

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
2. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อ
3. ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม
4. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม
5. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
6. ระเบียบการแต่งกายของมหาวิทยาลัยราชภัฏ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง กล่าวคือมีความเคลื่อนไหว และเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการที่จะเข้าใจถึงองค์ประกอบและธรรมชาติของการสื่อสาร จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหยุดความเคลื่อนไหวต่างๆ ไว้ให้เป็นภาพนิ่ง แล้วอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในลักษณะของแบบจำลอง (Model)

นักวิชาการหลากหลายท่านได้นำเสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารไว้มากมาย ในที่นี้จะขอนำเสนอโดยสังเขปจำนวน 6 รูปแบบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในการสื่อสารต่างๆ (กิติมา สุรสุนธิ, 2541 : 81 – 84)

1. แบบจำลองของลาสเวลล์

ลาสเวลล์ (Lasswell) เป็นนักรัฐศาสตร์ที่มีความสนใจเรื่องการสื่อสารในเชิงของการชักจูง และโน้มน้าวใจได้เสนอแบบจำลอง ที่แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ จำนวน 5 องค์ประกอบ ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนี้ คือ ผู้ส่งสาร (ใคร) สาร (พูดอะไร) สื่อ (ผ่านสื่อใด) ผู้รับสาร (กับใคร) และผลการสื่อสาร (ผลเป็นอย่างไร)

จุดเด่นของแบบจำลองนี้ คือ การนำเอาการประเมินผลการสื่อสารเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ และเป็นแบบจำลองที่มีความสะดวกในการที่จะให้บุคคลทั่วไปได้ศึกษาและทำความเข้าใจ

2. แบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์

แชนนอน และวีเวอร์ (Shannon and Weaver) ได้เสนอแบบจำลองเพื่ออธิบายกระบวนการของการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ไว้ โดยอธิบายว่า แหล่งสาร (Information Source) จะทำหน้าที่เหมือนกับผู้ส่งสาร คือ สร้างสารเพื่อที่จะสื่อไปโดยผู้ถ่ายทอด (Transmitter) จะเป็นตัวการทำให้สารกลายเป็น สัญญาณ (Signal) เมื่อสัญญาณไปถึงผู้รับสาร (Receiver) ผู้รับก็จะเปลี่ยนสัญญาณให้กลายเป็นสาร สารที่ได้รับก็จะไปถึงปลายทาง (Destination) ซึ่งในระหว่างการเดินทางของสัญญาณ

อาจจะถูกสิ่งรบกวน (Noise) เข้ามาคิดขวางการสื่อสารได้ เช่น การเกิดคลื่นแทรก เสียงเพลง เป็นต้น อันจะทำให้สัญญาณที่ถ่ายทอดไปกับสัญญาณที่ได้รับมีความแตกต่างกัน

จุดเด่นของแบบจำลองนี้ อยู่ที่การแสดงให้เห็นว่า สิ่งรบกวนนั้น อาจเกิดขึ้นได้ และเป็นตัวการที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร

3. แบบจำลองของเวสเลย์และแมคคีน

เวสเลย์และแมคคีน (Westley and McLean) ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้ 2 แบบ คือ กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลและกระบวนการสื่อสารมวลชน

3.1 แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคลของเวสเลย์และแมคคีน

อธิบายได้ว่า เมื่อผู้ส่งสาร ได้พบเห็นสิ่งของหรือเหตุการณ์หนึ่ง ในบรรดาสิ่งของ และเหตุการณ์หลากหลายที่อยู่แวดล้อม เมื่อต้องการจะบอกเล่าเหตุการณ์นั้น ให้ผู้รับสารทราบ ผู้ส่งสาร จะสร้างสารและส่งสารนั้น ไปยังผู้รับสาร โดยที่ผู้รับสาร อาจจะรับรู้เหตุการณ์นั้น ด้วยตนเองอยู่แล้ว และเมื่อผู้รับสารทราบ และคิดอย่างไรก็จะสื่อสารกลับ ไปยังผู้ส่งสาร

จุดเด่นของแบบจำลองนี้อยู่ที่การแสดงให้เห็นว่า มีการสื่อสารกลับจากผู้รับสารไปยังผู้ส่งสาร

3.2 แบบจำลองการสื่อสารมวลชน

ส่วนแบบจำลองกระบวนการสื่อสารมวลชน เวสเลย์ และแมคคีน ได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของผู้กรองสาร (Gatekeeper) ซึ่งทำหน้าที่ในการคัดเลือกข่าวสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร โดยปกติผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้กรองสารก็คือสื่อมวลชนนั่นเอง

แบบจำลองนี้ อธิบายได้ว่า ผู้ส่งสาร ซึ่งอาจจะเป็นปัจเจกบุคคล หรือหน่วยงานทั้งหลาย ได้แก่ บริษัท ห้างร้าน พรรคการเมือง ฯลฯ มีความต้องการที่จะบอกกล่าวเหตุการณ์ใด เหตุการณ์หนึ่ง ในบรรดาเหตุการณ์ต่างๆ ให้สาธารณชนทราบ โดยที่อาจจะเป็นปัจเจกบุคคล หรือกลุ่ม หรือแม้กระทั่งระบบสังคม ส่วนสื่อมวลชน จะทำหน้าที่เป็นผู้กรองสาร คือ คัดเลือกข่าวสารที่คิดว่าจะมีความจำเป็นแล้วนำมาเรียบเรียงใหม่ ในรูปของการรายงานข่าว เพื่อถ่ายทอดให้สาธารณชนทราบ โดยที่ข่าวที่สื่อมวลชนนำมาเรียบเรียงใหม่เป็นรายงานข่าวนั้น นอกจากสื่อสารมวลชน จะได้ข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารแล้ว สื่อมวลชน ยังอาจจะได้รับรู้เรื่องราว หรือประสบเหตุการณ์นั้นมาด้วยตนเอง

ในการสื่อสารกลับ (Feedback) นั้น สามารถเกิดขึ้นได้ 3 ทาง คือ การสื่อสารกลับจากผู้รับสารไปยังสื่อมวลชน การสื่อสารกลับจากผู้รับสารไปยังผู้ส่งสาร เช่น การลงคะแนนเสียงให้กับพรรคการเมือง การซื้อหรือเลิกซื้อสินค้าของบริษัท เป็นต้น และการสื่อสารกลับจากสื่อมวลชน ไปยังผู้ส่งสาร

