บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง **"พฤติกรรมการใช้วิดีโอคลิปมือถือ และผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในเรื่องเพศและความรุนแรง"** ได้ประมวลทฤษฎี และแนวความคิดที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบในการศึกษาวิจัย เป็นการสนับสนุนและสร้างความชัดเจนในกรอบการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมคลิป (Clip Culture)
2. แนวคิดเรื่องการใช้วิดีโอคลิปมือถือ ทัศนคติ พฤติกรรม
3. แนวคิดเรื่องเพศ ความรุนแรง สื่อกับเรื่องเพศและความรุนแรง
4. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น
5. ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมและการกระทำที่รุนแรง (Social Learning and The Violence Theories)
6. แนวคิดเรื่องโทรศัพท์มือถือในฐานะสื่อใหม่
7. แนวคิดเรื่องคลิปวีดีโอมือถือและผลกระทบที่เกิดขึ้น
8. บทบาทและผลกระทบจากโทรศัพท์มือถือในฐานะสื่อใหม่
9. ทฤษฎีเรื่องการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive communication)
10. ทฤษฎีเรื่องการใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Approach)
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมคลิป (Clip Culture)

วัฒนธรรมคลิป เกิดจากการรวมกันของคำ 2 คำคือ วัฒนธรรม + คลิป โดยได้มีผู้นิยามความหมายของแต่ละคำไว้หลากหลายเช่น

Tylor (1871) กล่าวว่า วัฒนธรรม หมายถึง ส่วนรวมที่ซับซ้อน ซึ่งรวมถึงความรู้ ความเชื่อ ศิลป ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณี และความสามารถ และนิสัยที่มนุษย์ได้รับมาในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม

Linton (1940) กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นส่วนรวมทั้งสิ้นของความรู้ ทัศนคติ และแบบแผนความประพฤติที่เป็นนิสัย ที่สมาชิกสังคมหนึ่งสังคมใดมีร่วมกันและถ่ายทอดสู่กันและกัน

Kluckhohn และ Kelly (1945) กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นแบบแผนสำหรับดำรงชีวิต ไม่ว่าจะได้ระบุออกมาอย่างแจ่มชัดหรือไม่ก็ตาม ไม่ว่าจะมีเหตุผลหรือไม่มีเหตุผลก็ตาม ซึ่งมีอยู่ระยะเวลาใดเวลาหนึ่งในสถานที่ที่เป็นแนวทางการประพฤติตนของมนุษย์

Daniel Bates และ Fred Plog ได้ให้นิยามของวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรมคือ ระบบการแบ่งปันร่วมกันในการใช้ความเชื่อ ค่านิยม ประเพณี พฤติกรรมและสิ่งประดิษฐ์ที่สมาชิกในสังคมใช้เพื่อติดต่อสัมพันธ์ในโลกของเขาต่อกันและกัน และมีการส่งต่อระหว่างรุ่นสู่คนรุ่นหลัง

พระยาอนุมานราชธน กล่าวว่า วัฒนธรรมคือ สิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีแห่งชีวิตของส่วนรวม วัฒนธรรมคือวิถีแห่งชีวิตของมนุษย์ในส่วนรวมที่ถ่ายทอดกันได้ เลียนแบบและเอาอย่างกันได้

วัฒนธรรมสามารถถ่ายทอดจากชนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่งโดยอาศัยการเรียนรู้และการสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง ซึ่งอาจเป็นไปโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม จึงทำให้บุคคลมีบุคลิกและลักษณะพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (พจนีย์ พจนะลาวัณย์, 2544)

Ogburn (1950) ได้แบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) ซึ่งได้แก่ สิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีต่างๆที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ เช่น ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เครื่องมือเครื่องใช้ (เช่น ช้อน ส้อม ตะเกียบ ฯลฯ) สิ่งก่อสร้าง (เช่น บ้านเรือน สะพาน ถนนหนทาง ฯลฯ)

ยานพาหนะ (เช่น เรือ รถ เครื่องบิน ดาวเทียม โทรศัพท์ ฯลฯ) งานศิลปะ (เช่น ภาพวาด รูปปั้น ดนตรี ภาพยนตร์ ฯลฯ) เป็นต้น

2. วัฒนธรรมที่ไม่เกี่ยวกับวัตถุ (Non – Material Culture) หมายถึง ค่านิยม แนวความคิด การปฏิบัติสืบต่อกันมา และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มของตนว่าเป็นสิ่งดีงาม เหมาะสม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นนามธรรมที่มองเห็นไม่ได้

นิยามของคลิปก็ได้มีผู้ให้นิยามไว้หลากหลายเช่นกัน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี) วิดีโอคลิป หรือที่เรียกสั้นๆว่าคลิป คือ ไฟล์คอมพิวเตอร์ที่บรรจุเนื้อหาเป็นภาพยนตร์สั้น มักจะตัดตอนมาจากภาพยนตร์ทั้งเรื่องซึ่งมีขนาดความยาวปกติ คลิปมักจะเป็นส่วนที่สำคัญหรือต้องการนำมาแสดง มีความขบขัน หรืออาจเป็นเรื่องความลับที่ต้องการนำมาเผยแพร่จากต้นฉบับเดิม หรือมีความหมายกว้างๆ หมายถึง ภาพยนตร์สั้นแบบไหนก็ได้ที่มีความยาวน้อยกว่ารายการโทรทัศน์ตามปกติ (โดยมากไม่เกิน 5 – 10 นาที และที่บ่อยกว่านั้นคือประมาณ 1 นาที)

ศิริพงษ์ วิทยวิโรจน์ ให้ความหมาย วิดีโอคลิป คือ ภาพถ่ายวิดีโอขนาดสั้นๆ อาจจะมีระยะเวลาเพียงแค่สองสามนาทีไปจนถึงสิบนาที สั้นกว่ารายการที่ออกทีวีโดยทั่วไป

จากคำจำกัดความของทั้ง 2 คำ สามารถสรุปความหมายของวัฒนธรรมคลิปได้ ดังนี้ คือ

- พฤติกรรมการผลิตภาพไฟล์คลิปวิดีโอสั้นๆในโทรศัพท์มือถือ
- การรับส่งภาพวิดีโอคลิปมือถือ
- ค่านิยมหรือทัศนคติเกี่ยวกับวิดีโอคลิปมือถือซึ่งเป็นสื่อชนิดหนึ่งของเยาวชน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปรวมคำจำความของวัฒนธรรมคลิป คือ การแพร่หลายออกไปของวิดีโอคลิปจากแหล่งที่เริ่มต้นสร้างโดยเริ่มจากกลุ่มบุคคลขยายตัวเป็นกลุ่มใหญ่ซึ่งเป็นผู้ที่ยอมรับการใช้วิดีโอคลิปเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้คลิปอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นสื่อกลาง ดำรงสถานะเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับ ซึ่งอาจทำให้เกิดค่านิยมหรือทัศนคติเกี่ยวกับคลิปเป็นไปในแบบแผนเดียวกัน

Michael Geist (2007) แบ่งคลิปออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. Home-grown or amateur clips เป็นคลิปเนื้อหาทั่วๆไปที่ผู้ใช้สรรสร้างขึ้นมาด้วยตนเอง โดยการใช้โทรศัพท์มือถือถ่ายภาพ แล้วนำคลิปไปลงกระจายเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต เช่น ภาพขำขัน ภาพลามก เซ็กซี่ เป็นต้น

2. Montage videos เป็นคลิปที่เสนอเนื้อหาสั้นๆเกี่ยวกับการเมือง เช่น การต่อต้าน (protest) การสร้างอำนาจทางการเมือง (to make powerful political) เป็นต้น
3. Network television shows clips เป็นคลิปที่เสนอเนื้อหาที่ตัดตอนมาจากรายการหรือโฆษณาต่างๆที่ฉายทางสื่อโทรทัศน์ โดยตัดตอนมาเพียงบางส่วนที่มีความน่าสนใจ เช่น ช่วงที่มีการโต้เถียงกันอย่างรุนแรง ซึ่งมีระยะเวลาเพียงสั้นๆไม่กี่นาที

Michael Geist ยังได้แสดงความเห็นว่า เพราะเว็บไซต์ต่างๆเปิดโอกาสให้ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตได้เผยแพร่แลกเปลี่ยนวิดีโอคลิปสั้นๆ จนนำไปสู่ความเป็นวัฒนธรรมคลิป

Mr. Hurley, 2006 ผู้ก่อตั้ง YouTube กล่าวว่า ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตใช้เวลาในการเข้ามาดูวิดีโอคลิปหลากหลายประเภทในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยประมาณ 15 นาที ซึ่งเขาเรียกปรากฏการณ์เช่นนี้ว่าวัฒนธรรมคลิป หรือ Clip Culture

แนวคิดเรื่องการใช้วิดีโอคลิปมือถือ ทัศนคติ พฤติกรรม

เทคโนโลยีที่ก้าวไกลล้ำยุคในปัจจุบันช่วยพัฒนาศักยภาพในการสื่อสาร ทุกคนสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารถึงกันได้อย่างรวดเร็วหรือสามารถได้รับข้อมูลอย่างง่ายดายจากการเปิดรับสื่อ (media exposure) และข้อมูลข่าวสารได้กลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในชีวิต ดังเช่น ปรมะ สตะเวทิน ,2539 (ศิรินทร์ ซึ้งสุนทร,2542) ได้กล่าวไว้ว่าข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาชีวิตประจำวัน เป็นข้อมูลในการวางแผน เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (The Information Society) และเรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (The Information Age)

ภาคภูมิ ชัยสิริประเสริฐ อาจารย์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต (ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ,ก.ค 2549) แจกแจงถึงเทคโนโลยี "วิดีโอคลิป" ว่า เป็นการพัฒนามาจากการทำงานของกล้องวิดีโอธรรมดา เพียงแต่แตกต่างในเรื่องของการเก็บข้อมูล โดยไฟล์ภาพของกล้องวิดีโอนั้นจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของอนาล็อก (ม้วนเทป) ซึ่งมีขนาดใหญ่ และยากแก่การทำสำเนาในการเผยแพร่ แต่เมื่อเทคโนโลยีของดิจิทัลล้ำหน้าแพร่หลาย จึงมีการเปลี่ยนการจัดเก็บในรูปแบบของดิจิตัลซึ่งมีความละเอียดและการจัดเก็บภาพที่มีขนาดเล็กกว่า และทำสำเนาง่ายขึ้น

สำหรับวิดีโอคลิปที่มีอยู่ใน "โทรศัพท์มือถือ" นั้น เกิดขึ้นมาเมื่อประมาณปี 2547 รองรับจอภาพที่เปลี่ยนจากจอขาวดำมาเป็นจอสีที่ภาพมีความคมชัดมากกว่า ซึ่งโทรศัพท์มือถือเป็นสินค้าเทคโนโลยีชิ้นหนึ่ง และแทบทุกรุ่นใหม่ๆจะมีกล้องบันทึกภาพ มีการพัฒนานำกล้องวิดีโอมาใส่ในโทรศัพท์มือถือ ง่ายต่อการพกพาและใช้งาน โดยความละเอียด ความคมชัดของเม็ดสีน้อยกว่า แต่อย่างอื่นไม่ได้แตกต่างไปจากกล้องวิดีโอปกติ

เยาวชนไทยในปัจจุบันไม่เพียงแต่เปิดรับข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือ แต่มีการใช้วิดีโอคลิปมือถือส่งข้อมูลหากันอย่างแพร่หลาย ซึ่งการใช้วิดีโอคลิปมือถือนี้ เยาวชนอาจมีเหตุผลในการใช้แตกต่างกัน เช่น เพื่อความบันเทิงสนุกสนาน สร้างเอกลักษณ์ความเป็นตัวตน เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น เก็บเป็นภาพความทรงจำ เป็นลู่ทางการสร้างรายได้ การแอบถ่ายพฤติกรรมส่วนตัวของผู้อื่น เป็นต้น

ในการใช้วิดีโอคลิปมือถือนี้ มีส่วนประกอบแยกย่อย ดังนี้

- การผลิตสร้างวิดีโอคลิปในมือถือ คือการพิจารณาถึงแหล่งภาพคลิปวิดีโอ เช่น ผู้ใช้ผลิตภาพเองโดยการถ่ายภาพวิดีโอคลิปจากโทรศัพท์มือถือของตนเอง ได้รับจากเพื่อน สมาชิกในครอบครัว ร้านอัพเดทมือถือ ร้านรับโหลดภาพวิดีโอคลิป หรือ โหลดจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
- ประเภทภาพวิดีโอคลิปมือถือ คือ การพิจารณาถึงภาพวิดีโอคลิปประเภทต่างๆที่ผู้ใช้มีการเปิดรับเข้ามาในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งภาพวิดีโอคลิปในปัจจุบันมีอยู่หลากหลายประเภท เช่น ภาพตลกๆขำขัน ภาพทะลึ่ง ลามก การมีเพศสัมพันธ์ ภาพนางแบบ/นายแบบแต่งกายโป๊ เซ็กซี่ ล่อแหลม จนถึงการนู้ดหรือเปลือยกาย ภาพโฆษณาสินค้าต่างๆ ภาพความรุนแรง ภาพเพื่อนครอบครัว ภาพเรื่องราวความจริงที่เกิดขึ้นในสังคม เป็นต้น
- ความถี่ในการรับ-ส่งภาพวิดีโอคลิปมือถือ คือ การพิจารณาถึงความบ่อยครั้งในการใช้วิดีโอคลิปมือถือโดยเฉลี่ย เช่น นานๆครั้ง บ่อยครั้ง เป็นต้น

การเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อนั้น มีขั้นตอนหรือกระบวนการในการเลือกรับ (Selectivity Process) ซึ่งประกอบไปด้วย (Klapper,1980)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกสนใจเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อที่ตนมีอยู่ และหลีกเลี่ยงที่จะสนใจข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อที่มีอยู่เดิมของตนด้วย

3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception and Selective Interpretation) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการ แรงจูงใจ และประสบการณ์ที่มี

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นกระบวนการสุดท้ายที่บุคคลยังต้องการเลือกจดจำเฉพาะเนื้อหาสาระที่ต้องการจำเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อสามารถนำไปใช้ในโอกาสต่อไป ในขณะเดียวกันก็มักลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

และในกระบวนการข้อมูลข่าวสาร (Information Processing) ถ้าผู้รับสารได้รับข้อมูลด้วยความถี่ที่เหมาะสมย่อมส่งผลให้สามารถเก็บข้อมูลไว้ในความทรงจำได้ดี ถ้าได้รับข้อมูลด้วยความถี่ที่น้อยเกินไป ก็จะจดจำไม่ได้ แต่ถ้าได้รับข้อมูลด้วยความถี่ที่มากเกินไป อาจทำให้เกิดความเบื่อและขาดความสนใจข้อมูลในที่สุด (Assael,1995)

จากกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร จะเห็นได้ว่าบุคคลมีการเลือกสรรในทุกขั้นตอน ซึ่งเกิดขึ้นโดยมีองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญ คือ (Schramm, 1973 อ้างถึงในศิรินทร์ ซิ้งสุนทร, 2542)

1. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531) อธิบายว่า ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างไรนั้น มีปัจจัยที่กำหนดการเปิดรับสื่อ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล คือ บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ทั้งนี้เกิดจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ต่างกันย่อมมีผลต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ
2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ทุกคนมักจะยึดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม
3. ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร กลุ่มที่มีลักษณะทางด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ในระดับเดียวกัน การเปิดรับสื่อและการตอบสนองต่อเนื้อหาการสื่อสารของกลุ่มดังกล่าวย่อมคล้ายคลึงกันด้วย

<u>ทัศนคติ</u> (Attitude)

ชิมบาโดและเอบเอเสน (Zimbardo and Ebbessen,1979) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความคิดว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกและอารมณ์ (Affective Component) คือ ลักษณะของการแสดงออกทางด้านอารมณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่างๆซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น แล้วแต่ค่านิยมของแต่ละคน
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

บุคคลแต่ละคนมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกันไป เป็นเพราะบุคคลแต่ละคนมีความคิดความเข้าใจ และมีความรู้สึกที่แตกต่างกันไป ดังนั้น ส่วนประกอบด้านความคิดหรือความรู้ ความเข้าใจ จึงเป็นส่วนประกอบเบื้องต้นของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมาด้วย

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติ

Statt (1997) ได้กล่าวเกี่ยวกับแหล่งที่มาของทัศนคติ (Source of Attitudes) ไว้ว่า ทัศนคติก่อเกิดมาจากหลายแห่งด้วยกันได้แก่ ครอบครัว (Family) ซึ่งเป็นสถาบันแรกในชีวิตของบุคคลที่ทำหน้าที่ปลูกฝังความเชื่อ ความรู้สึก และพฤติกรรมต่างๆ ลำดับต่อมาคือ กลุ่มเพื่อน (Peer) เป็นแหล่งที่มาของทัศนคติที่เห็นได้ชัด และแหล่งที่มาของทัศนคติที่สำคัญเช่นกันคือ ประสบการณ์โดยตรง (Direct Experience) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

เครช, ครูชฟิลด์และบาลัคชี (Krech, Crutchfield and Ballachy, 1948 อ้างถึงใน สุนารี ประสารเสริมส่ง, 2537) ให้ความเห็นว่า ทัศนคติอาจเกิดจาก

1. การตอบสนองความต้องการของตนเอง ถ้าสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดไม่สามารถสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจเกิดขึ้นได้ด้วยการอ่านหรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่น ดังนั้นบางคนอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้อื่นจากการฟังคำติฉินนินทาที่มีคนมาพูดให้ฟังก่อนก็ได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป
4. ทัศนคติที่มีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของคนนั้น เช่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์ มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ที่ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงกันข้าม โดยมักจะมองว่ามีคนคอยอิจฉาหรือคิดร้ายต่อตน

แสงเดือน ทวีสิน (2545) กล่าวถึง ปัจจัยที่ก่อให้เกิดเป็นทัศนคติ มีดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล โดยการรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆในอดีต ซึ่งมนุษย์จะทำการจำแนกแยกแยะออกเป็น 2 ลักษณะคือ ชอบ-ไม่ชอบ ดี-ไม่ดี สนใจ-ไม่สนใจ การจำแนกนี้จะอาศัยหลักเกณฑ์ที่แต่ละคนเก็บสะสมจากประสบการณ์ในอดีตเป็นตัวประเมินตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางของทัศนคติของตนเอง และหลักเกณฑ์ดังกล่าวจะถูกหล่อหลอมมาจากความเชื่อของมนุษย์แต่ละคนที่มีแตกต่างกัน
2. ทัศนคติเกิดจากการรับทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน มักจะเป็นในกรณีที่บุคคลนั้นมีความสำคัญ เป็นที่น่าเชื่อถือและยกย่องชื่นชมมากๆ
3. ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ที่ประทับใจมาก ทั้งทางด้านดีและด้านไม่ดี เพียงครั้งเดียวก็อาจก่อให้เกิดเป็นทัศนคติได้อย่างรวดเร็ว

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นสิ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้ ซึ่งเกิดจากแหล่งทัศนคติต่างๆ ดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นเป็นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการได้รับรู้ข่าวสารต่างๆจากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ โดยขั้นแรกเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัติในรูปของทัศนคติ
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

จากองค์ประกอบและสาเหตุการเกิดทัศนคติ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความ "ทัศนคติ" ไว้หลากหลาย ดังนี้

เฮส ซิลด์ (H.Childs, 1975) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มของคนๆหนึ่งที่มีต่อสิ่งเร้าหรือเรื่องบางเรื่อง รวมถึงความรู้สึก อคติ ความกลัว ความคิด และความรู้สึกอื่นๆที่มีต่อเรื่องต่างๆ

เชิดศักดิ์ โฆวาสิทธิ์ (2520) กล่าวไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆอันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดให้บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือมีแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นๆไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง อาจเป็นไปในทิศทางสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้

กูดส์ (Goods) ให้คำจำกัดความว่า ทัศนคติเป็นแนวโน้มที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึก

นิพนธ์ คันธเสวี (2511) ให้ความหมาย ทัศนคติ ว่า เป็นสิ่งชี้บอกการแสดงออกของบุคคลที่จะกระทำต่อสิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์ หากบุคคลจะกระทำหรือแสดงออกอะไรสักอย่างหนึ่งออกมาต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เขาย่อมกระทำไปตามทัศนคติที่เขามีต่อสิ่งนั้นๆ ทัศนคติของบุคคลจึงมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

แสงเดือน ทวีสิน (2545) ให้ความหมายของคำว่า ทัศนคติ ไว้ว่า คือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวอาจจะเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของ สภาพการณ์ เหตุการณ์ เป็นต้น เมื่อเกิดความรู้สึก บุคคลนั้นจะมีการเตรียมพร้อมเพื่อมีปฏิกิริยาตอบโต้ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งตามความรู้สึกของตนเอง

ฐิติ วิทยสรณะ (2540) กล่าวว่า การศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมของบุคคลนั้น นักจิตวิทยาเห็นพ้องต้องกันว่า จิตลักษณะที่ทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำที่สุดคือ ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้น นอกจากนี้ การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆของบุคคลส่วนใหญ่ ตามปรกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลนั้น ทัศนคติจึงเป็นเสมือนทางเลือกของพฤติกรรมคือเป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล พฤติกรรมส่วนใหญ่ของบุคคลถูกควบคุมด้วยทัศนคติของเขา

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดๆ ซึ่งอาจเป็นบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือเหตุการณ์ สภาพการณ์ต่างๆที่อาจเป็นไปได้ในทางบวกหรือทางลบของแต่ละบุคคล เช่น ชอบ-ไม่ชอบ พอใจ-ไม่พอใจ เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย ยอมรับได้หรือยอมรับไม่ได้ เป็นต้น

