald, 1998: 585)

นอกจากนั้น Griffin (1985: 61) ได้อธิบายถึงลักษณะความสัมพันธ์ของ "ความเป็นเพื่อนสนิทของผู้หญิง" (Girl Best Friend) ว่าเป็นรูปแบบการผสมผสานด้วยการทำอะไรคล้ายๆ กัน มีรูปแบบการแสดงออกเหมือนกัน โดยอาจแต่งตัวแบบเดียวกันกับเพื่อนสนิท เช่น การใส่เสื้อผ้า รองเท้าหรือเครื่องประดับเหมือนกัน ทั้งนี้ผู้หญิงที่ชื่นชอบศิลปินนักร้องหญิงก็จะมี การขยายสถานะ บทบาทของ "ความเป็นเพื่อนสนิทของผู้หญิง" ไปยังศิลปินนักร้องหญิงนั้นด้วยโดยการเลียนแบบ การแต่งกายและกริยาท่าทางของศิลปินดังกล่าว อาทิ การเลียนแบบการแต่งกายของ Madonna ไม่ว่าจะ เป็นเสื้อผ้าหรือเครื่องประดับต่างๆ เป็นต้น

6) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอกับมุมมองในฐานะการสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้รับชม

มีผลการศึกษาพบว่ามิวสิกวิดีโอไม่ได้มีเพียงแค่เสียงเพลงและภาพแสดงเนื้อหาของเพลง แต่ภาพในมิวสิกวิดีโอยังสามารถเน้นและสร้างอารมณ์ร่วมของผู้ชมให้สอดคล้องไปกับเพลงด้วย (Gow, 1994: 255-261)

ทั้งนี้กลยุทธการโฆษณาส่วนใหญ่มักจะแนะนำเสมอว่าสินค้าที่ได้รับความนิยม การนำเสนอสู่สายตาของผู้บริโภคจะสร้างความพึงพอใจหรือความมั่นใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้นๆ ซึ่ง กลยุทธนี้เป็นการอาศัยการตอบสนองต่อความต้องการด้านจิตวิทยาและอารมณ์ (Psychological and Emotional Need) ของมนุษย์ นั่นคือความต้องการที่จะเป็นเจ้าของและความต้องการที่จะได้ รับการยอมรับ ซึ่งกลยุทธนี้ชี้ให้เห็นถึงศิลปะของมิวสิกวิดีโอ กล่าวคือมิวสิกวิดีโอได้สร้างชุมชน จินตนาการ (Imaginary Community) ขึ้นโดยอาศัยความรู้สึกร่วมกันของผู้ชมมิวสิกวิดีโอ ซึ่ง สามารถเข้าถึงชุมชนจินตนาการนี้โดยผ่านสื่อเพลง ศิลปินนักร้องและศิลปะการแสดงของศิลปิน ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมมิวสิกวิดีโอและชุมชนจินตนาการจะสามารถสืบต่อเนื่องไปเพียงแค ผู้ชมมิวสิกวิดีโอจะยังคงชมมิวสิกวิดีโอต่อไปแล้วมิวสิกวิดีโอก็จะสร้างพร้อมขยายความสัมพันธ์ หรือความรู้สึกแห่งการเป็นเจ้าของและความเป็นชุมชน (Marion และ McLarty, 1984 อ้างถึงใน Berland, 1993: 35)

Gerbner และคณะ (1986 อ้างถึงใน Strouse, Goodwin และ Roscoe, 1994: 559-577) พบว่าวัยรุ่นที่มีปัญหาครอบครัวจะเป็นพวกที่มีความรู้สึกอ่อนไหวต่อเนื้อหา ความเพ้อฝัน จินตนาการต่างๆ รวมไปถึงค่านิยม (Value) และบรรทัดฐาน (Norm) ที่มีมิวสิกวิดีโอนำเสนอด้วย โดยวัยรุ่นพวกนี้จะมีพฤติกรรมการแสดงออกคล้ายๆ กับเนื้อหาในมิวสิกวิดีโอที่พวกเขาเปิดรับ

โดยสรุปแล้วแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่ดัดนำเสนอจะมีผลกระทบของในด้านต่างๆ อันเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยยึดเป็นกรอบในการศึกษาที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนมีอิทธิพลในการเพาะปลูกนิสัยใจคอ (Character-Building Agency) เช่นเดียวกับองค์ประกอบต่างๆ ของสังคม อาทิ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา ซึ่งนักอาชญากรวิทยาผู้หนึ่งให้ชื่ออิทธิพลจากสื่อมวลชนว่า "Secondary Community Influences" อิทธิพลดังกล่าวนี้โดยทั่วไปเชื่อกันว่าเป็นสาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งของปัญหาอาชญากรรม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกล่าวขวัญกันมานานแล้วว่าสื่อมวลชนชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ต่างๆ ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้มีการประกอบอาชญากรรมและพฤติกรรม (Delinquency) มากขึ้น (ปริญญา ปราชญานุพร, 64-65)

คุณลักษณะโดยทั่วไปของโทรทัศน์

มีดังนี้คือ

1. ขณะออกอากาศ โทรทัศน์ได้รับความนิยมมากกว่าสื่ออย่างอื่น
2. โทรทัศน์เป็นทั้งภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์รวมกัน
3. เข้าถึงผู้ชมในบ้านและมีอิทธิพลมากขึ้นทุกขณะ
4. ผู้ปกครองมีโอกาสได้ดูร่วมกับเด็กมากกว่าภาพยนตร์ ฉะนั้นจึงมีโอกาสได้อธิบายและชี้แจงแก่เด็กตลอดจนควบคุมการดูของเด็กได้มากกว่าภาพยนตร์

ในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นต้นกำเนิดความบันเทิงทางจอโทรทัศน์นั้นได้เป็นที่ยอมรับกันโดยแพร่หลายว่าโทรทัศน์ได้ปฏิวัติวิถีชีวิตของคนอเมริกันโดยสิ้นเชิง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเมือง ระบบการสื่อสารข่าวสาร การบันเทิงและแม้แต่วัฒนธรรมหรือแบบแผนในการดำรงชีวิตล้วนแล้วแต่ได้รับอิทธิพลจากโทรทัศน์แทบทั้งสิ้น

ความกว้างขวางของอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อวิถีชีวิตของคนอเมริกันนั้นเห็นได้ชัดจากการวิจัยที่ว่า 97% ของครอบครัวอเมริกันมีโทรทัศน์อย่างน้อย 1 เครื่อง และคนอเมริกันกว่า 100 ล้านคนหรือประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนประชากรทั้งประเทศดูโทรทัศน์เป็นประจำ โดยเฉลี่ยแล้ว

คนอเมริกันจะดูโทรทัศน์วันละ 6 ชั่วโมง นอกเหนือจากการนอนแล้วคนอเมริกันโดยเฉลี่ยใช้เวลากับการดูโทรทัศน์มากที่สุด จากวัยทารกจนถึงวัยเด็กและเมื่อเป็นผู้ใหญ่นั้นคนอเมริกันแต่ละคนจะดูโทรทัศน์มาแล้วไม่น้อยกว่า 20,000 ชั่วโมง (ปริญญ์ ปราชญานุพร, 64-65)

และก่อนที่จะอายุครบ 15 ปี เด็กอเมริกันจะให้เห็นความรุนแรงในรูปแบบต่างๆ ในจอโทรทัศน์ประมาณ 11,000-13,000 ครั้ง และหลักฐานจากการศึกษาค้นคว้าในทุกๆ ด้านที่ปรากฏให้เห็นว่าหนึ่งในบรรดาปัญหามากมายที่เกิดจากการใช้เวลาเป็นอันมากหน้าจอตีทัศน์นั้นก็คือนิวโรนัมที่คนอเมริกันในยุคสมัยของโทรทัศน์จะนิยมชมชอบหรือเคยชินกับการใช้ความรุนแรงในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในชีวิตของตนเพิ่มขึ้น (สมบัติ จันทรวงศ์, 2525: 49-50 อ้างถึงใน ปริญญ์ ปราชญานุพร, 90-91)

ปรมะ สตะเวทิน (2541: 171-178) ได้กล่าวถึงอิทธิพลในด้านต่างๆ ของสื่อมวลชนเป็นดังนี้

1. อิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน อิทธิพลประการหนึ่งของสื่อมวลชนก็คืออิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน บรรดาผู้โฆษณามีความเชื่อว่าการโฆษณานั้นช่วยให้การขายสินค้าและบริการดีขึ้น

2. อิทธิพลทางการเมือง อิทธิพลทางการเมืองของสื่อมวลชนก็คือการเป็นผู้ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสนใจ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งและส่งเสริมให้ประชาชนไปทำการออกเสียงเลือกตั้ง วิทยูและโทรทัศน์ปลุกให้ประชาชนหันมาสนใจการเมืองของประเทศและการเมืองระหว่างประเทศ เป็นผู้เปิดเผยให้ทราบทัศนคติและการปฏิบัติงานของนักการเมือง ผู้บริหารและผู้ดำรงตำแหน่งต่างๆ ของรัฐบาล ข่าวทางโทรทัศน์ในทุกวันจะปรากฏให้เห็นบุคคลสำคัญๆ ทางการเมืองและบุคคลสำคัญๆ ของรัฐบาลเป็นประจำ

3. อิทธิพลต่อเด็ก ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายวิทยูและโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความสนใจถึงอิทธิพลต่อเด็กกันมากที่สุด ซึ่งผลจากการวิจัยพอสรุปได้ว่า อิทธิพลที่โทรทัศน์มีต่อเด็กมีดังนี้

3.1 อาจะเพิ่มความตื่นตัวของเด็กให้ถึงจุดๆ หนึ่ง ซึ่งจะทำให้เด็กติดความตื่นตัวและไม่ชอบดูรายการที่ไม่ตื่นตัว

3.2 อาจจะสามารถสร้างนิสัยรุนแรงและก้าวร้าวให้แก่เด็กได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าความก้าวร้าวถูกกระตุ้นในเวลาต่อมา

3.3 อาจจะทำให้เด็กรู้สึกลำบากในการที่จะอดใจรอสิ่งที่ปรารถนา

3.4 เปิดโอกาสมากเกินไปที่จะทำให้เด็ก "หนีหนี" (Escape) จากความกดดันทางสังคม ทำให้เด็กไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

3.5 ทำให้เด็กเพิ่มแนวโน้มของการพอใจในอำนาจตามแบบของบุคคลผู้มีอำนาจที่ได้ดูจากโทรทัศน์

3.6 อาจแทรกแซงการปฏิบัติในชีวิตจริงของเด็ก มีการพบว่าการดูโทรทัศน์ทำให้ครอบครัวใกล้ชิดกัน แต่ก็ทำให้เกิดผลเสียต่อการอ่านหนังสือ การเล่น การพูดคุย การช่วยทำงานบ้าน การซ่อมดนตรีและกิจกรรมอื่นๆ ของเด็ก เพราะเด็กใช้เวลาในการดูโทรทัศน์จนไปเบียดบังเวลาในการทำอย่างอื่นในชีวิตประจำวัน

4. อิทธิพลต่อธรรมเนียม วิถีและโทรทัศน์ช่วยยกระดับธรรมเนียมของประชาชนด้วยการนำศิลปะและดนตรีที่มีรสนิยมดีซึ่งเป็นที่นิยมชมชอบกันในหมู่ของคนชั้นสูงมาสู่ความนิยมของมวลชนโดยทั่วไป ศิลปะต่างๆ เหล่านี้รวมไปถึงเรื่องของสถาปัตยกรรม การตกแต่งบ้าน การแต่งกาย กิริยามารยาท ฯลฯ ในขณะที่เดียวกันได้มีหลักฐานแสดงให้เห็นว่าคนได้หันมาสนใจอ่านสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระประเภทชีวประวัติ ประวัติศาสตร์และสังคมศาสตร์มากขึ้น นอกจากนั้นสื่อมวลชนทำให้วัฒนธรรมที่แสดงถึงรสนิยมที่ดีกลายเป็นวัฒนธรรมของมวลชน (Mass Culture)

5. อิทธิพลด้านความบันเทิง ความบันเทิงจะช่วยให้จิตใจของคนพ้นจากปัญหาที่กดดัน บรรเทาความตึงเครียด สร้างขวัญ รวมทั้งมีผลต่างๆ ต่อร่างกายและจิตใจของคน สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความต้องการความบันเทิงของคนซึ่งดูเหมือนกลายเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของชีวิต สื่อมวลชนเสนอความบันเทิงเพื่อทำให้แม่บ้านผ่อนคลายจากการเลี้ยงลูกและงานบ้าน ทำให้พ่อบ้านผ่อนคลายจากความเหน็ดเหนื่อยในการทำงาน ทำให้เด็กหยุดเล่นจากการเล่นที่ต้องออกเรี่ยวออกแรงจนแทบไม่ได้พักผ่อน สื่อมวลชนจึงสร้างความสุขและความสบายใจให้แก่ประชาชนโดยผ่านความบันเทิง

6. อิทธิพลต่อความก้าวร้าวรุนแรง ความรุนแรงทางโทรทัศน์เป็นจุดถกเถียงกันมาตั้งแต่ตอนต้นทศวรรษ 1950 นักวิจัยการสื่อสารมวลชนพบว่า ความรุนแรงทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความรุนแรงหรือความก้าวร้าวของผู้ชม 4 ประการคือ

6.1 มีอิทธิพลต่อการเลียนแบบของผู้ชม กล่าวคือผู้ชมเกิดการเรียนรู้จากการสังเกต (Observational Learning) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ประชาชนเรียนรู้ที่จะเลียนแบบบทบาทและพฤติกรรมต่างๆ จากโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากพฤติกรรมนั้นเป็นพฤติกรรมที่สนองความพอใจของผู้ชม การเลียนแบบโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อทั้งเด็กและผู้ใหญ่เมื่อได้ดูการฆาตกรรม การกระทำอัตวินิบาตกรรม และการต่อสู้ต่างๆ เช่น มวย มวยปล้ำ ฯลฯ

6.2 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าเด็กซึ่งดูโทรทัศน์มากๆ มีแนวโน้มที่จะรับเอาพฤติกรรมที่ก้าวร้าวจากโทรทัศน์มากกว่าเด็กที่ดูโทรทัศน์น้อย

6.3 มีอิทธิพลด้านการกระตุ้นทางกาย (Physiological Arousal) กล่าวคือเมื่อผู้ชมโทรทัศน์ถูกกระตุ้นโดยการสังเกตความรุนแรง ผู้ชมอาจจะหมดความรู้สึกทางอารมณ์เมื่อเวลาผ่านไปนานๆ แต่การกระตุ้นนี้จะนำไปสู่การกระทำที่รุนแรงในเวลาต่อมา

6.4 ก่อให้เกิดกระบวนการของการอ้างความถูกต้อง (The Process of Justification) หลายๆ คนที่ได้ดูความรุนแรงทางโทรทัศน์อาจจะเข้าร่วมในพฤติกรรมที่รุนแรง หรือมีแนวโน้มที่ชอบความรุนแรงโดยถือเอาการกระทำทางโทรทัศน์เป็นแบบอย่างที่ต้องการ

7. อิทธิพลด้านการศึกษา ถ้าเรามองการศึกษาในมุมกว้างว่าการศึกษานั้นรวมถึงข่าวสารต่างๆ ที่ทำให้ประชาชนมีความรู้เพิ่มขึ้นแล้ว เราจะเห็นได้ว่าข่าวสารต่างๆ นั้นผ่านมาทางสื่อมวลชนต่างๆ อย่างกว้างขวาง ไม่เฉพาะแต่รายการข่าวหรือรายการกิจกรรมสาธารณะเท่านั้น แม้แต่ในรายการบันเทิงก็ทำให้คนได้รับข่าวสารและความรู้เช่นกัน

8. อิทธิพลต่อสังคมประกิต สังคมประกิต (Socialization) คือ การทำให้เหมาะแก่กับสังคม ประชาชนต้องเผชิญกับคำถามว่าตนเป็นใคร สถานภาพของตนอยู่ตรงไหนของสังคม และควรจะแสดงพฤติกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสมในสังคม สื่อมวลชนสามารถให้คำตอบเหล่านี้ได้เช่นเดียวกับครอบครัวและโรงเรียน

นักวิจัยได้ศึกษาพบว่ารายการโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเอกลักษณ์ของบุคคล ภาพของบุคคลทั้งชายและหญิงที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์ได้เป็นตัวอย่างลักษณะของผู้ชายและผู้หญิงแก่ผู้ชม

ปัญหาที่สำคัญของอิทธิพลของโทรทัศน์ก็คือการสร้างการเรียนรู้ที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับบทบาทและพฤติกรรมในสังคม เช่น การวิจัยบางชิ้นได้เปิดเผยว่า เด็กได้เรียนรู้ผิดๆ จากโทรทัศน์เกี่ยวกับลักษณะที่แท้จริงของคนแก่เมื่อได้ดูรายการเกี่ยวกับเรื่องที่เพ้อฝัน ไม่เป็นจริง อีกปัญหาหนึ่งก็คือสิ่งที่เรียกกันว่า "การหายไป" ของวัยเด็ก (The Disappearance of the Childhood) ซึ่งหมายความว่าเด็กในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะพูด แต่งตัว และแสดงออกคล้ายกับผู้ใหญ่แทนที่จะทำตามเด็ก ทำให้ความแตกต่างทางบทบาทของเด็กกับผู้ใหญ่ขาดหายไป ความขาดหายไปนี้เกิดขึ้นเนื่องจากเด็กมีโอกาสเข้าถึงความคิดและข่าวสารซึ่งครั้งหนึ่งเคยถือว่าเป็นเรื่องของผู้ใหญ่โดยอาศัยโทรทัศน์เป็นเครื่องมือ

ในขณะเดียวกันโทรทัศน์ก็ได้ก่อให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างเชื้อชาติภายในประเทศ การวิจัยเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์บางรายการ เช่น รายการ "Sesame Street" ของสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นรายการที่สะท้อนภาพของเชื้อชาติและความสัมพันธ์ของเชื้อชาติ ได้แสดงให้เห็นว่าเด็กสามารถได้รับทัศนคติที่ดีต่อชนกลุ่มน้อย ส่วนเด็กชนกลุ่มน้อยก็เกิดความเชื่อมั่นและภูมิใจในวัฒนธรรมของตน

9. อิทธิพลต่อประชาคมติ การกระทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเสนอข่าวสารและความคิดเห็นแก่ประชาชนโดยการคัดเลือกของนักสื่อสารมวลชนในฐานะของผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) นั้นย่อมมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลหรือประชาคมติของประชาชน

ในขณะที่ สมบัติ จันทรวงศ์ (2525: 51-52 อ้างถึงใน ปริญญา ปราชญานุพร, 90-91) ได้กล่าวถึงเฉพาะอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อผู้ชมว่ามีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับอิทธิพลดังกล่าวหลายชิ้นซึ่งได้ย้าผลสรุปเหมือนกันถึงอิทธิพลต่อไปนี้คือ

1. ความรู้สึกชินชาต่อการใช้ความรุนแรงในชีวิตจริง เมื่อดูรายการบันเทิงที่มีเนื้อหาความรุนแรงแล้ว ผู้ชมที่อยู่ในวัยเด็กจะมีความรู้สึกชินชาต่อการใช้ความรุนแรง ทั้งนี้เพราะว่าความรุนแรงที่ปรากฏในจอโทรทัศน์นั้น ส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นความตายที่รวดเร็วและฉับพลัน ปกติแล้วความบันเทิงทางโทรทัศน์จะไม่แสดงให้เห็นความเจ็บปวดก่อนที่จะตายมากนัก ไม่มีการแสดงให้เห็นความยุ่งยากลำบากตลอดจนความทุกข์ทรมานอย่างอื่นที่เกิดขึ้นในชีวิตของบุคคล หรือของพี

น้องของคนตาย หรือถ้าหากจะมีก็เป็นภาระหนักถึงความคิดที่จะต้องแก้แค้นล้างผลาญชีวิตของผู้รับผิดชอบ เป็นการสร้างความรุนแรงต่อไปอีก

ความตายที่ปรากฏในจอโทรทัศน์จึงไม่ได้เป็น “ความตาย” ที่แท้จริง สำหรับการได้รับความเจ็บปวดที่ไม่ทำให้ถึงตายนั่นก็มักจะถูกทำให้เป็นเรื่องที่ไม่มีความสลักสำคัญอะไรไป ดังจะเห็นว่าตัวเอกหรือตัวละครประจำภาพยนตร์ชุดอาจจะถูกยิงหรือถูกแทงหรือถูกตีศีรษะจนสลบแต่ในเมื่อตัวละครเอกตายไม่ได้ ฉากต่อไปที่ผู้ชมจะได้เห็นก็คือฉากตัวละครผู้ถูกทำร้ายนอนอย่างสบายในโรงพยาบาลหรือฟื้นขึ้นมาเองและหายเป็นปกติได้ในอีกไม่ถึงหนึ่งนาที่ต่อมา

ผลของความเข้าใจผิดอย่างร้ายแรงในเรื่องนี้ประการหนึ่งได้แก่การที่ผู้ชมส่วนใหญ่พากันเข้าใจไปว่าการใช้วัตถุหนักๆ ตีที่ท้ายทอยของบุคคลอย่างแรงนั้นเพียงแต่จะทำให้คนที่ถูกตีลึนสติไปชั่วคราวโดยที่จะไม่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บที่รุนแรงหรือสาหัสแต่อย่างใด แต่รายงานของแพทย์กล่าวว่าในชีวิตจริงแล้วการถูกตีที่ศีรษะด้วยด้ามปืนพกหรือขาเก้าอี้อย่างที่มักจะปรากฏในจอโทรทัศน์นั้นก่อให้เกิดการบาดเจ็บที่สาหัส และแม้เมื่อพยาบาลรักษาจนหายดีแล้ว ก็ยังมีอาการแทรกซ้อนทางประสาทและทางจิตอื่นๆ อีกด้วย

2. การเพาะนิสัยนิยมความรุนแรง การชมรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ที่มีความรุนแรงซ้ำแล้วซ้ำอีกนั้น นอกจากจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกไม่ยินดียินร้ายต่อความทารุณ โหดร้ายและการใช้กำลังรุนแรงแล้วยังค่อยๆ ลดอารมณ์หวั่นไหวต่อความรุนแรงของผู้ชมลงไป และทำให้เกิดความรู้สึกว่าพฤติกรรมที่รุนแรงนั้นเป็นสิ่งปกติและเหมาะสมในบางสถานการณ์ด้วย ในเรื่องนี้ได้มีการศึกษาวิจัยมากมายและบทสรุปที่น่าสนใจจากงานวิจัยในเรื่องมีดังนี้คือ