4. แบบจำลองของแชรรม์

4.1 แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคล

แชรรม์ (Schramm) ได้เสนอแบบจำลองนี้ไว้ โดยที่ ออสกูต (Osgood) เป็นคนต้นคิด แบบจำลองนี้เหมาะที่จะอธิบายกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่ไม่เหมาะที่จะใช้อธิบายกระบวนการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับน้อย หรือแทบไม่มีเลย อย่างเช่น กรณีการสื่อสารมวลชน

แชรรม์ และออสกูต อธิบายว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้น บุคคลทั้งสองฝ่ายมีลักษณะเท่าเทียมกัน คือ จะเป็นทั้งผู้เข้ารหัส (Encoder) และผู้ถอดรหัส (Decoder) นอกจากนั้นยังทำหน้าที่เป็นผู้ตีความหมาย (Interpreter) ด้วย คือ จะมีการถอดรหัส แล้วก็ตีความรหัส จากนั้นจึง

เข้ารหัส เมื่อผู้ส่งสารส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารก็จะสื่อสารกลับ โดยเริ่มจากการถอดรหัส ตีความ และเข้ารหัส นั้นเป็นการแสดงถึงการสื่อสารแบบสองทาง

4.2 แบบจำลองการสื่อสารมวลชน

เนื่องจากการสื่อสารกลับจากผู้รับสารไปยังสื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งเป็นผู้ส่งสารมีน้อยมาก สื่อมวลชนจึงอาจใช้วิธีประเมินจากเหตุผล และปรากฏการณ์แวดล้อมต่างๆ แครมม์ ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารมวลชน

แบบจำลองนี้อธิบายได้ว่า สื่อสารมวลชนจะทำหน้าที่เข้ารหัส ตีความและถอดรหัส อย่างเดียวกับแบบจำลองที่เคยเสนอไว้ เช่น ในแต่ละวันหนังสือพิมพ์จะได้รับข่าวสารเป็นจำนวนมาก นักข่าวก็จะอ่านประเมินและตัดสินใจว่าจะส่งสิ่งใดต่อไปถึงผู้อ่าน ระหว่างกระบวนการในระยนี้ เนื้อหาจะถูกปรับเปลี่ยน เขียนขึ้นใหม่ หรือตัดทิ้ง

5. แบบจำลองของเบอร์โล

เบอร์โล (Berlo) ได้อธิบายว่าองค์ประกอบของการสื่อสาร มี 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver)

เบอร์โลอธิบายว่าการสื่อสารจะเกิดประสิทธิผลหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพขององค์ประกอบต่างๆ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบ มีดังต่อไปนี้

1) ผู้ส่งสาร ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ส่งสาร ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ระบบสังคม และวัฒนธรรม

2) สาร ปัจจัยของสาร ประกอบด้วย รหัส เนื้อหา และการจัดเสนอ

3) สื่อคือ ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทรับความรู้สึก ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส

4) ผู้รับสารปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ระบบสังคม และวัฒนธรรม

6. แบบจำลองของแดนซ์

แดนซ์ (Dance) ได้เสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารที่เน้นลักษณะความเป็นธรรมชาติเชิงพลวัต คือ แสดงถึงความเคลื่อนไหว และความไม่หยุดนิ่งของการสื่อสาร

แบบจำลอง แสดงให้เห็นว่ากระบวนการสื่อสาร มีความคล้ายคลึงกับกระบวนการทางสังคมทั้งหลายซึ่งประกอบด้วยปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งหมดนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลา รูปที่ไหลเวียนไป แสดงว่า ลักษณะต่างๆ ของกระบวนการสื่อสารได้เปลี่ยนไปอย่างไรในช่วงเวลาที่ผ่านมา เช่น ในการพูดคุยกัน หรือการฟังบรรยาย ขอบเขตความคิดของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารก็จะกว้างขึ้นตลอดเวลา คือมีความรู้เพิ่มมากขึ้น นั่นเอง ในบางกรณีรูปเวียนก็จะผ่ายกว้างขึ้นมาก เพราะพื้นที่ความรู้เดิมเกี่ยวกับหัวข้อที่สื่อสารกันมีมาก ในขณะที่บางกรณีที่มีพื้นที่ความรู้เล็กน้อย รูปเวียนก็จะผ่ายออกไม่มากนัก

จากการศึกษาแบบจำลองการสื่อสารทั้ง 6 แบบข้างต้นนั้น สรุปได้ว่ากระบวนการสื่อสารประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ซึ่งหมายความว่าผู้ส่งสารต้องการส่งสารหรือข้อความใดๆ ไปถึงยังผู้รับสารได้นั้น จำเป็นต้องเลือกใช้สื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคิดเห็นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารได้สำเร็จ

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ

สื่อ (Media) คือ ช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิง หรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตจึงพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุ โทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ (พรจิต สมบัติพานิช, 2547: 4-11) ได้แก่

1. สื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพ ไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ และสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

นักวิชาการหลายท่านได้แบ่งประเภทของสื่อแบบดั้งเดิมโดยใช้เกณฑ์ที่หลากหลาย แต่ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยมุ่งใช้สื่อเพื่อรณรงค์และประชาสัมพันธ์ที่นักศึกษาจะได้มีโอกาสพบเห็นและมีอิทธิพลต่อการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาอย่างถูกระเบียบ จึงได้แบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ตามลักษณะการผลิตเผยแพร่ เป็นประเภทดังนี้

1.1 สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) ประกอบด้วย

1.1.1 หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมากและมีระยะเวลากำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอหนังสือพิมพ์ติดกับสื่อชนิดอื่นๆ ตรงที่ว่าหนังสือพิมพ์นั้นอาจจะเป็นเครื่องเร่งเร้าก่อให้เกิดประชามติขึ้นในหมู่ประชาชนได้และขณะเดียวกันก็จะสื่อประชามติของประชาชนสะท้อนออกมาให้เห็นอีกด้วยเราจึงสามารถกล่าวได้อย่างเต็มปากว่าหนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งในวงการประชาสัมพันธ์

หนังสือพิมพ์สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่างๆหลายด้านปะปนผสมผสานกันไปในระดับเดียวกันมีทั้งข่าวสารเรื่องราวที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจเช่นข่าวการเมืองอาชญากรรมเศรษฐกิจสังคมกีฬาบันเทิง เป็นต้น

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อในการติดต่อ 2 ทาง (Two-Way Communication) เพราะเป็นสื่อในการถ่ายทอดความคิดเห็นนโยบายการดำเนินงานของกิจการแล้วยังเป็นสื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วยเช่นการวิจารณ์การปฏิบัติงานหรือนโยบายของรัฐบาลเพื่อองค์การที่ถูกวิจารณ์จะได้ปรับปรุงนโยบายให้ดีขึ้นหรือรัฐบาลใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจเพื่อขอความร่วมมือในการปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายนอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยใช้เป็นสื่อแถลงนโยบายข้อคิดเห็นทางการเมืองเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของประเทศต่างๆ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ข้อดีของหนังสือพิมพ์

1) หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจสม่ำเสมอและรวดเร็วจึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับข่าวการเผยแพร่

2) มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นเพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมาอ่านบททวนใหม่ได้

3) เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภทมีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจจึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ

4) เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่างๆครั้งละหลายๆ ได้รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวันเป็นประจำทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

5) มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจและเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น

6) ราคาถูกหาซื้อได้ง่ายและมีหลายภาษา

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์

1) ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออกหรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี

2) หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงามไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากภาพตัวข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่กะทัดรัดอ่านเข้าใจง่ายและสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว

3) มีอายุสั้นผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไปประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน

ผ่านเข้ามาทุกวัน

สนใจเท่านั้น

4) มีช่วงอายุที่สั้นเมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็จะผ่านไปเพราะข่าวต่างๆมี

5) ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือ

1.1.2 นิตยสาร (Magazines)

นิตยสารเป็นเครื่องมือหรือสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งรูปเล่มที่กะทัดรัดสวยงามและมีระบบการพิมพ์ที่ประณีตมีสีสันสวยงามช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

ข้อดีของนิตยสาร

1) การจัดทำนิตยสารมักทำในรูปของธุรกิจโดยที่ทีมงานขององค์กร

2) มีการวางแผนงานจัดทำอย่างเป็นระบบทำให้มีรูปเล่มที่สวยงามและเนื้อหาแปลกใหม่ไม่ซ้ำหรือซ้ำเบื่อ

3) สามารถนำเสนอรายละเอียดเรื่องราวได้มาก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้

4) จำนวนการผลิตไม่มากมีการบอกเงื่อนไขการรับเป็นสมาชิกทำให้ไม่สูญเสียเปล่า

5) ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารนานกว่าหนังสือพิมพ์

ข้อจำกัดของนิตยสาร

- 1) ราคาต่อหน่วยของนิตยสารแพงกว่าหนังสือพิมพ์
- 2) การจัดจำหน่ายและเผยแพร่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม
- 3) ขาดความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์เพราะอาจออกเป็นรายเดือนหรือรายปักษ์
- 4) มีราคาแพงประชาชนบางกลุ่มอาจไม่สามารถซื้อหรือจับจ่ายได้
- 5) มีจำนวนจำหน่ายและเผยแพร่ค่อนข้างน้อย

1.1.3 สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ (Specialized)

หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในกิจการใดกิจการหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะเรื่อง สำหรับผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Special Audience Publication) เป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในวงที่จำกัด เพื่อวัตถุประสงค์ในเชิงการสื่อสารการตลาด หรือโฆษณาส่งเสริมการขายการประชาสัมพันธ์ หรือแม้แต่เพื่อการสร้างมวลชนสัมพันธ์ก็ตาม ทั้งนี้มักจะใช้สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจควบคู่ไปกับสื่อมวลชน (Mass Media) (สุรสิทธิ์ วิทยารัตน์, 2546)

1.2 สื่อโทรทัศน์ (Television)

เป็นสื่อที่เจริญรุดหน้ามากสามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูดข้อเขียนและรูปภาพ เป็นทั้งภาพสีขาวดำและภาพนิ่งภาพยนตร์และอื่นๆถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมากและส่งภาพในระยะทางไกลๆ ได้ด้วยรายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุมีความหลากหลายโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก

ข้อดีของโทรทัศน์

- 1) ดึงดูดความสนใจได้มากเพราะสามารถทดแทนได้ทั้งหนังสือพิมพ์วิทยุและภาพยนตร์
- 2) ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง
- 3) ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็วทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ
- 4) สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์เช่นรายการสารคดีการสาธิตทางวิชาการต่างๆ

ข้อจำกัดของโทรทัศน์

- 1) ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น
- 2) เมื่อพลาดรายการก็ไม่สามารถจะชมได้อีกนอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป
- 3) เป็นการสื่อสารทางเดียว

1.3 สื่อวิทยุ (Radio)

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็วและเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมากเป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศประชาชนมีใช้มากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกลและยังไม่มีไฟฟ้าใช้มีหลากหลายรายการทั้งข่าวสารบันเทิงรายการเพลงสารคดี

ข้อดีของวิทยุ

- 1) มีราคาถูกมีความรวดเร็วแม้จะอยู่ห่างไกลจากสถานีก็ตาม
- 2) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวางมาก
- 3) ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟังสร้างความใกล้ชิด

4) ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์และเป็นสื่อที่จูงใจได้ง่ายเพราะเน้นจังหวะลีลาที่ใสอารมณ์ทำให้ผู้ฟังจินตนาการและมีความรู้สึกร่วมด้วย

5) สามารถฟังไปด้วยและทำงานอื่นไปด้วยได้

ข้อจำกัดของวิทยุ

1) ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มากเพราะต้องพูดให้สั้นกระชับเข้าใจง่าย

2) ไม่มีความคงทนถาวรถ้าผู้ฟังพลาดรายการไปก็ไม่สามารถจะรับฟังได้อีก

3) ถ้ามีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก

4) ต้องฟังอย่างมีสมาธิจึงจะได้ใจความทั้งหมด

5) เป็นการสื่อสารทางเดียวไม่สามารถโต้ถามเรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้

1.4 สื่อโสตทัศน์ (Audio Visual Media)

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียงมีลักษณะคือภาพยนตร์ (Films) หรือวิดีโอ (Video)

ภาพยนตร์มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่นๆ เช่นภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหวเป็นชุดภาพโปร่งแสง ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่างๆ ที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะกับงานแต่ละแบบภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ทางด้านบันเทิงเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจและทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นานเพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อมๆ กัน

ข้อดี

1) มีทั้งแสงสีเสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรีทำให้ประทับใจและจดจำ

2) สามารถเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉายอยู่

3) สามารถสอดแทรกความคิดเห็น เป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย

4) สามารถเสนอภาพในอดีตที่เราไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก

5) ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากการถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

ข้อจำกัดของภาพยนตร์

1) ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการถ่ายทำภาพยนตร์สูงมาก

2) ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายจำนวนมากๆ ได้ชมได้ในจำนวนจำกัดเพราะผู้ชมอยู่ในห้องฉายภาพยนตร์เท่านั้น

3) มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์และห้องฉายภาพยนตร์

1.5 สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุดเริ่มใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลกเป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไปเครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูดกริยาท่าทางการแสดงออกทางอากัปกิริยาวิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลักด้วยวิธีการสนทนาอภิปรายบรรยายสาธิตประชุม