<u>ประเภททัศนคติ</u> บุคคลสามารถแสดงทัศนคติได้ 3 ประเภทด้วยกัน (วิรัช ลภิรัตนกุล, 2524 อ้างถึงใน ศิรินทร์ ซึ้งสุนทร, 2542) คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกพฤติกรรมในด้านดีต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่างๆ ก่อให้เกิดความรู้ที่ดีและความร่วมมือในทุกกิจกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ และนับเป็นพื้นฐานที่ดีในการยอมรับความคิดหรือข้อมูลใหม่
2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่างๆ มักเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ ทัศนคติด้านลบนี้จะก่อให้เกิดอคติขึ้นในใจของบุคคล นำไปสู่การด่วนสรุปตัดสินในเรื่องต่างๆ แม้จะยังไม่มีความเข้าใจในเรื่องนั้นอย่างถ่องแท้ก็ตาม
3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) เป็นทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเกี่ยวกับบุคคล เรื่องราว สถานการณ์ หรือสิ่งอื่นๆโดยสิ้นเชิง ส่วนใหญ่มักมีสาเหตุมาจากความห่างไกลจากผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือขาดข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ

บุคคลอาจเกิดทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้เพียงประการใดประการหนึ่งหรือหลายประการได้ ขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด และค่านิยมที่มีต่อบุคคล การกระทำ หรือสถานการณ์ มีลักษณะยืนยงคงทน แต่ก็เปลี่ยนแปลงได้ถ้ามีเหตุผลหรือเหตุการณ์ที่สำคัญเพียงพอ

<u>ลักษณะโครงสร้างของทัศนคติ</u> (Structure of Attitude)

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

1. ขนาดหรือระดับความเข้มข้น (Magnitude or Valence) หมายถึง ระดับมากน้อยของทัศนคติ (ความชอบมาก – น้อย) ทัศนคติที่มีระดับความเข้มมากจะเปลี่ยนยากกว่าทัศนคติที่มีระดับความเข้มน้อย
2. ความซับซ้อน (Complexity of Attitude) หมายถึง ทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะมีความเชื่อหลายอย่างเป็นพื้นฐาน
3. อันดับสำคัญ (Centrality) ถ้าทัศนคติยิ่งฝังลึกมากเท่าใด ก็ยิ่งมีความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของมากเท่านั้น
4. ความเด่น (Salience) ทัศนคติที่เด่นในความคิดคำนึงของผู้เป็นเจ้าของย่อมจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำได้ง่ายกว่าทัศนคติที่มีลักษณะตรงข้าม

โดยสรุป ทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ท่าทีความรู้สึก การมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือทางลบที่มีต่อบุคคลหรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเรียนรู้ ความรู้สึกนึกคิด และประสบการณ์

การวัดทัศนคติ

เทอร์สโตน (Thurstone , 1969) ได้สรุปคุณลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่จะต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะทำการวัดทัศนคติไว้ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม เราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้ว่าจะมีความซับซ้อนและมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม
2. ทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง ผลรวมของความรู้สึก ความโน้มเอียง อคติ ความกลัว ความคิดอื่นๆต่อเรื่องนั้นๆ
3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคตินั้น ทำให้มีการคลาดเคลื่อนในการวัด จึงขอเสนอแนะว่า การกระทำของคนอาจเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็เป็นไปได้ที่คนคนนั้นอาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้นจึงยังใช้ความคิดเห็นหรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อใช้บ่งชี้ถึงทัศนคติ
4. มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในการวัดความคิดเห็น หรือการกระทำที่เราใช้เครื่องบ่งชี้ทัศนคติ แต่ความคลาดเคลื่อนระหว่างเครื่องบ่งชี้และความจริงถือว่าเป็น "สากล" (Universal)
5. ทัศนคติของคนๆหนึ่งไม่จำเป็นจะทำนายการกระทำของคนนั้นได้ถูกต้องเสมอไป
6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงที่วัดได้อาจเกิดจากความผิดพลาดในการวัด ดังนั้น จึงมีแนวความคิดที่จะใช้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error of Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัด จากความเปลี่ยนแปลงของตัวทัศนคติเอง
7. ไม่สามารถใช้คำว่า "มาก" หรือ "น้อย" อธิบายทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทัศนคติมีหลายมิติ ถึงกระนั้นก็ยังมีผู้พยายามวัดค่าของทัศนคติในเชิงเส้นตรง (Linear Measurement)

อย่างไรก็ตาม วิธีการวัดทัศนคติมีหลายวิธี แต่วิธีที่นิยมกันมากคือ การวัดทัศนคติโดยใช้สเกล (Scale) ซึ่งเป็นวิธีที่นักจิตวิทยาเห็นว่าเป็นเครื่องมือที่วัดได้ผลเป็นที่น่าพอใจ สเกลที่ใช้วัดทัศนคติมีทั้ง Ranking Scale เป็นสเกลลักษณะแบบจัดอันดับ หรือ Rating Scale เป็นลักษณะแบบที่ให้คะแนน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ สเกลที่ใช้วัดทัศนคติคือ Likert Scale บางทีเรียกว่า Five Point Scale โดยสุดปลายข้างหนึ่งเป็นความคิดที่เห็นด้วย และอีกข้างหนึ่งจะเป็นความคิดที่ไม่เห็นด้วยกับข้อความที่มีอยู่ในแบบสอบถามแต่ละข้อ ซึ่งแต่ละจุดในสเกล จะเป็นคะแนนทั้งหมด เช่น ให้ 5 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยมากที่สุด ให้ 4 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยมาก ให้ 3 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยเป็นกลาง ให้ 2 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยน้อย และให้ 1 คะแนนถ้าตอบว่าเห็นด้วยน้อยที่สุด

<u>พฤติกรรม</u> (Practice)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวถึง พฤติกรรม คือการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้นเพราะความแตกต่างในการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกันอันจะมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล

พจนานุกรมลองแมน ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า พฤติกรรม (Behavior) ว่า เป็นการกระทำหรือตอบสนองการกระทำทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล และเป็นปฏิสัมพันธ์ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก รวมทั้งเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆที่เป็นไปอย่างมีจุดหมาย สังเกตเห็นได้ หรือเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆที่ได้ผ่านการใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกตัว (สิรินทร์ ศรประสิทธิ์, 2545)

สุรพล พยอมแย้ม (2545 : 18–20) การใช้คำว่า พฤติกรรม ในทางจิตวิทยานั้น หมายถึงการกระทำอันเนื่องมาจากการกระตุ้นหรือการจูงใจจากสิ่งเร้าต่างๆ การกระทำหรือพฤติกรรมเหล่านั้นเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้ผ่านขบวนการกลั่นกรอง ตกแต่งและตั้งใจที่จะทำให้เกิดขึ้นเพื่อให้บุคคลอื่นได้สัมผัสรับรู้ พฤติกรรมของบุคคลจำนวนมากแม้จะกระทำด้วยสาเหตุและจุดมุ่งหมายเดียวกัน แต่จะมีลักษณะอาการแตกต่างกัน

<u>กระบวนการการเกิดพฤติกรรม</u> เมื่อบุคคลกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด การกระทำนั้นจะเป็นไปอย่างมีลำดับขั้นตอนและเป็นกระบวนการทั้งสิ้น ในกระบวนการเกิดพฤติกรรมแต่ละครั้ง จะมีกระบวนการย่อยได้ 3 กระบวนการคือ

1. กระบวนการรับรู้ (Perception Process) เป็นกระบวนการเบื้องต้นที่เริ่มจากการที่บุคคลได้รับสัมผัสหรือรับข่าวสารจากสิ่งเร้า/ตัวกระตุ้นต่างๆ
2. กระบวนการคิดและเข้าใจ (Cognition Process) กระบวนการนี้อาจเรียกได้ว่า "กระบวนการทางปัญญา" ซึ่งประกอบไปด้วยการเรียนรู้ การคิด และการจำ ตลอดจนการนำไปใช้หรือเกิดการพัฒนาจากการเรียนรู้นั้นๆด้วย
3. กระบวนการการแสดงออก (Spatial Behavior Process) หลังจากผ่านขั้นตอนการรับรู้ การคิด และเข้าใจแล้ว บุคคลจะมีอารมณ์ตอบสนองต่อสิ่งที่ได้รับรู้นั้นๆแต่ยังมิได้แสดงออกมาให้ผู้อื่นได้รับรู้ ยังคงเป็นพฤติกรรมที่อยู่ภายใน (Covert Behavior) แต่เมื่อได้รับรู้ คิด และเข้าใจซ้ำๆ จนเลือกที่จะแสดงการตอบสนองให้บุคคลอื่นสังเกต เรียกว่า พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) ซึ่งพฤติกรรมภายนอกนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่มีอยู่ทั้งหมดภายในตัวบุคคลนั้น การแสดงพฤติกรรมออกมาเพียงบางส่วนของที่มีอยู่จริงเช่นนี้ เรียกว่า Spatial Behavior

โดยแท้จริงแล้ว กระบวนการย่อยทั้ง 3 ขั้นตอนนั้นไม่สามารถแยกออกจากกันหรือเป็นอิสระต่อกันได้ เพราะการเกิดพฤติกรรมแต่ละครั้งจะมีความต่อเนื่องสัมพันธ์กันอย่างมาก

มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่างๆออกมาแตกต่างกัน เพราะกระบวนการแรกคือการรับรู้นั้น แต่ละคนได้รับรู้จากสิ่งเร้า/ตัวกระตุ้นทางสังคมที่แตกต่างกันไป (ขบวน พลตรี, 2530) ตัวกระตุ้นทางสังคม (Social Stimuli) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบางอย่างในสิ่งแวดล้อมที่ก่อให้เกิด หรือมีความโน้มเอียงที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของคน ซึ่งจะเป็น "คน" (Person) ก็ได้ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (Products) ก็ได้ หรือเป็น "สถานการณ์" (Situation) ก็ได้ ทั้ง 3 อย่างล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการกระทำของมนุษย์ทั้งสิ้น

โรเจอร์ส (Rogers, 1876) ได้ชี้ให้เห็นว่า สารสนเทศสามารถเพิ่มช่องว่างเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดคำว่า "ช่องว่างอันเกิดจากผลของการสื่อสาร" เรียกว่าช่องว่างของความรู้ ทัศนคติและการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP – GAP หมายถึง ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการเปิดรับสื่อก่อให้เกิดความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) ในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่นั้นแล้ว แต่

ในขั้นการยอมรับปฏิบัติ (Practice) อาจมีผลในทางตรงข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP – GAP ขึ้นได้ คือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไร ก็จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่ คือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอกันในทุกกรณี

McLeod และ Reeves,2006 กล่าวว่า สื่อสามารถเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้ แต่ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ส่งผลให้พฤติกรรมของบุคคลนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วยเสมอไป

แนวคิดเรื่องเพศ ความรุนแรง / สื่อกับเรื่องเพศและความรุนแรง

แนวคิดเรื่องเพศ

เมื่อกล่าวถึงคำว่า "เพศ" หรือ "เซ็กส์" (Sex) นั้นจะเห็นได้ว่าเป็นคำที่มีความหมายกว้างมาก หากพิจารณาอย่างถ่องแท้แล้ว คำว่า "เพศ" นั้นเป็นการแสดงออกถึงคุณลักษณะทางกายภาพของบุคคล เช่น เพศชาย เพศหญิง

ตามพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน กล่าวว่า เพศ หมายถึง รูปหรือลักษณะที่แสดงให้รู้ว่าเป็นหญิงหรือชาย

Kirkendall (อ้างถึงใน สุชาติ โสมประยูร : 2541 : 4) ได้อธิบายว่า เรื่องเพศมีความหมายและขอบเขตกว้างมาก สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. เรื่องเพศเป็นแรงผลักดันที่สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้คนเราเกิดความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ และสามารถกระทำ หรือแสดงพฤติกรรมในรูปต่างๆเพื่อให้บรรลุตามที่ได้ตั้งใจไว้
2. เรื่องเพศเป็นแรงกระตุ้นหรือเครื่องเร้าใจอันทรงพลัง ที่ทำให้เพศชายและหญิงเกิดความสนใจซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยทำให้การประกอบกิจการต่างๆเป็นไปอย่างราบรื่น
3. เรื่องเพศเป็นสิ่งที่สามารถกำหนดบทบาท กิริยา ท่าทาง ลักษณะการดำเนินชีวิตของคนเราอย่างเห็นได้ชัด แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเพศใดจะสำคัญยิ่งหย่อนกว่าเพศใด
4. เรื่องเพศเป็นธรรมชาติที่แฝงอยู่ในร่างกายและจิตใจของคนเราอย่างลึกซึ้งและถาวร ซึ่งจะแสดงบทบาทที่สำคัญที่สุดในชีวิตรัก และการครองเรือน

5. เรื่องเพศสามารถดลบันดาลให้ชีวิตมีความต่อเนื่องจากช่วงชีวิตหนึ่งสู่ช่วงชีวิตหนึ่งโดยกระบวนการสืบพันธุ์ ซึ่งความต่อเนื่องนี้จะช่วยถ่ายทอดลักษณะของพ่อแม่สู่ลูกต่อไป

นอกจากนี้ เพศ อาจหมายถึง การแสดงถึงเรื่องเพศอย่างกว้างๆ เช่น การมีเพศสัมพันธ์ระหว่างชายและหญิง ความต้องการทางเพศของชายและหญิง คนส่วนใหญ่มักจะให้ความหมายเรื่อง "เพศ" เพียงส่วนเดียว นั่นก็คือ ความต้องการหรือความรู้สึกทางเพศ (Sexuality) ในบางครั้งเรื่องเพศจึงถูกมองว่าเป็นเรื่องเซ็กส์ในทำนองพฤติกรรมที่เป็นอันตราย และสื่อความหมายในทางที่ไม่สุภาพ หยาบ สกปรก และผิดปกติ ทำให้เรื่องเพศกลายเป็นเรื่องปกปิดซ่อนเร้น และเป็นสิ่งต้องห้ามในสังคม

เรื่องเพศเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ ชาวตะวันตกในยุคหนึ่งได้กล่าวเน้นถึงเรื่องเพศหรือกามารมณ์ ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับสอง รองจากเรื่องอาหาร และเป็นหนึ่งในปัจจัย 3 ประการ คือ อาหาร กามารมณ์ และสังคม (Food Sex and Social) ในยุคต่อมา นักปรัชญาชาวอเมริกันที่ชื่อ Will Durant ได้กล่าวไว้ว่า "รองจากความหิว เรื่องเพศเป็นสัญชาตญาณที่รุนแรงที่สุดและเป็นปัญหาที่ใหญ่ที่สุดด้วย"

Sigmund Freud จิตแพทย์วิเคราะห์ของโลกชาวออสเตรเลีย ผู้ให้กำเนิดวิชาจิตวิเคราะห์ศาสตร์ (Psycho Analysis) เชื่อว่า เรื่องเพศเป็นเรื่องสำคัญที่สุดในชีวิตคนเรา เพราะเรื่องเพศเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ เขาได้กล่าวอีกว่า เรื่องความรู้สึกทางเพศของมนุษย์มีมาตั้งแต่เกิด ไม่ใช่มีภายหลังหรือตอนเป็นผู้ใหญ่ ชีวิตความเป็นอยู่ทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ ได้รับพลังทางจิตวิทยามาจากสัญชาตญาณทางเพศ ในขณะที่ Calderone นายแพทย์ชาวอเมริกัน มองว่าเรื่องเพศเป็นเรื่องของชีวิตจริงและความเป็นอยู่ที่ทุกคนกำลังเผชิญและแสดงออก กล่าวคือ มนุษย์มีความสัมพันธ์กับเรื่องเพศตั้งแต่เกิด มีเอกลักษณ์ทางเพศแสดงให้รู้ เช่น การตั้งชื่อ การเลือกของใช้ให้เหมาะกับเพศนั้นๆ เป็นต้น

แนวความคิดเกี่ยวกับคำว่า "เพศ" ในงานวิจัยของต่างประเทศ ได้จำแนกเพศออกเป็นลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

โรแนลด์ เอ็ม โฮลเมส (Ronald M.Holmes) ได้จำแนกเพศออกเป็นลักษณะต่างๆ ดังนี้

- พฤติกรรมทางเพศลักษณะรบกวนผู้อื่น (Nuisance Sex Behaviors) ได้แก่ พฤติกรรมการมีความสุขด้วยการแอบดูผู้อื่นเปลือย (Scoptophilia) พฤติกรรมที่ชอบแสดงตนให้เป็นที่น่าสนใจของบุคคลอื่นโดยการอวดอวัยวะเพศ (Exhibitionism) พฤติกรรมการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าของเพศตรงข้าม (Transvestism) เป็นต้น

- พฤติกรรมทางเพศในลักษณะรักร่วมเพศ (Homosexual) หรือลักเพศ
- อาชญากรรมทางเพศที่ต่อต้านเด็ก (Sex Crimes Against Children) ได้แก่ พฤติกรรมที่ชอบสมสู่กับเด็ก (Pedophilia) พฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์ฉันท์ชู้สาวที่ร่วมสายโลหิตเดียวกัน (Incest)
- อาชญากรรมทางเพศที่จัดว่าอันตรายหรือรุนแรง (Dangerous Sex Crimes) ได้แก่ พฤติกรรมร่วมเพศกับซากศพ (Necrophilia) ความต้องการร่วมเพศโดยการฆาตรกรรม (Lust Murder)
- การข่มขืน (Rape)
- การลามกอนาจาร (Pornography)

จอยซ์ สปรากิน และเทเรซา ซิลเวอร์แมน (Joyce N. Sprafkin and L. Theresa Silverman) ได้จำแนกเพศออกเป็น 2 ประเภท คือ

- พฤติกรรมทางเพศ ได้แก่ พฤติกรรมการจูบ (Kiss) กอด (Hug) การสัมผัสที่ไม่ก้าวร้าว (Nonaggressive touching) และการมีเพศสัมพันธ์ (Imtercourse)
- พฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ ได้แก่ พวกรักร่วมเพศ (Homosexual) การมีเพศสัมพันธ์กับเครือญาติเดียวกัน (Incest) พฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์กับเด็ก (Pedophilia) การเป็นนักถ้ำมอง (Voyeurism) พฤติกรรมชอบอวดอวัยวะเพศต่อหน้าสาธารณชน (Exhibitionism) เป็นต้น

ซูซาน ฟรานเบราและคณะ (Susan Franzblau, et.al) ได้ศึกษาเรื่องเพศในโทรทัศน์ โดยแบ่งเพศตามลักษณะทางพฤติกรรมตั้งแต่ขั้นแรก คือ การเล้าโลมตั้งแต่การจูบ (Kiss) กอด (Hug) การมีเพศสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม (Heterosexual) การมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน (Homosexual) การสัมผัสที่ก้าวร้าวรุนแรง (Aggressive touching) การสัมผัสที่ไม่ก้าวร้าวรุนแรง (Nonaggressive touching) การพูดจาเกี้ยวพาราสี (Flirting) เป็นต้น

เบรดเลย์ กรีนเบิร์กและคณะ (Bradley S. Greenberg, et.al) ได้แบ่งเพศตามลักษณะของพฤติกรรมขั้นต้นที่เปิดเผยจนถึงการมีเพศสัมพันธ์กัน ไม่ว่าจะเป็นเพศตรงข้ามหรือเพศเดียวกัน เช่น การข่มขืน (Rape) รักร่วมเพศ (Homosexual) การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน (Unmarried Intercourse) การมีเพศสัมพันธ์หลังแต่งงาน (Married Intercourse) โสเภณี (Prostitution) พฤติกรรมทางเพศที่ผิดกฎหมาย (Illegal Sex) และพฤติกรรมที่ลามกอนาจาร (Pornography) เป็นต้น

เมื่อพูดถึงพฤติกรรมลามกอนาจารนั้น (อ้างถึงในพิมพ์พร ยิ่งยง,2539) เนื้อหาที่จัดได้ว่าเป็นพฤติกรรมลามกอนาจารหรือมีลักษณะยั่วยุกามารมณ์ สามารถสังเกตได้จากลักษณะดังนี้

1. สิ่งลามกอนาจาร ได้แก่ ภาพ หนังสือ หรือวัตถุอันมีลักษณะที่ทำให้ผู้พบเห็นมีความรู้สึกในทางกามารมณ์และความกำหนัด ว่าโดยย่อคือ ภาพ หนังสือ หรือวัตถุนั้นได้จัดทำขึ้นให้มีลักษณะอนาจารเพื่อการอนาจารโดยเฉพาะ

2. ความหมายสามัญในเรื่องลามกอนาจาร โดยทั่วๆไปดังกล่าวในข้อ 1 ก็อยู่ที่อวัยวะลับบางอย่างหรือกิจในกามารมณ์หรือประเวณี ซึ่งได้เขียนหรือทำขึ้นเพื่อปลุกปั่นจูงใจให้รู้สึกไปในทางกำหนัดและมักมากในกาม ทั้งนี้ โดยมิได้แฝงความเป็นศิลป์ไว้แต่อย่างใด

3. ตามหลักดังกล่าวแล้ว วัตถุหรือภาพศิลป ย่อมไม่อยู่ในข่ายจะเป็นลามกอนาจาร ทั้งนี้ ก็โดยเป็นที่นิยมกันมานานแล้วว่า ร่างกายมนุษย์เป็นสื่อทำให้ช่างสลัก ช่างปั้น ช่างเขียนเกิดความคิดในทางประดิษฐ์ให้งดงามอยู่เสมอมา ด้วยเหตุนี้ รูปปั้น รูปสลัก ภาพเขียนที่มีชื่อเสียงโด่งดังจึงมักเป็นรูปเปลือยโดยมาก

4. อวัยวะลับบางอย่างไม่เป็นลามกอนาจารในเมื่อเขียน ได้ทำขึ้นเพื่อวิทยาการโดยเฉพาะ เช่น ตำราแพทย์ อธิบายถึงชีววิทยา ฯลฯ และมีภาพอวัยวะลับเหล่านี้ประกอบคำอธิบาย