- เด็กมักเลียนแบบสิ่งที่ตนได้พบเห็นในจอโทรทัศน์มากกว่าที่จะเชื่อฟังคำสอนของบุคคลจริงๆ
- เด็กๆ ที่ได้เห็นความรุนแรงในรายการโทรทัศน์จะเรียนรู้พฤติกรรมดังกล่าวและจดจำได้นานนับเป็นเดือนๆ หลังจากที่ได้อุบายการนั้นผ่านไปแล้ว และแม้ว่าจะไม่มีการดูซ้ำอีกเลย
- แม้เด็กจะมีชีวิตครอบครัวที่ดี คือมีพร้อมทั้งพ่อแม่ที่รักลูกและมีแบบอย่างที่ดีของผู้ที่ไม่นิยมความรุนแรงก็ไม่ได้เป็นหลักประกันว่าเด็กๆ จะปลอดภัยจากผลความรุนแรงที่ปรากฏในจอโทรทัศน์
- ความรุนแรงที่ปรากฏในจอโทรทัศน์สามารถส่งผลด้านทัศนคติและแบบพฤติกรรมอันยาวนานแก่ผู้ชม และการที่เด็กๆ ดูโทรทัศน์มากในวัยเด็กจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมที่รุนแรงหลังจากที่เด็กจบการศึกษาชั้นมัธยมไปแล้ว

- เด็กๆ มักจะเลียนแบบในการใช้ความรุนแรงที่เพิ่งได้เห็นในจอโทรทัศน์ในการเล่น แม้ว่าจะมีโอกาสเลือกเล่นของเล่นอย่างอื่นที่ไม่ใช่ของเล่นประเภทที่ใช้ความรุนแรง
- การดูภาพยนตร์การ์ตูนที่มีความรุนแรงทางโทรทัศน์เพียงครั้งเดียว จะเพิ่มความรุนแรงในการเล่นของเด็กอย่างทันตาเห็น คือภายในไม่กี่นาทีหลังจากที่ได้ดูรายการจบ
- ความรุนแรงที่แสดงในจอโทรทัศน์อาจทำให้เด็กบางคนมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าของความรู้สึกเดิมที่มีก่อนจะได้ดูรายการนั้นๆ

3. การยึดการใช้ความรุนแรงเป็นวิธีแก้ปัญหา ผลกระทบที่สำคัญยิ่งของรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ที่มีแต่ความรุนแรงต่อความคิดของเด็กๆ อีกประการหนึ่งก็คือ การทำให้เด็กเกิดความรู้สึกว่าความรุนแรงเป็นวิธีแก้ปัญหาที่ปกติและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป กล่าวคือเด็กๆ จะรู้สึกว่า การใช้กำลังชกต่อยทุบตียิงแทงฟันกันนั้นเป็นวิธีการที่ได้ผลดีกว่าวิธีอื่นๆ ซึ่งต้องใช้เวลามากกว่าเช่นการพูดจាកันด้วยเหตุผลหรือการพยายามเข้าใจซึ่งกันและกัน

ทั้งนี้ก็เพราะว่าสิ่งที่เด็กๆ ได้พบเห็นในรายการบันเทิงทางโทรทัศน์อยู่เป็นประจำคือการใช้ความรุนแรงของทุกฝ่ายทั้งฝ่ายพระเอกและฝ่ายผู้ร้าย และการใช้ความรุนแรงที่ประสบผลสำเร็จย่อมเป็นบทเรียนที่มีประสิทธิภาพยิ่งกว่าบทเรียนอื่นใดทั้งหมด ยิ่งไปกว่านั้นเด็กส่วนมากมักจะดูรายการโทรทัศน์พร้อมๆ กับพ่อแม่ผู้ปกครอง เพราะฉะนั้นสภาพแวดล้อมที่เป็นปกติภายในบ้านนี่เองที่มีส่วนช่วยให้เด็กมีความรู้สึกเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้นว่าความรุนแรงที่เกิดขึ้นในจอโทรทัศน์นั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเครื่องรับโทรทัศน์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมปกติที่เด็กเคยชินไปเสียแล้ว และตัวละครในโทรทัศน์ก็คือสมาชิกส่วนหนึ่งของครอบครัว

การขาดเครื่องรับโทรทัศน์ต่างหากที่จะทำให้เด็กู้สึกว่าสภาพแวดล้อมปกติของตนนั้นได้ขาดอะไรบางอย่างไป ผลลัพธ์ก็คือ เด็กที่ดูรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงมากก็จะเชื่อในความชอบธรรมของการใช้กำลังความรุนแรงเพื่อแก้ไขปัญหา และตนเองก็พร้อมที่จะใช้วิธีการดังกล่าวเมื่อประสบเข้ากับปัญหายุ่งยากในชีวิตจริง

บทบาทของสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลในรูปแบบต่างๆ ที่มีผลกระทบในวงกว้างต่อสังคม ซึ่งหากเมื่อก้าวถึงสื่อมวลชนกับวัยรุ่นจะเห็นว่าวัยรุ่นมีความผูกพันกับสื่อมวลชนมาก ทั้งนี้มีผลการสำรวจพบว่าเด็กอเมริกันอายุ 6-11 ปี ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ประมาณ 25.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ นับเป็นการใช้เวลาไปกับโทรทัศน์มากกว่าการเรียนหนังสือที่โรงเรียน และใน

ประเทศไทยพบว่าเยาวชนอายุ 10-15 ปี ชมโทรทัศน์โดยเฉลี่ย 25 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลางและค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับต่างประเทศซึ่งอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อวัยรุ่นเมื่อแบ่งตามประเภทของสื่อจะมีดังนี้ (พรพิมล เจียมนาครินทร์, 2539: 211-221)

1. **อิทธิพลของภาพยนตร์** ภาพยนตร์ที่เสนอความรุนแรงโหดร้ายทุกรูปแบบ เทคนิคการกระทำผิดจะทำให้เด็กมีใจคอโหดเหี้ยม ก้าวร้าวระราน ทั้งทางวาจา ทางใจและทางเพศ การแสดงแบบอย่างที่ไม่ดีจะเป็นตัวอย่างให้เด็กเห็นคล้ายตามอย่างง่ายตายและรวดเร็วเกิดเป็นปัญหาอาชญากรวัยรุ่น อาชญากรทางเพศ มีการจูดคร่า ช่มชืด ฆ่าทารุณ ลักษณะของการกระทำผิดจะคล้ายๆ กันซึ่งอาจมาจากการเลียนแบบ ภาพยนตร์จีนบางเรื่องส่งเสริมความอาฆาตพยาบาท ภาพยนตร์ฝรั่งบางเรื่องชี้แนะตัวอย่างการเป็นยูวอาชญากร การเป็นนักเลง การแสดงความรู้สึกทางเพศอย่างเปิดเผย การมีค่านิยมอย่างผิดๆ การใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย การมีเพศสัมพันธ์อย่างเสรี การใช้กำลังรุนแรงในการแก้ปัญหา สิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างค่านิยมผิดๆ ให้กับวัยรุ่นไทย อีกทั้งยังขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของไทยด้วย

2. **อิทธิพลของโทรทัศน์** โทรทัศน์ได้กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานของครอบครัวปัจจุบันโดยได้รับความนิยมน้อยกว่าแพร่หลาย การกระจายข่าวสารของโทรทัศน์จะส่งผลต่อความเชื่อ ค่านิยม เจตนาคติของผู้ชมเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามความคิดอ่านของวัยรุ่นนั้นถึงแม้จะยังมีความเป็นเด็กแต่ก็มีความแตกต่างจากเด็กมาก และถึงแม้วัยรุ่นจะแยกแยะสิ่งดีสิ่งเลวได้ แต่เด็กวัยนี้ก็ยังมีความใฝ่ฝันมีจินตนาการ มีมุมมองว่าโทรทัศน์เป็นเครื่องมือที่จะนำพวกเขาไปสู่โลกแห่งการผจญภัยด้วยเสียงและภาพ ซึ่งสิ่งสำคัญคือจะช่วยให้ความเบื่อหน่ายในแต่ละวันหมดไป ดังนั้นโทรทัศน์จึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างค่านิยมของเด็กเล็กจนถึงวัยรุ่น รายการที่นำเสนอทางโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างบุคลิกภาพของเด็กพอกล่าวได้ดังนี้

2.1 รายการที่เสนอความบันเทิง ธุรกิจโทรทัศน์มีการลงทุนในวงเงินมหาศาลโดยมุ่งเป้าหมายเชิงธุรกิจ ไม่ได้พิจารณาคุณค่าและคุณภาพของสิ่งที่นำเสนอต่อผู้ชม ละครโทรทัศน์บางเรื่องไม่มีสาระความรู้อะไรนอกจากการสะท้อนให้เห็นภาพของสังคมที่ไม่สร้างสรรค์สิ่งใด มีเพียงเรื่องซิงรักหักสวาท ความริษยา อาฆาต แม้แต่หนังการ์ตูนบางเรื่องยังมีการฆ่าฟันและสงครามสู้รบ

2.2 การโฆษณา ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของรายการโทรทัศน์ โดยมีการโฆษณาสินค้ามากมายที่โน้มน้าวใจให้เด็กวัยรุ่นต้องการเป็นเจ้าของ หรืออยากซื้อมาทดลองใช้ เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอางค์ สุนัข บุหรี่ เครื่องดื่มบำรุงกำลังบางชนิด ฯลฯ เพราะเด็กเชื่อง่ายและอยู่ในวัยชอบ

ทดลองจะมีการเรียนรู้และซึมซับสิ่งเหล่านี้ไว้ในความคิดได้ง่ายทั้งที่สินค้าบางอย่างนั้นไม่ใช่สิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน แต่เป็นการสร้างรสนิยมที่ใ้หนูมีระดับหากมีไว้ใช้ อาทิ เด็กวัยรุ่นนิยมใส่กางเกงยีนยี่ห้อที่ดาราชอบใส่ ต้องรับประทานอาหาร Fast Food เป็นต้น

นอกจากนั้นจากการศึกษาของ Sebald (1984: 186 อ้างถึงใน พรพิมล เจียมนาครินทร์, 2539: 215) ถึงอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กวัยรุ่นอเมริกันพบว่าสิ่งที่พ่อแม่ไม่ต้องการให้ลูกดูโทรทัศน์หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรง (Violence) ความไม่เป็นจริง (Unreality) เรื่องเพศ (Sex) วัตถุนิยม (Materialism) ดังนั้นการที่เด็กวัยรุ่นไทยรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตจะทำให้วัยรุ่นไทยไว้แก่นสารและจุดยืนของตนเอง นอกจากนี้รายการโทรทัศน์ต่างๆ พยายามที่จะดึงดูดผู้ชมให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นรายการสนทนา การสัมภาษณ์ หรือรายการวาไรตี้ต่างๆ ซึ่งก็หนีไม่พ้นเรื่องเพศ ความรุนแรงและเรื่องตลกขบขันซึ่งบางครั้งแฝงไว้ด้วยความหยาบคาย ลามก มีการใช้คำพูดแบบคิดได้สองแง่สองมุมและส่วนใหญ่จะหมิ่นเหม่ในเรื่องเพศหรือแม้การประกวดประชันในเรื่องการแต่งกาย

3. อิทธิพลของวิดีโอเทป วิดีโอเทปเป็นอีกสื่อหนึ่งที่น่าเสนาเรื่องราวในรูปแบบเดียวกับภาพยนตร์ที่เด็กสามารถเลือกมาดูที่บ้านได้ ภาพยนตร์วิดีโอมีทุกรูปแบบ เช่น สารคดี มิวสิกวิดีโอ ภาพยนตร์ ละครหรือแม้แต่การเรียนวิชาภาษาต่างประเทศ สิ่งที่เป็นปัญหาสำหรับประเทศไทยคือการระบาดของวิดีโอประเภทต้องห้าม เช่น เรื่องทางเพศ อาชญากรรมที่รุนแรงสะเทือนขวัญ ซึ่งทำให้เด็กมีวุ่นวายตามบ้านที่ผู้ปกครองไม่อยู่เพื่อดูวิดีโอประเภทนี้และมีพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาเกิดขึ้น นอกจากนี้รายการประเภทมิวสิกวิดีโอซึ่งเป็นรายการเพลงที่มีภาพประกอบอันเป็นรูปแบบของการโฆษณาแบบหนึ่งที่ต้องการให้เด็กซื้อเพลงเหล่านั้นมาฟังและชมได้ในเวลาเดียวกันเนื่องจากเด็กวัยรุ่นมักชื่นชอบตามความแปลกใหม่ในการนำเสนอ

4. อิทธิพลของวิทยุ วิทยุเป็นสื่อที่ให้นุชย์รับรู้เรื่องราวต่างๆ ได้ในราคาถูก วิทยุจะสามารถให้ข้อมูลด้านข่าวสาร ความบันเทิง ละคร รายการเพลงสลับกับการโฆษณาวรรณเชื้อให้ซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เด็กวัยรุ่นนิยมโทรศัพท์ขอเพลงตามรายการวิทยุที่จัดโดยนั้กัจัดรายการที่ตนพอใจ โดยมากเป็นนั้กรัองวัยรุ่นที่กำลังอยู่ในความนิยม นั้กัจัดรายการที่วัยรุ่นชื่นชอบจะต้องมีความสามารถในการพูดคุย ต่อปากต่อคำทางโทรศัพท์ มีการใช้ภาษาในรูปแบบเดียวกันกับวัยรุ่น สื่อความหมายได้เข้าใจในทิศทางเดียวกัน มีอารมณ์ขัน ทันสมัย ใช้ภาษาสไตล์วัยรุ่นได้ เด็กวัยรุ่นจะมีการรับความคิดของนั้กัจัดรายการ ตลอดจนการเลียนแบบการใช้ภาษา การออกเสียงอักขระตามที่นั้กัจัดรายการที่ตนชื่นชอบ

5. **อิทธิพลของหนังสือ** หนังสือมีทั้งประโยชน์และโทษ หนังสือที่ดีช่วยให้เด็กได้รับความรู้ ความเพลิดเพลิน ใ้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ในทางตรงข้าม หนังสือที่เลวและไร้สาระจะชักจูงจิตใจให้เด็กทดลองในเรื่องต่างๆ หนังสืออ่านเล่นหลายประเภทที่ต้องการการควบคุม เช่น การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องทางเพศ อาชญากรรม อาวุธสงคราม หนังสือเหล่านี้สามารถกระตุ้นและยั่วยุทางอารมณ์ให้เด็กได้ รวมทั้งอาจให้ข้อมูลและการใช้ภาษาผิดๆ แก่เด็ก

อิทธิพลของสื่อมวลชนครอบคลุมเป็นวงกว้างผ่านทุกผลิตผลทางการสื่อสารมวลชนซึ่งมีวิถีกวีดีโอจัดว่าเป็นผลิตผลชิ้นหนึ่งในระบบการสื่อสารมวลชนที่อาจมีผลกระทบต่อผู้ชม อิทธิพลของสื่อมวลชนจึงเป็นกรอบที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาถึงผลกระทบของสื่อมวลชนในประเด็นต่างๆ ที่มีต่อวัยรุ่นในการเปิดรับชมมิวสิกวิดีโอ

3. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสารจากสื่อมวลชน (Media Exposure)

ในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล (Klapper: 1960, 19-25) กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย

1. **การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure)** หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิม และพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance" ซึ่งบุคคลอาจลดภาวะความไม่สมดุลนี้ได้โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นเดิมของตน

2. **การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)** คือ เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น ดังนั้นผู้รับสารอาจจะตีความผิดพลาดหรือบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางที่ตนเองพึงพอใจให้สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เช่น เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสารจึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมที่จะเข้าใจและพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ

นอกจากนี้ ชวัญเรือน กิตติวิวัฒน์ (2531: 23-26) กล่าวว่า ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างไรนั้นก็ด้วยปัจจัยที่กำหนดคือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะของการอบรม เลี้ยงดู ที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสวงหาพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร โดยเชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสารจากสื่อมวลชน (Media Exposure) จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถทราบถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อการเกิดอิทธิพลจากมิวสิกวิดีโอต่อวัยรุ่นในฐานะผู้เปิดรับมิวสิกวิดีโอได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม

วัฒนธรรมตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Culture" คำนี้มีรากศัพท์มาจาก Cultura ในภาษาละตินมีความหมายว่าการเพาะปลูกและบำรุงให้เจริญงอกงาม คำว่าวัฒนธรรมในภาษาไทยเป็นคำที่ได้จากการรวมคำ 2 คำเข้าด้วยกันได้แก่ "วัฒนธรรม" ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า เจริญ

งอกงาม รุ่งเรือง และคำว่า "ธรรม" ซึ่งในที่นี้หมายถึง กฎ ระเบียบ หรือ ข้อปฏิบัติ (ณรงค์ เสิง
ประชา, 2531: 1-2)

ดังนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องที่จะต้องมีการเปรียบเทียบจึงจะทราบได้ว่าเจริญหรือเสื่อม ดี
หรือเลว ซึ่งเป็นไปในทางตีราคาให้คุณค่าแก่สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความจริง ความดี ความงาม เพราะฉะนั้น
คำว่าวัฒนธรรมหรือ Culture จึงมีความหมายได้หลากหลายแล้วแต่การหยิบนำไปใช้ (จรัส
พรหมอยู่, 2523: 37-38)

ทั้งนี้อาจกำหนดนิยามโดยทั่วไปของคำว่า "วัฒนธรรม" ได้ดังนี้ วัฒนธรรมคือสิ่งที่มนุษย์
เปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือผลิตสร้างขึ้นเพื่อความเจริญงอกงามในวิถีแห่งชีวิตของส่วนรวม
วัฒนธรรมคือวิถีแห่งชีวิตของมนุษย์ในส่วนรวมที่ถ่ายทอดกัน ได้เรียนกัน ได้เอาอย่างกัน หรือ
วัฒนธรรมคือสิ่งอันเป็นผลผลิตของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบต่อเป็นประเพณี
กันมา และวัฒนธรรมคือความคิดเห็น ความรู้สึก ความประพฤติกิริยาอาการหรือการกระทำ
ใดๆ ของมนุษย์ในส่วนรวมลงรูปเป็นพิมพ์เดียวกันและแสดงออกมาให้ปรากฏเป็นภาษา ศิลปะ
ความเชื่อ ระเบียบประเพณี เป็นต้น (จรัส พรหมอยู่, 2523: 37-38)

นักสังคมวิทยาเห็นว่าวัฒนธรรมคือความรู้ ความเชื่อและวิถีในการกระทำทุกสิ่งทุกอย่าง
ซึ่งมนุษย์ได้มีส่วนร่วมในฐานะเป็นสมาชิกของสังคม และได้มีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยัง
อีกรุ่นหนึ่งเป็นวิถีการดำเนินชีวิต (Ways of Doing Things) เป็นต้นว่า การทำงาน การกินอยู่ หลับ
นอน เป็นต้น (ณรงค์ เสิงประชา, 2531: 2)

ทั้งนี้พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พุทธศักราช 2485 ให้ความหมายเกี่ยวกับ
วัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย
ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน (จรัส พรหมอยู่, 2523: 40-41)

ส่วนรัชชนีกร เศรษฐโฐ (2523:8-9) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมออกเป็น 4 ความหมาย
คือ

1. ทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นนิสัยหรือความประพฤติกิเลสที่เคยชินซึ่งมนุษย์เองเป็นผู้สร้างและปรับ
ปรุงจากธรรมชาติและเรียนรู้จากกันและกัน
2. สิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงหรือสร้างขึ้นเพื่อความเจริญงอกงามของชีวิตส่วน
รวม สามารถถ่ายทอดได้ เอาอย่างกันได้สืบต่อกันไป

3. ความคิดเห็น ความรู้สึก การประพุดติปฏิบัติใดๆ ของบุคคลส่วนรวมที่เหมือนกัน โดยแสดงออกมาทางภาษาหรือทางด้านความเชื่อถือและระเบียบประเพณี

4. มรดกของสังคม เป็นสิ่งที่มนุษย์มีได้จากการเรียนรู้จากคนอื่นทั้งที่ตายไปแล้วและที่ยังมีชีวิตอยู่โดยรับความรู้นั้นไว้เป็นมรดกตกทอดกันมาเป็นลำดับ

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าวัฒนธรรมคือทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อนำเอามาใช้ช่วยพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ในสังคม (ณรงค์ เสงี่ยมประชา, 2531: 3)

ลักษณะของวัฒนธรรม

ลักษณะเด่นของวัฒนธรรมสามารถที่จะสรุปได้เป็นดังนี้ (ณรงค์ เสงี่ยมประชา, 2531: 3-4)

1. ทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรมและวัฒนธรรมของแต่ละสังคมย่อมมีลักษณะเฉพาะที่แสดงออกให้ปรากฏ จนทำให้บางท่านใช้เขตของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่งอาณาเขตของประเทศชาติได้

2. วัฒนธรรมเป็นผลรวมของหลายสิ่งหลายอย่าง (Integrative) เช่น ความรู้ ความเชื่อ วิถีในการดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ

3. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นแนวทางพฤติกรรมที่มีการเรียนรู้กันได้ (Learned Ways of Behavior) มิใช่เกิดขึ้นเองโดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อนและลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์ต่างจากสัตว์ กล่าวคือพฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์ปราศจากการเรียนรู้มาก่อนหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาตญาณ (Instinct) ส่วนมนุษย์นั้นมีสมองอันทรงคุณภาพจึงสามารถรู้จักคิด ถ่ายทอดและเรียนรู้ ขบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีการติดต่อกับบุคคลอื่นในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรม

4. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกแห่งสังคม วัฒนธรรมเป็นผลของการถ่ายทอดและการเรียนรู้และเครื่องมือที่ใช้ในขบวนการดังกล่าวก็คือการสื่อสารโดยใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Communication) ได้แก่ การที่มนุษย์มีภาษาใช้ที่แน่นอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้การถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นก่อนๆ ดำเนินสืบต่อเนื่องกันมามีขาดสาย ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะเป็น “มรดกแห่งสังคม” (Social Heritage)

5. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น (Super Organic) หมายถึงสิ่งที่เป็นปรากฏการณ์อย่างเดียวกันในทางกายภาพหรือชีวภาพนั้นอาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันไปในแง่ของวัฒนธรรม กล่าวคือของสิ่งหนึ่งอาจนำเอามาใช้ในแต่ละสังคมต่างๆ ที่ก็คือสิ่งเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ่น เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคน ชาวธิเบตนำมาใช้ในการแสดงออกซึ่งความเคารพนับถือด้วยการแลบลิ่น ส่วนชาวไทยกลับถือเป็นอาการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น

6. วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต (Way of Life) หรือแผนดำเนินชีวิต (Design for Living) ของมนุษย์