คำพูด (Spoken Word) ถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้วและทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวันในงานอาชีพในชีวิตส่วนตัวสื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัวการพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้

ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจดังนั้นคำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ข้อดีของสื่อบุคคล

1) เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้วไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อแบบสื่ออื่นๆ
2) ทำให้ผู้พูดและฟังเห็นหน้าตาบุคลิกสีลาท่าทางน้ำเสียงประกอบการพูดซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูงและสร้างความสนใจได้มากกว่า

3) เป็นการสื่อสารสองทางทั้งผู้พูดและผู้ฟังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที

4) ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะกับผู้ฟังได้ทันที

5) เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่สลับซับซ้อนหรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว
ข้อจำกัดของสื่อบุคคล

1) ไม่มีความคงทนถาวรพูดแล้วก็ผ่านไป

2) ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมากๆได้

3) หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจูงใจจะทำให้การพูดล้มเหลวได้

2. สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. and Marshall D. P. 2003: 40-41)

ประเภทของสื่อใหม่ (New media)

วินคาว่าโมโต้ (Kevin Kawamoto, 1997 : 3) ได้ให้ความหมายของ “สื่อใหม่” (New Media) ว่าหมายถึงระบบการสื่อสารหรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายในระดับโลก

Rogers (1995 : 23) ได้นิยามสื่อใหม่ (New Media) ว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมากผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง จะเห็นได้ชัดเจนว่า จากยุคดั้งเดิมมนุษย์สื่อสารตัวต่อตัวโดยใช้คำพูด และการใช้สัญลักษณ์ต่อมา การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการพัฒนาการทางการสื่อสารมากขึ้นทำให้เกิดการสื่อสารกันผ่านสื่อมวลชน (MassMedia) มากขึ้นจึงเกิดสื่อมวลชนขึ้นมาหลายประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์หนังสือพิมพ์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันการสื่อสารเน้นเป็นแบบเฉพาะเจาะจงต่อบุคคลมากขึ้นแต่ก็มีความหลากหลายได้ในเวลาเดียวกัน เราเรียกการสื่อสารรูปแบบนี้ว่า “สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์” หรือ “โซเชียลมีเดีย” (SocialMedia) เช่น Facebook Twitter YouTube Instagram เป็นต้น

ธิดาพร ชนะชัย (2550 : 1-3) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่ (New media) โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

- Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติกเชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม

- สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่
- สื่อสร้างสรรค์ชิ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่างโดยเน้น Creativity

Innovation

สรุปได้ว่าสื่อใหม่ (New Media) หมายถึงสื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อกหรือสื่อดั้งเดิมมาเป็นระบบดิจิทัลทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกันคือภาพเสียงและข้อความไปพร้อมกันเช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้นและสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น

สำหรับรูปแบบของสื่อใหม่จะมีลักษณะเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบันและมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคตโดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อซึ่งสามารถสรุปรูปแบบสื่อใหม่ที่ผู้คนรู้จักหรือนิยมใช้กันโดยทั่วไปได้ดังนี้

- 2.1 อินเทอร์เน็ต (Internet)
- 2.2 อีเมล (E-mail)
- 2.3 สื่อเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
- 2.4 สื่อสังคม (Social Media Site) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media)
- 2.5 วิดีโอเกม (Video game) และโลกเสมือนจริง (Virtual World)
- 2.6 บล็อก (Blog) และวิกิ (Wiki)
- 2.7 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

สื่อใหม่แสดงให้เห็นด้านบวกของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มศักยภาพและความรวดเร็วในการสื่อสารให้เกิดขึ้น ขณะเดียวกันก็ได้เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ค่านิยม การรับรู้ตนเองและการมองโลกให้เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชน โดยสื่อใหม่ได้สร้างและกำหนดตัวตนและอัตลักษณ์ของเยาวชนในยุคปัจจุบัน (ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน, 2556 : 10)

3. ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมนี้ เป็นแนวคิดของ แบนดูรา (Bandura, 1977 อ้างถึงใน ภัทรธิดา ผลงาม, 2544 : 28 - 31) ซึ่งมีความเชื่อว่าพฤติกรรมมนุษย์ นอกเหนือจากปฏิกิริยาสะท้อนเบื้องต้นแล้วเกิดจากการเรียนรู้ทั้งสิ้น และการเรียนรู้พฤติกรรมใหม่เหล่านั้นสามารถเรียนรู้ได้โดยประสบการณ์ตรงหรือไม่ก็โดยการสังเกต องค์ประกอบทางชีววิทยามีบทบาทสำคัญในกระบวนการเรียนรู้โดยพฤติกรรมนั้นก็คือองค์ประกอบในตัวบุคคลมีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้พฤติกรรม ในการอธิบายกระบวนการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์

แบนดูรา นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน เป็นผู้พัฒนาทฤษฎีนี้ขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าของตนเองเดิมใช้ชื่อว่า "ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม" (Social Learning Theory) ต่อมาเขาได้เปลี่ยนชื่อทฤษฎีเพื่อความเหมาะสมเป็น "ทฤษฎีปัญญาสังคม" ซึ่งเน้นหลักการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) โดยเกิดจากการที่บุคคลสังเกตการกระทำของผู้อื่นแล้วพยายามเลียนแบบพฤติกรรมนั้น ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางสังคมเราสามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน เช่น การออกเสียง การขับรถยนต์ การเล่นเกมกีฬาประเภทต่างๆ เป็นต้น

แบนดูรา ได้อธิบายรูปของการมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่องระหว่างพฤติกรรม องค์ประกอบส่วนบุคคลและองค์ประกอบทางสิ่งแวดล้อม โดยที่องค์ประกอบทั้ง 3 นี้จะมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน กล่าวคือ พฤติกรรมของมนุษย์สามารถกำหนดสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมก็สามารถกำหนด พฤติกรรม พฤติกรรมสามารถกำหนดองค์ประกอบส่วนบุคคล องค์ประกอบส่วนบุคคลก็สามารถกำหนด พฤติกรรมได้เช่นกัน ในทำนองเดียวกันองค์ประกอบทางสิ่งแวดล้อมและองค์ประกอบส่วนบุคคลก็มี อิทธิพลซึ่งกันและกัน