5. วัตถุหรือภาพศิลปต่างๆดังกล่าวในข้อ 3 ได้ถูกจำลองหรือพิมพ์ คัดขึ้นใหม่เฉยๆแล้วนำออกขายหรือแสดง ย่อมไม่เป็นการลามกอนาจาร แต่ถ้าพิมพ์ขึ้นใหม่แล้วนำเอาไปแทรกในบทความที่เขียนเพื่อกามารมณ์ ภาพประกอบเหล่านี้กลายเป็นภาพประกอบข้อความให้เป็นจริงเป็นจังขึ้น และกลายเป็นภาพและข้อความที่เป็นลามกอนาจารทันที

6. หนังสือที่เป็นวิทยาการแต่เพียงในนามและมีภาพเปลือยให้เห็นอวัยวะลับย่อมเป็นลามกอนาจาร ทั้งนี้ก็เพราะผู้เขียนอ้างเอาวิทยาการเป็นเครื่องบัง เพื่อจุดประสงค์อย่างอื่นอันเป็นไปในทางยั่วยุอารมณ์

ส่วนนักกฎหมายได้ตีความคำว่า "อนาจาร" และ "ลามก" ไว้ดังนี้

"อนาจาร" หมายถึง การกระทำระหว่างคนสองคนในลักษณะไม่สมควรทางเพศ เช่น จับต้องของสงวน ของลับ

การกระทำการอันควรขายหน้าต่อธารกำนัล เช่น การเปลือยกายต่อหน้าคนอื่น เช่น โชว์เปลือย โชว์ลามก เป็นต้น

ลามก เฉพาะสิ่งของ เช่น ภาพยนตร์โป๊ ภาพโป๊ แต่จะผิดกฎหมายก็ต่อเมื่อมีไว้เพื่อขาย จำหน่าย จ่ายแจก หรือไว้อวดประชาชน ถ้าเก็บไว้ดูเองไม่ผิด

ภาพ "ลามก" นั้น ได้แก่ ภาพการร่วมเพศ แต่ถ้าเป็นหนังสือวิชาการกับเรื่องนั้น ไม่เป็นลามก

ภาพเปลือย ถ้าให้เห็นอวัยวะเพศชัดเจนเป็นลามก แต่ถ้ามีการทำให้เลือนลางบ้างไม่เป็นลามก

นอกจากลักษณะดังกล่าวข้างต้นแล้ว กรมตำรวจได้ใช้เกณฑ์การพิจารณาเนื้อหาประเภทยั่วยุกามารมณ์ ดังนี้

- ให้พิจารณาความเป็นไปได้ตามสภาพของสังคมและศีลธรรมอันดี
- พิจารณาจากความรู้สึกของผู้ดู ถ้าก่อให้เกิดความรู้สึกทางเพศอย่าง "ชัดเจน" ก็ห้ามนำเสนอ ภาพเปลือยที่แสดงสัดส่วนของหญิงในลักษณะที่ดูแล้วไม่เกิดความรู้สึกทางเพศ เช่น ภาพสารคดีที่สมเหตุสมผลตามท้องเรื่องควรอนุญาตได้ แต่หากเป็นภาพเปลือย เช่น นุ่งผ้าเปียกน้ำรัดรูปเจตนาให้ดูสัดส่วนของหญิงโดยไม่มีลักษณะในทางศิลปะ และก่อให้เกิดความรู้สึกทางเพศก็ควรห้าม
- เรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศ เสรีภาพในการสมสู่ทางเพศ ความวิปริตทางกามารมณ์ หากเป็นการชักจูงให้ผู้ดูนิยมชมชอบนำไปประพฤติ ทำให้เสื่อมเสียต่อศีลธรรมอันดีก็ควรห้าม

พฤติกรรมเรื่องเพศ (แคนลาว, 2550) เยาวชนในยุคนี้มองเรื่องการจับมือถือแขน โอบกอดในที่สาธารณะเป็นเรื่องปกติ เป็นภาพชินตาที่พบเห็นได้ทั่วไป การแต่งกายเน้นโชว์ทรวดทรง ใส่กระโปรงสั้นรัดรูป ล่อแหลมหวาดเสียว การพูดจาหยาบโลน ทิ้งระบอบประเพณี ขนบธรรมเนียมและเอกลักษณ์ความเป็นไทย

นอกจากนี้ ยังพบว่าเยาวชนมีทัศนคติมองเรื่องการรักษาพรหมจรรย์ไม่ใช่เรื่องสำคัญ และปิดท้ายด้วยการอยู่กินกันฉันสามีภรรยาทั้งที่อยู่ในวัยเรียนเท่านั้น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวอาจนำไปสู่สิ่งที่ไม่พึงประสงค์ตามมามากมาย ทั้งเรื่องการเรียน การดำเนินชีวิตที่จะต้องรับผิดชอบต่อตัวเองและคนอื่น หรือที่มากกว่านั้นคือการมีความสัมพันธ์แบบฉาบฉวย ไม่จริงใจ

เยาวชนไทยมีทัศนคติและพฤติกรรมทางเพศที่นับวันจะยิ่งพิสดาร นั่นคือ การมีเพศสัมพันธ์แล้วนิยมถ่ายเป็นวิดีโอคลิปเก็บไว้ ซึ่งอาจจะเก็บไว้ดูส่วนตัว แต่สำหรับบางรายถ่ายเก็บไว้เพื่อข่มขู่เอาเงินจากเหยื่อหรือบังคับให้ทำในสิ่งที่ต้องการ ดังที่ปรากฏเป็นข่าวอยู่บนหน้าหนังสือพิมพ์บ่อยครั้ง

ลักษณะหรือธรรมชาติของความรู้เรื่องเพศ (อ้างถึงใน อริศรา ธัญญาวินิชกุล,2548) แบ่งตามเนื้อหาออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ลักษณะทางชีววิทยา (Biological aspect) ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับกายวิภาคและสรีระของมนุษย์
2. ลักษณะทางสุขวิทยา (Hygienic aspect) ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับสุขภาพ ข้อควรระวังและสุขปฏิบัติเกี่ยวกับอวัยวะเพศ เป็นต้น
3. ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological aspect) ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับจิตใจและอารมณ์ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจของวัยรุ่น แรงดันทางเพศ การระบายอารมณ์ เป็นต้น
4. ลักษณะทางสังคมวิทยา (Sociological aspect) ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับการปรับตัวเข้ากับสังคม กฎเกณฑ์ทางสังคม เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ การเลือกคู่ครอง เพศสัมพันธ์ เป็นต้น

ความรู้เรื่องเพศทั้ง 4 ประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากเรื่องเพศเป็นเรื่องที่ไม่สามารถแยกออกจากชีวิตในส่วนใดส่วนหนึ่งได้ ดังนั้น ถ้าเยาวชนในสังคมได้รับความรู้เหล่านี้อย่างเพียงพอ ก็จะทำให้สามารถใช้สื่อใหม่ในการแสวงหาและสื่อสารเรื่องเพศได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

<u>แนวคิดเรื่องความรุนแรง</u>

ความหมายของคำว่า "ความรุนแรง" ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้คำจำกัดความว่า หนักเกินไป แรงเกินไป

เอมจิต กิตวัฒน์ ,2533 , ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ความรุนแรง หมายถึง การกระทำใดๆก็ตามที่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือตาย ทั้งทางร่างกาย จิตใจของสิ่งมีชีวิต ตลอดจนการทำลายทรัพย์สินต่างๆ

นฤมล สิงหประเสริฐ,2534, ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ความรุนแรง หมายถึง การกระทำใดๆที่ก่อให้เกิดการทำลาย ก้าวร้าว เกรงกลัว เช่น การสงคราม การทะเลาะเบาะแว้ง การต่อสู้ ฆ่าฟัน การรุกราน จนถึงแก่ชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น และความรุนแรงมักจะตามมาด้วย การทำลาย (Destruction) และที่ร้ายแรงที่สุด คือ ความตาย

เมอร์เรย์ (Murry, 1970 อ้างใน อุราเพ็ญ ตรียางค์กูล, 2534:26) ได้ให้คำจำกัดความ คำว่า ความรุนแรง แบ่งเป็น 3 ประการ ได้แก่

1. ร่างกาย ความรุนแรงต่อบุคคล การทำลายทรัพย์สิน
2. จิตใจ ความรุนแรงต่อจิตใจและอารมณ์ เช่น ความเกลียด กลัว อาฆาตแค้น
3. วาจา คำพูดที่ไม่ดี ใช้คำพูดในทางที่ผิด การกล่าวร้าย

จากการให้คำจำกัดความข้างต้น สามารถสรุปความหมายของคำว่า "ความรุนแรง" คือ การกระทำใดๆก็ตามที่หนักเกินไป รุนแรงเกินไป ซึ่งการกระทำเหล่านี้อาจส่งผลกระทบก่อให้เกิด การบาดเจ็บหรือตาย ตลอดจนการทำลายล้างต่างๆ

ความรุนแรงเป็นส่วนหนึ่งของทุกวัฒนธรรม รวมทั้งวัฒนธรรมไทยด้วย ในแง่หนึ่ง ความ รุนแรงเป็นเครื่องมือ คือ ใช้ความรุนแรง ไม่ใช่เพื่อความรุนแรงแต่ใช้เพื่อเป้าหมายอย่างอื่น เช่น ใช้ เพื่อเอาชนะในความขัดแย้ง, ใช้เพื่อปราบปรามคนชั่วหรือคนดื้อ, ใช้เพื่อกอบกู้ศักดิ์ศรี หรือแม้แต่ ใช้เพื่อ "สันติภาพถาวร"

ความรุนแรงในแง่ของเครื่องมือนั้นมีอยู่ในทุกวัฒนธรรม และเพราะมันเป็นวัฒนธรรม จึง อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปได้ตามแต่เงื่อนไขทางสังคมด้วย เช่น อาจใช้บ่อยขึ้นหรือใช้น้อยลง ตลอดจนให้ความหมายใหม่แก่วิธีการที่รุนแรงให้แรงขึ้นก็ได้ ให้มองไม่เห็นก็ได้ หรือให้ความหมาย ใหม่แก่ผู้กระทำความรุนแรงและเหยื่อก็ได้ วัฒนธรรมไทยนับแต่โบราณมาจนถึงปัจจุบัน ไม่เคย ปฏิเสธความรุนแรงในฐานะเครื่องมือ พึงใช้ในเงื่อนไขที่แตกต่างกันไปในแต่ละยุคสมัยเท่านั้น

ส่วนความรุนแรงในอีกแง่หนึ่ง อาจเรียกว่าการให้คุณค่าแก่ความรุนแรงโดยตัวของมันเอง เพราะเอาความรุนแรงหรือศักยภาพที่จะใช้ความรุนแรงไปผูกกับอำนาจความรุนแรง ในแง่นี้ก็มีอยู่ ในทุกวัฒนธรรม เช่น รัฐโบราณมักใช้การลงโทษที่ทารุณโหดร้ายเพื่อแสดงพระราชอำนาจ (มากกว่ารักษาความสงบ)

ความรุนแรงสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับคือ ความรุนแรงส่วนบุคคล และความรุนแรงในเชิงโครงสร้างทางสังคม

- <u>ความรุนแรงส่วนบุคคล</u> เป็นความรุนแรงทางตรง หรือความรุนแรงระหว่างบุคคลต่อบุคคล ซึ่งมีผู้กระทำชัดเจน เช่น การฆ่าฟัน ชกต่อยกัน เป็นต้น
- <u>ความรุนแรงในเชิงโครงสร้างทางสังคม</u> เป็นความรุนแรงที่โครงสร้างสังคมได้กระทำต่อคนในสังคม มีผลให้ชีวิตของเขาถูกบั่นทอนอยู่ในความทุกข์ทรมานทั้งทางร่างกายและจิตใจ ความรุนแรงชนิดนี้หาตัวคนที่เป็นสาเหตุหรือผู้กระทำความรุนแรงได้ไม่ชัดเจน

อรสม สุทธิสาคร (2543) กล่าวถึงความรุนแรงในสังคมไทยปัจจุบันว่า ได้เกิดปรากฏการณ์ที่เด็กกลายจากสถานะการเป็นเหยื่อความรุนแรงมาเป็นผู้ใช้ความรุนแรงเสียเอง จากการพบปะพูดคุยกับเด็กผู้ก่อความรุนแรงและผู้คนที่แวดล้อมเด็กราว 70 คนจาก 13 จังหวัดเป็นเวลาประมาณ 5 เดือน ทำให้เห็นว่า "เบ้าหลอม" และ "เบื้องหลัง" กรณีที่เด็กกลายเป็นผู้ใช้ความรุนแรงประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นเบ้าหลอมเด็กซึ่งประกอบด้วยครอบครัวที่แตกร้าว ไร้ความรัก เต็มไปด้วยการทะเลาะเบาะแว้ง พ่อแม่ใช้ความรุนแรงต่อกันและต่อลูก บ้านกลายเป็นสถานที่ซึ่งไม่น่าอยู่ ไม่อบอุ่น เด็กจึงเกิดความรู้สึกโดดเดี่ยว ไม่ไว้ใจใคร จึงเกิด พฤติกรรมก่อความรุนแรง และเห็นความรุนแรงเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหา ในส่วนที่สองเพราะมีชีวิตอยู่ในเบ้าหลอมดังกล่าว เด็กจึงไม่สามารถเติบโตเป็นปกติ บ้างก็มีปัญหาทางกายภาพคือโตแต่ตัว สมองยังไม่เจริญตามไปด้วย

<u>สื่อ กับเรื่องเพศและความรุนแรง</u>

อมรวิชช์ นาครทรรพ, ผู้อำนวยการสถาบันรามจิตติ (สยามรัฐ,2550) ได้ให้ข้อมูลว่า "สื่อ" อาจเป็นสถาบันที่ทรงอิทธิพลที่สุดในการเรียนรู้ละการพัฒนาเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ดังที่ ศ. นพ.ประเวศ วะสี กล่าวว่า "ถ้ามีการใช้สื่อสารเพื่อการศึกษาได้อย่างดี จะเป็นการสร้างเจตคติ มโนธรรม และปัญญาพร้อมกันหมดทั้งชาติ ถือเป็นยุทธศาสตร์ทางปัญญาอย่างใหญ่อีกยุทธศาสตร์หนึ่ง และเป็นการปฏิรูปการเรียนรู้อย่างขนาดใหญ่"

สื่อในที่นี้หมายรวมถึง สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ การ์ตูน ตลอดจนสื่อสมัยใหม่ ได้แก่ เกมคอมพิวเตอร์ อินเตอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ

สื่ออินเตอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือกับเด็ก ได้ก้าวเข้ามาแทนที่สื่ออื่นๆต่อการดำเนินชีวิตของเด็ก ในการสำรวจครอบครัวจำนวนร่วม 2,000 ครอบครัว พบว่าครอบครัวร้อยละ 50 มีเด็กอย่างน้อย 1 คนในครอบครัวนั้นๆใช้อินเตอร์เน็ตเป็นประจำ เช่นเดียวกับโทรศัพท์มือถือ ได้กลายเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อชีวิตเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน จากการสำรวจในโครงการ Child Watch ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา พบว่าวัยรุ่นมีโทรศัพท์มือถือเกือบทุกคนเนื่องจากกระแสการโฆษณาและราคาที่ถูกลง

ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับสื่อสมัยใหม่เหล่านี้คือ ผลกระทบทางลบทั้งปวงก็คือเรื่องสื่อทางเพศ สมองของเด็กเสพสิ่งเหล่านี้ตั้งแต่ช่วงประถมศึกษาตอนปลายเนื่องจากหาได้ง่ายทั้งในรูปแบบของวีซีดี วิดีโอ การ์ตูน และเวบไซต์ลามก ในหลายประเทศมีการติดตามศึกษาผลกระทบของสื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมทางเพศของเด็กอย่างเป็นระบบ โดยสรุปพบว่า วัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 12 – 17 ปี ที่รับสื่อเกี่ยวกับเรื่องเพศมีแนวโน้มที่จะมีเพศสัมพันธ์มากกว่าคนที่รับสื่อเรื่องเพศน้อย

อมรวิชช์ นาครทรรพ, ผู้อำนวยการสถาบันรามจิตติ, ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับผลวิจัยโครงการ Child Watch ซึ่งพบเด็กไทยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ในระดับมัธยมศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปสช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ตกอยู่ในวัฏจักรความรุนแรง โดยได้เปิดเผยว่า จากตัวเลขของโครงการติดตามสภาวการณ์เด็กและเยาวชนรายจังหวัด (Child Watch) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก สกว. และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สะท้อนให้เห็นว่าความรุนแรงที่เกิดขึ้นจากกรณีที่มีเด็กนักเรียนหญิงตบตีกันแล้วถ่ายภาพเป็นคลิปวิดีโอนั้นไม่ใช่เรื่องใหม่ในสังคมไทยแต่อย่างใด แต่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานานแล้ว มีเด็กที่ตกอยู่ในวัฏจักรของความรุนแรงและการใช้กำลังกันระหว่างเพื่อนนักเรียนด้วยกันเป็นจำนวนมาก การที่เด็กไทยอยู่ในเบ้าหลอมของความรุนแรงในสังคมคล้ายๆกันก็เพราะเงื่อนไขที่ส่งให้เด็กเข้าสู่พฤติกรรมความรุนแรงมากจากหลายทาง ทั้งจากสื่อ พื้นฐานทางสังคม และครอบครัว โดยครอบครัวแตกแยกที่สร้างความเก็บกดให้แก่เด็ก จะทำให้เด็กบอบช้ำทางจิตใจ ส่งผลให้เกิดพลังร้าย พลังลบ พลังเก็บกดเกิดขึ้นในตัวแล้วไประบายออกด้วยความรุนแรง จนกระทั่งยกระดับความรุนแรงขึ้นมากลายเป็นวัฒนธรรม วิธีคิด และมองเป็นเรื่องที่น่าศรัทธา น่ายกย่องนับถือ

กาญจนา เกิดมี (นสพ.ข่าวสด, 2547) ให้ข้อมูลว่า คนไทยมีความเครียดอันส่งผลให้เกิดความรุนแรงในสังคมมากอยู่แล้ว แต่สื่อก็ยังแฝงความรุนแรงไว้โดยไม่รู้ตัว ทั้งละครไทย โฆษณา เกมออนไลน์ เช่น ละครไทยบางเรื่อง มีหลายฉากในละครที่เป็นฉากของการทำร้าย การฆ่าอย่างรุนแรงและสยดสยอง เลือดท่วมจอ โดยมีภาพให้ผู้ชมเห็นแทบจะทุกขั้นตอน โฆษณาสินค้าหลายยี่ห้อก็มีฉากความรุนแรง เช่น การตบตี การตบหน้าระหว่างชายหนุ่มกับหญิงสาว หรือแม้กระทั่ง

มิวสิควิดีโอก็มีฉากการทำลายข้าวของและการทำร้ายร่างกายให้เห็นอยู่เสมอ อีกสื่อที่อยู่ใกล้ตัวเด็กก็คือเกมออนไลน์ ที่เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการใช้ความรุนแรงทั้งสิ้น การฆ่าคู่ต่อสู้หรือศัตรูให้ได้มากที่สุด เร็วที่สุด

Craig Anderson และ Brad Bushman ,2001 ได้วิจัยเรื่องผลกระทบของสื่อใหม่ต่อพฤติกรรมของเด็ก พบว่า เด็กและวัยรุ่นที่เล่นวิดีโอเกมส์ที่มีเนื้อหาภาพความรุนแรงถึงแม้ในระยะเวลาสั้นๆ ก็จะมีพฤติกรรมก้าวร้าวในโลกความเป็นจริงด้วย

ปัญหาเรื่องความรุนแรงกำลังเป็นปัญหาใหญ่ปัญหาหนึ่งของสังคมไทยในยุคปัจจุบัน เช่น เด็กถูกทำร้ายโดยผู้ใหญ่ ผู้ชายทำร้ายผู้หญิง หรือความรุนแรงที่เกิดขึ้นระหว่างเด็กด้วยกันเอง มีการยกพวกตีกันตามถนน บนรถประจำทาง ใช้อาวุธทำร้ายร่างกายกัน ผู้หญิงตบตีกันเพื่อแย่งผู้ชายดังที่ปรากฏเป็นข่าวในสื่อหรือปรากฏในรูปของคลิปวิดีโอ เด็กและเยาวชนมีความคิดและค่านิยมผิดๆ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเลี้ยงดูในสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา หรือเลียนแบบจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆไม่ว่าจะเป็นโฆษณา ละคร ภาพยนตร์ รวมไปถึงเกมส์ประเภทต่อสู้ทั้งจากเครื่องเล่นเกมส์ Play station และจากเกมส์คอมพิวเตอร์ หรือ เกมส์ online สิ่งเหล่านี้สามารถส่งผลถึงโลกทัศน์และวิธีคิดของวัยรุ่นไทย

แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

การย่างเข้าสู่วัยรุ่น เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่สุดระยะหนึ่งในชีวิต เป็นระยะที่เด็กมีปัญหาและต้องปรับตัวเข้ากับสิ่งใหม่ๆที่เกิดขึ้นทั้งทางร่างกาย จิตใจและสังคม เด็กวัยรุ่นส่วนมากมีอายุ 12 – 21 ปี เด็กบางคนอาจเริ่มวัยรุ่นก่อนอายุที่กำหนด บางคนอาจจะถึงวัยรุ่นหลังอายุที่กำหนด นอกจากนี้ในแต่ละสังคมยังกำหนดช่วงอายุของวัยรุ่นไว้แตกต่างกัน บางสังคมวัยรุ่นมีช่วงเวลาสั้นมาก จะเห็นว่าเด็กชายและหญิงจะแต่งงานเมื่ออายุยังน้อยๆและเริ่มรับผิดชอบหน้าที่เป็นผู้ใหญ่เมื่ออายุ 14 – 15 ปี (สุชา จันทร์เอม,2539)