7. วัฒนธรรมเป็นผลมาจากการช่วยกันสร้างสรรค์ของมนุษย์และได้มีการปรับปรุงตัดแปลง สิ่งใดที่ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงเอาไว้ใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูกเดิมใช้แรงสัตว์ ต่อมาเห็นว่าเป็นวิธีที่ล่าช้าและล้าสมัยจึงประดิษฐ์หรือซื้อเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในการเพาะปลูกทำให้ได้ผลผลิตมากขึ้น วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลง (Change) และมีการปรับตัว (Adaptive) ได้

8. วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่เป็นของส่วนรวม สิ่งที่จะถือเป็นวัฒนธรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับถือปฏิบัติ มิใช่แต่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือปฏิบัติเท่านั้น

องค์ประกอบของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ (จรัล พรหมอยู่, 2523: 41) คือ

1. **องค์วัตถุ** เป็นสิ่งที่มีรูปร่างจับต้องได้ เรียกว่า วัฒนธรรมทางวัตถุ ได้แก่ เครื่องมือ เครื่องใช้ในการเกษตร อุตสาหกรรมและทางวัฒนธรรม เช่น คนโท จาน ถ้วยและมิด ตลอดจนผลิตผลทางด้านศิลปกรรม เช่น ภาพเขียน รูปปั้น เป็นต้น ส่วนของวัตถุที่ไม่มีรูปร่างจะเป็นเครื่องหมายแสดงสัญลักษณ์ได้แก่ ภาษาและตัวเลข เป็นต้น

2. **องค์การ (Organization)** หมายถึง กลุ่มที่จัดระเบียบหรือมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการ ได้แก่ สถาบัน สมาคมหรือสโมสร ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นอย่างมีระเบียบและระบบคือมีกฎเกณฑ์ หรือระเบียบข้อบังคับ มีวิธีการดำเนินงานอย่างมีระบบและมีวัตถุประสงค์อย่างแน่นอน องค์การที่เล็กที่สุดคือครอบครัวและองค์การที่ใหญ่ที่สุดคือองค์การสหประชาชาติ

3. องค์พิธีกร (Usages) ได้แก่ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งแสดงออกในรูปแบบของพิธีกรรมต่างๆ เช่น ประเพณีโกนผมไฟ พิธีการสมรส พิธีการตั้งศพ พิธีการนั่งโต๊ะรับประทานอาหารและการแต่งกาย เป็นต้น

4. องค์คติ (Concepts) ได้แก่ ความเชื่อ ความคิด ความเข้าใจและอุดมการณ์ต่างๆ เช่น ความเชื่อในพระเจ้าองค์เดียว ความคิดในเรื่องระบบเศรษฐกิจ ความเข้าใจในเรื่องของมนุษย์และอุดมการณ์

หน้าที่ของวัฒนธรรม

สามารถจัดแบ่งหน้าที่ของวัฒนธรรมออกเป็น 4 ส่วนดังนี้ (รัชนีกร เศรษฐวี, 2523: 15) คือ

1. วัฒนธรรมสร้างมนุษย์ (Culture Creates Men) วัฒนธรรมกำหนดเป้าหมายของชีวิตว่าควรจะเป็นอย่างไร กำหนดรูปแบบของครอบครัว วางแนวในการอบรมเลี้ยงดูเด็ก สร้างระบบการศึกษาอบรมให้เด็กมีความประพฤติที่ถูกต้อง กำหนดค่านิยมว่าอะไรดี ไม่ดี ผิด ถูก เป็นต้น

2. วัฒนธรรมคอยกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ กำหนดได้แม้แต่เรื่องที่เกี่ยวข้องชีวภาพ เช่น เขาจะหิววันละกี่ครั้ง แต่งงานอายุเท่าใด กำหนดความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพของเพศหญิงและชาย

3. วัฒนธรรมครอบคลุมถึงเศรษฐกิจ วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดการทำมาหากิน งานชนิดไหนเป็นงานของเพศชาย งานชนิดไหนเป็นงานที่มีเกียรติของสังคม เป็นต้น

4. วัฒนธรรมเป็นวิธีควบคุมสังคม (Social Control) ในสังคมที่ยังเป็นสังคมขนาดเล็ก มักอาศัยข้อห้าม (Taboos) และความเกรงกลัวในสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นสิ่งที่ช่วยควบคุม เมื่อสังคมมีความก้าวหน้าสลับซับซ้อนมากขึ้น วิธีการควบคุมก็มีลักษณะเป็นทางการมากขึ้น เช่น ต้องอาศัยกำลังตำรวจและศาลคอยควบคุม อย่างไรก็ตามในทุกสังคมจะมีวิธีการจัดการกับคนละเมิดประเพณีได้โดยวิธีเยาะเย้ย นินทาผู้กระทำผิด เป็นต้น

ประเภทของวัฒนธรรม

จรัล พรหมอยู่ (2523: 43-47) ได้แบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภทดังนี้คือ

1. วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material Culture) เป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อให้ได้อยู่ดีกินดี มีความสะดวกสบายในการครองชีพ วัฒนธรรมประเภทนี้ได้แก่ สิ่งความจำเป็นเบื้องต้นในชีวิต 4 อย่างและสิ่งอื่นๆ อาทิ เครื่องมือ ยานพาหนะ ตลอดจนเครื่องอาวุธยุทธโปกรณ์ที่เป็นเครื่องป้องกันตัวก็อยู่ในประเภทนี้

2. วัฒนธรรมทางจิตใจ (Non-Material Culture) หมายถึงสิ่งที่ทำให้ปัญญาและจิตใจมีความเจริญงอกงาม ได้แก่ การศึกษาวิชาความรู้อันบำรุงความคิดทางปัญญาและศาสนาและจรรยา ศิลปะและวรรณคดี กฎหมาย และระเบียบประเพณี ซึ่งส่งเสริมความรู้สึกทางจิตใจให้งอกงามหรือให้สบายใจ ทั้งนี้วัฒนธรรมทางจิตใจ ยังแบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ

2.1 คติธรรม หมายถึง แนวทางในการดำเนินชีวิต หรือแผนการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งจะปฏิบัติดีหรือไม่ในส่วนใหญ่เป็นเรื่องของจิตใจโดยได้มาจากศาสนาพุทธซึ่งได้วางหลักปฏิบัติไว้อย่างครบถ้วน เช่น ความขยันหมั่นเพียร การออมทรัพย์ การตรงต่อเวลาหน้าที่ การมีเมตตากรุณา การให้อภัย ความสามัคคี การรู้จักใช้ปัญญาในทางที่ถูกต้อง

2.2 สหธรรม เป็นวัฒนธรรมสังคมเกี่ยวกับคุณธรรมต่างๆ ที่จะอยู่ร่วมกับบุคคลต่างๆ ไปอย่างผาสุก รู้จักถ้อยทีถ้อยอาศัย และยังรวมถึงระเบียบมารยาทที่เกี่ยวข้องกับทางสังคมทุกชนิดเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตของตนเอง เช่น มารยาทในการเป็นแขกไปหาผู้อื่น

2.3 เนติธรรม หมายถึงระเบียบแบบแผนหรือข้อบังคับหรือวัฒนธรรมทางกฎหมาย รวมทั้งประเพณีที่ยอมรับนับถือกันมานานโดยที่ต้องเข้าใจกฎหมายของบ้านเมืองบ้าง ใช้กฎหมายให้เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวม

วัฒนธรรมหลักของไทย

วัฒนธรรมของไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตน ซึ่งสามารถแบ่งประเด็นของวัฒนธรรมไทยได้เป็นดังนี้ (จรัล พรหมอยู่, 2523: 54-62) คือ

1. อิทธิพลของพุทธศาสนาที่มีต่อวัฒนธรรมไทย ทั้งนี้ประชาชนไทยโดยส่วนใหญ่จะนับถือพุทธศาสนา ซึ่งจะมีหลักคำสอนต่างๆ ทำให้หล่อหลอมเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของคนไทย
2. พระมหากษัตริย์ เป็นศูนย์รวมทางจิตใจของคนไทยทั้งชาติ ซึ่งคนไทยจะถวายความจงรักภักดีต่อองค์พระมหากษัตริย์
3. อักษรไทย ประเทศไทยมีอักษรไทยใช้ตั้งแต่สมัยของพ่อขุนรามคำแหงมหาราชในปี 1826 ซึ่งได้มีการปรับปรุงการใช้จนถึงปัจจุบันโดยแสดงถึงความเป็นเอกราชและเอกลักษณ์ของไทยในการมีภาษาเป็นของตนเอง
4. ภาษาไทย ชาติไทยมีภาษาและอักษรของตนเองมาเป็นเวลาช้านานซึ่งเป็นสิ่งที่น่าภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง แม้จะมีการปรับปรุงแก้ไขบ้างแต่ก็เพื่อให้เป็นไปตามความเหมาะสม สมควรที่จะรักษาไว้ให้เป็นวัฒนธรรมหลักของชาติต่อไป
5. ประเพณีไทย เป็นเครื่องแสดงถึงวิถีชีวิตและจิตใจของคนไทยทั้งในอดีตและปัจจุบันว่ามีความเป็นมาและเป็นอยู่อย่างไร ประเพณีไทยส่วนมากมาจากพระพุทธศาสนาและมีคติธรรมแฝงอยู่ด้วย
6. จรรยาบรรณของคนไทย มีลักษณะละมุนละม้าย สุภาพ อ่อนช้อย รู้จักปรับตัวให้เข้ากับสังคมได้ดี เช่น การกราบแบบต่างๆ การไหว้แบบต่างๆ
7. จิตใจของคนไทย ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากพุทธศาสนาทำให้คนไทยมีใจโอบอ้อมอารีต่อคนทั่วไป มีความกตัญญูกตเวที เชื่อฟังบิดามารดา ครูอาจารย์ซึ่งเป็นสิ่งที่เราควรรักษา
8. ศิลปกรรมไทย มีความอ่อนช้อย สวยงาม ไม่แพ้อารยะประเทศ เช่น นาฏศิลป์ ดนตรี เพลง ตลอดจนภาพจิตรกรรม เป็นต้น
9. สถาปัตยกรรมไทย มีความสง่างามไม่ยิ่งหย่อนกว่าชาติอื่น เช่น ปราสาท ราชวัง วัดวาอาราม โบสถ์ วิหาร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้แสดงถึงคุณค่าทางศิลปะอันสูงส่งของชาติจึงไม่ควรทำลาย แต่ควรรักษาให้คงอยู่ต่อไป

10. วรรณคดีไทย ซึ่งเป็นเครื่องแสดงถึงความเจริญทางจิตใจ ความรู้สึกทางอารมณ์แล้ว แสดงออกมาเป็นตัวหนังสือ ทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์สะท้อนใจ มีความรู้สึกเป็นไปในทางที่ดีงาม เพราะวรรณคดีมักแฝงไปด้วยคติสอนใจเพราะวรรณคดีไทยส่วนใหญ่มาจากพระพุทธศาสนานั่นเอง

ประเพณีไทย

ประเพณีมีความหมายกว้างขวางมาก กล่าวคือ หมายรวมถึงแบบความเชื่อ ความคิด การกระทำ ค่านิยม ทศนคติ ศิลธรรม จารีต ระเบียบแบบแผนและวิธีการกระทำสิ่งต่างๆ ตลอดจนถึงการประกอบพิธีกรรมในโอกาสต่างๆ ที่กระทำกันมาแต่ในอดีต ลักษณะสำคัญของประเพณีคือเป็นสิ่งที่ปฏิบัติเชื่อกันมานานจนกลายเป็นแบบอย่างความคิดหรือการกระทำที่ได้สืบทอดกันมาและกำลังมีอิทธิพลอยู่ (ประเสริฐ เข้มกลิ่นฟูง อ่างถึงโน สุพัตรา สุภาพ, 2523: 149)

นอกจากนี้ รัชนิกร เศรษฐ (2523: 175) ได้ให้ความหมายของประเพณีว่า คือความประพฤติที่สืบทอดกันมาจนเป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ในหมู่คณะ เช่น การแต่งงาน การเกิด การตาย เป็นต้น ผู้รู้บางท่านให้ความหมายของประเพณีคือนิสัยสังคมซึ่งแตกต่างจากนิสัย สันดาน หรืออุปนิสัยตรงที่นิสัยสังคมหรือประเพณีนั้นเป็นสิ่งที่มิมีภายหลัง เกิดขึ้นจากการที่ต้องเอาอย่างบุคคลอื่นๆ ที่อยู่รอบตนอยู่ ส่วนอุปนิสัยหรือนิสัยสันดานนั้นเป็นนิสัยที่ติดตัวมาแต่กำเนิด (รัชนิกร เศรษฐ, 2523: 174-175)

ประเพณีเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมหลักของไทย (จรัล พรหมอยู่, 2523: 54-62) ซึ่งประเพณีหมายถึง ความประพฤติสืบทอดกันมาจนเป็นที่ยอมรับของส่วนรวมซึ่งเรียกว่าเอกลักษณ์ นิยมหรือพหุนิยม เช่น การแต่งงาน การเกิด การตาย การทำบุญ การรื่นเริง การแต่งกาย เป็นต้น หรือประเพณีที่เรานำของชาติอื่นมาปรับปรุงให้เข้ากับความเป็นอยู่ของเราเพื่อความเหมาะสมกับกาลสมัยซึ่งเรียกว่าสัมพันธนิยมธรรมดา เรื่องของประเพณีนั้นบางอย่างต้องคงรักษาไว้ บางอย่างต้องปรับปรุงให้เหมาะสมกับกาลสมัย บางอย่างต้องถือเป็นแบบสากล ทั้งนี้ประเพณีสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. จารีตประเพณีหรือกฎศีลธรรม (Mores) ได้แก่ประเพณีที่สังคมถือว่าถ้าใครฝ่าฝืนลงโทษ ไม่กระทำตามก็จะผิด จารีตประเพณีเป็นเรื่องเกี่ยวกับศีลธรรม ซึ่งคนในสังคมถือว่าเป็นสิ่งที่มีค่าแก่ส่วนรวม ถ้าใครฝ่าฝืนก็ถือว่าเป็นความผิด ความชั่ว

ชาวไทยถือหลักกตัญญูทวดเวทิต่อผู้มีพระคุณ เช่น พ่อแม่ เมื่อท่านแก่เฒ่าก็เป็นหน้าที่ของบุตรธิดาจะต้องเลี้ยงดู เอาอกเอาใจท่าน ถ้าบุตรธิดาละเลยไม่ดูแลเอาใจใส่ท่านก็ถือว่าเป็นความผิด ความชั่ว เป็นลูกอกตัญญู เป็นต้น

2. **ชนบประเพณี (Institution)** ได้แก่ประเพณีที่สถาบันต่างๆ ตั้งขึ้นเป็นระเบียบแบบแผน แล้วปฏิบัติกันสืบมาทั้งที่เป็นระเบียบแบบแผนโดยตรงหรือโดยปกติ โดยตรงก็คือวางเป็นระเบียบแบบแผนไว้อย่างชัดเจน โดยปริยายคือรู้กันเอง ไม่ได้วางเป็นระเบียบแบบแผนไว้ เช่น ระเบียบแบบแผนของทางราชการ เป็นต้น

ชนบประเพณีนี้ก็ตรงกับคำว่าสถาบันที่เราใช้อยู่ซึ่งหมายถึงเรื่องที่ตั้งขึ้น ซึ่งแต่ละสถาบันได้วางระเบียบแบบแผนไว้แล้วปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นประเพณี มีกำหนดเป็นข้อบังคับซึ่งตราขึ้นไว้ เช่น สถาบันโรงเรียนก็มีโรงเรียน มีผู้สอน มีนักเรียน มีอาจารย์ใหญ่ ครูใหญ่และเจ้าหน้าที่อื่นๆ มีระเบียบเกี่ยวกับการรับสมัครการเข้าเรียน การสอบไล่ หรือสถาบันศาสนาก็มีวัด มีภิกษุสามเณร มีเจ้าอาวาส มีสำนักเรียน มีไวยาวัจกร มีพิธีทางศาสนา เป็นต้น

3. **ธรรมเนียมประเพณี (Convention)** ได้แก่ประเพณีเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ ไม่มีระเบียบแบบแผนเหมือนชนบประเพณี ไม่มีผิดมีถูกเหมือนจารีตประเพณี เป็นแต่เพียงนิยมกันว่ามีคนประพฤติแล้วก็ปฏิบัติกันต่อมา ไม่มีผิดมีถูกเหมือนจารีตประเพณี แต่ถ้าทำผิดหรือฝ่าฝืนธรรมเนียมประเพณีก็ไม่สำคัญอะไรนัก นอกจากจะเห็นว่าเป็นผู้ขาดการศึกษา หรือเสียมารยาทไปเท่านั้น

ธรรมเนียมประเพณีเป็นเรื่องที่นิยมและถือกันเป็นธรรมเนียมสืบๆ กันมา เช่น เรื่องที่เกี่ยวกับกริยามารยาท การกิน การพูด การแต่งตัวในงานต่างๆ การรับประทานอาหาร การเป็นแขกไปเยี่ยมผู้อื่น การเป็นเจ้าของบ้าน เป็นต้น

ฐานะของชายหญิงในสังคมไทย

สุพัตรา สุภาพ (2523: 93-96) ได้เรียบเรียงว่าในสมัยก่อนชายจะได้รับการยกย่องเหนือกว่าหญิงทั้งในทางปฏิบัติและในทางกฎหมาย โดยเฉพาะก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ชายมีทั้งอำนาจและสถานภาพสูง หญิงจะมีสถานภาพด้อยกว่าชาย โดยเฉพาะหญิงจะต้องเช็ดขูยกย่องสามีให้เหนือกว่าตนเสมือนดังสุภาสิตที่ว่า "ชายเป็นช้างเท้าหน้า หญิงเป็นช้างเท้าหลัง"

คนในสมัยก่อนจะยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างจริงจัง การปฏิบัติต่อชายและหญิงจึงแตกต่างกัน โดยชายมีโอกาสได้เรียนสูงๆ ทำงานนอกบ้าน เที่ยวเตร่ได้ ในขณะที่หญิงต้องอยู่กับบ้าน ไม่ต้องเล่าเรียนมากเพราะถ้าแต่งงานไปสามีจะเลี้ยงดูเอง ฉะนั้นหน้าที่ของหญิงคือการหัดเรียนรู้และเก่งในงานบ้านเพื่อจะได้เป็นภรรยาที่ดี ด้วยเหตุดังกล่าวหญิงส่วนใหญ่ในสมัยก่อนจึงถูกอบรมเลี้ยงดูเตรียมให้เป็นภรรยาที่ดี จึงจำต้องเก่งในด้านการจัดบ้านเรือนและการครัว ซึ่งเมื่อมีความรัก หญิงสมัยก่อนไม่มีสิทธิที่จะไปรักใคร่ชอบพอกับหรือเกี่ยวพาราสีชายคนใดก่อนเพราะถือเป็นเรื่องเสื่อมเสียเกียรติอย่างร้ายแรง นำอับอายและเป็นที่ติฉินนินทา ถ้าหญิงคนใดชอบชายใดก็ต้องเก็บซ่อนเร้นไว้ ไม่กล้าแสดงออกเพื่อคงความเป็นกุลสตรี

แต่ในยุคปัจจุบันชายและหญิงเกือบมีฐานะเท่าเทียมกันเพราะมีการรับอารยธรรมตะวันตก หญิงจึงมีโอกาสได้รับการศึกษาสูง ประกอบอาชีพนอกบ้านทัดเทียมชาย มีเสรีภาพในการคบหากับชายมากขึ้น เป็นต้น ในด้านการเลือกคู่ครอง หญิงสามารถไปเที่ยวกับชายใดก็ได้ถ้าอายุถึงวัยอันควร แต่ถ้าหญิงใดเปลี่ยนคู่ครองเป็นประจำหรือชอบไปเที่ยวกับผู้ชายมากหน้าหลายตาก็ยังคงถูกติฉินนินทา ส่วนชายจะมีคู่ครองที่เดียวหลายๆ คนก็ไม่ถือว่าเป็นเรื่องเสียหายอะไรเพราะถือว่าเป็นเรื่องของผู้ชาย

แม้หญิงจะมีเสรีภาพมากขึ้นก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติก็ยังคงต้องมีการปรึกษาหารือพ่อแม่ โดยเฉพาะในด้านความสัมพันธ์ทางเพศยังถือว่าควรอยู่ในขอบเขตและไม่ควรจะมีความสัมพันธ์จนกว่าจะแต่งงานแล้ว หญิงใดมีคู่ครองมาก มีเสรีภาพในเรื่องเพศ สังคมจะรังเกียจ หญิงจึงยังคงต้องอยู่ในกรอบของประเพณี หญิงจึงวางตัวลำบากในการติดต่อกับชาย ถ้าเคร่งครัดจนเกินไปก็อาจจะทำให้ไม่มีโอกาสได้แต่งงานหรือเลือกคนผิดเพราะไม่มีโอกาสได้รู้นิสัยใจคอหรือภูมิหลังของชายก่อนแต่งงาน แต่ถ้าปล่อยตัวจนเกินไปสังคมอาจจะติฉินนินทา

ชายโสดมีอิสระเสรีภาพในการติดต่อเกี่ยวข้องกับหญิงหรือเที่ยวนัดกับหญิงหลายๆ คน หรือมีความสัมพันธ์ทางเพศอย่างเปิดเผยหรือซ่อนเร้น สังคมไม่ติฉินนินทาเท่ากับหญิงโสดหรือหญิงที่แต่งงานแล้ว ชายไทยจึงอยู่ในฐานะที่มีสิทธิและเสรีภาพมากกว่า ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องที่เราได้รับอารยธรรมหรือวัฒนธรรมใหม่หรือไม่ หรือใครอยู่ในฐานะสูงต่ำกว่ากัน แต่เป็นเรื่องที่สังคมส่วนใหญ่นิยมปฏิบัติและปฏิบัติกันจนเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป

วัฒนธรรมสำหรับกุลสตรีและสุภาพบุรุษไทย

จรัส พรหมอยู่ (2523: 122-123) ได้เรียบเรียงวัฒนธรรมสำหรับกุลสตรีไทยและสุภาพบุรุษไทยไว้ดังนี้

วัฒนธรรมสำหรับกุลสตรีไทย

1. มีสัมมาคารวะตามลำดับอาวุโสหรือต่อผู้มีคุณธรรมสูง
2. อยู่ในกรอบธรรมเนียมประเพณีไทย
3. รู้จักคุณของผู้มีอุปการะคุณ
4. ประพฤติชอบด้วยไตรทวาร
5. รู้จักสำรวมกิริยามารยาทเสมอ
6. แต่งกายให้เหมาะสมกับโอกาส
7. สุภาพเรียบร้อยทุกอิริยาบถ
8. ไม่ประพฤติดันให้เสื่อมเสียเกียรติกุลสตรีไทย
9. มีศีลมีสัจย์ในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด
10. มีเหตุผลควบคุมพฤติกรรม ไม่กระทำอะไรตามอารมณ์
11. ให้อภัยเมื่อผู้อื่นขออภัย
12. ไม่ควรเพิกเฉยเมื่อมีเพศที่แข็งแรงกว่าแสดงความเมตตาหรือช่วยเหลือ
13. รู้จักภาวะและฐานะของตนแล้วปฏิบัติให้ถูกต้องในฐานะนั้นๆ