แบนดูรา ได้กล่าวถึงตัวกำหนดพฤติกรรมว่า มี 2 ประการ คือ ตัวกำหนดพฤติกรรมที่เป็นสิ่งเร้า ซึ่งได้แก่เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมการเกิดเหตุการณ์ต่างๆในสิ่งแวดล้อมซ้ำๆ มนุษย์ จะคาดการณ์ไว้ว่า ถ้ามีเหตุการณ์หนึ่งเกิดขึ้นจะมีเหตุการณ์อะไรตามมาและตัวกำหนดพฤติกรรมอีก ประการหนึ่ง คือ ตัวกำหนดที่เป็นผล ซึ่งได้แก่ผลของการกระทำมนุษย์จะเลือกกระทำพฤติกรรมที่ ได้รับผลทางบวก และจะหลีกเลี่ยงการกระทำพฤติกรรมที่จะได้รับผลทางลบ

วิธีการเรียนรู้พฤติกรรมของมนุษย์ แบนดูราได้กล่าวว่า วิธีการเรียนรู้พฤติกรรมของมนุษย์มี 2 วิธี คือ การเรียนจากผลของการกระทำ และวิธีการเรียนรู้จากการเลียนแบบ โดยที่การเรียนรู้จากผลของ การกระทำเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ซึ่งจะทำหน้าที่ 3 ประการ คือการให้ข้อมูล จูงใจ และ เสริมแรง ส่วนการเรียนรู้จากการเลียนแบบเป็นการเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบกระทำพฤติกรรม ซึ่ง เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ทางอ้อม การเรียนรู้จากตัวแบบอาศัยกระบวนการเรียนรู้จากการสังเกต เป็นผลสำคัญ ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ กระบวนการใส่ใจกระบวนการเก็บจำ กระบวนการทางกาย และกระบวนการจูงใจ

นอกจากนี้ ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมแบนดูรา ยังได้กล่าวถึงการควบคุมพฤติกรรมด้วย ปัญญาไว้ว่า การเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมและผลของการกระทำจะอยู่ในรูปของความเชื่อ และความคาดหวัง ซึ่งเป็น กระบวนการทางปัญญา ความเชื่อและความหวังนี้จะทำหน้าที่ควบคุมหรือ กำกับ การกระทำของมนุษย์ในเวลาต่อมา การควบคุมพฤติกรรมด้วยปัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง 3 ประการ คือ ความเชื่อเกี่ยวกับกฎเกณฑ์เงื่อนไข การคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถ ของตนเองและผลที่จะเกิดขึ้นและสิ่งจูงใจ

ขั้นตอนของการเรียนรู้โดยการสังเกตประกอบด้วย

1. ขั้นให้ความสนใจ (Attention Phase) ถ้าไม่มีขั้นตอนนี้การเรียนรู้อาจจะไม่เกิดขึ้น เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนให้ความสนใจต่อตัวแบบ (Modeling) ความสามารถ ความมีชื่อเสียงและ คุณลักษณะเด่นของตัวแบบจะเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้เรียนสนใจ

2. ขั้นจำ (Retention Phase) เมื่อผู้เรียนสนใจพฤติกรรมของตัวแบบจะบันทึกสิ่งที่ สังเกตได้ไว้ในระบบความจำของตนเองซึ่งมักจะจดจำไว้เป็นจินตภาพเกี่ยวกับขั้นตอนการแสดง พฤติกรรม

3. ขั้นปฏิบัติ (Reproduction Phase) เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนลองแสดงพฤติกรรมตามตัว แบบซึ่งจะส่งผลให้มีการตรวจสอบการเรียนรู้ที่ได้จดจำไว้

4. ขั้นจูงใจ (Motivation Phase) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นแสดงผลของการกระทำ (Consequence) จากการแสดงพฤติกรรมตามตัวแบบถ้าผลที่ตัวแบบเคยได้รับ (Vicarious Consequence) เป็นไปในทางบวก (Vicarious Reinforcement) ก็จะจูงใจให้นักศึกษาอยากแสดง

พฤติกรรมตามแบบ ในทางตรงกันข้ามถ้าเป็นไปในทางลบ (Vicarious Punishment) นักศึกษาก็มักจะงดเว้นการแสดงพฤติกรรมนั้น

การนำหลักการมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาอิทธิพลของอาจารย์และเพื่อน ซึ่งเมื่ออยู่ในห้องเรียนอาจารย์จะเป็นตัวแบบที่มีอิทธิพลมากที่สุด ขณะเดียวกันเพื่อนในชั้นเรียนย่อมมีอิทธิพลต่อการเลียนแบบสูงเช่นกัน อาจารย์ควรพยายามเป็นแบบอย่างเพื่อจูงใจให้ผู้เรียนสนใจและเลียนแบบเพื่อนที่มีพฤติกรรมที่ดีมากกว่าผู้ที่มีพฤติกรรมไม่ดี

ซูติมา ชุณหากัญจน์ (2550 : 27 - 28) ได้ศึกษาถึง การเลียนแบบ(imitation)ว่าเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งของการเรียนรู้ทางสังคม เป็นการเรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำของบุคคลอื่น โดยสิ่งมีชีวิตจะเลียนแบบการกระทำพฤติกรรมแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่นๆ ซึ่งพฤติกรรมเลียนแบบที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลงระบบการรับรู้ร่วมกับสิ่งที่เลียนแบบ โดยสังเกตจากรูปแบบการแต่งกาย การพูด ท่าทาง และการยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติตามตัวแบบ (Model) หรือกลุ่มเพื่อน ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมใหม่ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือมีแนวโน้มในการคงพฤติกรรมไว้ และรับรู้ในผลที่จะเกิดขึ้นจากการเลียนแบบนั้น

Burk (1991 : 11 - 13) กล่าวว่า การเลียนแบบการแต่งกายของวัยรุ่น ทั้งการเลียนแบบบุคคลที่ตนชื่นชอบ และกลุ่มเพื่อน เพื่อแสดงถึงสิ่งที่ตนมุ่งหวังให้บุคคลทั่วไปรับรู้ในการเป็นสมาชิกจากรูปแบบการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เหมือนกัน โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. Imitation เป็นการแสดงปฏิกิริยาที่ออกมาเป็นปฏิกิริยาท่าทางอย่างตรงๆ (Direct mechanical response of behavior) เป็นการเลียนแบบจากภายนอก เช่น การเลียนแบบท่าทางการแต่งกาย ฯลฯ
2. Identification เป็นการเลียนแบบที่เน้นหนักไปด้านจิตใจ โดยผู้เลียนแบบมีความต้องการบางอย่างทางจิตใจที่จะเหมือนตัวต้นแบบและจะเลือกเอาคุณลักษณะบางประการของตัวต้นแบบมาเป็นของตน

4. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม

ทัศนคติ (Attitude) เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญมากส่วนหนึ่งทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร ซึ่งมีการนำคำนี้มาใช้อย่างแพร่หลาย โดยได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ทัศนคติ” ไว้ดังนี้