วัยรุ่นเป็นวัยที่เด็กมีพัฒนาการที่รวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงในหลายๆด้านไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย การเปลี่ยนแปลงกลุ่มสังคม หรือการเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญา การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วนี้ทำให้เด็กต้องปรับตัว ซึ่งการปรับตัวจะนำมาซึ่งความวิตกกังวล ความเครียดทางอารมณ์ ความโกรธ ฯลฯ นักจิตวิทยา สแตนลี่ ฮอล์ล (Stanley Hall) เรียกระยะวัยรุ่นว่า เป็นวัยพายุบุแคม (Strom & Stress) คือเป็นวัยที่ไม่มีความมั่นคงในอารมณ์ มีความผันผวนของอารมณสูง และอารมณ์ก็มักจะเป็นอารมณ์ที่แรง มีความกดดันสูง

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญโดยทั่วไป ได้แก่

1. <u>การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย</u>

เด็กในวัยนี้จะมีอัตราความเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีน้ำหนักส่วนสูงเพิ่มขึ้น สัดส่วนต่างๆของร่างกายเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ อวัยวะเพศเติบโต และมีระบบการทำงานได้อย่างเต็มที่ ซึ่งมีผลต่อ Primary และ Secondary Sex Characteristics

ในเพศหญิงการมีประจำเดือน (Menstruation) ครั้งแรกหมายถึงการเริ่มต้นของวัยรุ่นซึ่งจะมีอายุแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับสุขภาพและกรรมพันธุ์ โดยปกติ Maximum Growth Rate ของเด็กหญิงคืออายุ 12.6 ปี (ซึ่งจะเร็วกว่าเด็กชายประมาณ 2 ปี) ในวัยนี้การเจริญเติบโตของระบบเพศทำให้ Primary Sex Characteristics คือ ระบบเพศเจริญเติบโตเต็มที่และบุคคลนั้นพร้อมที่จะสืบพันธุ์ได้

นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง Secondary Sex Characteristics ในเพศหญิง คือ การมีหน้าอก ตะโพกขยาย เสียง ขน ฯลฯ ส่วนเพศชายได้แก่ การมีเสียงห้าว ไหล่กว้าง มีขนหนวด ฯลฯ ซึ่งลักษณะเหล่านี้จะแสดงให้มองเห็นว่าแตกต่างจากเพศหญิง สำหรับเพศชาย การเริ่มต้นวัยรุ่นเราถือการมีน้ำอสุจิ (Sperm) ครั้งแรกเป็นเครื่องชี้

โดยสรุปการเจริญเติบโตของระบบเพศและฮอร์โมนเพศ ทำให้มี

- การเจริญเติบโตของอวัยวะเพศ และพร้อมที่จะมีพฤติกรรมทางเพศ
- การเริ่มต้นและควบคุม Secondary Sex Characteristics
- เป็นองค์ประกอบอันหนึ่งของการกำหนดกำลังขับทางเพศรส และพฤติกรรมทางเพศของบุคคล

ความเปลี่ยนแปลงทั้งหลายเหล่านี้จะเป็นไปอย่างรวดเร็วในระยะ 2 – 3 ปีแรกของการเปลี่ยนวัย และจะลดลงเรื่อยๆจากระยะวัยรุ่นตอนกลางไปหยุดลงเมื่อถึงขีดเติบโตเต็มที่ระหว่างอายุ 18 – 20 ปี ซึ่งแสดงว่าบุคคลนั้นบรรลุวุฒิภาวะทางร่างกายตามธรรมชาติแล้ว

2. <u>การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ</u> มีลักษณะต่างๆ พอสรุปได้ดังนี้

- มีความต้องการและความปรารถนาใหม่ๆเกิดขึ้น และเป็นไปอย่างรุนแรง
- มีความรู้สึกทางเพศเกิดขึ้น
- เกิดความกระวนกระวายใจในเรื่องความเจริญเติบโต
- สติปัญญาและความคิดเจริญก้าวหน้ากว้างขวางออกไป
- เริ่มรู้จักรับผิดชอบ และต้องการเป็นอิสระ
- อารมณ์เปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรุนแรง
- จินตนาการมีมากขึ้น
- ความเชื่อมั่นต่างๆเป็นไปอย่างรุนแรง
- ความสนใจในการสมาคมมีมากขึ้น
- ประสาทส่วนต่างๆและความรู้สึกด้านสัมผัสตื่นตัวขึ้นมา

โดยสรุป วัยรุ่นอาจเป็นวัยของความสับสน หรือวัยรุ่นอาจจะเป็นความเปลี่ยนแปลงที่น่าตื่นเต้นสนุกสนาน ขึ้นอยู่กับ

- ประสบการณ์ในวัยเด็กเกี่ยวกับวัยรุ่น
- กลุ่มสังคม วัฒนธรรมที่แวดล้อมเด็กนั้น
- ทัศนคติของบิดามารดาต่อเด็กวัยรุ่นนั้น

บางครั้งเป็นการยากสำหรับบิดามารดาที่จะยอมรับว่าบุตรของตนนั้นจะไม่เป็นเด็กอีกต่อไปแล้ว และต่อไปก็จะใกล้สภาพผู้ใหญ่เข้าไปทุกทีและมีชีวิตเป็นของตนเองมากขึ้นเรื่อยๆ การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นสิ่งที่ผู้ใหญ่จะต้องยอมรับให้ได้เหมือนกัน (สุชา จันทน์เอม,2539)

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมและการกระทำที่รุนแรง
(Social Learning and The Violence Theories)

การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทต่อการผลักดันให้เกิดพฤติกรรมขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการเรียนรู้เป็นสิ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของมนุษย์ทั้งหมด ดังนั้นการได้พบกับประสบการณ์ที่รุนแรง (Violence) เช่น การใช้กำลังทำร้ายจากภาพยนตร์ โทรทัศน์ เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์หรือสิ่งแวดล้อมต่างๆในชีวิตประจำวัน จะเป็นผลแห่งการชักนำไปสู่การแสดงความก้าวร้าวรุนแรงได้

Albert Bandura (1977) กล่าวว่า การที่มนุษย์มีวิถีหรือแนวทางปฏิบัติหรือพฤติกรรมทางสังคมในรูปแบบต่างๆ ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตามธรรมชาติ แต่มนุษย์ต้องมีการเรียนรู้สิ่งเหล่านั้นด้วยตนเอง

การเรียนรู้ของมนุษย์ เกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ

1. การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง หมายถึง การที่มนุษย์นั้นได้มีโอกาสประสบกับเหตุการณ์ที่นำไปสู่การกระทำนั้น ในฐานะของผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำด้วยตนเอง ซึ่งในชีวิตจริงของมนุษย์สัดส่วนในการเรียนรู้โดยตรงมีอยู่ไม่มากนัก

2. การเรียนรู้จากการสังเกต (Observational Learning) หรือการเรียนรู้โดยการเลียนแบบ (Learning by imitation) หรือการเรียนรู้โดยผ่านรูปแบบ (Learning by modeling) หมายถึงการที่มนุษย์ได้พบเห็นเหตุการณ์ทางการกระทำนั้นหรือการกระทำนั้นจากบุคคลอื่น ซึ่ง Bandura เรียกว่า ตัวแบบ (Model) โดยมีแนวคิดเบื้องต้นว่า มนุษย์จะมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบๆตัวเขาอยู่เสมอ ซึ่งทั้งตัวมนุษย์เองและสภาพแวดล้อมต่างมีอิทธิพลต่อกัน และมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ดังนั้น การเรียนรู้จากการสังเกต จึงเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากผลทางการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมนั่นเอง

Bandura ได้กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้พฤติกรรมของมนุษย์ว่ามีขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนของการสังเกตเห็น (Attention Process) เป็นเงื่อนไขจำเป็นประการแรกในการเรียนรู้ที่มนุษย์จะต้องมีโอกาสได้พบเห็น ได้สังเกต หรือได้รับสัมผัสกับตัวแบบนั้นเสียก่อน เนื่องจากการรับรู้ของมนุษย์มีขอบเขตจำกัด ตัวแบบที่จะเร้าให้สังเกตเห็นนั้นต้องเป็นตัวแบบที่มีความน่าสนใจและโดดเด่นพอสมควร อย่างไรก็ตาม มนุษย์จะต้องเอาใจใส่ (attention) รับรู้การกระทำของตัวแบบนั้นด้วย

2. ขั้นตอนของการจดจำ (Retention Process) เมื่อมีการสังเกตเห็นและใส่ใจแล้ว จะต้องมีการจดจำซึ่งเป็นการเก็บรูปแบบของการกระทำจากตัวแบบไว้ โดยมีการลงรหัสเก็บไว้ในรูปของสัญลักษณ์ภาพ (Visual) หรือตัวภาษา (Verbal) อย่างเป็นหมวดหมู่ และเมื่อเผชิญกับสถานการณ์จริงก็จะสามารถสร้างพฤติกรรมขึ้นมาใหม่ (Reproduce) ตามแบบอย่างที่เคยเห็นมาจากต้นแบบ

3. ขั้นตอนของแรงจูงใจหรือการเสริมแรง (Motivational Process or Reinforcement Process) การแสดงพฤติกรรมเลียนแบบตามตัวแบบออกมาให้ปรากฏต้องอาศัยแรงจูงใจ

พฤติกรรมที่ได้รับการเสริมแรงในทางบวกหรือรางวัล (Reward) จะเป็นสิ่งล่อใจให้แสดงพฤติกรรมนั้นออกมาจนกลายเป็นแบบแผนพฤติกรรมใหม่ประจำตัว ดังนั้นเมื่อจำเป็นต้องเผชิญหน้ากับสิ่งเร้า โอกาสที่พฤติกรรมใหม่จะถูกแสดงออกมา (Probability) ก็จะมีสูงกว่าพฤติกรรมอื่นๆ แต่ถ้าเป็นพฤติกรรมที่ได้รับการเสริมแรงในทางลบ (Punishment) ก็จะกลายเป็นตัวขัดขวางที่จะไม่ให้มนุษย์เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมนั้นออกมา หรือมีโอกาสที่จะเลียนแบบน้อยลง

พฤติกรรมการเลียนแบบ (Imitative Behavior) ถูกจัดเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งของการเรียนรู้ทางสังคม เป็นเรื่องที่บุคคลหนึ่งมีอิทธิพลต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยบุคคลแรกจะเป็นเสมือนตัวแบบให้อีกบุคคลหนึ่งลอกเลียนแบบ

พฤติกรรมการลอกเลียนแบบนี้สามารถแยกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. การเลียนแบบทำนองเป็นไปเอง (Behavior Contagion) การเลียนแบบประเภทนี้ได้แก่กรณีที่บุคคลหนึ่งลอกเลียนแบบพฤติกรรมของอีกบุคคลหนึ่งอย่างมิได้เจตนา เป็นการเลียนแบบตามความรู้สึกตามธรรมชาติ

2. การเลียนแบบจากการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) การเลียนแบบประเภทนี้เป็นแบบที่บุคคลหนึ่งพิจารณาหรือประเมินพฤติกรรมของเขาเทียบกับบุคคลที่เป็นแบบเพื่อเรียนรู้พฤติกรรมที่เหมาะสมกับสถานการณ์

Berkowitz (1964) กล่าวว่า ความก้าวร้าวสามารถจะชักนำให้บุคคลมีความประพฤติปฏิบัติแบบรุนแรงมากกว่าที่จะช่วยระบายความรู้สึกอยากก้าวร้าวที่บุคคลผู้นั้นมีอยู่ และโดยข้อเท็จจริงแล้วการแสดงออกแบบรุนแรงก้าวร้าวที่เห็นจากสื่อต่างๆจะสามารถกระตุ้นให้ประพฤติปฏิบัติก้าวร้าวรุนแรงตามอย่างได้ทั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็นคนปกติหรือคนที่มีปัญหาวุ่นวายทางอารมณ์ เพียงแต่ว่าคนปกติธรรมดาจะแสดงออกเช่นนั้นเมื่อมีเหตุการณ์ที่เหมาะสมหรือเมื่อมีเงื่อนไขที่เหมาะสม

Berkowitz ยังกล่าวอีกว่าการได้เห็นความก้าวร้าวรุนแรง จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกในทางรุนแรงมุ่งร้ายเพิ่มขึ้นไม่ใช่ลดลง คนดูที่มีปัญหาทางอารมณ์อยู่แล้หรือที่กำลังโกรธแค้นอยู่แล้ว เมื่อมาดูหรือเห็นข้อมูลจากสื่อในรูปแบบต่างๆเพิ่มขึ้น ก็จะยิ่งเพิ่มความโน้มเอียงที่จะรู้สึกอยากไปโจมตีต่อสู้กับคนที่เคยทำให้หงุดหงิด

ทั้งนี้ การเรียนรู้ส่วนใหญ่ จะมีความคิดเห็นว่าความก้าวร้าวรุนแรงเป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้รวมทั้งการเรียนรู้ที่จะรัก เกลียด หรืออิจฉาริษยา

ดอลลาร์ด มิลเลอร์ (Dollard Miller) ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงมักจะเกิดต่อเนื่องจากความคับข้องใจ มักจะหาทางออกด้วยการแสดงความก้าวร้าวรุนแรงด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งอยู่เสมอ

ลักษณะหนึ่งที่เห็นได้จากการกระทำที่รุนแรง ซึ่งสามารถแสดงออกในเชิงพฤติกรรมเชิงก้าวร้าว สามารถแยกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. ความก้าวร้าวที่มีต่อสิ่งเร้าภายนอก ส่วนใหญ่จะแสดงออกมาในรูปแบบของการทำร้ายผู้อื่นหรือสิ่งของ ซึ่งอาจแสดงตั้งแต่การชกข้างฝา ทำลายข้าวของไปจนกระทั่งถึงการปล้น ฆ่า เป็นต้น โดยเฉพาะในเรื่องของความก้าวร้าวรุนแรง

นักจิตวิทยาพบว่า พฤติกรรมเช่นนี้จะมีเพศชายมากกว่าเพศหญิงถึงเจ็ดเท่าตัว และส่วนใหญ่ จากการศึกษาบุคลิกภาพ ผู้ที่เรียกว่าฆาตกร มักปรากฏว่าบุคคลเหล่านี้มิได้มีลักษณะโหดร้าย ตรงข้ามบุคคลที่สามารถทำความผิดชนิดที่รุนแรงที่สุดนี้คือคนปกติธรรมดาที่ออกจะมีท่าทางเรียบร้อย

2. ความก้าวร้าวที่มีต่อตนเอง จัดเป็นความก้าวร้าวอีกประเภทหนึ่งที่เป้าหมายของการกระทำคือตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งได้หลายระดับ คือตั้งแต่ไม่รุนแรง เช่นชอบทำร้ายตนเอง หรือมีความสุขที่ตนเองทุกข์ทรมาน จนถึงขั้นรุนแรง ได้แก่ ฆ่าตัวตาย (Suicide)

สภาพแวดล้อมทางสังคมของมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อการหล่อหลอมให้เกิดการเรียนรู้และนำไปสู่พฤติกรรมหรือการกระทำ สภาพแวดล้อมทางสังคมที่เป็นตัวแบบ (Model) ให้มนุษย์สามารถเรียนรู้ เลียนแบบ และจูงใจให้กระทำพฤติกรรมใดๆได้มากที่สุดก็คือ ตัวมนุษย์ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

- สถาบันสื่อมวลชน (Mass Media) บุคคลซึ่งเป็นตัวแบบที่ถูกถ่ายทอดผ่านทางสื่อมวลชนถือเป็นสภาพแวดล้อมที่สำคัญในการเป็นแบบอย่างการเรียนรู้ ดังนั้นมนุษย์ที่เปิดรับสื่อย่อมรู้จักแบบแผนของการแสดงพฤติกรรมในสถานการณ์ต่างๆอยู่ตลอดเวลา และสื่อเองก็มีอิทธิพลสามารถชักจูงให้มนุษย์มีพฤติกรรมเป็นไปตามนั้น ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเป็นตัวแบบสำคัญที่ทำให้มนุษย์เกิดการเลียนแบบ รวมทั้งจูงใจให้เกิดการกระทำพฤติกรรมต่างๆ

- สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) ซึ่งหมายถึงบุคคลที่เป็นสมาชิกของสถาบันทางสังคมต่างๆที่แวดล้อมตัวมนุษย์ โดยจะเริ่มตั้งแต่สถาบันที่ใกล้ชิดกับมนุษย์มากที่สุด คือ สถาบันครอบครัว บุคคลที่จะมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้หรือเป็นตัวแบบของมนุษย์ในการเรียนรู้

โดยตรงได้แก่ พ่อแม่ ผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง ต่อมาคือ สถาบันการศึกษาหรือโรงเรียน ได้แก่ ครู อาจารย์ และกลุ่มเพื่อน

สิ่งเหล่านี้เป็นตัวแบบที่ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อมนุษย์ในการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่างๆ อย่างไรก็ตาม มนุษย์แต่ละคนจะมีบุคคลแวดล้อมที่แตกต่างกันไป ทำให้เขาเกิดการเรียนรู้จากตัวแบบแตกต่างกัน และนำไปสู่การมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

แนวคิดเรื่องโทรศัพท์มือถือในฐานะสื่อใหม่

เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคสังคมสารสนเทศแล้วนั้น โทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่จากอดีตจนถึงปัจจุบันได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีจนก้าวไกลไปอย่างมาก (กลย์กร จันลอย,2549) โลกไม่เคยหยุดนิ่ง นาฬิกาไม่เคยหยุดเดิน ทุกอย่างล้วนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา เปลี่ยนไปตามยุคสมัย จากการนั่งอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ในตอนเช้าเป็นการรับทราบข่าวสารผ่าน SMS ทางโทรศัพท์มือถือแทน ทุกสิ่งทุกอย่างล้วนทำให้เราสะดวกสบายขึ้น การรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในยุคของดิจิตอลดูจะง่ายไปเสียหมด การเข้าถึงของข้อมูลต่างๆ ที่ง่ายดายนั้นล้วนมาจากการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ ที่เราไม่ทันตั้งตัว ที่เรียกเป็นศัพท์ทางวิชาการ ว่า "สื่อใหม่" (New Media)

อนุสรณ์ ศรีแก้ว คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ได้อธิบายความหมายของคำ "สื่อใหม่" ว่าคือ สื่อต่างๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากที่มีสื่อหลัก สื่อหลักที่ว่าก็คือ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ แต่ในปัจจุบันในยุคของคอมพิวเตอร์ยุคของโลกดิจิตอล เราจะพบว่ามีการก้าวไปสู่สื่อประเภทอื่นๆ เช่น สื่อบรอดแบรนด์ ด้วยการนำเสนอเนื้อหาสาระข่าวสารต่างๆ ที่เดิมต้องรับชมเฉพาะจากโทรทัศน์ แต่ปัจจุบันสามารถรับชมผ่านทางคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือได้ทั่วโลก ด้วยการเชื่อมโยงของระบบ อินเทอร์เน็ต และการถ่ายทอดสัญญาณผ่านทางดาวเทียม ที่สามารถให้ผู้รับเลือกชมเนื้อหาต่างๆ ตามวันเวลาได้ตรงตามความต้องการ

กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ ได้ให้คำอธิบายคำว่า "สื่อใหม่" (New Media) คือ การรวมตัวของสื่อมวลชนเดิมอันได้แก่หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โดยมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการทำงาน ซึ่งต้องใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการผลิต ตัดต่อ นำเสนอ

สื่อใหม่ ยังรวมถึง การนำเสนองานในระบบ Interactive ต่างๆ นอกเหนือจากการนำเสนองานโดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อแล้ว ยังมีการนำเสนองานทั้งด้าน CD-ROM, Interactive Television, Broadband, DVD ตลอดจนการนำเสนองานในนิทรรศการต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการร่วมกันทำงานระหว่างสื่อ (Media) และเทคโนโลยี (IT)

รจิตลักขณ์ แสงอุไร (สิงหาคม 2548) อธิบายว่า สื่อใหม่ (new media) หมายถึง เทคโนโลยีการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็น สื่อเสียง ตัวหนังสือหรือตัวเลข ภาพกราฟฟิก วีดิทัศน์ ที่มีศัยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่ายที่มีคอมพิวเตอร์และ/หรือโทรคมนาคมเป็นองค์ประกอบหลัก

รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนที่ใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านมากขึ้น ทำให้สื่อมีการพัฒนาช่องทางและรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด "สื่อนอกบ้าน" จึงเกิดขึ้นในทุกพื้นที่ทุกตารางนิ้ว ที่สามารถจับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด นอกจากนี้ New Media หรือดิจิตอลมีเดีย ก็เติบโตขึ้นเป็นทางเลือกใหม่ในยามที่สื่อเก่าอย่างโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ มีข้อจำกัดจากอำนาจรัฐ ทำให้ทั้งผู้ชม ผู้ผลิต และนักโฆษณาหันไปหา "สื่อใหม่" อย่างทีวีดาวเทียมและเว็บไซต์ อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน กลายเป็นทางออกของผู้เสพข้อมูลในยุคที่สื่อดั้งเดิมถูกปิดกั้น นับเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สั่นสะเทือนสภาพเศรษฐกิจและสังคมอย่างเห็นได้ชัด

สื่อโทรศัพท์มือถือ (สื่อ + โทรศัพท์มือถือ, mobile media) ถือเป็นสื่อใหม่ที่กำลังมีบทบาทสำคัญในยุคปัจจุบันและถูกทำให้กลายเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา

"สื่อ" มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ฉบับปี พ.ศ. 2525 หมายถึง ทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน ผู้หรือสิ่งที่ทำการติดต่อให้ถึงหรือชักนำให้รู้จักกัน

คำว่า "สื่อ" หรือที่ในภาษาอังกฤษรูปเอกพจน์ใช้ว่า "medium" และพหูพจน์ใช้ว่า "media" มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า "medius" ซึ่งหมายความว่า "ตรงกลาง/middle" ด้วยความหมายจากรากศัพท์ภาษาละตินเช่นนี้ นิยามของคำว่า "สื่อ" ในยุคหลังๆจึงแตกแยกย่อยออกไปมากมาย แล้วแต่ว่าจุดยืนของผู้ให้คำอธิบายนั้นมอง "สื่อ" มาจากศาสตร์หรือสาขาวิชาใด ยกตัวอย่างเช่น เวลาเราพูดว่า "โลหะเป็นสื่อนำความร้อน" นั่นแปลว่าเรากำลังใช้มุมมองของหลักวิทยาศาสตร์มานิยามความหมายของ "สื่อ" ว่าเป็น **ตัวกลาง** ในการถ่ายเทพลังงานความร้อน (เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร ,2547)