วัฒนธรรมสำหรับสุภาพบุรุษไทย

1. มีสัมมาคารวะตามลำดับอาวุโสหรือต่อผู้มีคุณธรรมสูง
2. รู้คุณของผู้มีอุปการะคุณ
3. ประพฤติชอบด้วยไตรทวาร
4. ช่วยเหลืออนุเคราะห์เพศที่อ่อนแอกว่าเมื่อมีโอกาส
5. ให้อภัยเมื่อผู้อื่นขออภัย
6. รู้จักภาวะและฐานะของตนแล้วปฏิบัติตนให้สมบูรณ์ตามฐานะนั้นๆ
7. มีจิตเป็นกุศลเสมอ
8. ปฏิบัติตนโดยซื่อสัตย์สุจริต
9. ไม่ประพฤติดันไปในทางเสื่อมเสียเกียรติยศและชื่อเสียง

10. รักษาขนบธรรมเนียมประเพณีไทยอย่างเคร่งครัด
11. รู้จักสำรวมกิริยามารยาทเสมอ
12. มีเหตุผลควบคุมพฤติกรรม ไม่ทำอะไรตามอำเภอใจตน
13. ประพฤติตนให้สมควรเป็นผู้นำที่ดี

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมไทย

สังคมและวัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการที่มนุษย์ดิ้นรนเพื่อแสวงหาสิ่งตอบสนองความต้องการอันไม่มีสิ้นสุด มนุษย์ได้ทดลองปฏิบัติสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา จากผลการลองผิดลองถูกนี้เองได้กลายมาเป็นแบบแผนแห่งพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม (จรัล พรหมอยู่, 2523: 63-65)

สังคมและวัฒนธรรมเป็นของคู่กันและไปด้วยกัน ถ้าสังคมเปลี่ยนวัฒนธรรมก็เปลี่ยน และถ้าวัฒนธรรมเปลี่ยนสังคมก็เปลี่ยน ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น การค้นพบ การประดิษฐ์ ความขัดแย้ง การแข่งขัน เป็นต้น (ณรงค์ เส็งประชา, 2531: 84)

ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม

ณรงค์ เส็งประชา (2531: 87-88) ได้แบ่งลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมไม่ได้เกิดจากสาเหตุใดสาเหตุหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่มีปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น อุดมคติ เทคโนโลยี ศาสนา ค่านิยม เศรษฐกิจ
2. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมอาจเป็นไปอย่างช้าๆ หรือเป็นไปอย่างรวดเร็วก็ได้ ทั้งนี้ย่อมแล้วแต่ปัจจัยที่เป็นแรงเสริมหรือต้านการเปลี่ยนแปลง เช่น ความเชื่อดั้งเดิม ความผูกพันอยู่กับวิถีชีวิตแบบเดิม การคมนาคมขนส่ง ฯลฯ แต่ที่แน่นอนก็คือ สังคมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงและเกิดขึ้นตลอดไป
3. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมเปรียบเสมือนภาพถ่ายปรากฏการณ์ทางสังคมในระยะหนึ่งซึ่งปรากฏการณ์เช่นนั้นจะไม่ปรากฏในลักษณะรูปแบบเดิมอีก

4. พฤติกรรมของแต่ละบุคคลย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคมจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมากขึ้น

5. พฤติกรรมเฟื่องสังคมหรือพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานของสังคมย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เพราะสังคมย่อมจะต้องมีการปรับตัวอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การไม่ยอมรับการปกครองแบบเผด็จการของผู้คนในระยะใด ก็จะทำให้สังคมต้องปรับรูปแบบของการปกครอง

6. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ สังคมจะต้องมีปัจจุบันอยู่เสมอ

7. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นจากการกระทำต่อกันทางสังคม และคนเรามีปฏิกริยาโต้ตอบกัน เช่น ลูกจ้างเรียกร้องสวัสดิการเพิ่ม ถ้านายจ้างปฏิบัติตามก็จะมี การเปลี่ยนแปลง โดยทั่วไปแล้วขบวนการสังคม (Social Movement) ย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

8. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมย่อมมีทิศทางและเป้าหมายอย่างน้อยที่สุดก็ เปลี่ยนจากของเก่าเป็นของใหม่ เราจะทราบทิศทางของการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าเราทราบเป้าหมาย (Goal) และอุดมการณ์ (Ideology) ของสังคมหรือรัฐบาลหรืออาจสังเกตได้จากนโยบายของรัฐบาล เช่น ถ้ามีการสนับสนุนสร้างโรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น มีการสนับสนุนการเรียนการสอนวิชาช่างอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น มีการปลูกฝังความสนใจสร้างศรัทธาในงานอุตสาหกรรม อนาคตต่อไปของสังคมนั้นก็คือการกลายเป็นสังคมอุตสาหกรรม

สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

นักสังคมวิทยาให้ความสนใจต่ออิทธิพลของการประดิษฐ์คิดค้นและการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม แต่สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมนั้นมีมากมายแม้แต่สิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และปัจจัยทางชีววิทยาก็มีผล ทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตามมูลเหตุต่างๆ ที่ทำให้สังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงสามารถที่จะสรุปได้เป็นดังนี้ (ณรงค์ เล็งประชา, 2531: 89-91) คือ

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพดินฟ้าอากาศ สถานที่ตั้งของสังคม สิ่งเหล่านี้จะสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น ถ้าทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์จะช่วยให้สังคมเปลี่ยนแปลงได้มากกว่าในสังคมที่ขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ และถ้าในแหล่งใดเกิดความแห้งแล้งอดอยากยากจนหรือถ้าแหล่งใดเป็นแหล่งอุดมสมบูรณ์ก็อาจก่อให้เกิดการอพยพจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง ทำให้ผู้คนที่อพยพไปจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับสังคมใหม่ได้ ในส่วนของสถานที่ตั้งของสังคมก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น สังคมที่ตั้งอยู่บริเวณทางผ่าน บริเวณศูนย์กลางทางการค้าย่อมมีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงได้มาก

2. การเปลี่ยนแปลงทางประชากร เช่น การกระจายตัวของประชากรและขนาดของประชากร ในกรณีประชากรเพิ่มมากขึ้นอาจมีผลต่อความต้องการทางอาหารทำให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องมีการผลิตเพิ่มขึ้น ต้องการสิ่งบริการต่างๆ เพิ่มขึ้น กิจกรรมอุตสาหกรรมก็อาจเกิดขึ้น ความสัมพันธ์ของผู้คนเปลี่ยนไป สังคมเปลี่ยนไป

3. การอยู่โดดเดี่ยวและการติดต่อกัน สังคมที่มีการติดต่อกับสังคมอื่นจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและเป็นไปได้เร็วกว่าซึ่งการติดต่อสัมพันธ์กันอาจมีหลายรูปแบบ เช่น การเดินทางไปมาหาสู่กัน การสื่อสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การบังคับทางการเมือง ฯลฯ ชื่อนำสังเกตอย่างหนึ่งที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคม คือ ถ้าสังคมใดมีความเจริญก้าวหน้าในการสื่อสารคมนาคม สังคมนั้นมักจะเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

4. ระบบชนชั้น สังคมที่มีการจำกัดชนชั้นจะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงและสังคมที่ยึดถือบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นผู้นำและมีความสำคัญสูงสุด หรือสังคมยกย่องผู้อาวุโสก็จะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ในทางตรงข้ามถ้าสังคมถือความสำคัญของแต่ละบุคคล (Individualism) หรือยอมรับนับถือในความสามารถของแต่ละบุคคลก็จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า

5. ทศนคติและค่านิยม ในสังคมที่ยึดมั่นในสิ่งเดิมๆ เช่น การยกย่องบูชาบรรพบุรุษ ชื่นชมในอดีตของตนและการเชื่อฟังผู้อาวุโส การเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปอย่างช้าๆ เพราะเขาอาจมีความรู้สึกว่าการปฏิบัติเดิมเป็นบรรทัดฐานที่ดีที่สุด ถูกต้องที่สุด และยึดถือเป็นคัมภีร์

6. การเล็งเห็นความจำเป็น ถ้าคนในสังคมนั้นมองเห็นความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลงก็จะนำไปสู่ความต้องการจัดหาสิ่งของนั้นๆ เช่น เมื่อการคมนาคมขนส่งไม่อาจบริการประชาชนได้อย่างดีก็อาจเกิดระบบการขนส่งมวลชนขึ้น หรือเมื่อมีการขยายเมืองทำให้ผู้คนเกิด

ความจำเป็นที่จะต้องมีการสาธารณสุข การสาธารณสุขปโภค ฯลฯ หรือเมื่อมีโรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้นอาจต้องมีการจัดระเบียบโรงงาน การจัดสหพันธ์กรรมกรขึ้น

7. นโยบายของผู้นำในสังคม ในสังคมใดถ้าผู้นำมีนโยบายที่จะสนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อทำให้ประเทศเจริญก้าวหน้า สังคมหรือประเทศนั้นก็เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามเป้าหมายแต่ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับคุณลักษณะและความสามารถของผู้นำ

8. ระดับความรู้และเทคโนโลยี ถ้าสังคมนั้นผู้คนมีความรู้ความสามารถก็สามารถที่จะประดิษฐ์คิดสร้างสิ่งของเครื่องใช้และแบบแผนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น เมื่อมนุษย์มีความรู้เกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์ถึงระดับหนึ่ง ก็จะสามารถประดิษฐ์เครื่องคอมพิวเตอร์หรือเมื่อมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องการแตกตัวของสารกัมมันตภาพรังสีถึงระดับหนึ่งก็สามารถสร้างระเบิดปรมาณูได้สำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ จะเป็นสิ่งที่ช่วยแพร่กระจายวัฒนธรรมและเกิดการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมได้มากขึ้น

9. ความล่าช้าทางวัฒนธรรม เมื่อวัฒนธรรมด้านใดด้านหนึ่งล่าช้ากว่าอีกด้านหนึ่งก็จะทำให้คนเราจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้วัฒนธรรมทั้ง 2 ประเภทใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตได้ เช่น ถ้ามีเครื่องจักรแต่ใช้ไม่เป็น ผู้คนก็ย่อมต้องขวนขวายหาวิธีการที่จะใช้เครื่องจักรให้เกิดประโยชน์

10. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการอาหารและปัจจัยอื่นๆ ในการดำรงชีวิตและความต้องการในสิ่งอื่นๆ ไม่สิ้นสุด ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากความต้องการทางเศรษฐกิจจึงเกิดขึ้น นอกจากนั้นปัญหาความขึ้นลงทางเศรษฐกิจก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้วย

11. ปัจจัยทางอุดมการณ์ เช่น เพื่อต้องการให้สังคมของตนเป็นสังคมอุตสาหกรรมหรือสังคมทหาร ฯลฯ ก็จะก่อให้เกิดการเตรียมปัจจัยพื้นฐานเพื่อการเปลี่ยนสังคมไปตามเป้าหมายตามอุดมการณ์ของสังคม

นอกจากนั้นจรัล พรหมอยู่ (2523: 63-65) ได้เพิ่มสาเหตุที่เกิดการหลังไหลของวัฒนธรรมจากต่างชาติโดยเฉพาะวัฒนธรรมตะวันตกได้แก่

1. ความเจริญทางการคมนาคมขนส่ง ทำให้โลกแคบลง ผู้คนสามารถไปมาหาสู่และติดต่อกันได้สะดวกขึ้นทำให้การเผยแพร่วัฒนธรรมเร็วขึ้น

2. อิทธิพลของสื่อสารมวลชนต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ ดาวเทียม เป็นต้น

3. การเผยแพร่วัฒนธรรมโดยตรง คือ การที่ประเทศต่างๆ ส่งหน่วยวัฒนธรรมเข้ามาเผยแพร่ยังประเทศไทยโดยตรง

ทั้งนี้ชนิดของวัฒนธรรมตะวันตกที่เผยแพร่เข้ามาสู่ประเทศไทยและมีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ของผู้คนในปัจจุบันที่สำคัญ (จรัล พรหมอยู่, 2523: 63-65) คือ

1. วัฒนธรรมทางด้านประยุกต์การ (Technology) ได้แก่การรู้จักใช้เครื่องจักรกลต่างๆ ตลอดจนสิ่งซึ่งช่วยให้ความเป็นอยู่สะดวกสบายขึ้น เช่น เครื่องมือ เครื่องจักรในการเกษตร เครื่องจักรกลในการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น

2. วัฒนธรรมทางการศึกษา ได้แก่ วิธีการศึกษาวิชาความรู้ด้านต่างๆ วิธีถ่ายทอดความรู้ตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา

3. วัฒนธรรมทางการปกครอง เช่น วิธีการปกครองระบอบประชาธิปไตย วิธีบัญญัติกฎหมาย วิธีการบริหาร การพิจารณคดี เป็นต้น

4. วัฒนธรรมทางด้านนันทนาการ ได้แก่ วิธีการพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นดนตรี กีฬา ภาพยนตร์ เป็นต้น

5. วัฒนธรรมทางการแต่งกาย ได้แก่ การแต่งกายตามแบบต่างๆ ตามวัฒนธรรมของตน

6. วัฒนธรรมทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ วิธีปฏิบัติเรื่องการผลิต การจัดตั้งธุรกิจแบบต่างๆ

7. วัฒนธรรมอื่นๆ เช่น การใช้นามสกุล ประเพณีต่างๆ เป็นต้น

วัฒนธรรมอเมริกัน

จากการที่วัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เราจึงสามารถพบเห็นวัฒนธรรมจากตะวันตกโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมอเมริกันอยู่ทั่วไปในสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นการบริโภคอาหารจานด่วน (Fast Food) การแต่งกายด้วยชุดเสื้อยืดกางเกงยีนส์ของวัยรุ่น การดำเนินชีวิตด้วยเครื่องมืออำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น

ทั้งนี้วัฒนธรรมอเมริกันจะมีความหมายหลากหลายมากมายที่ครอบคลุมสังคมอเมริกันทั้งหมด ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงความหมายของวัฒนธรรมอเมริกันว่าเป็นวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของคนในสังคมอเมริกัน รวมถึงพฤติกรรมการแสดงออกหรือวิธีการกระทำสิ่งต่างๆ ที่แสดงออกทั้งกายและวาจาอันเนื่องมาจากแบบแผนความคิด ความเชื่อ ค่านิยมหรือการปฏิบัติสืบต่อกันมาแบบตะวันตกด้วย ซึ่งสังคมอเมริกามีภูมิหลังอยู่ที่การแสวงหาอิสระภาพซึ่งก็คือจุดเริ่มต้นของการดำเนินชีวิตแบบอเมริกัน

ทั้งนี้ ฉันทนา ไชยชิต (2525) ได้แบ่งกลุ่มวัฒนธรรมอเมริกันออกเป็น 4 มิติคือ

1. **ความรักในอิสรภาพ** หมายถึง ความรักในสิทธิอันพึงมีตามธรรมชาติของมนุษย์ชน เช่น วัยรุ่นส่วนใหญ่มักมีความคิดว่าพวกตนควรมีอิสระเสรีภาพทางความคิดและพฤติกรรมเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ มากขึ้น โดยไม่ต้องกรงให้ผู้ใหญ่หรือผู้ปกครองเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการแต่งกาย การคบเพื่อนต่างเพศ การดำเนินชีวิตในรูปแบบใหม่ๆ ต้องการและเต็มใจที่จะเผชิญกับสิ่งที่ทำทนายหรือสิ่งที่ช่วยทำให้เกิดการทดลองปฏิบัติตาม ฯลฯ ซึ่งมักก่อให้เกิดปัญหาตามมาคือการประพฤตินอกนอกลู่นอกทางหรือไม่เหมาะสมกับแบบแผนของวัฒนธรรม

2. **การแสวงหาความเท่าเทียมกัน** หมายถึง ความพยายามในการให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ของ หรือโอกาสในการแสดงความคิดและพฤติกรรม เพื่อสนองความต้องการความเท่าเทียมกันในสังคมของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นความเท่าเทียมกันระหว่างวัยหรือระหว่างเพศ เช่น การที่เด็กสมัยนี้เริ่มมีความต้องการความเท่าเทียมกันในการแสดงความคิดเห็นต่อผู้ใหญ่ จึงอาจเป็นสาเหตุให้เกิดปฏิกิริยาโต้ตอบโดยมีกริยาวาจาที่แสดงถึงการขาดความเคารพนับถือต่อผู้อาวุโสกว่า หรือการขาดซึ่งสัมมาคารวะที่เด็กควรจะมีต่อผู้ใหญ่ หรือการที่ผู้หญิงพยายามจะประพฤติปฏิบัติตนในสังคมให้เท่าเทียมกับผู้ชาย จึงอาจเป็นสาเหตุให้เกิดการใช้ถ้อยคำหรือการกระทำที่แต่ก่อนนี้ถือว่าผู้ชายเท่านั้นที่เป็นผู้ใช้หรือกระทำได้

3. การแสวงหาความสุขตามความพึงพอใจส่วนบุคคล หมายถึง ความพยายามในการประพฤติตัวให้ตามสมัณิยม เพราะเมื่อมนุษย์สามารถสนองความต้องการขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอแล้ว ก็จะเริ่มเรียกร้องแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ให้กับชีวิตซึ่งมักเน้นในเรื่องวัตถุนิยมที่จะให้ความสุข ความรื่นรมย์ชั่วคราวช่วยยาม เช่น การแต่งกายตามความนิยมอย่างคลั่งไคล้ของยุคสมัย เป็นต้น

4. การเปิดเผยในเรื่องเพศ หมายถึง การแสดงออกซึ่งความคิด ความรู้สึก ความสนใจ ความรัก อารมณ์หรือการสัมผัสต่อเพศตรงข้ามอย่างเปิดเผย หรือพยายามแสดงตนให้เป็นจุดเด่น และตกเป็นเป้าสายตา เช่น คนรุ่นหนุ่มสาวหรือวัยรุ่นสมัยนี้เริ่มที่จะพูดคุยกันอย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมาเกี่ยวกับเรื่องเพศ พอใจที่จะถูกเนื้อต้องตัวซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิดโดยไม่เคอะเขินและแสดงออกซึ่งความรักต่อกันอย่างเปิดเผย

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมจะเป็นส่วนเสริมให้ผู้วิจัยสามารถทราบและเข้าใจถึงลักษณะ ความสำคัญและแบบแผนของทั้งวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมต่างชาติซึ่งอาจเป็นผลกระทบหนึ่งจากมิลลิทรีไอ

5. แนวคิดเรื่องค่านิยม

ค่านิยม (Social Value) เป็นจุดประสงค์ของสังคม เป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมอยากจะดำเนินไปให้ถึงจุดๆ นั้น อาทิ ความร่ำรวย การมีตำแหน่งการงาน การมีรถยนต์ยี่ห้อดีๆ ใช้ การเป็นคนตรงต่อเวลา ฯลฯ ซึ่งค่านิยมอาจทำให้สังคมเสื่อมลงก็ได้ ตัวอย่างของค่านิยมที่ดี เช่น การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์เพื่อให้เขาสามารถช่วยตัวเองได้ ส่วนค่านิยมที่ไม่ดี เช่น การแข่งขันสะสมเครื่องประดับเพื่ออวดความมั่งมีของตน เป็นต้น (ณรงค์ เสงี่ยมประสา, 2532: 69)

คำว่า "ค่านิยม" ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Value ซึ่งเดิมคนทั่วไปมักจะให้ความหมายว่า คุณค่า แต่เมื่อมีการบัญญัติใหม่ว่าค่านิยมแล้ว ความหมายจะลึกซึ้งมากกว่าเดิม ซึ่งความหมายต่างๆ ของค่านิยมนั้น สมบัติ มหารศ (2520: 1-3 อ้างถึงใน สมบัติ มหารศ และคณะ, 2540: 13) ได้กล่าววว่า

ค่านิยม คือ สมมติฐานเกี่ยวกับสิ่งที่ถูกต้องและมีความสำคัญ เช่น ชาวตะวันตกมีค่านิยมในการจัดบ้านเรือนให้สะอาด มีตีกรามสูงใหญ่ มีกองทัพมหาเวดล้อมด้วยอาวุธยุทโธปกรณ์ที่ทันสมัย

ค่านิยม คือ สิ่งที่เป็นแก่นแท้ของวัฒนธรรม เช่น การประพฤติปฏิบัติตามประเพณี เช่น การทำบุญหรือประกอบพิธีกรรมต่างๆ ของชาวตะวันออก

ค่านิยม คือ ความเชื่ออย่างหนึ่ง เช่น ความเข้มแข็งของชาติ ความสำเร็จในการทำงาน เชื่อในความเจริญก้าวหน้า ตลอดจนมีความซื่อสัตย์ต่อกันและกัน

ค่านิยม คือ การครอบครองสิ่งของต่างๆ และมีการแสดง การใช้ การประพฤติ การปฏิบัติ และการคงไว้ตราบนานปัจจุบัน การครอบครองนั้นไม่จำเป็นจะต้องเป็นวัตถุเสมอไป จะเป็นนามธรรมก็ได้

ค่านิยม คือ สิ่งที่มีมนุษย์ปรารถนาจะมีสิ่งได้และเกิดความซาบซึ้งในตัวตน

ค่านิยม คือ แรงจูงใจภายใต้สภาวะหรือคุณภาพต่อสิ่งใดๆ และสิ่งเหล่านั้นทำให้เราเกิดความพอใจขึ้นมา

ค่านิยม คือ การที่มนุษย์เกิดความต้องการในวัตถุสิ่งของอย่างหนึ่ง ซึ่งความต้องการนั้นอาจมีผลต่อสิ่งแวดล้อมก็ได้ เช่น ต้องการฟังดนตรีไพเราะ

ค่านิยม คือ กระทำอย่างใดๆ ภายใต้ความต้องการของเรา เช่น ต้องการปลูกบ้านให้สวยงาม ต้องการมีรั้วต้นไม้ ต้องการนอนพักผ่อนในบ้านของตนเองอย่างมีอิสระ

ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา (2521: 1) ได้ให้คำอธิบายความหมายและความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและค่านิยมของคนไว้ว่า ทัศนคติและค่านิยม (Attitudes and Values) นับว่ามีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์ทั้งในด้านที่เกี่ยวข้องกับสังคมและกับพัฒนาการของบุคคลเอง ทัศนคติมีอิทธิพลต่อการแสดงออกและอาจทำให้ความสัมพันธ์ของเรากับคนอื่นกับกลุ่มและกับสังคมส่วนรวมเป็นไปอย่างราบรื่นหรือขัดแย้งเป็นปัญหา ส่วนค่านิยมเป็นหลักที่ควบคุมการรับรู้ การตัดสินใจเลือกและการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมของบุคคล

ส่วนสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (ณรงค์ เส็งประชา, 2532: 69) ได้ให้ความหมายของค่านิยมว่าหมายถึง “สิ่ง” ที่คนสนใจ สิ่งที่คุณปรารถนาจะได้ ปรารถนาจะเป็น หรือกลับกลายมาเป็นสิ่งที่คุณถือว่าเป็นสิ่งบังคับ ต้องทำ ต้องปฏิบัติ เป็นสิ่งที่คนบูชายกย่องและมีความสุขที่จะได้เห็น ได้ฟัง ได้เป็นเจ้าของ

ในขณะที่ราชบัณฑิตยสถาน (2524: 366) ได้ให้ความหมายว่า ค่านิยมเป็นแบบอย่างพฤติกรรมที่พึงปรารถนาโดยสังคมถือว่ามีคุณค่า แบบอย่างพฤติกรรมนี้จะเกี่ยวข้องกับวัตถุหรือมิใช่วัตถุก็ได้ ค่านิยมในสังคมต่างๆ จะผิดแผกกันไป เป็นต้นว่า ไทยมีค่านิยมในเรื่องความกตัญญู ในขณะที่สังคมอื่นอาจไม่มี

ค่านิยมเป็นความนิยมของสังคมไม่ใช่ความนิยมของบุคคล เป็นสิ่งที่ผู้คนทั้งหลายยอมรับหรือเป็นมติของสังคม เช่น ความรักในองค์พระมหากษัตริย์ถือเป็นค่านิยม เพราะเป็นความนิยมของคนทั้งชาติ แต่ถ้าเป็นการรักที่จะเรียนวิชาดนตรี ย่อมต้องถือว่าไม่ใช่ค่านิยมของคนไทย เพราะมีคนเพียงจำนวนหนึ่งและไม่มากนักที่นิยมหรือรักที่จะเรียนวิชาดนตรี ลักษณะเช่นนี้อาจเรียกค่านิยมของกลุ่มคนก็ได้ แต่ถ้าเป็นค่านิยมเฉพาะของแต่ละบุคคลจะเรียกว่าเป็นรสนิยม ไม่ใช่ค่านิยม

ค่านิยมอาจมาจากรสนิยมหรือจากความนิยมของบุคคลในสังคม จากความนิยมของคนใดคนหนึ่งในเรื่องใดสิ่งหนึ่ง หลังจากนั้นจึงค่อยๆ แพร่กระจายเป็นรสนิยมของกลุ่มคนและในที่สุดก็อาจกลายเป็นค่านิยมของสังคมนั้นไปได้

ค่านิยมนี้ถ้าหากนิยมกันช่วงระยะเวลาหนึ่งและจางหายไป แต่อาจกลับมานิยมใหม่ในระยะเวลาต่อมาก็เรียกว่าเป็นสมัยนิยม (Fashion) และถ้าเป็นการนิยมเพียงชั่วระยะเวลาสั้นๆ แล้วจางหายไปเลย ไม่เคยกลับมานิยมใหม่เรียกว่า การนิยมชั่วคราว (Fad) ค่านิยมที่นิยมกันโดยตลอดและถือเป็นสิ่งที่ปฏิบัติกันตลอดไปก็คือบรรทัดฐานของสังคม (Social Norm) นั่นเอง (ณรงค์ เล็งประชา, 2532: 70)

จากความหมายของค่านิยมที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงอาจสรุปได้ว่า "ค่านิยม" หมายถึงถึงความเชื่อของตัวบุคคลที่เชื่อว่าสิ่งใดมีค่า มีความสำคัญและเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของเขาในขณะที่สิ่งอื่นไม่มีค่า ไม่มีความสำคัญและไม่เป็นที่ต้องการในลักษณะดังกล่าว ค่านิยมจึงเป็นมาตรฐานในการรับรู้และการประเมิน การเลือก การตัดสินใจของบุคคลว่าอะไรดี-เลว มีค่า-ไม่มีค่า สำคัญ-ไม่สำคัญ ถูก-ผิด ควรทำ-ไม่ควรทำ นอกจากนี้ค่านิยมยังทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดเป้าหมายและสร้างแรงจูงใจ ผลักดันให้บุคคลไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ

ลักษณะของค่านิยม

ลักษณะของค่านิยมอาจจำแนกได้หลายประเภทด้วยวิธีการต่างๆ ขึ้นอยู่กับผู้จำแนกและเกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนก เช่น นักจิตวิทยาอาจจำแนกลักษณะของค่านิยมโดยอาศัยการประเมินที่

สลับซับซ้อนและสรุปสันนิษฐาน (Inference) จากการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ การเลือกของบุคคลหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือบางท่านอาจจำแนกลักษณะของค่านิยมโดยการพิจารณาตามลักษณะการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมในด้านต่างๆ เช่น E. Spranger นักปรัชญาชาวเยอรมันได้จำแนกลักษณะค่านิยมที่สำคัญของมนุษย์ออกเป็น 6 ประเภท ในแต่ละบุคคลอาจจะมีค่านิยมประเภทต่างๆ หลายประเภทรวมอยู่ในตัวบุคคลเดียวกันมากน้อยไม่เท่ากัน ลักษณะของค่านิยมทั้ง 6 ประเภทดังกล่าวได้แก่

1. ค่านิยมทางทฤษฎีหรือวิชาการ (Theoretical Value) ได้แก่ ค่านิยมที่จะศึกษาหาความรู้ ความจริง เหตุผล และการรวบรวมจัดระบบความรู้
2. ค่านิยมทางเศรษฐกิจ (Economic Value) เป็นค่านิยมที่ทำให้บุคคลแสวงหาประโยชน์ ทรัพย์สินและความมั่งคั่ง
3. ค่านิยมทางสุนทรียภาพ (Aesthetic Value) เกี่ยวข้องกับความชื่นชมความพึงพอใจในความงาม ความเหมาะสมและความกลมกลืนในลักษณะต่างๆ
4. ค่านิยมทางสังคม (Social Value) ได้แก่ความรักเพื่อนมนุษย์ ความต้องการที่จะทำประโยชน์ให้เพื่อนมนุษย์
5. ค่านิยมทางการเมือง (Political Value) คือ ความนิยมอำนาจ อิทธิพลและชื่อเสียง
6. ค่านิยมทางศาสนา (Religious Value) ได้แก่ความเชื่อและความยึดถือในศาสนา สิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือจุดมุ่งหมายสูงสุดในจักรวาล

นอกจากนี้ยังมีนักสังคมวิทยาซึ่งได้จำแนกลักษณะของค่านิยมตามกลุ่มคน โดยพิจารณาจำแนกเป็นระดับบุคคล กลุ่มคนและสังคม หรือถ้าผู้จำแนกยึดถือลักษณะของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเสมออาจจำแนกลักษณะของค่านิยมออกเป็น ค่านิยมที่มีลักษณะยั่งยืนถาวรหรือเปลี่ยนแปลงกับค่านิยมที่มีลักษณะของความสำคัญมาก-น้อย หรือ ลักษณะของค่านิยมที่เป็นความเชื่อ (สุนทรী โคมิน และ สนิท สม่ครการ, 2522)

สำหรับการจำแนกค่านิยมตามระบบการศึกษาสังคมศึกษานั้น Fenton (1967 อ้างถึงใน เอมจันทร์ สุวินทวงศ์, 2526: 140) นักการศึกษาสังคมศึกษาชาวอเมริกันได้แบ่งประเภทของค่านิยมออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. ค่านิยมที่เป็นพฤติกรรม (Behavioral Values) ได้แก่แนวกำหนดพฤติกรรมของผู้เรียนที่ควรปฏิบัติในห้องเรียน ในโรงเรียน ในบ้านและในสังคม เช่น การเคารพระเบียบวินัย แบบอย่างของความประพฤติ มรรยาท วาจา ท่าทางทั้งต่อเพื่อน ต่อครูและต่อผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง

2. ค่านิยมที่เป็นวิถีปฏิบัติหรือกระบวนการ (Procedural Values) ได้แก่วิธีการหรือแนวในการคิด กระบวนการในการคิด การกระทำ การแก้ปัญหา การแสวงหา การแสดงเหตุผล การยอมรับความคิดเห็นผู้อื่น

3. ค่านิยมที่จำเป็นต่อการเป็นมนุษย์ (Substantive Values) ได้แก่ค่านิยมที่เป็นคุณธรรม ความดีงามต่างๆ เช่น ความซื่อสัตย์ ความกตัญญูตเวที ความรักชาติ ความสามัคคี เป็นต้น

ส่วนสมบัติ มหารศ และคณะ (2540: 14) ได้แบ่งลักษณะของค่านิยมออกเป็น 3 ประเภทหลักดังนี้คือ

1. ค่านิยม คือ ลักษณะใดๆ ที่ทำให้มนุษย์มีความต้องการและพอใจ
2. ค่านิยม คือ ลักษณะของสิ่งใดๆ ที่ทำให้เราเกิดความต้องการและตั้งใจกระทำและทำแล้วต้องให้บังเกิดผลสำเร็จให้จงได้
3. ค่านิยม คือ ลักษณะที่ส่งเสริมคุณธรรมโดยมุ่งมันให้มีความเมตตา เอื้อเฟื้อ มีจิตใจและอารมณ์ดี รู้จักอดทนอดกลั้นได้

สรุปโดยทั่วไปแล้วในสังคมเราอาจจะมองเห็นประเภทของค่านิยมเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ (เอมจันท์ สุรินทวงศ์, 2526: 141) คือ

1. ค่านิยมที่คนในสังคมส่วนใหญ่ยึดถือปฏิบัติ ซึ่งอาจเรียกว่าเป็นค่านิยมที่พึงประสงค์ เช่น ค่านิยมพื้นฐานหลักที่สังคมไทยต้องการ ได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต การประหยัด การพึ่งพาตนเอง ความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน การยึดมั่นในชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์ เป็นต้น

2. ค่านิยมส่วนบุคคล บุคคลในสังคมย่อมมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับสภาพของวัฒนธรรมและประสบการณ์ รวมถึงสติปัญญาของแต่ละบุคคลด้วย จึงทำให้แต่ละคนมีความคิดและความเชื่อส่วนตัวของตัวเองทำให้มีค่านิยมเฉพาะตนเอง

คุณสมบัติของค่านิยม

ค่านิยมมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ (สมบัติ มหาศ และคณะ, 2540: 14) คือ

1. เป็นสิ่งที่ให้แนวความคิดสร้างสรรค์ เช่น ชาวตะวันตกมักจะเผชิญโชค ชอบเสี่ยงภัย อยู่เสมอ ไม่กลัวต่อความตาย ไม่หวงแหนชีวิต มีความโลดโผน ต่างกับชาวตะวันออกที่ชอบความสงบเสถียร
2. สิ่งที่ทำให้เกิดอารมณ์ทั้งทางดี ทางร้าย เช่น โมโหก็ตะโกนด้วยเสียงดัง เสียใจก็ร้องไห้ หรือชอบใจ พอใจก็ส่งเสียงหัวเราะ
3. จุดประสงค์ของการกระทำ เช่น ถ้าพอใจมิตรหรือเพื่อนฝูงก็โอภาปราศรัย ทักทาย หรือพูดคุยด้วย แต่ถ้าเกลียดก็ปฏิเสธหรือพูดคำเดียวว่า "ไม่ต้องการพูดคุย" แล้วเมินเฉย แต่คนไทยเรานั้นกลับรู้จักการผูกมิตรไมตรีโดยมักจะยิ้มแย้มก่อน ส่วนผลดีที่ตามมาว่าใครจะเกลียดโกรธก็ดูจากผลการแสดงออกนั่นเอง
4. แนวดำรงชีวิตปฏิบัติตามประเพณี การกินอยู่ที่พักผ่อนหลับนอน ล้วนเป็นคุณสมบัติค่านิยมทั้งสิ้น เช่น ชาวตะวันตกมีค่านิยมในการรักษาความสะอาดเป็นนิจ เช่น ไม่รังเกียจที่จะมีห้องน้ำใกล้ที่นอนและยินดีรักษาความสะอาดอยู่เสมอ การแสดงอื่นๆ เช่น แต่งตัวดีระชะ การจุ่มพิตินที่สาธารณะไม่ถึงเป็นอนาจาร แต่ถ้าเป็นตะวันออกอาจจะถูกตำหนิว่าไม่เหมาะสมก็ได้

ค่านิยมในสังคมไทย

สังคมไทยได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่อดีต โดยเริ่มจากสังคมเกษตรกรรมมาเป็นสังคมอุตสาหกรรมในปัจจุบัน สภาพของสิ่งแวดล้อมทั้งในแง่ของบุคคล ธรรมชาติ ความเจริญทางเทคโนโลยี ตลอดจนแนวคิดต่างๆ ของคนในสังคมย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นนี้ทำให้คนไทยมีความสับสน เกิดความไม่แน่ใจในการยึดหาสิ่งใดเป็นหลักในการเลือกเพื่อการดำรงชีวิต เช่น การพิจารณาตัดสินใจในเรื่องของการอบรมเลี้ยงดูบุตรของผู้เป็นพ่อ-แม่ ความไม่แน่ใจของครูบาอาจารย์ในการอบรมสั่งสอนนักเรียนเพื่อให้เป็นพลเมืองดีในสังคมปัจจุบันและในอนาคต เมื่อปัญหาความขัดแย้งต่างๆ เกิดขึ้นในสังคมมากขึ้นทำให้เกิดมีช่องว่างระหว่างวัย การครองชีวิตมีความห่อหุ้มไม่รัดกุมกับสภาพที่เกิดขึ้นและเป็นจริงในสังคม

เยาวชนมีความคลอนแคลนในเรื่องเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อระหว่างการดำเนินชีวิตประจำวัน จากสภาพดังกล่าวคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติจึงได้ทำการวิจัยเรื่องของค่านิยมเพื่อชีวิตและสังคมไทยขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2523 เพื่อหาทิศทางและแนวทางที่จะสรุปค่านิยมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำชีวิตและสังคมไทยให้มุ่งไปสู่สังคมที่ดี พึ่งประสงค์ ค่านิยมที่พึ่งประสงค์ 20 ประการที่ได้จากผลสรุปของการวิจัยมีดังต่อไปนี้ (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, สำนักงาน: 2523 อ้างถึงใน เอม จันทน์ สุรินทวงศ์, 2526: 142) คือ

1. การประหยัดและประมาณตนเพื่อการดำรงชีวิตที่เรียบง่าย
2. การรักความจริงและกล้ากระทำเพื่อความจริง
3. ความมุ่งมั่นทำงานเพื่อตนเอง โดยตระหนักว่างานคือชีวิต
4. การเคารพตนเอง พึ่งตนเองและไม่ย่อท้อต่อปัญหาชีวิต
5. การใฝ่หาความรู้และใช้สติปัญญาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต
6. การตระหนักในคุณค่าของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำรงชีวิตที่สงบสุข
7. ความรับผิดชอบในหน้าที่ของตน เคารพสิทธิและความคิดเห็นของผู้อื่น
8. ความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนที่มีต่อสังคม โดยกระทำตนให้เป็นประโยชน์กับหมู่คณะและไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน
9. การตระหนักในความสำคัญของการทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี รู้แพ้ รู้ชนะ รู้ภัย
10. การเห็นความสำคัญของครอบครัวในฐานะที่เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเยาวชนและสังคม
11. ความมุ่งมั่นที่จะช่วยกันรักษาและเสริมสร้างความเป็นธรรม เสรีภาพและภราดรภาพในสังคม
12. การตระหนักในความสำคัญของการพัฒนาชีวิตและสังคมที่เกี่ยวกับจิตใจ คุณธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม
13. การรักษาความเป็นเอกราชของชาติไทย ภูมิใจในความเป็นไทย รักไทย นิยมไทย ยินดีเสียสละเพื่อชาติแม่ด้วยชีวิต
14. การยึดมั่นในศาสนธรรม เป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติในการดำรงชีวิต
15. การยึดมั่นในหลักการประชาธิปไตย
16. การเทอดทูนองค์พระมหากษัตริย์เป็นองค์พระประมุข เป็นมิ่งขวัญและเป็นศูนย์รวมหัวใจของคนในชาติ
17. การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ กฎเกณฑ์และระเบียบแบบแผนโดยเคร่งครัดเพื่อความสงบสุขของสังคม
18. การช่วยรักษา หวงแหนสาธารณสมบัติและมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ

19. การปลูกฝังสุขนิสัยและรักษาส่งเสริมสุขภาพอนามัยของตน ของครอบครัวและของชุมชน

20. การยกย่องสรรเสริญผู้กระทำความดีต่อต้านการกระทำความชั่ว

อดุลย์ วิเชียรเจริญ (2515: 235-258 อ้างถึงใน สมบัติ มหารศ และคณะ, 2540: 13) ได้กล่าวถึงค่านิยมอันเป็นลักษณะเฉพาะคนไทยว่า "ค่านิยมของคนไทยประกอบไปด้วย 4 ประการ คือ ความเป็นอิสระ มีครอบครัวขนาดเล็ก คำนึงถึงผลประโยชน์และค่านิยมในบทบาทสตรี" ซึ่งสามารถขยายความได้เป็นดังนี้

1. **ความเป็นอิสระ** ด้วยวิญญานของความไม่เคยเป็นประเทศราชของใครมาก่อน ประกอบกับการที่ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์จึงทำให้คนไทยขาดความกระตือรือร้น อยู่ไม่เป็นหลักแหล่ง มีการอพยพเคลื่อนย้ายอยู่บ่อยๆ จากที่คนไทยมีอิสระนี้เองทำให้เราเคยชินต่อกฎหมายบ้านเมืองมากขึ้น ทั้งนี้มิได้หมายถึงการตัดรอนสิทธิแต่อย่างใดหากแต่เราคนไทยควรจะหันมาเคร่งครัดและยึดถือหลักวัฒนธรรมสากลกันเสียที

2. **มีครอบครัวขนาดเล็ก** คนไทยส่วนมากถ้าเป็นชายก็จะแต่งงานมีครอบครัวเมื่ออายุมากกว่า 20 ปี กล่าวคือหลังจากที่ผ่านการบวชเรียนเป็นพระแล้วจึงจะถือว่าเป็นชายที่สมบูรณ์และสามารถเป็นผู้นำได้และหลังจากนั้นจะอยู่กับพ่อตาแม่ยายประมาณ 1-2 ปีก็จะย้ายครอบครัวออกไปอยู่กับภรรยาเพียงลำพังโดยได้รับการแบ่งปันทรัพย์สินและมรดกจากบิดามารดาทั้ง 2 ฝ่ายเพื่อตั้งหน้าตั้งตาประกอบอาชีพเป็นหลักต่อไป การที่บุตรสาวบุตรชายต้องแยกตัวออกไปจากบิดามารดาแล้วก็ตามแต่ครอบครัวเล็กๆ นั้นก็ยังได้รับการอนุเคราะห์จากบิดามารดาของทั้ง 2 ฝ่ายอยู่

3. **การคำนึงถึงผลประโยชน์** คนไทยโดยทั่วไปจะคำนึงถึงผลได้เฉพาะถ้าเน้นความเป็นเอกราชของประเทศ ความอยู่รอดก็จำเป็นที่คนไทยต้องรักษาค่านิยมนี้ไว้

4. **การงานของสตรี** สตรีไทยจะทำงานมากเป็นพิเศษ เช่น สตรีในชนบทสมัยที่ยังไม่มีโรงสี สตรีต้องตื่นแต่เช้าเพื่อตีข้าว หาน้ำ หุงหาอาหารเพื่อไว้รอคอยสามีและงานทุกอย่างภายในบ้าน ในครอบครัวจะเป็นภาระของภรรยาแทบทั้งสิ้น ถ้ามองผิวเผินในสังคมชนบทก็จะมีส่วนเป็นจริงตามนี้ แต่ถ้าหากเป็นสังคมในเมืองใหญ่ก็คงจะลดบทบาทการทำงานของสตรีลงไปมากในปัจจุบัน เพราะการศึกษาของสตรีสูงขึ้น สิทธิสตรีเทียบเท่าชายแล้ว ค่านิยมเช่นนี้อาจจะลดลงไปจึงน่าจะเป็นบทบาทการทำงานของชายหญิงที่เท่าๆ กัน

ทัศนะของวัยรุ่นที่มีต่อค่านิยมทางสังคม

สมบัติ มหารศ และ คณะ (2540: 26) ได้วิจัยถึงทัศนะของวัยรุ่นและค่านิยมซึ่งได้ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1. ไม่ปรารถนาจะให้มนุษย์ในโลกนี้ต้องรบราฆ่าฟันกันอีกเพราะมนุษย์เปื้อน่ายสงคราม
2. ไม่ต้องการให้ชาติตนต้องเป็นผู้นำโลก กล่าวคือ ไทยอยากอยู่อย่างสงบมากกว่า
3. ไม่ต้องการที่จะแก่งแย่งเพื่อความเป็นผู้มีอำนาจแต่อยากให้เห็นชาติของตนเจริญ
4. มีความเห็นสอดคล้องในหลักประหัตยอดดอมไม่ชอบด้านฟุ้งเฟ้อ
5. ยึดมั่นในศาสนาเหมือนๆ กัน ไม่รังเกียจผู้นับถือศาสนาอื่นๆ
6. มีความคิดเห็นในแง่ศีลธรรม ใฝ่ธรรมะและรักษาความสงบทางใจ

วัยรุ่นโดยทั่วไปต่างมีความเห็นว่าการมีคูครองโดยไม่แต่งงานไม่เป็นเรื่องไรศีลธรรม ไม่ปรารถนาที่จะฝ่าฝืนคำสั่งการอบรมสั่งสอนของบิดามารดา รังเกียจที่จะเห็นเพื่อนเป็นนักชกมวยหรือชกมวยและไม่พอใจมากถ้าหากเพื่อนจะมาชักชวนให้ใช้กัญหุมู หรือรวมกลุ่มทำลายทรัพย์สินคนทั่วไปซึ่งถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดหลักศีลธรรมอย่างร้ายแรงและถือว่าเป็นผู้มีนิสัยยะโสเมิดอีกด้วย

ความเห็นส่วนตัวของวัยรุ่นในด้านต่างๆ ที่พูดคุยกับวัยรุ่นด้วยกันจะเห็นว่า

1. การมีมิตร คนวัยรุ่นพึงปรารถนาที่จะมีมิตรมีเพื่อนดีๆ ทุกคนไม่ต้องการเพื่อนที่ชั่วช้า
2. การศึกษาเล่าเรียน เป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา ถ้าทุกคนมีเงินและมีโอกาสก็จะศึกษาต่อ
3. การให้ความช่วยเหลือบุคคลในครอบครัว ยินดีบริการพี่ๆ ญาติ ทำงานในบ้าน
4. รักที่จะอยู่หรือทำงานอย่างอิสระตามลำพัง ถ้าเป็นไปได้วัยรุ่นชอบที่จะมีสัดส่วนเป็นของตนเองเกี่ยวกับที่หลับนอน
5. ให้ความช่วยเหลือคนอื่น เช่น บริการสังคม ช่วยพัฒนาท้องถิ่น
6. สร้างสรรค์ในสิ่งต่างๆ เช่น ปรารถนาที่จะเห็นบ้านเมืองเจริญ ถ้าอะไรไม่ดีไม่งามจะพูดอย่างตรงไปตรงมา
7. อยากให้ชุมชนและท้องถิ่นมีความเจริญก้าวหน้าและเพื่อฝันที่จะเห็นความเป็นอารยธรรมของชาติบ้านเมือง

แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถทราบและเข้าใจถึงลักษณะ บทบาทและ ความสำคัญของค่านิยมโดยเฉพาะค่านิยมของคนไทยซึ่งอาจจะเป็นผลกระทบหนึ่งจากมิวสิกวิดีโอ

6. แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นวัยที่ถัดจากวัยเด็ก เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงสู่พัฒนาการที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ วัยนี้จึงมีความสำคัญในฐานะของการเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างวัยเด็กและผู้ใหญ่ การทำความเข้าใจธรรมชาติของวัยรุ่นจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึง "จิตวิทยาวัยรุ่น" ทั้งนี้ Rogers (1972: 212-213 อ้างถึงใน ปรานี รามสูต, 2528: 15) ได้ให้ความหมายของจิตวิทยาวัยรุ่นว่า เป็นการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านต่างๆ ของบุคคลในช่วงวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ มากเป็นพิเศษ

จิตวิทยาวัยรุ่นเป็นการศึกษาที่มีความมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจของคนวัยนี้ว่ามีสภาพเป็นอย่างไร เช่น ด้านการเจริญเติบโตทางกาย ความผันแปรทางอารมณ์ แนวคิดทางสังคมและศีลธรรมจรรยา ตลอดจนความสามารถทางสติปัญญา กระบวนการเรียนรู้และอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความสนใจและความต้องการของวัยรุ่น ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการช่วยเหลือเด็กวัยรุ่นให้เป็นไปตามที่สังคมยอมรับต่อไป (สุโท เจริญสุข, 2517: 242-243)

นอกจากวัยรุ่นจะเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจแล้ว ยังเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคมและวัฒนธรรมด้วย (สุชา จันทน์เอม, 2529: 2) โดยปกติแล้วมักปรากฏว่าเด็กจะเริ่มมีวุฒิภาวะทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นเมื่อมีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นเพราะเป็นช่วงที่จะเติบโตไปเป็นผู้ใหญ่ ในระหว่างที่เด็กกำลังเจริญเติบโตนี้จะมีสมรรถภาพในการเรียนรู้มากขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านความคิด ทศนคติ อุดมคติ ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดวัฒนธรรมใหม่ๆ ขึ้นได้ และเมื่อเกิดวัฒนธรรมใหม่ๆ ขึ้นก็เป็นเรื่องที่จะต้องศึกษากันต่อไปเพื่อดัดแปลงแก้ไขให้เหมาะสมตามยุคสมัย

ความหมายของคำว่าวัยรุ่น

คำว่า "วัยรุ่น" ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า "Adolescence" มาจากคำกริยาในภาษาลาตินว่า "Adolesere" ซึ่งหมายถึง "To grow into maturity" หรือการก้าวไปสู่วุฒิภาวะ (Rogers, 1972: 9 อ้างใน ปรานี รามสูต, 2528: 9) นอกจากนี้ยังมีคำภาษาอังกฤษอีก 2-3 คำที่หลายๆ คนใช้ในความหมายเดียวกันกับคำว่าวัยรุ่นคือคำว่า "Teenager" และคำว่า "Puberty" ซึ่งโดยศัพท์จริงๆ

แล้วคำว่า "Teenager" หมายถึง คนวัยสิบขวบกว่าขึ้นไปแต่ไม่ถึงยี่สิบปี ส่วนคำว่า "Puberty" โดยทั่วไปมักจะหมายถึงพัฒนาการทางกายด้านเพศ หรือการเจริญเติบโตทางกายจากเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ (ปราณี รามสูตร, 2528: 9)

นอกจากนี้ สุชา จันทน์เอม (2529: 20) ได้อธิบายเสริมว่าการที่เด็กจะบรรลุถึงขั้นวุฒิภาวะ ไม่ใช่เพียงแต่มีการเจริญเติบโตทางด้านร่างกายและจิตใจเท่านั้น แต่จะต้องมีพัฒนาการทั้ง 4 ด้านไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ ร่างกาย อารมณ์ สติปัญญาและสังคม

การแบ่งวัยของวัยรุ่น

โดยปกติแล้วเด็กหญิงจะย่างเข้าสู่วัยรุ่นตอนต้นก่อนเด็กชายประมาณ 1-2 ปี คือ เมื่ออายุประมาณ 13-15 ปี ส่วนเด็กชายจะเริ่มเมื่ออายุ 15 ปี แต่ก็ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน บางคนอาจจะเริ่มเร็วและบางคนอาจจะเริ่มช้าขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่าง อาทิ อาหาร การออกกำลังกาย สภาพแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ฯลฯ อย่างไรก็ตามนักจิตวิทยาได้เห็นว่าควรจะใช้อายุเฉลี่ยเป็นเครื่องกำหนดจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของเด็กวัยรุ่น โดยกำหนดว่าช่วงอายุของเด็กวัยรุ่นจะอยู่ระหว่าง 10-21 ปี ซึ่ง Gesell (1954) ได้แบ่งช่วงอายุของเด็กวัยรุ่นเป็นดังนี้

1. วัยเตรียมเข้าสู่วัยรุ่น (Late Childhood or Pre-Adolescence) หญิง 10-13 ปี ชาย 13-15 ปี
2. วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) หญิง 13-15 ปี ชาย 15-17 ปี
3. วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) หญิง 15-18 ปี ชาย 17-19 ปี
4. วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) หญิง 18-21 ปี ชาย 19-21 ปี

ช่วงอายุแบ่งวัยตามที่กล่าวมานี้มีได้ถือเป็นหลักตายตัวเสมอไป นักจิตวิทยาแต่ละท่านจะแบ่งวัยเพียงเพื่อให้สะดวกแก่การศึกษาเท่านั้น เพราะที่จริงแล้วก็เป็นที่ยากที่จะหาข้อดีว่าพัฒนาการของมนุษย์เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกันไปมิได้หยุดเป็นช่วงๆ ซึ่ง ประมวล ดิคคินสัน (2520, 6) ให้ความเห็นว่าช่วงเวลาความเป็นวัยรุ่นของคนเรานั้นยาวนานพอสมควร จึงควรแบ่งพัฒนาการออกเป็น 2 ระยะตามความเด่น คือ วัยรุ่นระยะแรก ค่อนไปทางเด็กมากกว่าผู้ใหญ่ การเปลี่ยนแปลงในพัฒนาการทุกด้านมีมาก กับวัยรุ่นระยะหลังค่อนไปทางผู้ใหญ่มากกว่าเด็ก ลักษณะการเปลี่ยนแปลงเริ่มอยู่ตัว วัยรุ่นระยะแรกอยู่ในช่วงอายุ 12-14 ปี วัยรุ่นระยะหลังหรือวัยรุ่นตอนปลายเริ่มตั้งแต่อายุ 14 ปีขึ้นไปสู่ความเจริญเต็มที่ตอนอายุราว 22-25 ปี

ลักษณะที่สำคัญของวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นกลุ่มบุคคลในสังคมที่อยู่ในช่วงอายุของการพัฒนาการทั้งทางร่างกายและจิตใจ มีการแสดงออกของอารมณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เริ่มแยกตัวออกจากครอบครัว และมีความเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ต้องการคำอธิบายเกี่ยวกับเหตุและผลในขณะเดียวกันก็มักมีการลอกเลียนแบบหรือซึมซับรับสิ่งต่างๆ ซึ่งบางครั้งก็เป็นไปโดยไม่รู้ตัวเพราะวัยรุ่นโดยทั่วไปมักต้องการนำตัวเข้าไปเกี่ยวหรือมีส่วนร่วมกับสังคมนอกร้านในลักษณะต่างๆ เช่น วัยรุ่นหญิงอาจสนใจเรื่องการจีบจ่ายให้สอยเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอางค์ เป็นต้น ส่วนวัยรุ่นชายมักสนใจเรื่องปรัชญาชีวิต อุดมคติ ค่านิยม เป็นต้น

การที่จะพิจารณาลักษณะของวัยรุ่นไทยว่าเป็นแบบใดนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงพื้นฐานของครอบครัว สังคมภายนอกที่พวกเขาเป็นสมาชิก ตลอดจนลักษณะวัฒนธรรมหรือแบบแผนการดำรงชีวิตของพวกเขาในขณะนั้นว่าเป็นอย่างไร ใครเป็นคนสร้าง ใช้ทั้งวัฒนธรรมไทยเองและวัฒนธรรมต่างประเทศโดยเฉพาะวัฒนธรรมตะวันตกหรือไม่ และยังมีเค้าเงื่อนของความเป็นวัฒนธรรมไทยอยู่บ้างหรือไม่ ซึ่งต่างก็มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อลักษณะและวิถีของวัยรุ่นไทยได้ทั้งสิ้น

อาจกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมของเด็กวัยรุ่นนั้นคงไม่ใช่เพียงพวกเขาเอง ครอบครัวหรือสังคมเท่านั้นที่สร้างและหล่อหลอมพวกเขา สิ่งต่างๆ ที่พวกเขาได้เห็นโดยผ่านสื่อต่างๆ ก็มีส่วนช่วยหล่อหลอมพวกเขาได้เนื่องจากสังคมไทยในปัจจุบันครอบครัวมีอิทธิพลต่อลูกน้อยกว่าอิทธิพลของสื่อ เพราะฉะนั้นวัยรุ่นในสังคมไทยจึงเปลี่ยนแปลงไปด้วยกันทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นวัยรุ่นในเมืองหรือสังคมชนบท มีการแบ่งเป็นกลุ่มย่อยทางวัฒนธรรมอย่างเห็นกันชัดเจนและมักจะมีการเลียนแบบพฤติกรรมกัน อาทิ การแต่งกายตามแฟชั่นต้องใส่เสื้อผ้าซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ ใช้เวลาส่วนใหญ่มากกับการเดินเที่ยวเตร่ตามศูนย์การค้า ใช้จ่ายเงินโดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสม นิยมรับประทานอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด (Fast Food) นิยมฟังเพลงที่มีเสียงดังอีกทีก็ มีจิ้งหะและเนื้อห่าที่รุนแรง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มเพื่อนซึ่งจะขาดเสียไม่ได้ เนื่องจากเด็กวัยรุ่นเป็นวัยที่ชอบเข้าหมู่เข้าพวก คบเพื่อนเป็นกลุ่มๆ ชอบช่วยเหลือและให้คำแนะนำกับเพื่อนฝูง มีความต้องการที่จะให้ตนเองเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน ดังนั้นการวางตัวทางสังคมของพวกเขาจึงเป็นไปเพื่อเอาชนะใจเพื่อนฝูง อาทิ รูปแบบการแต่งตัว การพูดจา กิริยาท่าทาง ฯลฯ ต้องเป็นไปตามสมัยนิยม

ในขณะเดียวกัน พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539: 13-14) ได้กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของ วัยรุ่นเป็นดังนี้คือ

1. เป็นวัยแห่งหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต ผลลัพธ์ของพฤติกรรมวัยนี้จะมีผลต่อบุคคลในระยะยาวในช่วงวัยอื่นต่อมา ทั้งทางด้านการศึกษา การทำงาน การใช้ชีวิตคู่ เจตนาคติที่มีต่อสิ่งต่างๆ ในสังคม ความสับสนในบทบาทที่ไม่ชัดเจนของตนเอง เช่น ไม่แน่ใจว่าตนเองเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ ความคาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็กกับความเป็นผู้ใหญ่ มีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของเด็กมาก เด็กจะรู้สึกวางตัวยาก ไม่รู้ว่าจะทำตัวอย่างไรจึงจะถูกต้องและเหมาะสม

2. เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมและเจตนาคติในวัยรุ่นจะคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายที่เกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงความสนใจ ความไม่มั่นใจ เกี่ยวกับความสามารถและความถนัดของตนเอง

3. เป็นวัยแห่งปัญหา อาจกล่าวได้ว่าวัยรุ่นเป็นวัยเจ้าปัญหามากที่สุด ปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากสาเหตุที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายนั่นเอง ภาวะความว่าวุ่นใจ ไม่สบายตัว ไม่สบายใจ ทำให้เกิดความหงุดหงิด วิตกกังวล อารมณ์เสื่อง่าย ไม่อยากพูดคุยกับใคร หรือพูดจา ยีเยียนจนทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันในกลุ่มเพื่อนหรือพี่น้อง เกิดเป็นปัญหาทางอารมณ์และปัญหาทางสังคมของเด็กในวัยนี้

4. เป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้ความเป็นตัวของตัวเอง เด็กจะแสดงให้เห็นว่าเขาต้องการการยอมรับจากกลุ่ม และถือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม แต่เด็กเองก็ยังไม่แน่ใจในบทบาทของตน เขาต้องการรู้ว่าเขาต้องแสดงบทบาทใดในสังคม เขามีความสำคัญอย่างไรในสังคม หรือเขายังเป็นเด็กอยู่หรือว่าเป็นผู้ใหญ่แล้ว สิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าเขาต้องการความเป็นตัวของตัวเองคือ การพยายามหาเอกลักษณ์ของตนเองจากการแต่งกาย การใช้คำพูดที่เข้าใจกันเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น

5. เป็นช่วงวัยแห่งจินตนาการ วัยรุ่นชอบฝันสร้างวิมานในอากาศ จินตนาการตนเองเป็นสิ่งต่างๆ หรือบุคคลต่างๆ ที่ตนเองชอบ เด็กสามารถแสดงออกในรูปของการประพันธ์เพลง เขียนบทกลอนประกอบเพลง หรือแม้กระทั่งการแต่งกายตามแบบบุคคลในสังคมที่ตนชื่นชอบและต้องการเอาอย่าง

ความต้องการและความสนใจของเด็กวัยรุ่น

นักจิตวิทยาถือกันว่าความต้องการและความสนใจของบุคคลมีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่างๆ ดังนั้นในการศึกษาพัฒนาการของบุคคลแต่ละวัย จึงมักต้องศึกษาเรื่องความต้องการและความสนใจของคนในวัยนั้นๆ ด้วย เพื่อจะได้เข้าใจพื้นฐานแห่งพฤติกรรมของบุคคลวัยนั้นๆ ได้ดีขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1) ความต้องการ (Need)

ความต้องการ คือ สภาพที่อินทรีย์ขาดความสมดุล ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อกลับเข้าสู่สภาพสมดุลตามเดิม เช่น คนที่ร่างกายขาดอาหารก็จะเกิดความต้องการอาหาร ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้ทำการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ได้กินอาหาร (จันทอ บวรณบรรพต, 2518: 69-70) จึงกล่าวได้ว่าความต้องการเป็นต้นเหตุให้เกิดแรงขับ (Drive) และแรงจูงใจ (Motive) ให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่จุดหมายปลายทาง (ปราณี รามสูต, 2528: 45)

"แรงขับ" หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากภายในตัวบุคคล ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมา โดยเป็นสภาพที่สืบเนื่องมาจากความต้องการก่อน ส่วนคำว่า "แรงจูงใจ" หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้ร่างกายกระทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างมีจุดหมายปลายทาง ซึ่งอาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกก็ได้ (Hilgard, 1962: 618)

เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ และ คณะ (2518: 59-67) ได้เสนอว่าความต้องการพื้นฐานของคนเราโดยทั่วไปแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ความต้องการทางชีววิทยา (Biological Need) และความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological Need) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ความต้องการทางชีววิทยา (Biological Need) เป็นความต้องการเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น บุคคลย่อมต้องการอากาศหายใจ อาหาร น้ำ การพักผ่อนนอนหลับ การถ่ายเทของเสียออกจากร่างกาย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น เพราะโดยธรรมชาติในร่างกายของมนุษย์จะต้องรักษาสภาพสมดุลทางชีววิทยาไว้ตลอดเวลา

ความต้องการทางชีววิทยาหรือความต้องการทางกายนี้ นักจิตวิทยาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าหากมนุษย์ไม่ได้รับสิ่งเหล่านี้เพื่อสนองความต้องการของตนแล้ว บางสิ่งบางอย่างอาจมีอิทธิพล

ทำให้มนุษย์ถึงแก่ชีวิตได้ แต่สำหรับในแง่อิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมโดยทั่วไปแล้ว ความต้องการทางจิตวิทยาหรือความต้องการทางจิตใจมักจะมีอิทธิพลเหนือกว่า (Lefrancois, 1973: 117)

Maslow นักจิตวิทยาในกลุ่มมนุษยนิยมมีความเชื่อเกี่ยวกับพื้นฐานพฤติกรรมของมนุษย์ว่า ชีตความต้องการและสิ่งแวดล้อมรอบตัวมีอิทธิพลทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ซึ่งความต้องการของมนุษย์นั้นมีลำดับทั้งหมด 5 ขั้น ซึ่งบุคคลจะต้องได้รับการตอบสนองของความต้องการจากขั้นแรกแล้วจึงแสวงหาการตอบสนองของความต้องการขั้นสูงขึ้นไปตามลำดับดังนี้

1. **ความต้องการทางกาย (Physiological Need)** ได้แก่ ความต้องการในการตอบสนองของความหิว ความกระหาย ความเหนื่อย ความง่วง การขับถ่าย ความต้องการทางเพศ แม้ว่าความต้องการดังกล่าวเป็นความต้องการพื้นฐานของสิ่งมีชีวิต ถ้าขาดซึ่งสิ่งเหล่านี้แล้วอาจทำให้ถึงแก่ชีวิตได้ แต่ตามแนวคิดของ Maslow นั้นพบว่าแม้มนุษย์จะมีความพึงพอใจเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทางกาย แต่มนุษย์กลับใช้ความพยายามน้อยเพื่อให้ได้รับซึ่งความต้องการทางกายนี้

2. **ความต้องการความปลอดภัย (Safety Need)** ได้แก่ ความต้องการการคุ้มครอง การป้องกันรักษา ปราศจากอันตราย ต้องการอยู่ในสิ่งแวดล้อมซึ่งให้ความมั่นใจได้ว่าจะไม่ถูกบีบคั้นทั้งทางร่างกายและจิตใจ หากบุคคลมีความรู้สึกไว้วางใจต่อบุคคลอื่นหรือสิ่งแวดล้อมรอบตัวก็แสดงว่าความต้องการความปลอดภัยของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองแล้ว

3. **ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Love and Belongingness Need)** ได้แก่ ความต้องการมีความสัมพันธ์ทางจิตใจกับบุคคลอื่น มีกลุ่มเพื่อน มีครอบครัว มีคนเห็นอกเห็นใจรักใคร่ ต้องการให้คนอื่นรักและต้องการรักคนอื่น ความต้องการด้านนี้มีความสำคัญมากต่อบุคคล ในวัยเด็กนั้นบุคคลจะมีพฤติกรรมในการแสดงความผูกพันกับพ่อแม่พี่น้อง เมื่อโตขึ้นพฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกมามีส่วนใหญ่มักจะเป็นไปเพื่อให้ได้รับความรักจากกลุ่มเพื่อน ทั้งนี้เพื่อต้องการความรักและความเป็นเจ้าของจากกลุ่มเพื่อนมากกว่าบุคคลในครอบครัว

4. **ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่อง (Self-Esteem Need)** ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง มีคนยกย่องเลื่อมใส ความต้องการด้านนี้จะสะท้อนให้เห็นได้จากการทำงานที่บุคคลจะรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับการยกย่องชมเชยหรือเมื่อได้รับเกียรติยศชื่อเสียงหรือบรรลุเป้าหมายในชีวิต

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองและรู้จักตนเอง (Self-Actualization Need) ได้แก่ ความต้องการรู้ความคิดของผู้อื่นที่มีต่อตนเองในด้านความสามารถหรือคุณสมบัติเฉพาะตน

ความต้องการของเด็กวัยรุ่น

บุคคลในวัยรุ่นจะมีความต้องการในเรื่องต่างๆ ไปเช่นเดียวกับบุคคลในวัยอื่น เช่น ความต้องการทางกาย ความต้องการความปลอดภัย ต้องการความรัก เป็นที่ยอมรับยกย่อง ต้องการความสำเร็จในชีวิต เป็นต้น

แม้ว่าบุคคลในวัยรุ่นจะมีความต้องการด้านต่างๆ ไม่แตกต่างไปจากวัยอื่นมากนัก แต่ก็มี ความต้องการบางประการที่เด่นชัดมากกว่าวัยอื่นจนอาจกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะเฉพาะวัย ซึ่ง ลักษณะความต้องการเฉพาะของเด็กวัยรุ่นไทยที่มีผลไปสู่พฤติกรรมและการแสดงออกของเด็กวัยรุ่น ตามความเห็นของนักจิตวิทยาไทยมีดังนี้ (ปราณี รามสูต, 2528: 55)

1. เด็กวัยรุ่นต้องการความรักทั้งในฐานะผู้ให้และผู้รับ เช่น รักเพื่อน รักเพศตรงข้าม เนื่องจากความรักสามารถนำความสุขและความอบอุ่นทางจิตใจมาให้ หากขาดความรักจะทำให้ เด็กวัยรุ่นเกิดปมด้อยทางจิตใจและอาจมีพฤติกรรมบางอย่างที่ขัดกับบุคลิกลักษณะเดิมของตน เพื่อให้ได้มาซึ่งความรักและความสนใจจากกลุ่มเพื่อนและเพื่อนต่างเพศ

2. เด็กวัยรุ่นต้องการเสรีภาพในการคิดและการกระทำ ต้องการมีสิทธิในการปกครองตนเอง ต้องการเป็นผู้ใหญ่ ไม่ต้องการให้ผู้ใหญ่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องส่วนตัวหรือสั่งสอนว่าควร จะประพฤติตัวเช่นใด จึงมักจะมีข้อโต้แย้งเสมอ

3. เด็กวัยรุ่นต้องการความเสมอภาคทัดเทียมกับผู้อื่นในทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็น สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม รูปร่างหน้าตา เสื้อผ้าเครื่องใช้ ฯลฯ

4. เด็กวัยรุ่นต้องการมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ อยากรู้อยากเห็น อยากรลอง ซึ่ง เป็นมูลเหตุที่อาจทำให้เกิดปัญหาสังคม เช่น ปัญหาเรื่องเพศ ยาเสพติด เป็นต้น

5. ความต้องการทำให้ตนเองเป็นที่ประทับใจแก่ผู้อื่น วัยรุ่นจึงพยายามหาข้อ บกพร่องของตนเอง ดังนั้นจึงมักเห็นว่าเด็กวัยนี้จะชอบส่องกระจกเพื่อปรับปรุงบุคลิกภาพของตน เองและสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง นอกจากนี้ยังมีโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือ นิตยสาร ฯลฯ ที่

เป็นเสมือนกระจกอีกประเภทหนึ่ง ทำให้เด็กพยายามที่จะปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงตนเองตามตัวอย่างที่ได้เห็น ซึ่งเด็กสามารถเห็นภาพที่ดีและไม่ดีและสามารถเอาแบบอย่างได้ เพราะฉะนั้นจึงเห็นได้ว่าสื่อมวลชนนั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของเด็กวัยรุ่นและสนองความต้องการได้ไม่น้อย

2) ความสนใจ (Interest)

ความสนใจ หมายถึง แนวโน้มทางด้านจิตใจหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งมีอิทธิพลทำให้บุคคลนั้นเอาใจใส่และรู้สึกพึงพอใจในการกระทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งนั้น (Hilgard, 1962: 622) ซึ่งสาเหตุของความสนใจอาจเกิดจากการเห็นคุณค่าของสิ่งนั้นหรือแรงจูงใจจากสิ่งเร้า

นักจิตวิทยามีความเห็นว่าความสนใจของคนเราจะเป็นอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างบุคคล ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลนั้น การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม สิ่งแวดล้อม ฯลฯ

ความสนใจของเด็กวัยรุ่น

แม้ว่าเด็กวัยรุ่นแต่ละคนจะมีความสนใจในเรื่องต่างๆ แตกต่างกัน เนื่องมาจากลักษณะบุคลิกภาพ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความสามารถ ความถนัด ฯลฯ ดังได้กล่าวมาแล้วนั้น แต่ก็มีจุดที่เป็นลักษณะร่วมกันของความสนใจของเด็กวัยรุ่นที่แตกต่างไปจากวัยอื่นก็คือ ความสนใจของเด็กวัยรุ่นจะขยายขอบเขตออกไปสู่สังคมนอกบ้าน และในขณะเดียวกันก็มีความสนใจที่แคบเข้ามาในเฉพาะเรื่อง กล่าวโดยรวมแล้วความสนใจของเด็กวัยรุ่นมักอยู่ในแวดวงของเรื่องดังต่อไปนี้ (อมรม สนิทบาล, ม.ป.ป.: 121-122)

1. ความสนใจเกี่ยวกับตนเอง สนใจรูปร่างของตนเองมาก เด็กผู้ชายต้องการให้มีรูปร่างสมชาย ถ้าร่างกายไม่สมชายชาตรีก็จะลุ่มใจ เด็กผู้หญิงอยากมีหน้าตาสวย ถ้าไม่สวยก็ลุ่มใจ จะพยายามตกแต่งให้สวยงาม วัยนี้พิถีพิถันในการแต่งกายมากแต่ไม่มีความชำนาญจึงเป็นเหตุให้เคอะเขิน เด็กผู้ชายเริ่มสนใจเรื่องเสียงของตนมาก

2. ความสนใจทางสังคม เริ่มจากสนใจเพศเดียวกัน ต่อไปก็สนใจเพศตรงกันข้ามโดยส่วนรวมก่อนต่อไป ต่อไปก็สนใจเป็นรายบุคคล

3. **ความสนใจในอาชีพ** ขึ้นอยู่กับคำแนะนำของพ่อแม่ ผู้ปกครองหรือความต้องการของสังคม

4. **ความสนใจทางศาสนา** เนื่องจากเด็กในวัยนี้ต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจและปรัชญาของชีวิต สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นนามธรรม เด็กยังไม่เข้าใจทราบซึ่งจึงต้องยึดศาสนาไว้ก่อนเพื่อความสบายใจของตน

5. **ความสนใจในเพื่อนต่างเพศ** การทำงานของต่อมเพศภายในร่างกายนั้นทำให้เด็กทั้งสองเพศมีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัดจนเด็กทราบว่าเพศของตนต่างกับอีกเพศหนึ่ง ในขณะเดียวกันก็เกิดความสนใจในเพศตรงข้ามอันเป็นไปตามธรรมชาติเช่นเดียวกับการพัฒนาทางด้านอื่นๆ

6. **ความสนใจในงานอาชีพ** ลักษณะพฤติกรรมอีกอย่างที่น่าจะสำคัญของเด็กวัยรุ่นก็คือความสนใจในงานอาชีพ ซึ่งเป็นลักษณะที่จะนำไปสู่ความสนใจในการดำรงชีวิตหรือการหารายได้เพื่อนำมาใช้จ่าย ซึ่งเป็นหนทางที่จะทำให้เด็กวัยรุ่นเกิดความต้องการที่จะมีรายได้ของตนเอง และที่จะต้องมียานอาชีพหลัก การเลือกอาชีพของเด็กในปัจจุบันเริ่มมักเป็นไปตามอาชีพของบรรพบุรุษเป็นไปตามเพื่อนฝูง ตามสภาพของสังคมและตามความสามารถของตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่นจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถทราบและเข้าใจถึงลักษณะทางจิตวิทยาของวัยรุ่นที่ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้น

7. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Mun (1971: 77) ให้คำจำกัดความของทัศนคติว่า ทัศนคติคือความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

Good (1959: 48) ได้เสริมความหมายว่าทัศนคติเป็นความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใดๆ ในขณะที่ Kerlinger (1973: 495) ให้นิยามว่า ทัศนคติเป็นแนวโน้มที่บุคคลหนึ่งๆ จะมีความคิดเห็น ความรู้สึกหรือมุมมองและแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งหนึ่งๆ

ทั้งนี้ Newcomb (1854: 128) ได้ให้มุมมองเกี่ยวกับทัศนคติว่า ทัศนคติซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้นขึ้นกับสิ่งแวดล้อม โดยอาจแสดงออกในพฤติกรรมซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะคือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่ อยากใกล้ชิดสิ่งนั้นๆ หรืออีกลักษณะหนึ่งก็คือการแสดงออกในรูปของความไม่พอใจ เกลียดชัง ไม่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2536: 108) อธิบายว่า ทัศนคติคือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งจะแสดงออกให้เห็นได้จากคำพูดหรือพฤติกรรมที่สะท้อนทัศนคตินั้นๆ คนแต่ละคนจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากน้อยต่างกัน ทัศนคตินั้นเป็นสิ่งที่เป็นามธรรม

จาร์เรไน แกลโกส (2537: 588) ได้เสริมความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงในการประเมินสัญลักษณ์วัตถุหรือแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งของโลกในลักษณะที่เราชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ครอบคลุมถึงทั้งความรู้และความรู้สึก องค์ประกอบของทัศนคติในแง่ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกกินความไปถึงความรู้สึกและอารมณ์ต่างๆ ทัศนคติในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ หมายถึง ส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากเหตุผลและความรู้ตามที่เป็นจริง และกินความไปถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการแสดงออก การมีปฏิริยาตอบกลับ ตลอดจนการประพฤติปฏิบัติต่างๆ

จากนิยาม คำจำกัดความหรือมุมมองต่างๆ เกี่ยวกับทัศนคติเหล่านี้ สามารถสรุปโดยรวมได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง แนวโน้ม ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในการที่จะแสดงหรือมีปฏิริยาในทางบวกหรือลบต่อสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่

องค์ประกอบของทัศนคติ

Schermerhorn, Hunt และ Osborn (1988: 80-81 อ้างถึงใน เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ และคณะ, 2537: 13) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติไว้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความรู้ ความคิด (Cognitive Component) คือความเชื่อและค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. องค์ประกอบที่เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกเฉพาะของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อและค่านิยมที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้ก็คือทัศนคติที่แท้จริงของบุคคล

3. องค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral Component) คือเจตนากรรมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาตามความรู้สึกของบุคคลนั้นๆ เจตนากรรมที่เกิดขึ้นนี้เป็นผลเนื่องมาจากทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งดังกล่าวนั่นเอง

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

Ebbesen และ Marlach (1977) ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่าทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้อาจจะมาจากบุคคลอื่นหรือมาจากสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้หรือความคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย

จุมพล รอดคำดี (2532) กล่าวว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีอยู่ 3 ระดับคือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อมวลชนหรือบุคคลอื่นๆ
2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งทำให้เกิดความรู้สึกสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคลทำให้อาจปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรงถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสารล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถทราบและเข้าใจถึงทัศนคติซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้น

8. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นผู้กระทำจะทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม และไม่ว่าการกระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ก็ตาม ดังนั้นการเดิน การยืน การคิด การตัดสินใจ การปฏิบัติตามหน้าที่ การละทิ้งหน้าที่ ล้วนเป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น (ปรีชา วิหคโต, 2532: 5)

การจัดประเภทของพฤติกรรมจะขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ที่ใช้จัด โดยหลักเกณฑ์สำคัญจะสามารถแบ่งออกเป็นดังนี้ (ปรีชา วิหคโต 2532: 5) คือ

1. เมื่อใช้หลักการ “สังเกต” เป็นหลักเกณฑ์ในการจัดประเภท ซึ่งพฤติกรรมจะมี 2 ประเภทคือ

1.1 พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้หรือพฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) เช่น การเดิน การวิ่ง การอ่านหนังสือ พฤติกรรมประเภทนี้แบ่งตามวิธีการสังเกตได้ 2 ลักษณะคือ

➤ พฤติกรรมโมลาร์ (Molar Behavior) ได้แก่ พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยตรง ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือใดๆ ช่วย เช่น การเดิน การวิ่ง เป็นต้น

➤ พฤติกรรมโมเลกุล (Molecular Behavior) ได้แก่ พฤติกรรมที่ต้องอาศัยเครื่องมือใดๆ ช่วย เช่น ความดันโลหิต กระแสประสาท เป็นต้น

1.2 พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตไม่ได้หรือพฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) เช่น ความสนใจ การคิด การจำ การตัดสินใจ พฤติกรรมเหล่านี้เป็นความในใจ รู้ได้เฉพาะเจ้าตัวเท่านั้น คนอื่นจะรู้เมื่อเจ้าตัวบอก หรือแสดงออกด้วยการกระทำให้ทราบ แต่ถ้าเจ้าตัวไม่บอกให้ทราบเราต้องใช้วิธีสันนิษฐานจากการกระทำแทน เช่น ขณะที่ครูสอนอยู่หน้าชั้น นักเรียนคนหนึ่งหันหน้ามาทางครูตลอดเวลา ยกมือถามบ่อยๆ ตอบคำถามครูเสมอ ทำงานที่ครูมอบจนเสร็จ ครูก็จะสันนิษฐานจากการกระทำเหล่านี้ว่านักเรียนสนใจการเรียน

2. เมื่อใช้หลักการ “รู้ตัว” เป็นเกณฑ์ในการจัดประเภท โดยพฤติกรรมจะแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้

2.1 พฤติกรรมที่ผู้กระทำรู้ตัวและจงใจกระทำพฤติกรรมนั้น เช่น การยิ้ม การพูดคุย นักจิตวิเคราะห์เช่น Freud เรียกพฤติกรรมประเภทนี้ว่า พฤติกรรมจิตสำนึก (Conscious)

2.2 พฤติกรรมที่ผู้กระทำไม่รู้ตัว เช่น ความฝัน หรือคนที่พูดว่านะครั้น นะควั้น โดยไม่รู้ตัว นักจิตวิเคราะห์เรียกพฤติกรรมประเภทนี้ว่าพฤติกรรมจิตใต้สำนึก (Unconscious)

3. เมื่อใช้หลัก “การยอมรับทางสังคม” เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งประเภท แล้ว พฤติกรรมจะสามารถจัดได้เป็น 2 ลักษณะคือ

3.1 พฤติกรรมที่พึงประสงค์ (Desirable Behavior) ได้แก่ พฤติกรรมที่สังคมยกย่องว่าดี ถูก และควรกระทำ เช่น การทำตามหน้าที่ ทำตามจารีตประเพณี เป็นต้น

3.2 พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ (Undesirable Behavior) ได้แก่ พฤติกรรมที่สังคมประณามว่า เลว ผิด และไม่ควรกระทำ เช่น การข่มขืน การกระทำผิดกฎหมายบ้านเมือง เป็นต้น

ดังนั้นพฤติกรรมจึงหมายถึงการกระทำทุกอย่างของมนุษย์ทั้งที่สังเกตได้โดยตรง-สังเกตไม่ได้โดยตรง หรือ ผู้กระทำรู้ตัว-ผู้กระทำไม่รู้ตัว หรือ พฤติกรรมที่พึงประสงค์-ไม่พึงประสงค์ก็ตาม

ดังนั้นเราจึงสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมหมายถึงการกระทำทุกอย่างของมนุษย์ทั้งที่สังเกตได้โดยตรง/สังเกตไม่ได้โดยตรง หรือ ผู้กระทำรู้ตัว/ผู้กระทำไม่รู้ตัว หรือพฤติกรรมที่พึงประสงค์/ไม่พึงประสงค์

ความสำคัญของพฤติกรรมวัยรุ่น

ความสำคัญของพฤติกรรมเด็กวัยรุ่นจะแบ่งเป็น 2 ระดับคือ ความสำคัญระดับตัววัยรุ่น และความสำคัญระดับประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ปรีชา วิหคโต, 2532: 10) คือ

1. ระดับตัวเด็ก: พฤติกรรมเด็กวัยรุ่นเป็นพื้นฐานของชีวิตในวัยผู้ใหญ่ วัยรุ่นเป็นช่วงชีวิตที่พัฒนาทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญาอย่างสูง จนกล่าวได้ว่าเป็นช่วงชีวิตที่พัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่ ดังนั้นประสบการณ์ที่เด็กวัยรุ่นได้รับในช่วงนี้จะช่วยพัฒนาศักยภาพ

ทั้งมิติด้านปริมาณ อารมณ์ สังคมและสติปัญญาของเด็กวัยรุ่นเองและศักยภาพที่พัฒนาแล้วในวัยรุ่นก็จะเป็นพื้นฐานของชีวิตในวัยผู้ใหญ่ต่อไป

2. **ระดับประเทศ:** พฤติกรรมเด็กวัยรุ่นเป็นเครื่องชี้อนาคตของชาติ ทุกรัฐบาลต่างตระหนักถึงพฤติกรรมเด็กวัยรุ่นโดยกล่าวว่าพฤติกรรมของเด็กวัยรุ่นเป็นเครื่องชี้ถึงอนาคตประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากการกระทำของเด็กวัยรุ่นจะเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนปกป้องรักษาเอกราชและความเป็นชาติไว้ทั้งนี้จะทำให้สังคมพัฒนาสืบต่อไป จากการตระหนักถึงความสำคัญของพฤติกรรมเด็กวัยรุ่นนี้ รัฐบาลจึงกำหนดนโยบายพัฒนาเด็กวัยรุ่นที่อยู่ในระบบโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียนโดยมุ่งเน้นพัฒนาด้านสุขภาพกายและจิต พัฒนาสติปัญญาและความสามารถ พัฒนาด้านอาชีพ และพัฒนาด้านบุคลิกภาพเสมอมา

ดังนั้นทุกหน่วยงานและทุกสถาบันที่เกี่ยวข้องกับเด็กวัยรุ่น เช่น ครอบครัว โรงเรียนและชุมชนจึงมีหน้าที่ช่วยกันส่งเสริมและสนับสนุนให้เด็กวัยรุ่นมีพฤติกรรมตามศักยภาพสูงสุดทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น

ปัจจัยที่ส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นสามารถแบ่งออกได้เป็นดังนี้ (ปรีชา คัมภีรปกรณ์, 2532: 49-72) คือ

1. **ปัจจัยทางพันธุกรรม** พันธุกรรมเป็นเครื่องกำหนดลักษณะทางกายบางประการของมนุษย์ ทุกคนยอมรับว่ามนุษย์ทุกคนเกิดมาแล้วก็ต้องตายไป แต่ลักษณะเฉพาะของมนุษย์นั้นจะถ่ายทอดทางพันธุกรรมกันไปเรื่อยๆ ไม่มีที่สิ้นสุด มนุษย์จะมีลักษณะบางอย่างเหมือนพ่อ บางอย่างเหมือนแม่และในบางอย่างเหมือนกับบรรพบุรุษรุ่นก่อนๆ ของตน

พันธุกรรมนั้นมีส่วนเป็นอย่างมากในการกำหนดในด้านร่างกายของเด็ก ลักษณะทางกายที่เด็กได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษนั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมของเด็กเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ถ้าลักษณะที่ได้รับการถ่ายทอดเป็นลักษณะที่ดีพฤติกรรมของเด็กก็จะเป็นรูปแบบหนึ่ง แต่ถ้าหากลักษณะที่ได้รับการถ่ายทอดมาเป็นลักษณะที่ผิดปกติ เช่น อาจจะเป็นลักษณะที่ผิดปกติของโครโมโซมที่ถ่ายทอดจากพ่อแม่ลักษณะหนึ่งที่เรียกว่า Down Syndrome ก็จะทำให้เด็กเป็นคนปัญญาอ่อน ลักษณะทางกายจะมีคิ้วชี้ หางตาชี้ขึ้น จมูกเล็ก ช่องปากเล็ก ขนาดลิ้นผิดปกติและอื่นๆ เด็กพวกนี้ก็จะพัฒนาการช้าจึงทำให้พฤติกรรมผิดปกติไปด้วยเป็นต้น

จากการศึกษาของนักจิตวิทยาพบว่า ความผิดปกติทางอารมณ์และสมองส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากพันธุกรรมด้วยคือจากการศึกษาคนไข้โรคจิตที่เรียกว่าจิตเภท (Schizophrenia) ซึ่งเป็นโรคที่คนทั่วไปจะมีโอกาสเป็นได้ประมาณหนึ่งในร้อยคน พบว่าคนที่มีพ่อ แม่ หรือญาติพี่น้องที่เป็นโรคนี้นี้มีโอกาสที่จะเป็นโรคนี้อีก กล่าวคือการศึกษาได้ทำโดยการนำเด็กที่เป็นโรคนี้อันไปเลี้ยงในสถานที่ห่างไปจากพ่อแม่ปรากฏว่าเมื่อเด็กโตขึ้นพบว่าเด็กในกลุ่มประมาณร้อยละ 10 เป็นโรคจิตเภท ในขณะที่ที่กลุ่มควบคุมซึ่งเลี้ยงในสถานที่เดียวกันแต่พ่อแม่เป็นคนปกติ ไม่มีใครเป็นโรคนี้อีกเลย

จากการทดลองนี้สรุปได้ว่าพันธุกรรมมีอิทธิพลต่อการเป็นโรคนี้ของเด็กอยู่ด้วย นอกจากนี้พบว่พันธุกรรมมีส่วนสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสดงออกเช่น การที่เด็กมีร่างกายแข็งแรงก็มีพฤติกรรมแสดงออกเป็นนักกีฬา ชอบการผจญภัย เป็นต้น กล่าวโดยสรุปก็คือนักจิตวิทยาพบว่าพันธุกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแวดงออกของวัยรุ่นแม้ไม่ทั้งหมดก็ตาม

2. ปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งมีหลายแนวความคิด แต่ละแนวคิดก็จำแนกออกเป็นปัจจัยต่างๆ เช่น ความต้องการ เจตคติ และค่านิยม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานหรือปัจจัยที่ทำให้เรามีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป ในแนวคิดหนึ่งมองว่าปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ค่อนข้างมากได้แก่อารมณ์และบุคลิกภาพ เพราะทั้ง 2 ส่วนนี้จะสามารถสังเกตได้ง่ายและเป็นผลรวมของปัจจัยอื่นๆ ด้วย

➤ **อารมณ์และพฤติกรรมของวัยรุ่น** อารมณ์เป็นความรู้สึกที่เกิดจากการที่ร่างกายถูกสิ่งเร้ากระตุ้น โดยทั่วไปนักจิตวิทยาจะแบ่งประเภทของอารมณ์ออกเป็น 2 ประเภทคือ อารมณ์ทุกข์หรืออารมณ์ที่ก่อให้เกิดความทุกข์ และอารมณ์สุขหรืออารมณ์ที่ก่อให้เกิดความสุข การเกิดอารมณ์ 2 ประเภทนี้ย่อมจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์และพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์ทุกวัย เช่น นักเรียนวัยรุ่นคนหนึ่งผิดหวังจากเพื่อนทำให้เกิดอารมณ์เครียดและอารมณ์นี้จะมีผลกระทบถึงในเรื่องการเรียนและการแสดงพฤติกรรมทางสังคมที่ไม่เหมาะสมอื่นๆ ได้อีก เช่น การเป็นคนก้าวร้าว ก่อการทะเลาะวิวาท เป็นต้น

➤ **บุคลิกภาพและพฤติกรรมของวัยรุ่น** บุคลิกภาพเป็นส่วนหนึ่งของมนุษย์ บุคลิกภาพเกิดจากการผสมผสานขององค์ประกอบด้านอื่นๆ อันได้แก่ ทางกาย อารมณ์ สติปัญญาและสังคม นักจิตวิทยา กล่าวว่าบุคลิกภาพเป็นผลงานของความคิด ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อตนเองโดยประเมินจาก 2 แหล่งคือ การประเมินจากความคิดของตนเอง และความเข้าใจหรือความรู้สึกที่เจ้าตัวคิดว่าคนอื่นมีต่อตน บุคลิกภาพเป็นลักษณะและพฤติกรรมเฉพาะตัวที่บุคคลแสดงออกหรือตอบลเอาต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะบุคคล สังคม หรือเหตุการณ์ต่างๆ

3. ปัจจัยทางสังคม วัยรุ่นเป็นหนึ่งในสมาชิกของสังคมซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของสังคมโดยจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นดังต่อไปนี้

➢ **ครอบครัวและพฤติกรรมของวัยรุ่น** ครอบครัวถือเป็นสังคมหน่วยย่อยที่สุดซึ่งวัยรุ่นจะเกี่ยวข้องด้วยโดยทั่วไปสังคมจะประกอบด้วยพ่อแม่ ลูก และญาติ ประเด็นที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นในครอบครัวได้แก่บรรยากาศภายในครอบครัว กล่าวคือหากพ่อแม่ที่เป็นประชาติปไตยยอมรับฟังความคิดเห็นของลูกจะทำให้ลูกมีความอบอุ่น กล่าวแสดงความคิดเห็น พฤติกรรมที่แสดงออกจะเป็นพฤติกรรมในทางที่ดี นอกจากนั้นการอบรมเลี้ยงดูก็มีผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นเช่นกัน คือ พ่อแม่ที่คอยให้กำลังใจ เอาใจใส่ตามที่จำเป็น ลูกก็จะแสดงพฤติกรรมที่ดี แต่ถ้าหากบ้านขาดความอบอุ่น วัยรุ่นก็จะพยายามหาเพื่อนนอกบ้าน ซึ่งในบางครั้งอาจได้เพื่อนไม่ดี อาจทำให้เป็นคนมีปัญหาได้ และประเด็นสุดท้ายได้แก่ ความเป็นต้นแบบของพ่อแม่ ซึ่งหากพ่อแม่เป็นต้นแบบที่ดีของลูก วัยรุ่นซึ่งเป็นวัยแห่งการแสวงหาเอกลักษณ์ก็จะสามารถเลียนแบบพฤติกรรมที่ดีจากพ่อแม่

➢ **โรงเรียนและพฤติกรรมของวัยรุ่น** โรงเรียนเป็นสถาบันที่นับว่ามีอิทธิพลต่อวัยรุ่น เป็นแหล่งที่ส่งเสริมให้นักเรียนวัยรุ่นมีพัฒนาการทางสติปัญญา ความสามารถและสังคมเป็นอย่างมาก ซึ่งภายในโรงเรียน นักเรียนวัยรุ่นจะพบกับครู ผู้บริหารโรงเรียน เพื่อนและบุคลากรอื่นๆ อาทิ คณาน ภารโรง เจ้าหน้าที่ต่างๆ ซึ่งหลักสูตรการศึกษาของโรงเรียนควรส่งเสริมตอบสนองความต้องการของนักเรียนวัยรุ่นให้สามารถกำหนดปรัชญาและอุดมการณ์ชีวิต ในขณะที่เดียวกันครูก็ควรจะสนับสนุนให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมที่เหมาะสม ส่งเสริมให้มีความคิดอิสระ สร้างสรรค์ สร้างบรรยากาศที่ดี นอกจากนี้เพื่อนก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นในการแสดงออกทางพฤติกรรม ยิ่งเมื่อนักเรียนวัยรุ่นเรียนชั้นสูงขึ้นไปก็จะมีความสัมพันธ์กับเพื่อนมากขึ้น

➢ **ชุมชนและพฤติกรรมของวัยรุ่น** เมื่อมนุษย์เกิดมาสังคมหรือสถาบันแรกที่จะต้องพบคือครอบครัว ถัดจากครอบครัวก็คือชุมชน ในชุมชนประกอบด้วยครอบครัวหลายๆ ครอบครัวและสถาบันอื่นได้แก่ สถาบันศาสนา หน่วยงานต่างๆ วัยรุ่นจะมีความสัมพันธ์กับครอบครัว โรงเรียน และชุมชนอย่างแยกไม่ออก การที่วัยรุ่นมีพฤติกรรมเป็นอย่างไรนั้นชุมชนนับว่ามีอิทธิพลมากเนื่องจากชุมชนจะเป็นต้นแบบและสนับสนุนพฤติกรรมของวัยรุ่น เช่น วัยรุ่นในชุมชนเมืองจะมีพฤติกรรมที่เร่ร่อน ต้องมีการแข่งขันกับเวลาและคนอื่นอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นชุมชนสามารถชี้ชัดวางพฤติกรรมบางอย่างของวัยรุ่น เช่น วัยรุ่นที่อยู่ในชุมชนแออัดแม้ว่าจะพยายามสร้างเอกลักษณ์ที่ดีของตนเอง แต่สภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยก็ทำให้วัยรุ่นพัฒนาในสิ่งที่ตนต้องการ

ได้ไม่เต็มที่ และอิทธิพลของชุมชนในประเด็นสุดท้ายได้แก่การปลูกฝังค่านิยมแก่วัยรุ่นทั้งในด้านความประพฤติและการวางแผนการประกอบอาชีพในอนาคต เป็นต้น

4. ปัจจัยทางกายภาพ สามารถแบ่งออกเป็น

➢ **ปัจจัยทางบ้าน** ได้แก่ จำนวนสมาชิกของครอบครัวซึ่งสมาชิกต่างจำนวนกันก็ทำให้พฤติกรรมของวัยรุ่นต่างกันด้วย เช่น วัยรุ่นที่อยู่ในบ้านที่มีสมาชิกมากก็จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกอาจจะเป็นไปได้เพื่อการแสวงหาความเป็นอิสระ นอกจากนั้นขนาดของบ้านและสภาพแวดล้อมต่างก็มีอิทธิพลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมของวัยรุ่นเช่นกัน เช่น ขนาดของบ้านที่มีพื้นที่มากพอที่จะสามารถจัดห้องส่วนตัวให้แก่วัยรุ่นได้จะทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าเป็นอิสระที่จะอยู่คนเดียวและอิสระที่จะจัดห้องตกแต่งของตนเองได้ด้วย บางกรณีหากวัยรุ่นไม่มีห้องเป็นของตนเอง อย่างน้อยก็ควรที่จะมีบริเวณที่เป็นของตนเองในบ้าน อันเป็นบริเวณที่วัยรุ่นสามารถเก็บเอกสาร ทำการบ้าน อ่านหนังสือ จะทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าตนเองมีสิทธิ มีอิสระพอควร ส่วนสภาพแวดล้อมนั้นหมายถึงสภาพที่ล้อมรอบๆ บริเวณบ้านจะสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นได้ เช่น บ้านอยู่ในย่านธุรกิจการค้าจะทำให้วัยรุ่นมีการแข่งขันพยายามใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ทั้งในด้านการเรียนและการประกอบภาระกิจอื่นๆ ของตน นอกจากนั้นก็ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่สามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นได้ เช่น เครื่องอำนวยความสะดวก ระยะทางจากบ้านไปโรงเรียน เป็นต้น

➢ **ปัจจัยทางโรงเรียน** ได้แก่ ประเภทของโรงเรียน เช่น โรงเรียนสายสามัญหรือสายวิชาชีพ ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมนักเรียนวัยรุ่นคือนักเรียนวัยรุ่นสายสามัญจะมุ่งเรียนเพื่อการแข่งขันในการที่จะสอบเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัย ในขณะที่นักเรียนวัยรุ่นสายอาชีพจะพยายามที่จะหาทางเพื่อหางานทำ นอกจากนั้นขนาดของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียนและสภาพแวดล้อมของโรงเรียนทั้งภายนอกและภายในก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นเช่นกัน หากโรงเรียนมีขนาดใหญ่ มีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านกีฬาหรือวิชาการและมีสภาพแวดล้อมที่ดีก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมของนักเรียนวัยรุ่นแตกต่างกันออกไป

➢ **ปัจจัยทางชุมชน** ได้แก่ ประเภทของชุมชน ได้แก่ ชุมชนนอกเมือง ชุมชนในเมือง ก็จะมีส่งผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นที่อาศัยตามแต่ละประเภทของชุมชนแตกต่างกันไป ขนาดของชุมชนและที่ตั้งของชุมชนก็เป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น เช่น วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนเมืองซึ่งจะเป็นชุมชนขนาดใหญ่และเป็นชุมชนธุรกิจเป็นส่วนใหญ่อะไรก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างจากวัยรุ่นที่อาศัยในชุมชนขนาดเล็กที่เป็นชุมชนเกษตรกรรม เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมจะช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจและทราบถึงลักษณะแนวคิดและองค์ประกอบตลอดจนประเภทต่างๆ ของพฤติกรรมซึ่งเป็นส่วนที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาได้สมบูรณ์ขึ้น

9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมิวสิกวิดีโอหรืออิทธิพลหรือผลกระทบของมิวสิกวิดีโอสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ

1. ผลงานวิจัยในประเทศ
2. ผลงานวิจัยต่างประเทศ

แต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

1) ผลงานวิจัยในประเทศ

พลพงษ์ สุวรรณวาทีน (2536 บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเกี่ยวกับตรรกวิทยาการบริโภคมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลซึ่งพบว่าผู้ชมมิวสิกวิดีโอบริโภคหรือเปิดรับมิวสิกวิดีโอจากความบันเทิงที่ได้รับจากเนื้อหาที่แตกต่างกันไปซึ่งแบ่งออกเป็นมิวสิกวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักและมิวสิกวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการให้แง่คิดในลักษณะต่างๆ รวมถึงความบันเทิงจากภาพลักษณ์ของศิลปินด้วย ซึ่งมิวสิกวิดีโอถูกผลิตขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่อในการส่งเสริมการขายมิได้ผลิตขึ้นมาเพื่อจำหน่าย แต่อย่างไรก็ตามมิวสิกวิดีโอก็สามารถมีคุณค่าทางธุรกิจเมื่อได้รับการแปลงสภาพเป็น "คาราโอเกะ" และยังพบต่อว่าการเปิดรับมิวสิกวิดีโอได้กลายเป็นสัญลักษณ์แห่งความทันสมัยและวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ สิ่งที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเชิงสัญลักษณ์ได้แก่ความเป็นสากล ความเป็นตัวตนของศิลปินและวิถีชีวิตที่หรูหราฟุ่มเฟือย นอกจากนั้นยังสามารถแบ่งรูปแบบในการนำเสนอมิวสิกวิดีโอได้แก่ แบบเป็นเรื่องราว แบบไม่เป็นเรื่องราวและแบบไม่เป็นเรื่องราวเด่นชัด ทั้งนี้มิวสิกวิดีโอได้รับการสร้างสรรค์โดยคำนึงว่าเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอสามารถเข้าถึงความรู้สึกนึกคิด ความประทับใจและความจำได้ของผู้บริโภคตามเรื่องราวที่สร้างสรรค์ขึ้น

รุ่งฤดี ห่อนาค (2541: 184-185) ทำการศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับเพลงและความพึงพอใจที่มีต่อเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพฯ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรับชมโทรทัศน์ โดยทำการเปิดรับเพลงไทยสากลจากสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมาได้แก่โทรทัศน์ โดยชมเพลงไทยสากลจากการรับชมในโทรทัศน์เฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-2 ชั่วโมง ทั้งนี้พบว่าผู้ฟังมีความพึง

พอใจในการเปิดรับเพลงไทยสากล โดยมีความพึงพอใจที่ได้รับในด้านข่าวสาร ความรู้ ประสบการณ์ทางอารมณ์เกี่ยวกับความสวยงามหรือศิลปะต่างๆ ตลอดจนความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับเมื่อเปิดเพลงไทยสากล นอกจากนี้การเปิดรับเพลงไทยสากลยังช่วยในการหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะด้วย

จตุรงค์ ดวงมณี (2539: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ถึงกระบวนการสื่อความหมาย ในมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลของบริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่า มิวสิกวิดีโอปรากฏให้เห็นถึงระบบรหัสเชิงภาพตัวแทน 3 ส่วนหลักๆ คือ

1. ระบบรหัสเชิงภาพตัวแทนของ "องค์ประกอบลำคำณู" ซึ่งหมายรวมถึงองค์ประกอบของ เพลง (แก่นเพลงกับจังหวะ ท่วงทำนองหรืออารมณ์เพลง) ตัวละคร (ประเภทและบทบาททั่วไปกับ สถานภาพและบทบาทเฉพาะ) การเล่าเรื่อง (แก่นเรื่อง การเปิดเรื่อง ปมแห่งความขัดแย้ง การคลี่คลาย การจบเรื่อง ลำดับก่อน-หลังของเหตุการณ์และอุปกรณ์ประกอบฉาก) และวลีหรือข้อความ

2. ระบบรหัสเชิงภาพตัวแทนของ "องค์ประกอบทางเทคนิควิธีการนำเสนอ" ซึ่งหมายรวมถึงการจัดฉาก ภาพขาว-ดำ มุมกล้อง การเคลื่อนไหวของกล้องและการตัดต่อ

3. ระบบรหัสเชิงภาพตัวแทนของ "ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของเพลงกับรูปแบบการนำเสนอ" ซึ่งหมายรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างแก่นเพลงกับจังหวะ-ท่วงทำนองหรืออารมณ์ เพลง ความสัมพันธ์ระหว่างแก่นเพลงกับการจัดแสง ความสัมพันธ์ระหว่างแก่นเพลงกับมุมกล้อง และความสัมพันธ์ระหว่างจังหวะ-ท่วงทำนองหรืออารมณ์เพลงกับการตัดต่อ

ทั้งนี้ระบบรหัสเชิงภาพตัวแทนเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ประกอบไปด้วยแบบแผนวิธีการในการสื่อความหมายอันแตกต่างกันหลากหลายซึ่งแสดงถึงลักษณะเฉพาะในเชิงสร้างสรรค์ที่ยืดหยุ่นได้มากเป็นพิเศษ

2) ผลงานวิจัยต่างประเทศ

Strouse, Goodwin และ Roscoe (1994: 559-577) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในครอบครัว (Family Environment) การเปิดรับมิวสิกวิดีโอและทัศนคติที่มีต่อการล่วงเกินทางเพศ (Sexual Harassment) โดยทำการศึกษากับวัยรุ่นจำนวน 458 คนในสหรัฐอเมริกาพบว่าผู้หญิงมีการยอมรับในทัศนคติเรื่องการล่วงเกินทางเพศน้อยกว่าผู้ชาย

โดยการเปิดรับมิวสิกวิดีโอมีความสัมพันธ์กับการยอมรับต่อการล่วงเกินทางเพศโดยเฉพาะผู้หญิง ซึ่งผู้ที่เปิดรับชมมิวสิกวิดีโอเป็นอย่างมากและหากอยู่ในครอบครัวที่ไม่อบอุ่นหรือไม่สมบูรณ์แบบ จะเกี่ยวข้องเป็นอย่างมากกับการล่วงเกินทางเพศโดยจะส่งผลกระทบต่อผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย และ ยังพบว่ามิวสิกวิดีโอสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุของโรคพฤติกรรมการ บังคับหรือขู่ขู่ขู่ของผู้ใหญ่ได้ด้วย

Raloff (1997: 111) ได้พบว่าโทรทัศน์มีอิทธิพลและผลกระทบต่อเด็กโดยหล่อหลอมและ สร้างวัฒนธรรม ความต้องการและภาพลักษณ์ของตัวเอง (Self-Image) มีการศึกษาพบว่าเด็ก ที่ชมมิวสิกวิดีโอจะได้รับเนื้อหาที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ เช่น การเชื่อว่าการสูบบุหรี่และการดื่มเครื่องดื่ม อัดออลกอฮอล์เป็นเรื่องที่เสริมสร้างบุคลิกให้ดูน่าสนใจ ทั้งนี้ได้มีการศึกษาถึงภาพที่ปรากฏใน มิวสิกวิดีโอจำนวน 500 เรื่องที่ผ่านการคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างในปี 1994 โดยเป็น มิวสิกวิดีโอที่ออกอากาศในแต่ละเคเบิลทีวีในช่วงเวลาที่เด็กเปิดรับสื่อในสหรัฐอเมริกาซึ่งพบว่า มิวสิกวิดีโออย่างต่ำจำนวนร้อยละ 10 จะมีภาพการสูบบุหรี่ มิวสิกวิดีโออย่างต่ำร้อยละ 20 จะมี ภาพการดื่มเครื่องดื่มอัดออลกอฮอล์ และ MTV ออกอากาศมิวสิกวิดีโอที่มีภาพการสูบบุหรี่เกือบร้อยละ 26 ซึ่งคิดเป็น 2 เท่าเมื่อเทียบกับ Country Music Television ซึ่งเป็นเคเบิลทีวีเหมือนกัน และยัง พบต่อว่ามีภาพศิลปินนักร้องดื่มเครื่องดื่มอัดออลกอฮอล์และสูบบุหรี่มากเป็น 2 และ 3 เท่าตามลำดับเมื่อ เทียบกับภาพของตัวประกอบในมิวสิกวิดีโอ นอกจากนี้แล้วยังพบว่าประเภทของมิวสิกวิดีโอก็มี ภาพที่ไม่เหมาะสมนี้ต่างกันด้วย โดยมิวสิกวิดีโอเพลงแร็ป (Rap) จะมีภาพการสูบบุหรี่เกือบร้อยละ 30 ซึ่งคิดเป็น 3 เท่าเมื่อเทียบกับมิวสิกวิดีโอเพลง Country และที่สำคัญพบว่าประมาณร้อยละ 75 ของมิวสิกวิดีโอที่มีภาพการสูบบุหรี่หรือดื่มเครื่องดื่มอัดออลกอฮอล์ได้รับการถ่ายทอดเป็นพฤติกรรมใน แ่งสร้างสรรค์

Klein และ คณะ (1993: 24-31) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเปิดรับสื่อและการบริโภคสื่อบันเทิงและพฤติกรรมความเสี่ยง (Risky Behavior) ของวัยรุ่นใน ประเด็นด้านความสัมพันธ์ทางเพศก่อนวัย (Sexual Intercourse) การดื่มสุรา (Drinking) การสูบ บุหรี่และกัญชา (Cigarette and Marijuana Smoking) การโกหกหลอกลวง (Cheating) การลัก ขโมย (Stealing) การหนีเรียน (Truancy) การขับรถโดยไม่มีใบขับขี่ของวัยรุ่นอเมริกันอายุระหว่าง 14-16 ปีจำนวน 2,760 คนที่อาศัยอยู่ในแถบชานเมืองของภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศสหรัฐ อเมริกา ซึ่งผลการศึกษาพบว่าวัยรุ่นที่มีพฤติกรรมเสี่ยงดังกล่าวดูเหมือนว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับ การใช้เวลาในการฟังวิทยุ ชมมิวสิกวิดีโอและภาพยนตร์มากกว่าวัยรุ่นที่ไม่มีพฤติกรรมดังกล่าว ซึ่ง การศึกษาครั้งนี้ไม่มีการนำปัจจัยทางด้านเชื้อชาติ เพศหรือระดับการศึกษาของผู้ปกครองเข้ามา เกี่ยวข้อง

Walker และ Bender (1994: 64-79) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้เนื้อหาของมิวสิกวิดีโอในประเด็นเรื่องสังคมและการเมือง (Social and Political Message) โดยคัดเลือกมิวสิกวิดีโอที่มีการถ่ายทอดเนื้อหาดังกล่าวอย่างชัดเจนของเพลง 4 ประเภทคือเพลงเฮฟวีเมทัล (Heavy Metal) เพลงอัลเทอร์เนทีฟ (Alternative) เพลงแร็ป (Rap) และเพลงร็อกร่วมสมัย (Contemporary Rock) โดยได้ทดลองกับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น (Western University) ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 195 คน ผลการศึกษาพบว่ามิวสิกวิดีโอมีอิทธิพลต่อผู้รับชม มิวสิกวิดีโอบางเรื่องสามารถสร้างความตระหนักและกระตุ้นให้ผู้ชมรู้จักคิด ไตร่ตรอง สะท้อนให้เห็นสภาพของสังคมและทั้งนี้มิวสิกวิดีโอบางเรื่องมีการสอดใส่เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม (Social Message) เช่น มิวสิกวิดีโอของ Neneh Cherry ได้มีการพรรณานเกี่ยวกับโรคเอดส์หรือมิวสิกวิดีโอเพลง "Man in the Mirror" ของ Michael Jackson ซึ่งมีเนื้อหาที่กระตุ้นในเรื่องการบริจาคร่างกายให้แก่องค์กรการกุศล การไม่ละโมภและการสร้างความรู้สึกเห็นอกเห็นใจแก่ผู้ไร้ที่อยู่อาศัย และมิวสิกวิดีโอบางเรื่องก็มีการสอดใส่เนื้อหาทางด้านการเมือง (Political Message) เช่น มิวสิกวิดีโอเพลง "Banned in the USA" ของ Luke with 2 Live Crew ซึ่งกระตุ้นในความเชื่อเรื่องความมีอิสระเสรีภาพในการพูด นอกจากนี้ยังพบข้อเท็จจริงว่าการชอบมิวสิกวิดีโอจะส่งผลต่อการถูกครอบงำด้วยอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอ นั้นๆ และในทางตรงกันข้ามพบว่าความชอบมิวสิกวิดีโอมีความสัมพันธ์น้อยมากกับความรู้สึกว่ามิวสิกวิดีโอพยายามที่จะทำให้ผู้รับชมเห็นด้วยกับเนื้อหาดังกล่าว และยังพบว่ามิวสิกวิดีโอมีอิทธิพลต่อผู้รับชมและผู้รับชมมีการสร้างความหมายจากเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอที่รับชม ทั้งนี้มิวสิกวิดีโอสามารถชูประเด็นต่างๆ ให้ผู้ชมนำไปคิดต่อได้

และทั้งนี้ Englis, Solomon และ Olofsson (Englis, Solomon และ Olofsson, 1993: 21-33) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการอุปโภคภาพของเนื้อหา (Consumption Imagery) ในมิวสิกวิดีโอ จำนวน 400 เรื่องที่เผยแพร่ออกอากาศในคลื่นสถานีโทรทัศน์เพลง (Music Television) ในสหรัฐอเมริกาและสวีเดนพบว่ามิวสิกวิดีโอตามแต่ละประเภทของเพลงจะให้ภาพที่แตกต่างกัน กล่าวคือ มิวสิกวิดีโอเพลงแร็ป (Rap Music) มักจะมีภาพเกี่ยวกับสิ่งของต้องห้ามหรือผิดกฎหมาย อาทิ ยาเสพติด อาวุธสงคราม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น มิวสิกวิดีโอเพลงเต้นรำ (Dance Music) มักจะมีภาพเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ทรงผม การแต่งหน้า เป็นต้น มิวสิกวิดีโอเพลงเฮฟวีเมทัล (Heavy Metal Music) มักจะมีภาพที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับวงดนตรีนั้นๆ เช่น เครื่องแต่งกายชุดหนัง ภาพนักเล่นดนตรีพร้อมเครื่องดนตรี สัญลักษณ์ของวงดนตรีหรือการย้าถึงชื่อวงดนตรีนั้นๆ (Brand Mention) เป็นต้น ส่วนมิวสิกวิดีโอเพลงนิวเวฟ (New Wave) มักจะมีภาพจินตนาการให้ตีความหมายและไม่เน้นแฟชั่น ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่ารสนิยมในการเปิดรับมิวสิกวิดีโอในแต่ละประเภทอาจจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับรสนิยมและพฤติกรรมในการแสดงออกของผู้รับชม