Carter V. Good (1959 : 48) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งของใดๆ

Howard H. Kendler (1963 : 572) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด

นอกจากนี้พบว่า Gibson (อ้างถึงใน แพรกัทร ยอดแก้ว, 2555 : 31) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติเป็นตัวตัดสินพฤติกรรมที่มีทั้งความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลหนึ่งต่อบุคคลอื่นๆ ต่อวัตถุหรือต่อสถานการณ์ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์

Schermerhorn (อ้างถึงใน รัตนา สว่างวัฒนานนท์, 2554 : 15) ให้ความหมายทัศนคติว่าเป็นการวางแนวความคิด ความรู้สึก ให้ตอบสนองในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อคนหรือต่อสิ่งของ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

Newstrom and Davis (อ้างถึงใน ภัทรธร จันวันดี, 2556 : 23) ให้ความหมายไว้ว่าทัศนคติเป็น ความรู้สึกหรือความเชื่อ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ตัดสินว่าบุคคลรับรู้สภาวะแวดล้อมของพวกเขายังไง และผูกพันกับการกระทำของพวกเขา หรือมีแนวโน้มของการกระทำอย่างไร และสุดท้ายมีพฤติกรรมอย่างไร

สรุปได้ว่าทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่บุคคลมีต่อบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ต่างๆ ในด้านการประเมินค่าจนเกิดเป็นปฏิกิริยาตอบสนองทางด้านพฤติกรรม โดยทัศนคติจะสามารถเรียนรู้ได้หรือจัดการได้ด้วยประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

4.1 องค์ประกอบของทัศนคติ

ทิตยา สุวรรณชฎ (2547 : 603 - 604) ได้กล่าวไว้ว่าองค์ประกอบของทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

4.1.1 องค์ประกอบด้านสติและเหตุผล (Cognitive component) หมายถึง การที่บุคคลนำเอาคุณค่าทางสังคมจากการที่ได้รับการอบรมสั่งสอน และถ่ายทอดจากสังคมที่เขาอยู่มาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลกับคน สิ่งของ หรือเรื่องราวใด ๆ ที่บุคคลจะต้องประเมิน

4.1.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective component) หมายถึง อารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลที่ชอบหรือไม่ชอบ รักหรือเกลียดหรือกลัว

4.1.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component) หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลพร้อมจะแสดงออกต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรม (Actiontendency) โดยแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมนี้จะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับส่วนของความรู้สึกตลอดจนสติและเหตุผล

4.2 ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

4.2.1 ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดๆ รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการใดๆ

4.2.2 ทัศนคติเชิงลบ คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ อาจมีความระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคล เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการใดๆ

4.2.3 ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การ

กระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้ามีทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของ ความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ไป

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

นักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายๆ ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและ พฤติกรรมของบุคคล ดังนี้ (ประภาพรเพ็ญ สุวรรณ, 2526 : 35 - 37)

Sugar ศึกษาพบว่า ทัศนคติอย่างเดียวไม่สามารถทำนายการปฏิบัติได้ ทัศนคติต้อง พิจารณาร่วมกับบรรทัดฐานของสังคม และนิสัยของบุคคลนั้นด้วย

Homan, David and Triandis ศึกษาพบว่า องค์ประกอบของทัศนคติทางการ ปฏิบัติ จะมีผลต่อการคาดคะเนพฤติกรรมของบุคคลได้ดีกว่าองค์ประกอบด้านอื่นๆ

จากการศึกษาของ Prescott พบว่าพฤติกรรมการปฏิบัติหลายๆ เป็นผลมาจากทัศนคติ หลายอย่าง ทัศนคติหนึ่งอาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติหลายอย่าง และทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่งจะ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสิ่งอื่นๆ ด้วย

ดังนั้นความสัมพันธ์ของแนวคิดกระบวนการสื่อสารกับแนวคิดของการเกิดทัศนคติความ คิดเห็นและพฤติกรรมจึงมีความเกี่ยวเนื่องกัน โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งสื่อเป็นปัจจัยหนึ่งที่ อยู่ในวิถีชีวิตของเยาวชนและส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นและพฤติกรรม โดยไม่สามารถป้องกันสื่อที่สร้าง ผลกระทบด้านลบกับชีวิตเยาวชนได้ ขณะเดียวกันสื่อก็เป็นเครื่องมือในการเปิดโลกทัศน์ การเข้าถึง ข้อมูลและให้การรับรู้ถึงสิ่งต่างๆในโลกใบนี้ได้ อิทธิพลของสื่อจึงมีผลกับชีวิตในระดับเซลล์สมอง ใน ระดับจิตวิญญาณ แต่ปรากฏการณ์ที่ผ่านมานั้น เยาวชนส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้ผู้เสพสื่อ สื่อจึงเป็นส่วนหนึ่ง ของเยาวชน และเยาวชนเป็นส่วนหนึ่งของสื่อ เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับเยาวชนแน่นแฟ้นเช่นนี้ แล้ว พลังของสื่อย่อมมีอำนาจเหนือกว่าพลังของเยาวชนเป็นแน่

ในการศึกษาทฤษฎีทางด้านสื่อมวลชนพบว่า นักคิดส่วนใหญ่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อ ตามที่ทฤษฎีกระสุนปืน (Magic Bullet Theory) ที่มีต้นกำเนิดของทฤษฎีมาจากภาคปฏิบัติการพิเศษ ชนิดหนึ่งที่เรียกว่า “การโฆษณาชวนเชื่อ” (Propaganda) โดยแนวคิดนี้เชื่อว่า “สื่อมีอิทธิพลอย่าง มหาศาล” ต่อผู้รับสาร สิ่งใดที่ใส่ไว้ในสื่อจะสามารถพุ่งเข้าไปใส่ผู้รับสารได้อย่างได้ผลทันทีทันใด

นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์ที่ทวนหลังแนวคิด “การโฆษณาชวนเชื่อ” คือ Behaviorism ที่มีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Stimulus Response Theory หรือ S-R Theory ที่อธิบาย พฤติกรรมของสัตว์และสามารถนำมาใช้อธิบายกับมนุษย์ได้เช่นกัน ดังนั้นตัวสื่อจะทำหน้าที่ประจูดจิ่งเร็ว ภายนอก (Stimulus) ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง (Respond) แบบต่างๆ ได้