โทรศัพท์มือถือ หรือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี) หมายถึง อุปกรณ์สื่อสารอิเลคทรอนิคส์ลักษณะเดียวกับโทรศัพท์บ้านแต่ไม่ต้องการสายโทรศัพท์ จึงทำให้สามารถพกพาไปที่ต่างๆได้ โทรศัพท์ มือถือใช้คลื่นวิทยุในการติดต่อกับเครือข่ายโทรศัพท์มือถือโดยผ่านสถานีฐาน

สื่อโทรศัพท์มือถือ คือ การรับ – ส่งสารผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ สี่ปัจจัยที่ควรยกย่องให้ "มือถือ" ขึ้นแท่นเป็น "สื่อใหม่" ที่ทรงพลังสำหรับโลกปัจจุบันและอนาคต ประกอบด้วย

1. ความต้องการที่จะสื่อสารของมนุษย์ทุกคน ดังนั้นทุกคนจึงอยากมีโทรศัพท์มือถือไว้ในครอบครอง
2. โทรศัพท์มือถือถูกออกแบบให้มีขนาดเล็ก สามารถพกไปใช้งานได้ทุกที่
3. โทรศัพท์มือถือเป็นเสมือนจุดหมายปลายทางของการผสานรวมกันของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งปวง สื่อใหม่ผ่านช่องทางใหม่ๆย่อมกระตุ้นการรับรู้ของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี
4. ทุกครั้งที่ใช้มือถือ ไม่มีคำว่า "ฟรี" จุดนี้ช่วยลดข้อบกพร่องของสื่อรุ่นพี่อย่างอินเทอร์เน็ตที่ใครๆ ก็ยึดถือว่าเป็นของฟรี แต่เมื่อมาเป็นการซื้อขายสินค้า หรือกระทำการใดๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ ผู้ใช้จะยินยอมเสียค่าใช้จ่าย ที่จะแสดงผลตามยอดบิลในแต่ละเดือน จึงส่งผลให้ภาคธุรกิจจะเติบโตเมื่อทำการสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือเพราะเล็งเห็นว่าเป็นช่องทางการสื่อสารที่ก่อให้เกิดรายได้ที่แน่นอน

สื่อโทรศัพท์มือถือ นอกจากจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) แล้ว ยังสามารถสื่อสารในระดับมวลชน (Mass Communication) ได้อีกด้วย โดยที่จะเป็นการเข้าถึงมวลชนในระดับรายบุคคล (One – to – one Communication) ได้ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดแรกที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะรวมเอาการสื่อสารในทุกระดับไว้ด้วยกัน โดยอาศัยเอกลักษณ์อันโดดเด่นของตัวเอง คือ ความเป็นมัลติมีเดีย อินเตอร์แอคทีฟ และขนาดที่เล็กจนสามารถพกพาไปไหนต่อไหนได้ ที่สำคัญยิ่งไปกว่า นั่นก็คือ นอกจากโทรศัพท์มือถือจะสามารถทำตัวเป็น "สื่อ" ด้วยตัวของมันเองแล้ว ยังกลายเป็นศูนย์รวมของสื่ออื่นๆอีกมากมาย (Media Convergence) ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (โทรทัศน์ วิทยุ) หรือแม้แต่สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต เพราะ ณ ปัจจุบันนี้ การรับชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านข่าว อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือแม้กระทั่งเล่นอินเทอร์เน็ต ก็สามารถทำได้ครบครันผ่านหน้าจอเล็กๆของโทรศัพท์มือถือ

ยุคการสื่อสารไร้พรมแดนทำให้โทรศัพท์มือถือเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันที่ขาดไม่ได้จนเกือบจะกลาย เป็นปัจจัย 5 ของมนุษย์ แม้กระทั่งเด็กนักเรียนที่ไม่มีรายได้ก็ต้องซื้อหามาใช้ไม่ให้ตกยุค สาเหตุที่โทรศัพท์มือถือกลายเป็นของยอดฮิตนอกจากจะทำให้การสื่อสารไร้พรมแดน เพราะการติดต่อสื่อสารที่ง่ายและสะดวกรวดเร็วที่สุด จนทำให้โทรเลขที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารของไทยเราในสมัยก่อนเกือบปิดฉากไปแล้ว โทรศัพท์มือถือยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งส่งอีเมล แม้กระทั่งถ่ายภาพหรือใช้เป็นทีวีก็ได้

ในปัจจุบันเด็กวัยรุ่นและเยาวชนนิยมมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตัวเอง กระทั่งบางคนมีเบอร์โทรศัพท์มือถือมากกว่า 1 เบอร์ ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ผู้อำนวยการวิจัยด้านเศรษฐกิจยุคสารสนเทศ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) กล่าวว่า การเติบโตของโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันเป็นการเติบโตแบบไม่ได้สัดส่วนเพราะประเทศไทยและประเทศกำลังพัฒนาเชื่อว่าโทรศัพท์มือถือกับโทรศัพท์บ้านทดแทนกันได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดจากทีโอทีจำกัดการให้เลขหมายโทรศัพท์บ้าน ทำให้ไม่พอเพียงกับความต้องการ ต่างจากโทรศัพท์มือถือที่หาซื้อเมื่อไหร่ก็ได้ ทำให้ขณะนี้มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือแล้ว 39 ล้านเลขหมาย คิดเป็น 60% ของประชากรไทยประมาณ 63 ล้านคน

สำหรับผลการสำรวจผู้ใช้โทรศัพท์มือถือพบว่า ปัจจุบันมีเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จำหน่ายออกไปแล้ว 52.61 ล้านเลขหมาย แบ่งเป็น เอไอเอส 24.19 ล้านเลขหมาย, ดีแทค 17.27 ล้านเลขหมาย และทรูมูฟ 11.15 ล้านเลขหมาย แต่กลับมีผู้ใช้งานเพียง 39 ล้านเลขหมายเท่านั้น นายวิเชียร เมฆตระการ กรรมการผู้อำนวยการ เอไอเอส กล่าวว่า ปัจจุบันวัยรุ่นไทยพกซิมการ์ดโทรศัพท์มือถือสูงสุดถึง 30 เบอร์เพื่อแข่งขันในกลุ่มเพื่อนว่าใครมีซิมการ์ดโทรศัพท์มือถือมากที่สุด ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ฟุ่มเฟือย เป็นการสูญเสียทรัพยากรโดยใช่เหตุ ค่ายผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่มีผลกระทบเนื่องจากหากไม่ใช้เบอร์ 2 เดือน ก็จะตัดสัญญาณแล้วนำกลับมาจำหน่ายใหม่

โทรศัพท์มือถือเป็นเทคโนโลยีที่ผลิตขึ้นในครั้งแรกเพื่อประโยชน์สำหรับการติดต่อสื่อสารเป็นการส่งสัญญาณคลื่นและกลายเป็นสารให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง แต่เมื่อมีการพัฒนาของระบบโทรคมนาคมในยุคของข้อมูลข่าวสาร มือถือกลายเป็นเทคโนโลยีเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความสำคัญมากกว่าใช้เพื่อการส่ง – รับเสียงโดยตรง มันได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าความเร็ว รูปแบบการใช้งานต่างๆรวมถึงรูปแบบของการบริการผ่านโทรศัพท์มือถือเหล่านั้น ดังจะปรากฏให้เห็นถึงการใช้บริการในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเสียงพูดที่สื่อสารผ่านเครื่องแล้ว เป็น Voice เสียงที่ฝากผ่านศูนย์ฯ, ข้อความ SMS, email, web ฯลฯ เป็นสิ่งที่สามารถอยู่ได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้เกิดการใช้

เวลาในเรื่องที่ส่วนตัว (Private realm) ค่อนข้างมาก และเวลาส่วนใหญ่ก็ถูกมองว่าสิ้นเปลืองไปกับการใช้มือถือ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย การส่ง SMS การเล่นเกมส์ การฟังเพลง เป็นต้น (สิริพร สมบูรณ์บูรณะ,2548)

ชีวิตประจำวันของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตั้งแต่นวัตกรรมโทรศัพท์มือถือเริ่มรู้จัก การพูดคุยกันระหว่างคนสองคนเริ่มปรับเปลี่ยนความหมายและรูปแบบ จากการพูดคุยในเรื่องส่วนตัวระหว่างคนสองคนกลายเป็นสิ่งที่คนรอบข้างต้องได้ยินด้วย เสียงที่ดังของการสื่อสารระหว่างคนสองคนเริ่มเข้าไปอยู่ในพื้นที่ของคนในที่สาธารณะ จนบางครั้งล่วงล้ำสิทธิของผู้อื่น แต่สำหรับคนใช้โทรศัพท์มือถือ สิ่งสนองความพึงพอใจไม่ได้มีเพียงแค่เสียง โทรศัพท์มือถือยังมีสาระของข้อความสั้น กระชับ ประทับใจ มีเสียงดนตรี การสื่อสารที่มองเห็นผ่านอุปกรณ์ที่มีทั้งเสียง รูปภาพ ข่าวสาร มือถือยังเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความหมายในความเป็นตัวตนของผู้ใช้ การปรับเปลี่ยนรุ่นของโทรศัพท์ การปรับเปลี่ยนระบบการบริการ สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่หมายถึงสถานภาพของผู้ใช้อย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่มากกว่านั้น เช่น การเป็นคนทันสมัย มีรสนิยม เป็นต้น

โทรศัพท์มือถือมีรูปแบบเฉพาะของตนเอง ขึ้นอยู่กับเพศ อายุ ชนชั้น อาชีพ มือถือเป็นสื่อผ่านการแสดงออกของมนุษย์ ภายใต้ความเป็นสินค้าบริโภคที่เข้ามารับใช้กฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมของมนุษย์อย่างสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้โทรศัพท์มือถือถูกกำหนดด้วยกาละและเทศะ แม้ว่าโทรศัพท์มือถือจะเป็นปัจจัยเสริมที่อำนวยความสะดวกต่อมนุษย์ สามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา กลายเป็นความเคยชิน แต่สิ่งที่เราเคยชินกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันในยุคโลกาภิวัตน์ อีกทั้งก็เป็นการสร้างปัญหาสำหรับผู้คนในสังคมเช่นกัน เพราะว่าเราไม่สามารถปรับตัวและก้าวให้ทันกับกระแสโลกาภิวัตน์ของข่าวสาร

โทรศัพท์มือถือยังเป็นสัญลักษณ์แทนสถานภาพของผู้คนในสังคม รวมถึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างสัมพันธ์กันทางสังคม ระหว่างพ่อแม่ลูก ปู่ย่าตายายและหลาน เพื่อนพ้องน้องพี่ รุ่นพี่รุ่นน้อง เจ้านายลูกน้อง สามีภรรยา เป็นต้น หรือเพื่อนแก้เหงาและคลายเครียด โทรศัพท์มือถือกลายเป็นสิ่งที่นอกเหนือหรือเป็นมากกว่าเทคโนโลยี กลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่สร้างความหมายของการผูกพัน โดยเฉพาะสายสัมพันธ์ของผู้คนกลุ่มในสังคมโดยเฉพาะวัยรุ่นและญาติผู้ใหญ่ที่มักส่งข้อความหากันแทนการพูดคุย ยกตัวอย่างเช่น

"....เหงาจัง....คิดถึงน่ะ....โทรหาโบว์บ้างนะ...."

"...แม่ไม่ต้องมาก็ได้ แค่โทรมาก็พอ ยุ่งยากเปล่าๆ เหนื่อยก็เหนื่อย เดินทางไกลๆ..."

"...คุณย่าเป็นยังไงบ้างครับ สบายดีน่ะครับ...ผมคงไปทำบุญงานเดือนสิบไม่ได้..."

นอกจากนี้ สิ่งที่สำคัญที่ซ่อนตัวอยู่ภายในตัวเทคโนโลยีของโทรศัพท์เหล่านี้ คือ สินค้าบริการที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อรองรับการใช้เครื่องโทรศัพท์มือถือให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสินค้าวัฒนธรรมเหล่านี้ถูกผลิตขึ้นเพื่อรับใช้ความสะดวกสบายของการสื่อสารและสร้างสายสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม รูปแบบของสินค้าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ถูกผลิตขึ้นโดยผ่านระบบการใช้โทรศัพท์มือถือ เราจะพบว่ามีข้อความสั้นๆต่างๆมากมายที่นิยมและสามารถดาวน์โหลดข้อความเหล่านั้นได้ โดยมีค่าใช้จ่ายในการโหลดข้อความเหล่านั้น ซึ่งจะเห็นว่าสิ่งเหล่านี้กลายเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นสำหรับการบริโภค โดยผู้บริโภคสินค้าเหล่านี้ก็จะนำมาใช้เป็นอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตน และความรู้สึกที่ไม่สามารถแสดงได้อย่างตรงไปตรงมา ยกตัวอย่างเช่น

"...เจ้าของสวยมาก..."

"...หลับฝันดีนะ รักจ้ะ..."

"...ห้ามคิดถึงใครนอกจากคนส่ง..."

"...ปากบอกแค่เพื่อน แต่รู้มั้ยว่ารักเธอ..."

"...1234567...นับเท่าไหร่ก็ไม่หายคิดถึง..."

หนังสือพิมพ์ เดอะ ไทมส์ ของอังกฤษรายงานผลการสำรวจที่พบว่า การส่งเอสเอ็มเอสหรือข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือเข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีที่คนใช้พัฒนาความสัมพันธ์ romantic ระหว่างกัน รายงานการศึกษาของลอนดอน สคูล ออฟ อิโคโนมิคส์ แจ้งว่า กว่าครึ่งของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออายุระหว่าง 18 – 24 ปี เคยส่งหรือได้รับข้อความที่ชวนออกเดทผ่านการส่งข้อความ ในขณะที่จำนวนพอกันนั้นเคยมีการแลกเปลี่ยนข้อความที่มีนัยทางเพศอย่างโจ่งแจ้ง อย่างไรก็ตาม มีผู้ตอบจำนวนกว่าครึ่งที่เห็นด้วยว่าการเกี้ยวพาราสีผ่านข้อความสั้นนั้นอาจจะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการหลอกลวงคู่ของตน รายงานสำรวจพบข้อมูลการใช้โทรศัพท์มือถือของคนอังกฤษว่าโดยเฉลี่ยส่งข้อความสั้นกันวันละ 3.6 ข้อความ และโทรศัพท์ 2.8 ครั้งต่อวัน (ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ,ก.ค 2549)

สิริพร สมบูรณ์บูรณะ, 2548 ให้ความเห็นว่า การใช้บริการ SMS หรือการให้บริการส่งข้อความสั้นๆจากโทรศัพท์เครื่องหนึ่งไปอีกเครื่องหนึ่งแม้ดูจะช่วยย่นระยะเวลาของการติดต่อและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง แต่กิจกรรมเหล่านี้ผูกติดธุรกิจ จนบางธุรกิจนำกิจกรรมเหล่านี้มาเป็นรายได้อย่างเป็นล่ำเป็นสัน เช่น การประกวดต่างๆ นิยมให้ผู้ชมร่วมโหวตหรือแสดงความคิดเห็นเข้ามา รายการโทรทัศน์ต่างๆนิยมตรวจสอบความนิยมของผู้ชมโดยการให้ส่ง SMS ซึ่งเป็นผลประโยชน์มหาศาล แต่ภายใต้กิจกรรมเหล่านี้กลายเป็นนัยยะสำคัญที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภค

ได้รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้ที่กลายเป็นธุรกิจสำคัญและฐานของระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่สำคัญที่มีส่วนต่อชีวิตประจำวันของคนเรา ไม่ว่า การทำนายพยากรณ์ดวงชะตา, การหาเพื่อนใหม่, การหาคู่, การค้นหารูปภาพสวยๆ, การทายปัญหา หรือตอบคำถามเพื่อชิงรางวัล เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น

"...คุณสามารถส่ง SMS อวยพรปีใหม่ได้สนุกและประหยัดยิ่งขึ้น..."

"...ให้ส่งข้อความว่า...แล้วส่ง SMS มาที่...แค่นี่! คุณก็จะได้รับคำทำนายทุกครั้งที่ตำแหน่งโคจรของดวงดาวทำมุมกัน..."

"...ร่วมสนุกส่ง SMS แบบโดนๆมาประกวดกัน..."

"...สดทันทีที่มีข่าว รายงานสดผ่าน SMS สู่หน้าจอมือถือถึงกว่า 200 ข่าวต่อเดือน..."

"...Missed Call Alert ...ถึงปิดเครื่องก็รู้ได้ว่ามีใครโทรเข้า..."

"...เคยอยากรู้มั้ย...??? ว่ามีใครโทรหาบ้างตอนที่คุณปิดเครื่องเพราะไม่สะดวกรับสายหรือไม่มีสัญญาณ แถมคนที่โทรเข้ามาก็ไม่ได้ฝากข้อความใน Voice Mail Box แต่วันนี้ไม่ต้องกังวลอีกต่อไป เพราะบริการ Missed Call Alert อีกหนึ่งบริการดีๆจะช่วยส่งข้อความถึงมือถือคุณโดยแจ้งว่ามีใครบ้างโทรหาคุณขณะปิดเครื่อง..."

นอกจากนี้ ยังมีรูปภาพที่นิยมโหลดกันอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการ์ตูน รูปภาพหนุ่มหล่อสาวสวยแสนเซ็กซี่ ภาพวิวทิวทัศน์ รวมถึงภาพส่วนตัวที่ควรอยู่ในที่ลับ เป็นต้น ภาพเหล่านี้กลายเป็นการนำเสนอความเป็นตัวตนของเจ้าของเครื่อง และภาษาสัญลักษณ์อีกชุดหนึ่งที่ต้องการสื่อถึงผู้รับ ซึ่งล่าสุดมีผู้ปกครองนักเรียนออกมาโวยว่าบุตรของตนนิยมดาว์นโหลดรูปภาพเซ็กซี่ ทำให้ข้อมูลภาพต่างๆเหล่านี้ถูกแพร่กระจายภายใต้บริบทและความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม ขณะเดียวกันรูปภาพบางรูปที่ถูกส่งผ่านโทรศัพท์มือถือก็กลายเป็นประเด็น "สิทธิ" ที่ถูกละเมิด กรณีการเผยแพร่โดยเจ้าของภาพนั้นไม่รู้ตัว ซึ่งเป็นการนำมาอ้างถึงความไม่เหมาะสมในการเผยแพร่ รูปภาพที่ค่อนข้างล่อแหลมและอันตรายทั้งเจ้าของภาพและผู้รับภาพ

อาจถือว่าในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา โทรศัพท์มือถือเป็นจุดหนึ่งที่กลายเป็นจุดเปลี่ยนของสังคม ไม่ว่าจะการผลิต, การบริโภค, การนำเสนออัตลักษณ์ตัวตน, เศรษฐกิจการเมืองและการจัดการระบบและระเบียบกฎเกณฑ์ทางสังคม นวัตกรรมชิ้นสำคัญของโลกที่อาศัยคำสั่งเพียงปลายนิ้วนี้ กลายเป็นตัวกำหนดและสร้างจินตนาการให้กับมนุษย์เราไปพร้อมๆกัน ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือกลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของมนุษย์เรา ตราบใดที่เราต้องการย่อโลกย่นเวลาตราบนั้นโทรศัพท์มือถือก็เป็นเรื่องสำคัญที่นำเรายย่นระยะทางและระยะเวลาเพื่อความสัมพันธ์ของคนในสังคม โทรศัพท์มือถือกลายเป็นเครื่องมือเทคโนโลยีที่มนุษย์เราต้องอาศัยกลไกของมันผ่าน

ข้ามห้วงพิศวงที่มนุษย์เราเป็นผู้สร้างมันขึ้นมา ด้วยเหตุนี้โทรศัพท์มือถือจึงเป็นเทคโนโลยีที่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนเราได้ ขณะเดียวกัน พฤติกรรมของมนุษย์เราก็สามารถเปลี่ยนแปลงหรือกำหนดทิศทางการพัฒนาของเทคโนโลยีเหล่านี้ด้วยเช่นกัน

แนวคิดเรื่องวีดีโอคลิปมือถือและผลกระทบที่เกิดขึ้น

วิดีโอคลิป หรือ คลิปวิดีโอ หรือเรียกสั้นๆว่า คลิป (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี) คือ ไฟล์คอมพิวเตอร์ที่บรรจุเนื้อหาเป็นภาพยนตร์สั้น มักจะตัดตอนมาจากภาพยนตร์ทั้งเรื่องซึ่งมีขนาดความยาวปกติ คลิปมักจะเป็นส่วนที่สำคัญหรือต้องการนำมาแสดง มีความขบขัน หรืออาจเป็นเรื่องความลับที่ต้องการนำมาเผยแพร่จากต้นฉบับเดิม หรือมีความหมายกว้างๆ หมายถึงภาพยนตร์สั้นแบบไหนก็ได้ที่มีความยาวน้อยกว่ารายการโทรทัศน์ตามปกติ (โดยมากไม่เกิน 5 – 10 นาที และที่บ่อยกว่านั้นคือประมาณ 1 นาที) แหล่งของวิดีโอคลิป ได้แก่ ข่าว ข่าวกีฬา มิวสิควิดีโอ รายการโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ ปัจจุบันมีการใช้วิดีโอคลิปแพร่หลาย เนื่องจากไฟล์คลิปมีขนาดเล็ก สามารถส่งผ่านอีเมลหรือดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ได้สะดวก ในประเทศตะวันตกเรียกการแพร่หลายของวิดีโอคลิปนี้ว่า **วัฒนธรรมคลิป** (Clip Culture)

ศิริพงษ์ วิทยวิโรจน์, 2549 กล่าวว่า วิดีโอคลิปในยุคปัจจุบัน นักวิชาการมีความเห็นว่าได้ยกระดับไปเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง เรียกกันว่า "คลิป คัลเจอร์" เพราะมันนิยมแพร่หลายไปทั่วนั่นเอง จากการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ยิ่งทำให้วิดีโอคลิปเป็นที่นิยมและแพร่หลายมากขึ้นไปอีกในต้นปี พ.ศ. 2549 ประมาณว่า มีวิดีโอคลิปให้โหลดออนไลน์นับล้านไฟล์ เว็บไซต์ยอดนิยมได้แก่ www.ifilm.com, www.youtube.com, video.google.com ท่ามกลางการไหลบ่าจนท่วมทะลักของวิดีโอคลิปนั้น ส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อความบันเทิงเริงรมย์หรือให้ความรู้แต่ก็มีอยู่จำนวนไม่น้อยที่เป็นวิดีโอที่ไม่เหมาะสม เช่นภาพลามก โป๊เปลือย ภาพหลุด ภาพแอบถ่าย หรือภาพที่เต็มไปด้วยความรุนแรง

ศิริพงษ์ วิทยวิโรจน์, 2549 ให้ความหมาย วิดีโอคลิป คือ ภาพถ่ายวิดีโอขนาดสั้นๆ อาจจะมีระยะเวลาเพียงแค่สองสามนาทีไปจนถึงสิบนาที สั้นกว่ารายการที่ออกทีวีโดยทั่วไป ความแพร่หลายของวิดีโอคลิปนั้น ส่วนหนึ่งมาจากอุปกรณ์การถ่ายวิดีโอ ซึ่งนอกจากกล้องวิดีโอแล้ว ในยุคนี้กล้องดิจิตอลทั่วๆไป โทรศัพท์มือถือ ก็สามารถถ่ายวิดีโอคลิปได้ อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้วิดีโอคลิปแพร่หลายเป็นอย่างมากก็คือ วิธีการแพร่กระจายหรือการส่งต่อ ซึ่งมีส่วนประกอบอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน หนึ่ง คือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และอีกหนึ่งคือเครือข่าย

โทรศัพท์มือถือที่สามารถส่งวิดีโอคลิปให้กันได้ โดยผ่านข้อความสั้น (SMS – Short Message System) หรือผ่านสัญญาณไร้สายอื่นๆ เช่น บลูทูธ, อินฟาเรด เป็นต้น

ณัฏฐกรณ์ ปะพาน กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของคำว่า คลิปวิดีโอ หรือ วิดีโอคลิป มาจากมือถือเป็นไฟล์ภาพเคลื่อนไหวที่มีทั้งภาพ เสียง มีขนาดความยาวสั้นๆ ชื่อไฟล์จะตั้งเป็นคลิปชื่อต่างๆ "คลิป" เป็นศัพท์เทคนิคใช้กับไฟล์วิดีโอ แต่ไม่ได้ใช้เฉพาะกับในมือถือ ในคอมพิวเตอร์ ไฟล์ภาพเคลื่อนไหวก็ใช้คำว่าคลิปวิดีโอได้เช่นกัน แหล่งของวิดีโอคลิปมีหลากหลายรูปแบบ Internet มือถือ ซีดี Webcam อีเมล์ ฯลฯ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ , ก.ค 2549)

วิดีโอคลิปมือถือ คือ ภาพไฟล์วิดีโอขนาดความยาวสั้นๆที่มีระยะเวลาเพียงสองสามนาทีจนถึงสิบนาทีซึ่งได้ถูกดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตต่อเข้าเครื่องโทรศัพท์มือถือ หรือถ่ายจากกล้องที่ติดมากับโทรศัพท์มือถือเองโดยตรง

ค่านิยมคลิปวิดีโอในกลุ่มวัยรุ่นไทย เริ่มจากยุคแรกๆที่อินเทอร์เน็ตเป็นโลกไร้พรมแดนรวมคลิปวิดีโอลามกจากทั่วโลก ทุกคนมีอิสระที่จะเข้าไปดู เข้าไปค้นหาหรือดาวน์โหลด ซึ่งมีทั้งแบบฟรีและเสียเงิน ต่อมาในยุคไม่กี่ปีมานี้ กระแสคลิปวิดีโอยิ่งมาแรง ปัจจัยสำคัญมาจากกล้องที่ติดมากับโทรศัพท์มือถือ เพราะโทรศัพท์มือถือสามารถถ่ายวิดีโอได้ ดังนั้นภาพหลุด ภาพแอบถ่ายที่เป็นทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวก็สามารถทำได้ง่ายมากขึ้น การเผยแพร่ออกไปสู่โลกอินเทอร์เน็ตโลกสาธารณะก็มีมากขึ้น โดยภาพต่างๆถูกตัดต่อเป็นไฟล์เล็กๆเพื่อแจกจ่ายนำมาทำเป็นคลิปวิดีโอเอาไว้ดูในโทรศัพท์มือถือ

ในปัจจุบัน คลิปวิดีโอกำลังถูกกล่าวขานในแง่การเป็นสื่อที่มาพร้อมกับภาพสีดำ ไม่ว่าจะเป็นภาพโป๊เปลือย ภาพการถูกทำร้าย หรือภาพในทำนองอาชญากรรม ทั้งๆที่แท้จริงแล้ว แต่เดิมคลิปวิดีโอถูกนำมาใช้ในทางสร้างสรรค์มาตลอดไม่ว่าจะเป็นคลิปงานศิลปะ คลิปวิดีโอสำหรับสื่อสร้างสรรค์ (ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, กรกฎาคม 2549)

ต้นตอที่ทำให้คลิปวิดีโอได้รับความนิยมเป็นเพราะโทรศัพท์มือถือ ความที่สามารถถ่ายภาพนิ่ง ถ่ายภาพเคลื่อนไหว ดูหนังและฟังเพลงได้ ทำให้มือถือเป็นมากกว่าโทรศัพท์ บางคนมองว่ามือถือกำลังเปลี่ยนเป็นอาวุธสำหรับทำร้ายกันได้อีกด้วย เพียงแค่การแอบถ่ายใครสักคนที่ไม่อยากให้ถ่ายและนำไปเผยแพร่ก็เข้าข่ายทำร้ายแล้ว คลิปวิดีโอส่วนหนึ่งไม่มีอันตรายเหมือนอาวุธยุทโธปกรณ์ใดๆแต่สามารถสร้างความเจ็บปวดทางอ้อมได้ พฤติกรรมการเสพติดคลิปของคนไทยส่วนหนึ่งกำลังเป็นไปในทำนองเดียวกับที่เกิดขึ้นกับคนญี่ปุ่นและคนเกาหลี อย่างที่นิตยสารไทม์ระบุว่าคนญี่ปุ่นและเกาหลีกำลังคลั่งการส่งคลิปภาพให้แก่กันโดยเฉพาะภาพที่วับๆแวมๆที่ส่อไป

ทางเพศ เช่น ภาพการแอบถ่ายนักเรียนหญิงขายบริการทางเพศ ภาพการข่มขืน เป็นต้น ภาพที่ปรากฏผ่านคลิปมือถือเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นมานานแล้วในสังคมไทยไม่ว่าจะเป็นภาพนักเรียนตบตีกัน หรือภาพในทำนองโป๊เปลือย เพียงแต่เมื่อมีคลิปเป็นอุปกรณ์ในการส่งต่อภาพ ทำให้เรื่องราวเหล่านี้แพร่หลายได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายมากขึ้น

เชษฐา ประทุมทอง คอลัมนิสต์และนักวิจารณ์ บอกว่า คำว่าคลิปวิดีโอใช้กันมานานแล้วในวงการเพลง แต่สำหรับวงการมือถือเพิ่งเป็นที่นิยม กระทั่งกลายเป็นของสะสมสำหรับเด็กและเยาวชน แทนที่เด็กๆจะสะสมตัวการ์ตูนก็เปลี่ยนมาสะสมคลิปวิดีโอแทน เมื่อสะสมแล้วก็นำมาอวดกันว่าใครมีภาพเด็ดและเจ๋งกว่ากัน

ดร.กมล สุคำ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราชมองปรากฏการณ์คลิปวิดีโอว่าเป็นเรื่องของดีมานด์และซัพพลาย (Demand and Supply) กล่าวคือ เมื่อมีคนต้องการดูคลิปวิดีโอ ก็มีคนหามาให้ดูกันมากขึ้น โดยสังเกตได้จากการเพิ่มขึ้นของ Website ในทำนองการโหลดคลิปวิดีโอซึ่งมีให้เลือกมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคลิปแบบขำๆ เบาๆ หรือคลิปประเภทรุนแรง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า คนในยุคสมัยนี้ต้องการดูทั้งนั้นไม่ว่าจะเป็นคลิปแบบใด

เยาวชนนำภาพคลิปวิดีโอที่ตนเองมีมาอวดกับเพื่อนๆ ใครสนใจคลิปไหนก็นำมาแลกเปลี่ยนกัน เมื่อเยาวชนเห็นว่าเพื่อนในกลุ่มเล่นวิดีโอคลิปก็จะเริ่มเล่นตาม โดยการสร้างคลิปของตนเองขึ้นมาเพื่อสามารถนำไปอวดและแลกเปลี่ยนให้คนอื่นในกลุ่มบ้าง เด็กเยาวชนหลายคนสนุกสนานเพลิดเพลินกับการใช้คลิปวิดีโอ มักใช้เวลาว่าง หรือแม้แต่ช่วงเวลาเรียนในการนั่งดูวิดีโอ คลิปที่มีอยู่ในโทรศัพท์มือถือของตน

เดิมทีนั้นคลิปวิดีโอจะหนักไปทางเรื่องเพศ โดยเป็นภาพที่ถ่ายเก็บเอาไว้เองขณะมีกิจกรรมบนเตียง ส่วนใหญ่จะเป็นพฤติกรรมมั่วเซ็กส์ของพวกดาราวัยรุ่นคนดังที่เห็นแล้วก็คุ้นหน้าคุ้นตา เจตนาจะเก็บเอาไว้ดูเล่นกันเอง แต่มักผิดพลาดทางเทคนิคหลุดรอดออกมา ก่อนจะโดนมือดีนำมาส่งต่อทางอินเทอร์เน็ต

คลิปวิดีโอเรื่องเพศ หรือ "คลิปโป๊" (อ้างในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ,28 พ.ย 2549) ที่มักถ่ายด้วยโทรศัพท์มือถือกลายเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งคงไม่มีปัญหาอะไรหากภาพที่ถ่ายนั้นเป็นภาพที่เจ้าของเก็บไว้ดูเป็นการส่วนตัว ไม่ได้ถูกลักลอบนำมาเผยแพร่หรือทำเป็นสินค้า ด้วยภาพเหล่านี้มักเป็นภาพที่ล่อแหลมอนาจาร เช่น ความสัมพันธ์ของคู่รักขณะมีเพศสัมพันธ์ ภาพโป๊เปลือยที่เผยให้เห็นเรือนร่างของผู้หญิงในอิริยาบถต่างๆ หรือภาพแอบถ่ายใต้กระโปรงและร่องลึกของหน้าอกหญิงสาว คงปฏิเสธไม่ได้ว่าภาพพวกนี้นอกจากจะเป็นการยั่วยุทางเพศแล้ว ยัง

สามารถสร้างความเสียหายให้แก่ผู้ที่มีมีภาพอยู่ในคลิป โดยเฉพาะบรรดาผู้หญิงสาวทั้งหลายที่กลายเป็นดาราจำเป็นโดยไม่รู้ตัว

จากคลิปเซ็กส์ มาในยุคปัจจุบันคือ ภาพคลิปวิดีโอที่มีพฤติกรรมความรุนแรง คลิปวิดีโอที่ระบาดไปทั่วสังคมไทยยุคไอที ถ้าไม่ใช่คลิปเรื่องเพศ ก็ต้องเป็นภาพความรุนแรงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่นักเรียนหญิงที่ตบตีกันอย่างดุดันป่าเถื่อนแล้วต้องใช้มือถือถ่ายวิดีโอเอาไว้เพื่อเผยแพร่ส่งต่อ เพื่อความสะใจ เพื่อประกาศศักดา (ข้อมูลจากมติชนสุดสัปดาห์, วงค์ ตาวัน 2549)

ตัวอย่างคลิปวิดีโอความรุนแรง เช่น คลิปวิดีโอทำร้ายร่างกายนักเรียนหญิงโรงเรียนดัง จ.นนทบุรี โดยเป็นเด็กนักเรียนหญิง ม.3 ตบตีกับรุ่นพี่ ม.4 โทษฐานปีนเกลียว, คลิปวิดีโอจากโรงเรียนพาณิชยการชื่อดังใน จ. ชลบุรี โดยเป็นนักศึกษษหญิงเรียน ปวช.ปี 3 จิกผมตบตีร่างกายนักศึกษาสาวรุ่นน้อง ปวช. ปี 1 โทษฐานปีนเกลียว รุ่นพี่ทำร้ายร่างกายพร้อมบังคับให้กราบเท้าขอโทษ, คลิปวิดีโอจาก จ.สุพรณบุรี โดยเป็นสาวเทคนิค ปวช.ปี 2 ก่อเหตุทะเลาะวิวาทตบตีกันซึ่งชนวนเหตุคือ แย่งผู้ชายคนเดียวกัน ภาพคลิปวิดีโอเหล่านี้ ถูกบันทึกไว้ได้ด้วยสื่อใหม่อย่างโทรศัพท์มือถือ

ภาพคลิปวีดีโอมือถือที่มีพฤติกรรมความรุนแรง เป็นดั่งกระจกสะท้อนพฤติกรรมการแก้ไขปัญหาของเด็กและเยาวชนในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีแนวโน้มในการแสดงอำนาจเพื่ออยู่เหนือผู้อื่นโดยใช้ความรุนแรง เหมือนการฉายหนังตัวอย่างให้เห็นถึงพฤติกรรมการแสดงออกในทางลบของนักเรียน นักศึกษาไทย ที่กำลังย่างก้าวเข้าสู่โค้งมรณะของชีวิต เพราะเด็กและเยาวชนในกลุ่มนี้มีสิทธิที่จะเป็นผู้ถูกกระทำ และเป็นฝ่ายกระทำเสียเอง ว่ากันว่า "คนที่เคยพบกับการกลั่นแกล้งรังแกหรือถูกทำร้ายในวัยเด็กจะไม่คิดเช่นนั้น การรังแกหรือการทำร้ายเด็ก คือ การปฏิเสธความเป็นมนุษย์ของฝ่ายที่ถูกกระทำ คนที่ถูกปฏิเสธความเป็นมนุษย์ในที่สุดก็จะกลายเป็นคนลงมือกระทำความรุนแรงเสียเอง

ทั้งหลายทั้งปวงเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยเข้าสู่ยุควิกฤต ทั้งเรื่องเซ็กส์และการใช้ความรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเด็กและวัยรุ่น ยิ่งเป็นยุคไอที เด็กทุกคนมีโทรศัพท์มือถือมีอินเทอร์เน็ต ก็ยิ่งเป็นช่องทางการเผยแพร่ระบาดของภาพเหล่านี้ ถ่ายเองได้ส่งต่อได้ โหลดไปดูต่อกันได้ สังคมไทยในยุคนี้จึงเต็มไปด้วยคลิปวิดีโอในเรื่องเพศและการใช้ความรุนแรง แต่ไม่ว่าคลิปวิดีโอเหล่านี้จะมีที่มาจากการแอบถ่าย จงใจถ่าย หรือถ่ายกันเป็นแฟชั่น มันได้สะท้อนภาพที่เป็นจริงของสังคมวัยรุ่นไทยในปัจจุบันนี้ว่าน่าห่วงใยมากขนาดไหน มองลึกเข้าไปในตัวตนของเด็กวัยรุ่นไทยจะพบว่า ทั้งเรื่องเพศและการใช้ความรุนแรงนั้น *เป็นเครื่องบอกเล่าถึงสภาพการขาดความยับยั้งชั่งใจ ขาดการควบคุมอารมณ์ รวมไปถึงการมีค่านิยมสร้างจุดเด่นในทางที่ผิด*

ผสมผสานเข้ากับสภาพแวดล้อมอันเลวร้าย ทั้งพฤติกรรมผู้ใหญ่เองที่ไม่เป็นแบบอย่างในทางที่ดี ครูบาอาจารย์ลงโทษศิษย์โดยเน้นความรุนแรงมากกว่าจะเพื่ออบรมสั่งสอน ไปจนถึงหนังสือการ์ตูน หนังสือวัยรุ่นที่ขาดการควบคุมเนื้อหาสาระ เกมที่ใช้ความรุนแรง ละครทีวีที่ใช้วิธีตบตีใช้ความรุนแรง แก่งแย่งชิงดีกัน ไปจนถึงสภาพครอบครัวอันแตกร้าว ขาดความอบอุ่น รวมกันแล้วคือทิศทางเยาวชนในยุคอันเลวร้ายนี้ (เนชั่นสุดสัปดาห์, มิถุนายน 2549)

อีกหนึ่งประเด็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้จากการใช้วิดีโอคลิปมือถือคือ ผลกระทบด้านสิทธิความเป็นส่วนตัว การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล โดยสาเหตุหลักมาจากการถูกแอบถ่ายเป็นวิดีโอคลิปผ่านโทรศัพท์มือถือ

การแอบถ่าย ความหมายตามวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี กล่าวว่า เป็นพฤติกรรมการนำกล้องถ่ายภาพหรืออุปกรณ์ที่สามารถบันทึกภาพได้ เช่น โทรศัพท์มือถือถ่ายรูปได้ ไปลักลอบถ่ายภาพบุคคลอื่นโดยคนอื่นไม่รู้ตัว โดยทั่วไปคำว่า แอบถ่าย จะสื่อถึงพฤติกรรมที่ไม่ดีนัก

รูปแบบพฤติกรรมของการแอบถ่าย (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

- รูปแบบพฤติกรรมทางการสืบสวน ในกรณีของนักสืบหรือตำรวจ เก็บภาพเหตุการณ์เพื่อใช้เป็นหลักฐาน เช่น แอบถ่ายพฤติกรรมนักการเมืองให้สินบนประชาชนในการเลือกตั้ง เป็นต้น
- รูปแบบพฤติกรรมทางเพศ คือ การแอบถ่ายเพื่อบันทึกภาพเปลือยของบุคคลอื่น หรือภาพที่ชวนให้เกิดอารมณ์ทางเพศ เช่น แอบถ่ายใต้กระโปรง, แอบถ่ายในห้องแต่งตัว หรือแอบถ่ายในห้องน้ำ หรือแม้กระทั่งในขณะร่วมเพศ โดยผู้ถูกถ่ายไม่ได้ยินยอมให้บันทึกภาพ

พฤติกรรมแอบถ่ายโดยใช้โทรศัพท์มือถือนี้กำลังเป็นปัญหาใหญ่อีกปัญหานึงของสังคม ผู้เสียหายที่ถูกถ่ายภาพวิดีโอคลิป หากไม่อับอายจนหนีหายไป ก็จะออกมาเรียกร้องความเป็นธรรมให้จับกุมผู้ที่กระทำการแอบถ่ายโดยไม่ได้รับความยินยอม หรือเรียกอีกอย่างว่า ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัว

สิทธิในความเป็นส่วนตัว (Right of Privacy) เป็นสิทธิประเภทหนึ่งที่ต่างประเทศให้ความสำคัญและคุ้มครองมาช้านาน ในทางวิชาการหมายความว่าสิทธิที่จะอยู่ตามลำพังโดยปลอดจากการแทรกสอดในความเป็นอยู่ส่วนตัว ทำให้ได้รับความอับอาย เดือดร้อนรำคาญใจ หรือนำภาพหรือชื่อไปใช้ประโยชน์ในทางแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ (กุลพล พลวัน, มติชนรายวัน 13 ก.ย 2548)

สิทธิส่วนบุคคล คือ สิทธิของปัจเจกชน กลุ่มคน หรือสถาบัน ในการตัดสินใจเพื่อตนเองว่าข้อมูลส่วนตัวเรื่องใดสามารถเผยแพร่ไปยังคนอื่นๆได้ด้วยวิธีใดและเมื่อใด (Westin 1970 : 7 อ้างถึงใน Roger Homan : 1991) ปัจจุบันสามารถสรุปพฤติกรรมที่เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. การบุกรุกหรือลักลอบถ่ายภาพในสถานที่ส่วนตัวโดยไม่ได้รับอนุญาต (Intrusion)
2. การนำเรื่องราวส่วนตัวออกเผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยไม่ได้รับอนุญาต (Public Disclosure of Private Facts)
3. การเผยแพร่เรื่องราวส่วนตัวอันเป็นเท็จอันจะทำให้คนทั่วไปเข้าใจเรื่องราวของบุคคลนั้นไปในทางที่ผิดความจริง (False Light)
4. การใช้ชื่อ รูปภาพ และเรื่องส่วนตัว เพื่อผลประโยชน์ใด โดยเฉพาะทางด้านการค้าและโฆษณา โดยไม่ได้รับอนุญาตหรือไม่ตรงกับที่ได้รับอนุญาต (Mis appropriation)

บทลงโทษของบุคคลที่กระทำการดังกล่าวนับได้ว่าเบาบางยิ่งนัก โดยความผิดสำหรับผู้ทำการแอบถ่ายถือเป็นความผิดในทางอาญาที่เรียกว่า "ลหุโทษ" หรือโทษเบา มีโทษปรับไม่เกิน 1,000 บาท หรือจำคุก 1 เดือน โทษสูงสุดทางอาญาคือจำคุก 3 – 5 ปี (ผู้จัดการรายวัน, 25 พ.ย 2547)

ตัวบทกฎหมายที่จะเข้ามาควบคุมปัญหาดังกล่าว คือกฎหมายรัฐธรรมนูญ มาตรา 34 ว่าด้วยเรื่องสิทธิกล่าวคือ "สิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวย่อมได้รับความคุ้มครอง การกล่าว หรือไขข่าวแพร่หลายซึ่งข้อความหรือภาพไม่ว่าด้วยวิธีใดไปยังสาธารณชน อันเป็นการละเมิดหรือกระทบถึงสิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัว จะกระทำมิได้ เว้นแต่กรณีที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน" และกฎหมายแพ่ง มาตรา 420 ที่ระบุว่า "ผู้ใดจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ทำต่อบุคคลอื่นโดยผิดกฎหมายให้เขาเสียหายถึงแก่ชีวิตก็ดี แก่ร่างกายก็ดี อนามัยก็ดี เสรีภาพก็ดี ทรัพย์สินหรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใดก็ดี ถือว่าผู้นั้นทำละเมิด จำต้องใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้น

ภาคภูมิ ชัยสิริประเสริฐ อาจารย์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต (ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์, ก.ค 2549) กล่าวว่า ภาพที่ไม่สร้างสรรค์ที่กระจายสู่สาธารณชนนั้นขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณหรือคุณธรรมของบุคคลที่มีความชำนาญ หรือผู้ที่มีอาชีพด้านไอทีเป็นหลัก บางทีผู้มีอาชีพรับซ่อมมือถือ คอมพิวเตอร์ บางคนก็มีเจตนาค้นหาภาพในเครื่อง ซึ่งอาจจะเพราะมีความต้องการอยากจะดูหรือเพื่อนำภาพในนั้นออกเผยแพร่ จึงเป็นส่วนให้เกิดการแสวงหาภาพจากคอมพิวเตอร์และมือถือ ซึ่งก็สร้างความเสียหายให้แก่เจ้าของภาพ

บทบาทและผลกระทบจากโทรศัพท์มือถือในฐานะสื่อใหม่

ศักยภาพของประดิษฐกรรมใหม่ๆทางด้านการสื่อสาร ในเรื่องความเร็ว ปริมาณความจุของข้อมูล ความสะดวก ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้คนหันมายอมรับพลังอำนาจของเทคโนโลยีด้วยความเต็มใจ พร้อมกับเชื่อมั่นว่า เทคโนโลยีการสื่อสารจะนำมนุษย์ไปสู่สังคมใหม่ที่เรียกว่า สังคมสารสนเทศหรือสังคมข้อมูลข่าวสาร (รจิตลักขณ์ แสงอุไร, 2548)

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้อำนวยความสะดวกในการสื่อสารของมนุษย์โดยได้เสนอทางเลือกใหม่ๆในการสื่อสาร ให้ความหลากหลาย ให้สิ่งทดแทนการพบปะโดยการเผชิญหน้าและช่วยย่นระยะทางในการติดต่อ ลดปัญหาและอุปสรรคในการเดินทาง ทำให้คนที่อยู่ห่างไกลกันคนละแห่งสามารถติดต่อสื่อสารโดยเสียงหรือโดยเห็นหน้าขณะที่มีการติดต่อสื่อสาร ทำให้สื่อสารกันได้รวดเร็ว (เอกสารการสอนมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาศิลปศาสตร์, 2546)

โทรศัพท์มือถือนับเป็นสื่อใหม่ที่มีบทบาททรงอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของผู้คน นับว่าเป็นตัวอย่างหนึ่งของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เห็นได้ชัดเจนว่ากำลังมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของผู้คนในยุคไอทีนี้ ในวงการอุตสาหกรรมมือถือนั้นโทรศัพท์มือถือได้ถูกเรียกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภาษาอังกฤษเรียกว่า mobile phone การที่ถูกเรียกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นไม่ใช่เพราะว่าไม่มีสายโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว แต่หมายความว่าสามารถเคลื่อนที่ไปได้ไกล การที่เป็นเช่นนั้นเพราะโทรศัพท์มือถือมีสถาบันรับส่งคลื่นสัญญาณโทรศัพท์ติดตั้งอยู่มากมายเป็นเครือข่ายเข้าลักษณะรังผึ้งที่คอยรับส่งสัญญาณถ่ายทอดกันไปในขณะที่โทรศัพท์คลื่อนที่ไปเรื่อยๆ การที่สถานีรับส่งมีลักษณะเป็นรังผึ้ง (มีลักษณะคล้าย CELL) ทำให้มีคำเรียกเป็นภาษาอังกฤษอีกคำหนึ่งว่า เซลลูล่าห์โฟน (Cellular Phone) (นพ.นริศ เจนวิริยะ,มิถุนายน 2542)

ด้วยความที่โทรศัพท์มือถือเป็นนวัตกรรมใหม่ทางการสื่อสารที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้เจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง รูปแบบการใช้งานจึงมีความหลายหลาย โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันนอกจากจะมีคุณสมบัติในการสื่อสารทางเสียงแล้ว ยังมีความสามารถอื่นอีก เช่น สนับสนุนการสื่อสารด้วยข้อความ เช่น SMS, การเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต,การสื่อสารแบบ Multimedia เช่น MMS, นาฬิกา, นาฬิกาปลุก, นาฬิกาจับเวลา, ปฏิทิน, ตารางนัดหมาย รวมไปถึงความสามารถในการรองรับแอปพลิเคชั่นของจาวา เช่น เกมส์ต่างๆ ได้ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

บทบาทและผลกระทบจากโทรศัพท์มือถือ

- บทบาทความเป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกัน

โทรศัพท์มือถือถูกพัฒนารูปแบบให้มีขนาดเล็กสามารถพกพาไปไหนมาไหนได้โดยสะดวก ไม่ว่าจะเวลาใด สถานที่ใด ผู้คนก็สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ทันทีแม้ว่าจะอยู่กันคนละที่ก็ตาม อีกทั้งโทรศัพท์มือถือยังมีความหลากหลายและความน่าสนใจในการสื่อสารมากมายกลายรูปแบบ โดยการสื่อสารผ่านในรูปแบบเสียง รูปภาพ ข้อความ หรือคลิปวิดีโอ เป็นต้น ปัจจุบันเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือได้ถูกเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ยิ่งสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ในการติดต่อสื่อสารเป็นอย่างมาก

- บทบาทความเป็นผู้ช่วยส่วนตัว

ด้วยศักยภาพของโทรศัพท์มือถือ หลายต่อหลายคนจึงยึดโทรศัพท์มือถือเป็นเสมือนผู้ช่วยในการจดจำรายละเอียดต่างๆในการทำงาน เช่น การโทรติดต่อนัดหมาย การหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ตารางนัดหมาย ปฏิทิน เป็นต้น

- บทบาทการปลูกฝังค่านิยม แนวคิด และสร้างทัศนคติ

ด้วยกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมแต่เดิมอาจส่งผลต่อทัศนคติของผู้ใช้ได้ทางหนึ่ง และด้วยสื่อภาพ/เสียง/รูป/ข้อความผ่านการใช้โทรศัพท์มือถือบ่อยๆก็อาจกลายเป็นเบ้าหล่อหลอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้อีกทางหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น ภาพความรุนแรงที่ได้พบเห็นซ้ำๆผ่านทางหน้าจอโทรศัพท์มือถือ จากเดิมที่มีทัศนคติไม่เห็นด้วยกับความรุนแรงก็อาจเริ่มมองว่าความรุนแรงเป็นเรื่องปกติที่ใครๆก็กระทำกัน จนนำมาซึ่งพฤติกรรมลอกเลียนแบบได้

- บทบาทด้านส่งเสริมกิจกรรมทางธุรกิจ

โทรศัพท์มือถือเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมกลายด้านเช่น ทางการตลาด โทรศัพท์มือถือเป็นช่องทางการโฆษณาสินค้า การประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการเปิดรับความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า/บริการของผู้บริโภคเพื่อชิงรางวัล , ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือร่วมโหวตลงคะแนนให้แก่ผู้แข่งขันรายการ Reality show เป็นต้น

- บทบาทการเป็นอุปกรณ์สร้างความสัมพันธ์

เช่น กลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาวนิยมส่งข้อความสั้นถึงกันผ่านทางโทรศัพท์มือถือเพื่อแสดงความรู้สึก หรือ ลูกหลานโทรศัพท์หรือส่งข้อความห่วงใยถึงญาติผู้ใหญ่ เป็นต้น

- บทบาทการสร้างความบันเทิง

ด้วยรูปแบบของโทรศัพท์มือถือที่มีการหลอมรวมเทคโนโลยีต่างๆมาไว้รวมกัน มีโทรศัพท์มือถือเพียง 1 เครื่อง ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือก็สามารถทำกิจกรรมความบันเทิงได้หลายๆ อย่างในคราเดียวกัน ไม่ว่าจะอ่านข่าว นิตยสาร ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ เล่นอินเทอร์เน็ต ถ่ายรูป ถ่ายวิดีโอ คลิป เป็นต้น

- แสดงภาพลักษณ์ของวัตถุนิยม ความฟุ้งเฟ้อ

สมัยนี้ กลายเป็นค่านิยมว่าทุกคนต้องมีโทรศัพท์มือถือเพื่อความโก้เก๋และไม่ตกยุค โดยเฉพาะเด็กวัยรุ่นต้องพยายามหามาอวดกันว่ารุ่นของใครดีกว่ากัน หรือที่ร้ายไปกว่านั้น เด็กวัยรุ่นบางคนยอมทำงานไม่ดีเพียงเพื่อให้ได้เงินมาซื้อโทรศัพท์มือถือหรือข้าวของเครื่องใช้ราคาแพง

- เป็นอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้ในการก่อความวุ่นวาย

ดังจะเห็นได้จากเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้น เช่น สถานการณ์ความรุนแรงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้โดยผู้ไม่ประสงค์ดีใช้โทรศัพท์มือถือเป็นชนวนระเบิดสร้างความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินเป็นจำนวนมาก

- เป็นอุปกรณ์การสื่อสารที่เกี่ยวเนื่องกับอุบัติการณ์ร้าย

การใช้โทรศัพท์มือถือที่นับวันยิ่งมีจำนวนมากขึ้น ทำให้มีอุบัติการณ์ร้ายๆที่เกี่ยวเนื่องกับการใช้โทรศัพท์มือถือเกิดขึ้นได้มาก เช่น โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันเป็นสิ่งที่ซื้อหากันได้ง่าย โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือมือสอง ไม่มีการตรวจสอบใดๆ จึงเป็นช่องทางให้มิจฉาชีพหันมาสนใจแหล่งทำเงินแหล่งใหม่นี้กันมาก เพราะโทรศัพท์มือถือเป็นสิ่งที่ฉกฉวยได้ง่าย และบางครั้งก็ทำให้เจ้าของโทรศัพท์มือถือได้รับอันตรายได้เช่นกัน

การเกิดระเบิดขึ้นในปั๊มน้ำมัน โดยเหตุการณ์นี้เกิดขึ้นที่อินโดนีเซียในขณะที่ชาวอินโดนีเซียคนหนึ่งกำลังเติมน้ำมันรถและคุยโทรศัพท์มือถือไปด้วย ต่อมาได้เกิดระเบิดขึ้นส่งผลให้เกิดไฟไหม้ บาดเจ็บ โดยข่าวได้รายงานว่าการระเบิดที่เกิดขึ้นเป็นเพราะประกายไฟฟ้าจากโทรศัพท์มือถือทำให้ไอน้ำจากถังรถสันดาประเบิดขึ้น

- เป็นอุปกรณ์ที่เอื้อให้เกิดปัญหาเรื่อง การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Right of Privacy)

โทรศัพท์มือถือนับเป็นอุกรณ์เครื่องใช้ประเภทไฮเทคโนโลยีระดับสูงที่ประชาชนชาวไทยนิยมใช้กันมากที่สุด เพราะมีความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร แม้ว่าโทรศัพท์มือถือระบบติดตั้งกล้องดิจิตอลที่สามารถถ่ายภาพวิดีโอคลิปได้จะให้ความสะดวกสบายและรวดเร็วที่ผู้ใช้สามารถถ่ายภาพต่างๆได้ตามต้องการก็ตาม แต่หากนำไปใช้ถ่ายภาพโดยไม่ระมัดระวังหรือมุ่งประสงค์ร้ายต่อบุคคลอื่นก็อาจเข้าข่ายการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้เช่นกัน โดยเฉพาะการลักลอบหรือแอบถ่ายภาพบุคคลอื่นในสภาพที่ไม่เหมาะสม

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ภาพจากวิดีโอคลิปในมือถือที่เปิดเผยภาพส่วนตัวของใครต่อใครได้กลายเป็นสิ่งที่หลายคนอยากรู้อยากเห็น ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง ภาพวิดีโอคลิปลับเฉพาะของดาราวัยรุ่นหนุ่มสาว คนดังในสังคม หรือแม้แต่นักเรียนนักศึกษาที่ไม่มีใครรู้จักได้ถูกแพร่ออกมามากมายทางอินเตอร์เน็ต วีซีดีเถื่อน แม้กระทั่งการเผยแพร่จากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสร้างกระแสให้คนอยากรู้อยากเห็น จนก่อเกิดกลายเป็นธุรกิจ เมื่อมีคนให้ความสนใจมาก พ่อค้าหัวใสก็จะยิ่งหาลู่ทางให้ได้มาซึ่งวิดีโอคลิปลับเฉพาะ ซึ่งอาจมาจากร้านจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ ร้านจำหน่ายวีซีดีหรือซีดีคลิป เพื่อขายต่อให้ลูกค้า เมื่อนั้นภาพวิดีโอคลิปก็จะถูกกระจายออกต่อไปอย่างรวดเร็ว

- สัญญาณโทรศัพท์มือถืออาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ

แม้ว่าปัจจุบันยังไม่มีผลสรุปที่ชัดเจนออกมาว่า การใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอันตรายหรือเป็นสาเหตุของการเกิดเนื้องอกหรือมะเร็งในสมองหรือไม่ แต่อันตรายที่แฝงเร้นมากับโทรศัพท์มือถือเป็นเรื่องที่มีการพูดถึงกันมานานแล้ว (ธันยธรณ์ ทินกร,2548)

รัฐบาลในหลายๆประเทศต่างก็ตระหนักถึงความเป็นไปได้ของปัญหานี้ ดังนั้น หลายประเทศในยุโรป อย่างเช่น อังกฤษและฝรั่งเศสจึงได้มีการรณรงค์ห้ามไม่ให้เด็กเล็กใช้โทรศัพท์มือถือเด็ดขาดเพราะสมองของเด็กยังเติบโตไม่เต็มที่และกะโหลกศีรษะก็ยังไม่หนาพอที่จะรับผลกระทบจากคลื่นแม่เหล็กหรือรังสีได้

ส่วนที่ประเทศสหรัฐอเมริกาก็มีหน่วยงานที่ชื่อ Federal Communications Commission (http://www.fcc.gov) ทำหน้าที่กำหนดและควบคุมมาตรฐานของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิคประเภทต่างๆ ที่วางจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้ ดังนั้น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิคทั้งหมดที่จำหน่ายในสหรัฐอเมริกาจะต้องมี FCC ID เท่านั้น

สำหรับประเทศจีนก็เริ่มมีการตื่นตัวกับปัญหานี้เช่นกัน โดยจีนจะมุ่งความสนใจไปที่การลดการกระจายของคลื่นจากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการร่างกฎระเบียบที่จะนำไปใช้เป็นมาตรฐานการแพร่กระจายคลื่นโทรศัพท์อย่างจริงจัง โดยมีการควบคุมไม่ให้ปริมาณของคลื่นโทรศัพท์มือถือมีเกินกว่าครึ่งหนึ่งของระดับที่นานาชาติยอมรับกัน

การค้นคว้าวิจัยในปัจจุบัน นักวิจัยส่วนใหญ่ได้มุ่งไปที่ 2 ประเด็นใหญ่คือ การแพร่กระจายของคลื่นความถี่ที่มีผลกระทบต่อร่างกายมนุษย์ และความเข้มข้นของความถี่ที่มีผลกระทบต่ออวัยวะแต่ละส่วนในร่างกายของเรา ซึ่งทั้งสองประเด็นนั้นมีจุดประสงค์เพื่อหาวิธีป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

งานวิจัยหลายชิ้นจากมหาวิทยาลัยชื่อดังเช่น มหาวิทยาลัยดุ๊ก (Duke University) มหาวิทยาลัยบริสตอล (University of Bristol) และมหาวิทยาลัยเฮลซิงกิ (University of Helsinki) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของโทรศัพท์มือถือที่มีต่อร่างกายของคนเราซึ่งก็ได้ข้อสรุปที่คล้ายคลึงกันก็คือ ระบบประสาทของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือจะมีการตอบสนองที่รวดเร็วขึ้น ซึ่งหมายความว่า การใช้โทรศัพท์มือถือมีผลทำให้สมองตื่นตัวเหมือนเวลาที่เราดื่มกาแฟ ทำให้ไม่รู้สึกง่วงนอน ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพในระยะยาว

นอกจากนี้เรายังพบว่าทุกครั้งที่มีการใช้โทรศัพท์มือถือจะมีการแผ่รังสีไปทางเสาอากาศ ซึ่งรังสีตัวนี้เป็นชนิดเดียวกับรังสีที่เราใช้ในเตาไมโครเวฟเพียงแต่มีประมาณน้อยกว่ามาก ซึ่งก็ไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพเช่นเดียวกัน

- เป็นอุปกรณ์ที่สามารถแพร่กระจายภาพได้อย่างรวดเร็ว

สื่อโทรศัพท์มือถือเริ่มจากเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล(Interpersonal Communication) ยังสามารถสื่อสารในระดับมวลชน (Mass Communication) ได้อีกด้วยอันมีเหตุมาจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี หากภาพที่อยู่ในโทรศัพท์มือถือเป็นภาพหรือคลิปวิดีโอที่ไม่เหมาะสมเช่น ภาพความรุนแรง หรือภาพโป๊เปลือย ภาพเหล่านี้ก็จะถูกส่งต่อๆกันไปในเวลาอันรวดเร็ว ยกตัวอย่างเช่น ภาพคลิปโป๊ในมือถือ ถูกส่งต่อไป (Forward) ถึงคน 5 คนโดยใช้เวลาเพียง 10 วินาที และคน 5 คนนี้ก็ส่งให้เพื่อนต่ออีกคนละ 5 คน เท่ากับว่าวิดีโอ คลิปโป๊นี้ก็จะถูกส่งไปถึงคน 31 คนภายในเวลาเพียงแค่ 20 วินาที และหากทุกคนพร้อมใจกันส่งต่อให้เพื่อนอีก 5 คนต่อไปเรื่อยๆ ภายในเวลาเพียง 1 นาที วิดีโอคลิปนี้จะถูกส่งไปอยู่ในโทรศัพท์มือถือของคนถึง 19,531 คน เป็นต้น

- เป็นสื่อด้วยตัวของมันเอง

ความสามารถของโทรศัพท์มือถือนอกจากจะรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังสามารถเป็นแหล่งข้อมูล (Source) ได้อีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น นักการตลาดส่งข้อมูลโฆษณาสินค้าของตนเองไปยังโทรศัพท์มือถือเพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าโดยผู้ส่งความคิดเห็นกลับมาจะได้รับรางวัล จากนั้นเมื่อผู้ใช้โทรศัพท์มือถือได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งความคิดเห็นกลับไปยังนักการตลาดให้ได้รับทราบข้อมูล หรือตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ความนิยมรับ-ส่งภาพจากโทรศัพท์มือถือ เมื่อโทรศัพท์มือถือมีกล้องที่อำนวยให้สามารถถ่ายรูปได้ จากที่เคยเป็นผู้รับภาพก็เปลี่ยนมาเป็นผู้ถ่ายภาพแล้วส่งต่อๆไปให้ผู้อื่น ดังเช่น ภาพความรุนแรงซึ่งถูกบันทึกไว้ได้จากโทรศัพท์มือถือ จากที่เคยเป็นผู้รับ ก็เปลี่ยนสถานภาพมาเป็นผู้ส่งเสียเองโดยใช้โทรศัพท์มือถือ

จากตัวอย่างข้างต้น โทรศัพท์มือถือนับเป็นนวัตกรรมใหม่ที่เอื้อให้เกิดการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive communication) คือ ผู้รับสารและผู้ส่งสารได้ทำหน้าที่สลับกันอย่างครบถ้วน ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือไม่ใช่เป็นแต่เพียงผู้รับสาร หากแต่ยังสามารถเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับสารกลับมาเป็นผู้ส่งสารได้เช่นกัน

ทฤษฎีเรื่องการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive communication)

การสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ คือ รูปแบบการสื่อสารในแนวระนาบที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีโอกาสสลับบทบาทซึ่งกันและกัน ยกตัวอย่างเช่น การสนทนา การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

โทรศัพท์มือถือ ถือเป็นอุปกรณ์การสื่อสารสมัยใหม่ ถือเป็น "สื่อใหม่" ที่มีบทบาทอย่างสูงในชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา ลักษณะสำคัญๆของสื่อสมัยใหม่อย่างเช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ คือ ขนาดของสื่อมีขนาดเล็กลงทุกที สามารถพกพาได้สะดวก มีลักษณะกระจายอำนาจ การผลิตและการบริการจะไม่ถูกผูกขาดและควบคุมจากฝ่ายผู้ส่งสาร มีลักษณะความเป็นลูกผสม (Hybrid Medium) กล่าวคือ สื่อใหม่จะเป็นการผสมระหว่างสื่อเก่าที่มีอยู่แล้ว เช่น โทรศัพท์มือถือฟังเพลงได้ ก็คือลูกผสมระหว่างโทรศัพท์มือถือกับวิทยุ เป็นต้น และลักษณะที่สำคัญอีกประการของสื่อใหม่ ก็คือ มีลักษณะ Interactive มากขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้รับได้มีส่วนร่วมในการส่งสารกลับ หรือสลับบทบาทกลายมาเป็นผู้ส่งสารเช่นกัน

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่นำมาสู่การปรับเปลี่ยนความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับด้านการสื่อสาร เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ได้ปรับเปลี่ยนสภาพจากการสื่อสารแบบทางเดียวที่มีผู้ส่งสาร – ผู้รับสารชัดเจน ไปสู่สภาพของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (interactive communication technology) ระหว่างบุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระบบการสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต หรือการเชื่อมต่อระหว่างระบบโทรศัพท์กับโทรทัศน์/วิทยุ สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นตามมาก็คือ ความยากลำบากในการวิเคราะห์ข้อมูลและการบ่งชี้ให้เห็นว่า ใครคือแหล่งสาร (source) และใครคือผู้รับสาร (receiver) ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลฝ่ายต่างๆได้มีบทบาทมีส่วนร่วม (participants) ในกระบวนการสื่อสารร่วมกัน (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, มีนาคม 2549)

ในปี ค.ศ. 1975 James Carey นักวิชาการด้านการสื่อสารและวัฒนธรรมได้นำเสนอแนวทางในการทำความเข้าใจกับกระบวนการสื่อสารในสังคม เขาพยายามชี้ให้เห็นว่ากระบวนการสื่อสารในสังคมดำเนินไปใน 2 ลักษณะ คือ Transmission approach และ Ritual approach

- Transmission approach (เชิงถ่ายทอด)

แนวทางดังกล่าว เชื่อว่า การสื่อสาร คือ การถ่ายทอดสัญญาณ (signal) และสาร (message) จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งซึ่งอยู่ห่างไกลกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการควบคุม (control)

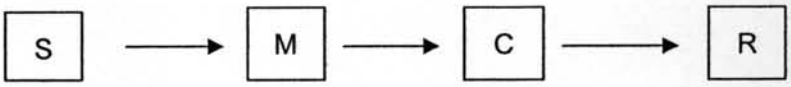
- Ritual approach (เชิงพิธีกรรม)

แนวทางดังกล่าวเชื่อว่า การสื่อสารไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพียงแค่การขยายขอบเขตของสารให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆอย่างกว้างขวาง หรือเป็นแค่ความพยายามในการส่งข้อมูลข่าวสารให้แพร่กระจายออกไปในวงกว้างแต่การสื่อสารมีความสำคัญในสังคมในฐานะที่เกี่ยวข้องกับการดำรงรักษาสังคมให้คงอยู่ (maintenance) ภายใต้ช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อต่างๆที่สมาชิกในสังคมมีร่วมกัน (share beliefs)

กาญจนา แก้วเทพ (2547) ได้อธิบายแนวคิดดังกล่าวข้างต้นผ่านแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอด หรือที่เรียกว่า transmission model และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม หรือ ritualistic model

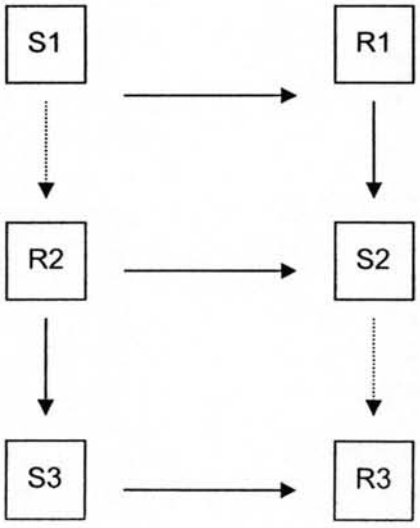
- **แบบจำลองเชิงถ่ายทอด** (transmission model)

แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดเน้นการสื่อสารทางเดียว จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยบทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความ "ตายตัว" กล่าวคือ ภายหลังจากการรับสารแล้ว ผู้รับสารก็จะรับรู้หรือคิดตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ส่งสารทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ผู้รับสารมีบทบาทและมีส่วนร่วมเป็นเพียงผู้รองรับข่าวสารที่ถูกถ่ายทอดเท่านั้น



- **แบบจำลองเชิงพิธีกรรม** (ritualistic model)

แบบจำลองเชิงพิธีกรรมเน้นการสื่อสารสองทางโดยผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสลับบทบาทไปมา ดั่งเช่นการสนทนาและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆร่วมกัน ดังนั้น หลังจากที่คู่สื่อสารได้ดำเนินการสื่อสารกันเป็นระยะหนึ่งแล้ว สิ่งที่คาดว่ามักเกิดขึ้นตามมา ก็คือ การที่คู่การสื่อสารทั้งสองฝ่ายได้เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารของกันและกันแบบพบกันครึ่งทาง (shared meaning) ซึ่งหมายความว่า กระบวนการดังกล่าว คือ การเปิดโอกาสให้ทั้ง 2 ฝ่ายได้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากกว่าแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสารนั่นเอง



นอกจากนี้ กาญจนา (2547) ยังได้เปรียบเทียบคุณลักษณะ (attribute) สำคัญๆที่แตกต่างกันของแบบจำลองทั้งสอง ดังนี้

แบบจำลองเชิงถ่ายทอด	แบบจำลองเชิงพิธีกรรม
1. เป้าหมายหลักคือ การถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการโน้มน้าวผู้รับสาร (Persuasion)	1. เป้าหมายหลัก คือ การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร (shared meaning)
2. ความสำคัญของการสื่อสารจึงอยู่ที่ผู้ส่ง (Sender – centered)	2.ความสำคัญอยู่ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารซึ่งต้องทำความเข้าใจกันและกัน
3. ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบทางเดียว (one – way flow) และเป็นแนวดิ่ง (vertical)	3.ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบสองทาง (two – way flow) และเป็นแนวระนาบ (horizontal)
4.บทบาทของการเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารจะตายตัวตลอดกระบวนการสื่อสาร	4.บทบาทของผู้ส่งและผู้รับจะสลับสับเปลี่ยนกันไม่มีการผูกขาด
5. ผลลัพธ์ของการสื่อสาร เมื่อสิ้นสุดกระบวนการผู้รับสารจะรู้ข่าวสารหรือเห็นคล้อยตามผู้ส่ง	5.หลังการสื่อสารสิ้นสุดแล้ว ทั้งผู้ส่งและผู้รับจะแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็นของกันและกัน

ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบแนวทางการสื่อสารทั้ง 2 แบบให้เห็นอย่างชัดเจนแล้ว การสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์จะเป็นในลักษณะของแบบจำลองเชิงพิธีกรรม กล่าวคือ การใช้โทรศัพท์มือถือเป็นตัวอย่างการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ภาพหรือข้อความต่างๆที่มีการส่งต่อๆกันทางโทรศัพท์มือถือ เช่น ภาพความรุนแรงที่ถูกส่งจากโทรศัพท์มือถือเครื่องหนึ่งไปยังโทรศัพท์มือถืออีกเครื่องหนึ่ง นั่นคือ ผู้ส่งคนที่หนึ่งได้ส่งสารไปยังผู้รับคนที่หนึ่ง จากนั้น ผู้รับคนที่หนึ่งเปลี่ยนบทบาทของตนเองเป็นผู้ส่งสารต่อไปยังผู้รับสารคนที่สอง (ผู้รับสารได้เปลี่ยนตัวเองมาเป็น source เสียเอง) ซึ่งเมื่อส่งต่อๆกันไป ผู้ที่เคยส่งสารก็จะกลายบทบาทตัวเองมาเป็นผู้รับสารด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ภาพหรือข้อความต่างๆที่ส่งถึงกันต่างมีเจตนาเพื่อถ่ายทอดความคิดและทัศนคติหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ดังเช่น ภาพความรุนแรงที่ผู้ส่งได้ส่งไปนั้น ได้สื่อให้เห็นถึงทัศนคติการยอมรับภาพความรุนแรงของผู้ส่งไปยังผู้รับ เมื่อผู้รับได้รับภาพดังกล่าว ก็อาจส่งผลให้เกิดทัศนคติการยอมรับความรุนแรงได้เช่นกัน

ทฤษฎีเรื่องการใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Approach)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และและความพึงพอใจจากสื่อ หรือการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น (Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร โดยเน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อและเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการ (Needs) ของตนเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อนั้น ผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า ตนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสารโดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 และ สิรีพงศ์ สุวรรณโภคิน, 2547)

งานวิจัยสื่อสารมวลชนในรูปแบบความคิดเดิมนั้นพิจารณาว่าบุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือทัศนคติไปตามผล (Effects) ที่ได้รับจากสื่อ แต่เมื่อพิจารณาในทางตรงกันข้าม บุคคลเป็นผู้กระทำ (Active Person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อเพื่อสนองตอบความพอใจส่วนตัว (พัชนี เชยจรรยา,เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์, 2538)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่างๆของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่นๆต่างมีส่วนช่วยอธิบายสิ่งที่มนุษย์แสวงหาหรือหลีกเลี่ยง การใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชนเป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์ (สิรีพงศ์ สุวรรณโภคิน, 2547)

เมอร์รีย์ และคิปแพคซ์ (Murray & Kippax, 1979) ได้อธิบายว่า บุคคลจะให้ความสนใจรับรู้ และจดจำข่าวสารที่จะให้ความพึงพอใจหรือสามารถตอบสนองความต้องการของตน บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเท่าที่เขาคิดว่ามีประโยชน์หรือสนองความพอใจของเขาได้ และความต้องการต่างๆของบุคคลนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมของแต่ละบุคคล เช่น แรงจูงใจ ค่านิยม เป็นต้น บุคคลจะเลือกใช้สื่อหรือเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองประโยชน์ส่วนตน จากความหลากหลายของความต้องการหรือประโยชน์ของสื่อมวลชนเหล่านี้ มีผู้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจัดประเภทของความต้องการของผู้รับสื่อมวลชน พบว่า ความต้องการมี 4 ประการ คือ

- ความต้องการสร้างเอกลักษณ์ของตน
- ความต้องการมีการติดต่อทางสังคม
- ความต้องการสิ่งแปลกใหม่และความบันเทิง
- ความต้องการข้อความจริงและความรู้เกี่ยวกับโลก

นอกจากนี้ McCombs and Becker ,1979 (อ้างถึงใน ต้องจิตต์ สุวรรณศร,2543) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการดังนี้ คือ

- ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อเพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรจะเรียนรู้
- ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสิ่งต่างๆจะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆตัวได้
- ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อ จะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับคนอื่นได้
- ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัว
- ความต้องการเสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
- ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

การศึกษาของ Kippax and others, 1980 สามารถสรุปได้ว่าความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย (ต้องจิตต์ สุวรรณศร,2543)

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Lawrence A.Wenner, 1985 (อ้างถึงใน ต้องจิตต์ สุวรรณศร ,2543) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) นั้นสามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientational Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratification เป็นการใช้สื่อข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือใช้เพื่อการชักจูงใจ

3. Para – social Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏใน เนื้อหาของสื่อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง "หน้าที่ของโทรศัพท์ต่อชีวิตครอบครัวที่อยู่ในเมือง" อรนุช คล่องเชิงศร (2528) ได้ทำการศึกษาเรื่องหน้าที่ของโทรศัพท์ที่มีต่อชีวิตของคนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ โดยศึกษานิสิตคณะนิเทศศาสตร์ชั้นปีที่ 1 และ 3 ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ชีวิตครอบครัวที่อยู่ในเมืองมีความผูกพันกับโทรศัพท์เป็นส่วนมาก โดยโทรศัพท์เป็นสื่อที่นำมาใช้ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของสังคม ซึ่งสรุปหน้าที่ของโทรศัพท์เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) หน้าที่ส่งข่าวสารธุรกิจ 2) หน้าที่ของการเป็นสื่อในการสมาคม 3) หน้าที่เป็นสื่อในการติดต่อนัดหมาย 4) หน้าที่เป็นสื่อในการเยี่ยมเยียน 5) หน้าที่ในการเป็นสื่อสั่งซื้อสินค้าและบริการ 6) หน้าที่ในการเป็นสื่อส่งข่าวที่เป็นความลับ 7) หน้าที่ในการสอบถามความคิดเห็น 8) หน้าที่ส่งข่าวสารอันนำมาสู่การตัดสินใจที่รวดเร็ว ส่วนหน้าที่ในการสร้างความปลอดภัยพบว่าเป็นหน้าที่แฝงเนื่องจากไม่มีเหตุการณ์ที่ทำให้ต้องใช้โทรศัพท์เพื่อการนี้ กล่าวคือ โทรศัพท์มีผลต่อรูปแบบชีวิตประจำวันของคนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ โทรศัพท์ได้ถูกนำมาใช้ในการเชื่อมโยงคนในสังคมที่อยู่ห่างไกลเข้าไว้ด้วยกันโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่

งานวิจัยเรื่อง "ศึกษาเปรียบเทียบการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 ระหว่างกลุ่มนักธุรกิจกับกลุ่มอาชีพอื่นในเขตกรุงเทพมหานคร" วีรวรรณ ปรางแฉ่ง (2538) ได้ทำการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเฉลี่ยประมาณ 1 – 7 ครั้งต่อวัน และใช้ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์มือถือเฉลี่ยประมาณ 1 – 6 นาทีต่อครั้ง ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้กันมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 17.01 – 21.00 น. รองลงมาคือช่วง 15.01 – 17.00 น. และ 13.01 – 15.00 น. ทั้งนี้ช่วงเวลาที่

ผู้ใช้บริการเลือกตอบว่าใช้เป็นลำดับที่หนึ่งคือช่วง 9.01 – 11.00 น.สถานที่ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ ในรถยนต์ และยังเป็นสถานที่ที่ผู้ใช้บริการตอบว่าเป็นสถานที่ที่ใช้มากเป็นลำดับที่หนึ่งด้วย วัตถุประสงค์ในการใช้บริการที่ผู้ใช้บริการตอบมากที่สุดคือ เพื่อใช้ในการติดต่อธุรกิจการงาน รองลงมาคือ เพื่อนัดหมายส่วนตัวและสนทนาทั่วไป ส่วนประโยชน์ของโทรศัพท์มือถือที่ผู้ใช้บริการตอบมากที่สุดคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร รองลงมาคือ พกติดตัวได้ และช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงาน ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า นอกจากโทรศัพท์มือถือจะถูกใช้เพื่อการติดต่อทางด้านธุรกิจแล้ว วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่ทำให้โทรศัพท์มือถือเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบันและมี แนวโน้มการใช้ที่มากขึ้นในอนาคตก็คือ เพื่อสะดวกต่อการสื่อสารในเรื่องส่วนบุคคลนั่นเอง

งานวิจัยเรื่อง "ตรรกะการบริโภคและลักษณะสื่อคือสารของโทรศัพท์เคลื่อนที่" เฉลิมวรรณ ห่อทองคำ (2545) ได้ทำการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีที่ปรากฏในฐานะคุณลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมีความหมายแฝงซ่อนอยู่มากมาย และความหมายนี้เองที่มีความสำคัญเทียบได้กับสาร ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันและแบบแผนทางความคิดของคนในสังคมเพื่อให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น จากการตีความโฆษณาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์พบว่า เมื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในฐานะที่เป็นสินค้าที่เข้าสู่กระบวนการโฆษณาแล้ว โทรศัพท์เคลื่อนที่ก็จะมีคุณค่าเชิงสัญญะและคุณค่าการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ด้วย เช่น เป็นสัญญะที่บ่งบอกถึงความทันสมัย ความก้าวล้ำทางเทคโนโลยี ความแปลกใหม่และแฟชั่น เป็นต้น คุณค่าต่างๆเหล่านี้เป็นคุณค่าที่ถูกอุปโลกน์ขึ้น ซึ่งดูเหมือนว่าจะเป็นคุณค่าที่มีความสำคัญมากกว่าคุณค่าเชิงอรรถประโยชน์ในฐานะอุปกรณ์การสื่อสารที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ สามารถชี้ให้เห็นว่าการบริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นเป็นไปเพื่อการบริโภคมูลค่าเชิงสัญญะซึ่งเป็นการบริโภคอย่างไม่มีที่สิ้นสุดเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการที่ไร้ขีดจำกัดของคนในสังคมยุคหลังสมัยใหม่

สมมุติฐานการวิจัย

1. การใช้วิดีโอคลิปมือถือและทัศนคติของเยาวชนในเรื่องเพศ มีความสัมพันธ์กัน
2. การใช้วิดีโอคลิปมือถือและพฤติกรรมของเยาวชนในเรื่องเพศ มีความสัมพันธ์กัน
3. การใช้วิดีโอคลิปมือถือและทัศนคติของเยาวชนในเรื่องความรุนแรง มีความสัมพันธ์กัน
4. การใช้วิดีโอคลิปมือถือและพฤติกรรมของเยาวชนในเรื่องความรุนแรง มีความสัมพันธ์กัน

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

วัฒนธรรม (Culture) คือ สิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีแห่งชีวิตของส่วนรวม เป็นวิถีแห่งชีวิตของมนุษย์ในส่วนรวมที่ถ่ายทอดกันได้ เลียนแบบและเอาอย่างกันได้

วัฒนธรรมคลิป (Clip Culture) มีความหมายรวมถึง

- พฤติกรรมการผลิตภาพไฟล์คลิปวิดีโอสั้นๆในโทรศัพท์มือถือ
- การรับส่งภาพวิดีโอคลิปมือถือ
- ค่านิยมหรือทัศนคติเกี่ยวกับวิดีโอคลิปมือถือซึ่งเป็นสื่อชนิดหนึ่งของเยาวชน

จึงสามารถสรุปรวมคำจำความของวัฒนธรรมคลิป คือ การแพร่หลายออกไปของวิดีโอคลิปจากแหล่งที่เริ่มต้นสร้างโดยเริ่มจากกลุ่มบุคคลขยายตัวเป็นกลุ่มใหญ่ซึ่งเป็นผู้ที่ยอมรับการใช้วิดีโอคลิปเช่นเดียวกัน โดยผู้ใช้คลิปอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นสื่อกลางดำรงสถานะเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับ ทำให้เกิดค่านิยมหรือทัศนคติเกี่ยวกับคลิปเป็นไปในแบบแผนเดียวกัน

ทัศนคติ (Attitude) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆอันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดให้บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือมีแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นๆไปใน ทิศทางใดทิศทางหนึ่ง อาจเป็นไปในทิศทางสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้

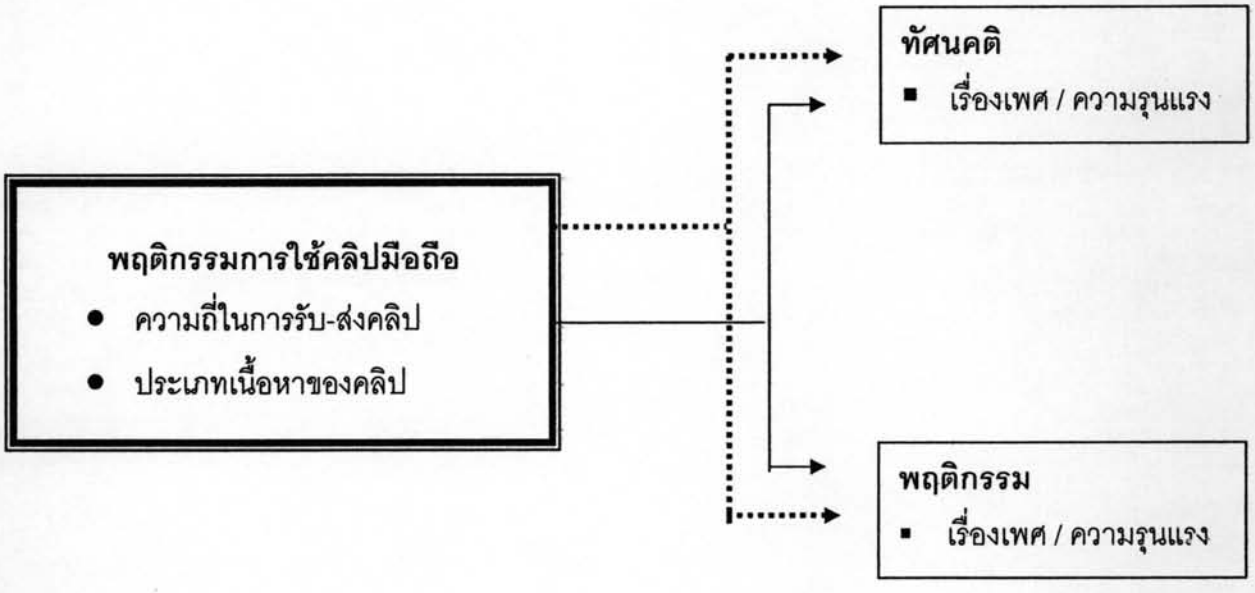
พฤติกรรม (Behavior) คือ เป็นการกระทำหรือตอบสนองการกระทำทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล และเป็น ปฏิสัมพันธ์ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก รวมทั้งเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆที่เป็นไปอย่างมีจุดหมาย สังเกตเห็นได้ หรือเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆที่ได้ผ่านการใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกตัว

เยาวชน คือ บุคคลที่มีอายุเกิน 14 ปีบริบูณ์แต่ยังไม่ถึง 18 ปี และมิใช่ผู้บรรลุนิติภาวะแล้วด้วยการสมรส

สื่อโทรศัพท์มือถือ (Mobile Media) คือ การรับ – ส่งสารผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ

วิดีโอคลิป (Clip Video) คือ ภาพถ่ายวิดีโอขนาดสั้นๆ อาจจะมีระยะเวลาเพียงแค่สองสามนาทีไปจนถึงสิบนาที สั้นกว่ารายการที่ออกทีวีโดยทั่วไป

วิดีโอคลิปมือถือ คือ ภาพไฟล์วิดีโอขนาดความยาวสั้นๆที่มีระยะเวลาเพียงสองสามนาทีจนถึงสิบนาทีซึ่งได้ถูกดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตต่อเข้าเครื่องโทรศัพท์มือถือ หรือถ่ายจากกล้องที่ติดมากับโทรศัพท์มือถือเองโดยตรง

การสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive communication) คือ รูปแบบการสื่อสารในแนวระนาบที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีโอกาสสลับบทบาทซึ่งกันและกัน ยกตัวอย่างเช่น การสนทนา การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

กรอบการวิจัย