และอีกทฤษฎีที่สำคัญคือ Freudianism โดย Freud เชื่อว่า การกระทำต่างๆของมนุษย์ มีผลมาจากกระบวนการทำงานทางจิตของมนุษย์เอง ซึ่งประกอบด้วย 3 ระบบ ได้แก่ Id เป็นตัวแทน ของสัญชาตญาณที่เป็นความต้องการที่ไร้เหตุผลของมนุษย์ Superego ซึ่งเป็นตัวแทนของกฎระเบียบ ทางสังคม และ Ego ซึ่งเป็นผู้ประสานความต้องการระหว่าง 2 ฝ่าย

จากแนวคิดดังกล่าวนักทฤษฎีด้านการโฆษณาชวนเชื่อได้นำเอาทฤษฎี Freudian มาใช้อธิบายผลในทางลบที่เกิดจากอิทธิพลของสื่อมวลชน ว่างานโฆษณาชวนเชื่อและโครงการประชาสัมพันธ์ รณรงค์ใดๆ ที่จะใช้ให้ได้ผลก็คือ งานที่สามารถจะกระตุ้นพลังจาก Id ให้ตื่นตัวขึ้นมาจน Ego ไม่อาจ ควบคุมได้

ดังนั้นจากปัญหาที่นักศึกษานิยมแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาที่ผิดระเบียบต่างๆ ที่มหาวิทยาลัยต่างๆ มีนโยบายกวดขันการแต่งกายที่ถูกระเบียบนั้น ส่วนหนึ่งมาจากพฤติกรรมการเลียนแบบภาพในสื่อมวลชนที่ผู้รับสารได้รับสารจากสื่อต่างๆ มานั่นเอง

5. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึงวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้นเมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือวิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง, 2521 : 2)

ประมะ สตะเวทิน (2546 : 112 - 114) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน โดยคุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสารอย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหาหรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมากเนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีจำนวนน้อยเราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมากเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วยดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุเพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจการศึกษาศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการรับรู้การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น (กิตติมา สุรสุนธิ, 2541 : 15 - 17)

1. เพศ (Sex) จากการวิจัยทางจิตวิทยา แสดงให้เห็นว่าหญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระความถนัด สภาวะทางจิตใจอารมณ์ความคิดค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ (Age) เป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ของบุคคลดังกล่าวที่ผู้ใหญ่อาบนำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝน หรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานซืน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดเห็นความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคลคนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) หรือความรู้เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกันในระบบการศึกษาที่แตกต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน ระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายๆ เรื่องและสามารถเข้าใจสารได้ดี จึงเป็นผลทำให้คนที่มีการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

4. สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัวอาชีพ รายได้ และฐานะทางการเงิน ในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อปฏิกริยาของผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกัน ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน ขณะที่คนที่มีประสบการณ์ที่ต่างกัน ย่อมมีทัศนคติค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

6. ระเบียบการแต่งกายของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตว่าด้วยเครื่องแบบและเครื่องแต่งกายของนักศึกษา พ.ศ. 2547 (<http://sdulaw.dusit.ac.th/main/wp-content/regular/file/2547-27.pdf> สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2561)

โดยที่เป็นการสมควรออกข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องแบบและเครื่องแต่งกายของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 18 (2) และมาตรา 62 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏพ.ศ.2547สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตจึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตว่าด้วยเครื่องแบบและเครื่องแต่งกายของนักศึกษา พ.ศ. 2547”

ข้อ 2 ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ 3 ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

“นักศึกษา” หมายถึงนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

“อธิการบดี” หมายถึงอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ข้อ 4 เครื่องแบบปกติของนักศึกษาชายตามแบบท้ายข้อบังคับนี้

(1) เสื้อเชิ้ตแขนสั้นสีขาวมีแถบสีดำขนาดกว้างครึ่งนิ้วยาวตลอดแขนชายปักชื่อมหาวิทยาลัยบนแถบหรือเสื้อเชิ้ตแขนยาวสีขาวทั้งนี้ความยาวของตัวเสื้อสามารถใส่ไว้ในกางเกงได้สะดวก

(2) กางเกงขายาวแบบสากลสีดำหรือสีกรมท่า

(3) ถุงเท้าสีดำไม่มีลวดลาย

(4) รองเท้าหนังหรือวัสดุแทนหนังหุ้มส้นหัวปิดสีดำ

(5) เข็มขัดหนังสีดำขนาดกว้าง 3.5 เซนติเมตรหัวเข็มขัดเครื่องหมายมหาวิทยาลัย

ข้อ 5 เครื่องแบบปกติของนักศึกษาหญิงตามแบบท้ายข้อบังคับนี้

(1) เสื้อเชิ้ตแขนสั้นสีขาวมีแถบสีดำขนาดกว้างครึ่งนิ้วยาวตลอดแขนชายปักชื่อมหาวิทยาลัยบนแถบประกอบด้วยติดกระดุมโลหะเครื่องหมายมหาวิทยาลัย 5 เม็ดประดับเข็มเครื่องหมายมหาวิทยาลัยที่หน้าอกซ้ายความยาวของตัวเสื้อสามารถใส่ไว้ในกระโปรงได้สะดวก

(2) กระโปรงผ้าสีดำหรือสีกรมท่าไม่ม่นาวเรียบร้อยไม่มีลวดลาย

(3) รองเท้าหนังหรือวัสดุแทนหนังหุ้มส้นหรือมีสายรัดส้นหัวปิดแบบสุภาพสีดำสีน้ำตาล

ความสูงไม่เกิน 5 เซนติเมตร

(4) เข็มขัดหนังสีดำขนาดกว้าง 3.5 เซนติเมตร หัวเข็มขัดเครื่องหมายมหาวิทยาลัย

ข้อ 6 ในกรณีมีงานพิธีหรือกรณีอื่นตามประกาศของมหาวิทยาลัยให้นักศึกษาชายสวมเครื่องแบบปกติตามข้อ 4 และผูกเนคไทตามแบบข้อบังคับนี้ ส่วนนักศึกษาหญิงให้สวมเครื่องแบบปกติตามข้อ 5 และติดกระดุมคอตามแบบท้ายข้อบังคับนี้ ทั้งนี้มหาวิทยาลัยอาจกำหนดสีของกางเกงกระโปรงให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยได้

ข้อ 7 การแต่งกายของนักศึกษาภาคสมทบให้อนุโลมแต่งกายตามข้อ 4 หรือข้อ 5 แล้วแต่กรณีหรือให้ปฏิบัติดังนี้

(1) แต่งกายสุภาพ (ไม่สวมเสื้อยืดคางเกงขาสั้นกางเกงขาวรัดรูปและไม่สวมรองเท้าแตะทุกชนิด)

(2) ตัดบัตรแสดงตัวนักศึกษาทุกครั้งที่เข้ามหาวิทยาลัย

ข้อ 8 ในวันที่มีการเรียนวิชาทหารหรือมีกิจกรรมอื่นๆ ให้นักศึกษาแต่งกายตามระเบียบการแต่งกายของกรมการรักษาดินแดนหรือตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดแล้วแต่กรณี

ข้อ 9 หากนักศึกษาแต่งกายไม่เป็นไปตามข้อบังคับนี้หรือไม่สุภาพมหาวิทยาลัยอาจไม่ให้เข้าเรียน เข้าสอบ เข้าร่วมกิจกรรม ตลอดจนขอรับบริการใดๆ จากมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งมีประกาศของมหาวิทยาลัยที่คล้ายคลึงกันจึงขอแนะนำระเบียบการแต่งกายของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตเพียงแห่งเดียว

โดยสรุปในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะได้นำแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนั้นศึกษาถึงอิทธิพลของสื่อที่มีการเผยแพร่เนื้อหาที่มีลักษณะการจูงใจ การเกลี้ยกล่อม การเสนอแนะ เป็นต้น ในสื่อหรือช่องทางการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อความคิด ทักษะคิด หรือพฤติกรรมกรรมการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาที่ถูกกฎระเบียบมหาวิทยาลัยของผู้รับสารโดยสื่อคือ ช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาภาพการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาไปสู่ผู้รับสาร ในหลากหลายประเภทได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) และสื่อสังคมออนไลน์ (Online Social media) เมื่อผู้รับสารมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารและความบ่อยครั้งเกี่ยวกับการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาจากสื่อ ก็จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเปลี่ยนแบบ โดยสื่อจะทำให้ความรู้สึกนึกคิดชอบหรือไม่ชอบต่อเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาทั้งที่ถูกและผิดกฎระเบียบการแต่งกายมีแตกต่างกัน ทั้งนี้จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม อาจส่งผลให้การแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาที่ถูกต้องตามกฎระเบียบการแต่งกายที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำหนดไว้แตกต่างกัน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สินนภา ภูสว่าง (2544) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารแฟชั่นที่ต่างกัน และตัวแปรที่สำคัญที่สุดที่อธิบายแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่น คือ ทักษะคิด

อาคม สวัสดิ์มงคล (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการแต่งกายของนักศึกษากรณีศึกษา สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี พบว่า นักศึกษา เพื่อนนักศึกษา ผู้ปกครอง อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ในคณะที่สังกัด ผู้บริหารสถาบันสังคม/สภาพแวดล้อม สื่อมวลชน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการแต่งกายนักศึกษา สำหรับพฤติกรรมกรรมการแต่งกายของนักศึกษา ส่วนใหญ่แต่งกายเรียบร้อย

ถูกต้องตามระเบียบของสถาบัน แต่ก็มีนักศึกษาบางส่วนที่มีจำนวนค่อนข้างมาก แต่งกายผิดระเบียบ สถาบัน ส่วนพฤติกรรมด้านวินัยของนักศึกษามีปัญหาค่อนข้างน้อย แต่ก็มีนักศึกษาบางส่วนที่มีจำนวนมากพอสมควร มีพฤติกรรมที่ไม่ค่อยเหมาะสม สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาการแต่งกายและวินัยของนักศึกษา ทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันตั้งแต่ ตัวนักศึกษาต้องรู้จักตนเอง อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนนักศึกษา รวมทั้งประชาคมจังหวัดอุบลราชธานีในกลุ่มต่างๆ จะต้องช่วยกันแก้ไขปัญหา โดยจะต้องมีจิตสำนึกต่อชุมชน สังคม มีการกำหนดนโยบาย หรือมาตรการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม กำหนดผู้ที่รับผิดชอบ มอบหมายอำนาจหน้าที่ในการแก้ไขปัญหา สนับสนุนงบประมาณตามสมควร บริหารจัดการโดยมุ่งเน้นผลงานเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา มีการประเมินผลเป็นระยะ ๆ และนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงวิธีการทำงานให้ดียิ่งๆ ขึ้นต่อไป

ศวิตา ธรรมพิทักษ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การแต่งกายตามกฎของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 1)นิสิตนักศึกษาที่มีเพศ ประเภทมหาวิทยาลัย และสาขาวิชาที่ศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน 2)การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ 3)การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ 4)การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎ 5)ความรู้เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ 6)ความรู้เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎ 7)ทัศนคติเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎ 8)นิสิตนักศึกษาที่มีเพศ อายุ และชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

บุญสม ศรีกรีน และชัยศักดิ์ คล้ายแดง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ยังแต่งกายไม่ถูกกฎระเบียบของทางมหาวิทยาลัย อีกทั้งสิ่งแวดล้อมภายนอกยังมีอิทธิพลต่อการแต่งกายชุดนักศึกษา ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลจากด้านแนวโน้มแฟชั่น ด้านดารานักร้อง ด้านกลุ่มเพื่อน โดยผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถนำไปพัฒนาการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ให้ดียิ่งขึ้น ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปคือ ควรศึกษาถึงแรงจูงใจใดที่สามารถทำให้นักศึกษาปฏิบัติตาม ศึกษาถึงการแต่งกายที่ดี และข้อดีของการแต่งกายที่ถูกกฎระเบียบ

ปวีณสุดา บุญชานินทร์ และปฐมพงษ์ ชัยวงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “สาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาศูนย์การจัดการศึกษาพิเศษ (จอมทอง)” เพื่อหาสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาศูนย์การจัดการศึกษาพิเศษ (จอมทอง) และศึกษาพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาภาคพายัพเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักศึกษาปริญญาตรีศูนย์การจัดการศึกษาพิเศษ (จอมทอง) จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่าพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยด้านพันธุกรรมสภาพร่างกาย และด้านการรับรู้และทัศนคติอยู่ในระดับมากส่วนด้านอื่นๆจะอยู่ในระดับปานกลางซึ่งนักศึกษาชายและ

นักศึกษาหญิงในภาพรวมมีพฤติกรรมการแต่งกายอยู่ในระดับปฏิบัติปานกลางและจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศและสถานที่พักพบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาส่วนอายุชั้นปี รายได้ต่อเดือนและเกรดเฉลี่ยสะสมไม่มีผลต่อการแต่งกายของนักศึกษาส่วนปัจจัยเสริมที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาได้แก่ครอบครัวกลุ่มเพื่อนและกลุ่มอาจารย์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมโดยการอบรมเพื่อปรับทัศนคติการแต่งกายของนักศึกษารวมถึงการพูดคุยกับนักศึกษาโดยตรงและควรมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาเพื่อแก้ไขสาเหตุพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี