

การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของวัยรุ่นชายผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย*

Analysis of Male Teenagers' Identity through Consuming Behavior of Sign Happening in Thai Films

พลศักดิ์ อุดมโกชน์**

พิทักษ์ ศิริวงศ์***

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของวัยรุ่นชายผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชาย การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์ไทย รวมทั้งสิ้น 5 เรื่อง ได้แก่ เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย ปิดเทอมใหญ่ หัวใจว้าวุ่น สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก ห่วยขั้นเทพ และรักเจ็ดปี ดีเจ็ดหน ผลการวิจัยพบว่าการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชายที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยทั้งสิ้น 5 เรื่อง พบว่า 1) ป้อมมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์คือ การติกลองชุด การจัดคอนเสิร์ตเล่นของสูง และการรับประทานคาน้ำหมูกรอบ 2) โจ้มีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์คือ การรับชมภาพยนตร์เรื่องทุกหัวใจมีรัก การชูป้ายเลียนแบบ และการให้ยืมภาพยนตร์ดีวีดีเรื่องขอเพียงหัวใจไม่ให้ไกลกัน 3) พีโซนมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์คือ การสวมใส่ชุดนักฟุตบอล การถ่ายภาพ และการนำภาพเก็บไว้ในสมุดรวบรวมภาพ 4) เป๋มีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์คือ การเล่นเกม และ 5) พีป่วนมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์คือ การใช้สมาร์ทโฟนและการรับประทานขนมโมจิไอศกรีมร้านคานะโมจิ

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ พฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

* ได้รับทุนจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

** นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

The research on the analysis of male teenagers' identity through the consuming behavior happening in Thai films had the purpose in studying identity making through leading male actors' consuming behavior of sign. This was a qualitative research using content analysis on Thai films which were Season Change, Hormones, Crazy Little Thing Called Love, Suck Seed, Seven Something.

The results from five films were found that: 1) to make an identity through the consuming behavior of sign by Pom was to play drums, to see Big Ass concert, and to eat fried kale with crispy; 2) to make an identity through the consuming behavior of sign by Jo was to watch films, Love Actually, to show the copy sign board, and to lend DVD, Circle of Friends; 3) to make an identity through the consuming behavior of sign by Chone was to wear football shirt and to collect photos in a collecting book; 4) to make an identity through the consuming behavior of sign by Ped was to play the bass guitar; 5) to make an identity through the consuming behavior of sign by Puan was to use a smart phone and to eat some Moji ice cream at Kane Moji Ice Cream restaurant.

บทนำ

วัยรุ่นเป็นช่วงวัยที่มีความสำคัญ และเป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างการพัฒนาจากวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ วัยรุ่นมีความจำเป็นในการปรับตัวหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม เริ่มสนใจเพศตรงข้าม สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ตลอดจนค้นคว้าศึกษาหาความรู้ที่ตนเองถนัด (วัฒนา พัทธราวิช, 2543: 2-4) รวมทั้งความต้องการเรียนรู้ความเป็นตัวของตัวเอง เป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อน แต่กระนั้นในบางครั้ง ก็เกิดความไม่แน่ใจในบทบาทของตนเอง ว่าต้องการแสดงบทบาทใดในสังคม ซึ่งเห็นได้ว่า วัยรุ่นต้องการแสวงหาอัตลักษณ์ของตนเอง เพื่อให้รู้แน่ว่าตนเองนั้น เป็นคนแบบไหน มีความสามารถอย่างไร และดำเนินชีวิตของตนต่อไปในทิศทางใด ถ้าในขณะนี้วัยรุ่นประสบความสำเร็จในการค้นหา อัตลักษณ์ของตนเอง จะเกิดความมั่นคงและเข้าใจทั้งบทบาทหน้าที่ เดิบทเป็นผู้ใหญ่ที่รู้จักความสามารถของตน พร้อมทั้งมีการวางแผนชีวิตที่เหมาะสม ดังนั้นการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนจึงเป็นภาวะที่สำคัญมากต่อการพัฒนาการด้านบทบาทและหน้าที่ของวัยรุ่น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532: 135)

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของวัยรุ่นนั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคก่อน ซึ่งเป็นการกระทำของบุคคล รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้ และการกำจัดส่วนที่เหลือ ของสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความปรารถนาของตน การบริโภคนับว่าเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ทุกคนกระทำเป็นประจำทุกวันนับตั้งแต่วันแรกที่เกิดมา และเกิดขึ้นตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงของการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน การบริโภคครอบคลุมตั้งแต่สินค้า หรือบริการที่มีราคาถูก จนถึงสินค้าหรือบริการที่มีราคาแพง รวมถึงครอบคลุมสิ่งต่างๆ หลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่จำเป็นสำหรับการมีชีวิต อาทิเช่น อาหาร ยารักษาโรค และเสื้อผ้า จนถึงสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ (ชูชัย สมิทธิไกร, 2553: 5-6) พฤติกรรมผู้บริโภคของวัยรุ่นส่วนใหญ่แท้จริงแล้ว มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการโดยตรง และมีหน้าที่

เป็นสัญญาณที่มีบทบาทต่อการสร้างความหมาย รวมถึงการกำหนดคุณค่า (สุรเดช โชติอุดมพันธ์, 2550: 168-139) ภาพยนตร์เป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันให้วัยรุ่นเกิดการบริโภคอยู่บ่อยครั้ง พฤติกรรมการบริโภคจึงนับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก

ภาพยนตร์ เป็นสื่อบันเทิงประเภทหนึ่ง ที่ได้รับการยอมรับ และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน รวมทั้งได้รับการยกย่องให้เป็นงานศิลปะแขนงที่เจิดจรัสจาก วรรณกรรม จิตรกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม นาฏกรรม และดนตรี (รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2546: 7) นอกจากนั้นภาพยนตร์จัดเป็นงานด้านสื่อสารมวลชนที่ขึ้นหน้าขึ้นตา เป็นสากล และใหญ่โตที่สุดของโลกอีกด้วย (โดม สุขวงศ์, 2526: 77) ส่วนหนึ่งมีผู้เชื่อว่าภาพยนตร์เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม เป็นผลผลิตของสังคม เป็นสิ่งที่ช่วยให้เข้าใจสังคมนั้นได้ดียิ่งขึ้น เป็นภาพสะท้อนทางสังคม รวมทั้งเป็นตัวบ่งชี้ว่าสังคมในขณะนั้นมีสภาพและทิศทางเป็นอย่างไร (ฉัตรชัย จันทศรี, 2544: 50)

ปัจจุบันภาพยนตร์ไทยได้ฟื้นฟูลุกขึ้นมาใหม่ก้าวเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง เห็นได้ว่าในแต่ละปีมีภาพยนตร์ไทยที่ผลิออกสู่ตลาดภายในประเทศ มีความหลากหลายมากขึ้น เกิดรูปแบบของนักแสดงที่มีความสามารถ ตลอดจนมีบทบาทต่อกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ไทย รวมถึงการเกิดใหม่ของภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่น ประกอบกับเรื่องราวความรัก ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี แต่ในทางกลับกัน ได้มีกระแสวิพากษ์วิจารณ์เป็นไปในทิศทางลบ ด้วยการสะท้อนภาพความเป็นวัยรุ่นได้ไม่ค่อยดีนัก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการค้าเงินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค ครอบครัว การเรียน กลุ่มเพื่อนๆ ความรัก และมีมิตรภาพ ตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจศึกษาการวิเคราะห์การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นชายผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญญาณที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่สำหรับการทำความเข้าใจถึง อัตลักษณ์ของวัยรุ่นชายที่ถูกสร้าง และปรากฏในสื่อภาพยนตร์ไทย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ข้อมูลรวมถึงบทสรุปของงานวิจัยชิ้นนี้สร้างประโยชน์ในบางแง่มุมที่มีความสำคัญ ซึ่งเป็นแนวทางให้ผู้กำกับภาพยนตร์ ตลอดจนผู้สนใจศึกษาสาขาทางด้านภาพยนตร์ นำผลการวิจัยที่ได้นำไปปรับปรุงบทภาพยนตร์ และเนื้อหาของภาพยนตร์ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่น พร้อมทั้งใช้ศึกษาเป็นข้อมูลเพิ่มเติม รวมทั้งนำไปพัฒนางานภาพยนตร์ไทยให้มีคุณภาพเท่าเทียมกับภาพยนตร์ต่างประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญญาณของนักแสดงนำชายที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิเคราะห์การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นชายผ่านพฤติกรรมการบริโภคที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย โดยศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์ พฤติกรรมผู้บริโภคและ สัญญะวิทยา รวมถึงการใช้ วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ในการวิเคราะห์เนื้อหาสาระข้อมูล เป็นวิธีการวิเคราะห์อย่างมีระบบ เป็นขั้นตอนตามลำดับ ช่วยก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจกับเนื้อหาสาระเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งเข้าใจรูปแบบ ลักษณะที่เกิดขึ้นได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้รวมทั้งสิ้น 9 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ. 2556 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2556

ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัยได้แก่ นักแสดงนำชายที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย ทั้งนี้เลือกเฉพาะภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่นเท่านั้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2555 จำนวนทั้งสิ้น 5 เรื่อง

ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยวิเคราะห์ภาพยนตร์ไทย จำนวน 5 เรื่อง โดยเลือกเฉพาะภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่นเท่านั้น มีเกณฑ์ในการเลือก โดยพิจารณาถึงการทำรายได้ เนื่องจากภาพยนตร์แต่ละเรื่องทำได้สูง ซึ่งสามารถเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงกระแสนิยมและความสนใจของผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างดี มีดังนี้

- | | |
|------------------------------|----------|
| 1. เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย | พ.ศ.2549 |
| 2. ปิดเทอมใหญ่ หัวใจว้าวุ่น | พ.ศ.2551 |
| 3. สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก | พ.ศ.2553 |
| 4. ห่วยขั้นเทพ | พ.ศ.2554 |
| 5. รักเจ็ดปี ดีเจ็ดหน | พ.ศ.2555 |

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

คำว่า “อัตลักษณ์” (Identity) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า identitas ซึ่งหมายถึงลักษณะเฉพาะ และสิ่งที่เป็นสมบัติของคน หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ที่ทำให้สิ่งนั้นเกิดโดดเด่นขึ้นมา หรือมีแตกต่างจากสิ่งอื่นๆ และในปัจจุบันพบว่ามีการใช้คำว่า อัตลักษณ์ เข้ามาแทนที่ คำว่า เอกลักษณ์ เพราะว่าปัจเจกนั้นสามารถมีได้หลายอัตลักษณ์ ขณะเดียวกันนั้นความหมายของอัตลักษณ์อาจเปลี่ยนแปลงเลื่อนไหลไปตามบริบท มิได้หมายถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวอีกต่อไป (อภิญา เพื่องฟูสกุล, 2546: 8)

อัตลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือระดับปัจเจกบุคคล (Individual identity) และ อัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม (Collective identity) ในระดับปัจเจกบุคคล บุคคลหนึ่งอาจมีได้หลายอัตลักษณ์อยู่ในตัวเอง เช่น เพศชาติ ลำดับชั้นทางสังคม อาชีพ เป็นต้น ส่วนอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มนั้น ถูกสร้างขึ้นโดยพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งบนพื้นฐานของความเหมือนกันของกลุ่ม ย่อมมีความแตกต่างกับกลุ่มอื่นมาเป็นตัวกำหนดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตนด้วย (ประสิทธิ์ ลีปรีชา, 2547: 33-34)

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ในชีวิตประจำวัน โดยส่วนใหญ่การกระทำของแต่ละคนนั้นมีกระบวนการของพฤติกรรมเป็นของตนเอง คนทุกคนต่างมีแรงจูงใจ และความต้องการ ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา รวมถึงมีสิ่งที่ยึดถือต่างๆ ภายในความคิดและจิตใจของตนอยู่ ตลอดจนรับเอาเรื่องราวต่างๆ จากภายนอกเข้ามาได้ตลอดเวลาอีกด้วย การตัดสินใจกระทำต่างๆ ที่ปรากฏออกมาเป็น พฤติกรรมต่างๆ นั้นย่อมอยู่ภายใต้การกำกับของสิ่งเหล่านี้ทั้งสิ้น (ธงชัย สันติวงษ์, 2546: 74) คาร์เดส ครอนลีย์ และไคลน์ (Kardes, Cronley and Cline, 2011: 8 อ้างถึงใน วุฒิสุขเจริญ, 2555: 5) ได้สรุปความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) ว่าเป็นกิจกรรมทั้งหมดของ

ผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อ การใช้ การทิ้งสินค้าและบริการ รวมไปถึงอารมณ์ จิตใจ และการตอบสนองเชิงพฤติกรรม ที่เกิดขึ้นแบบล่วงหน้า ขณะใช้สินค้าหรือบริการ และภายหลังกิจกรรมนั้น

แนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยา

ฌอง โบตริยาร์ด (Jean Baudrillard, 1981 อ้างถึงใน กุลลณี มุทธากุลิน, 2541: 99) ได้เสนอแนวคิดที่ทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมนุษย์นั้นเลือกที่จะบริโภค มิใช่ว่าเป็นเพราะมนุษย์เลือกที่จะบริโภค เพราะถูกครอบงำ แต่มนุษย์นั้นเลือกที่จะบริโภคเพราะมนุษย์มีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของตัวเอง ฌอง โบตริยาร์ด ได้เสนอแนวคิดทฤษฎีในเรื่องเกี่ยวกับวัตถุกับการบริโภค เพื่อให้เข้าใจว่าเพราะเหตุใดผู้บริโภคจึงเลือกที่จะบริโภค และเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของผู้บริโภคเอง ฌอง โบตริยาร์ด ได้กล่าวว่า การทำความเข้าใจการบริโภคในปัจจุบันไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีอรรถประโยชน์ หรือทฤษฎีความพึงพอใจ แต่เป็นการศึกษาที่ตั้งอยู่บนรากฐานของการทำความเข้าใจในเรื่องการสร้างคุณค่าและความหมายต่อวัตถุ ว่าการบริโภคของมนุษย์นั้นตกอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์แห่งสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งโดยทั่วไป สินค้าหนึ่งๆ จะมีองค์ประกอบ 2 อย่าง ได้แก่ คุณค่าแห่งการใช้สอย (Use Value) และคุณค่าในการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) แต่แท้จริงแล้วสินค้ายังมีคุณค่าเชิงสัญญะ (Sign Value) ด้วย นั่นคือ สินค้าสามารถสื่อ สัญลักษณ์ อะไรบางอย่างได้ ที่เรียกว่าการบริโภคเชิงสัญญะ

กล่าวโดยสรุป สัญญะมีคุณสมบัติ 3 ประการ คือ ต้องการลักษณะทางกายภาพ สามารถรับรู้ได้โดยอวัยวะสัมผัส เช่น ภาพ เสียง วัตถุ หรืออื่นๆ มีความหมายมากกว่าตัวมันเอง และผู้ใช้สัญญะต้องตระหนัก รวมถึงให้ความสำคัญว่า รูปธรรมดังกล่าวนี้เป็นสัญญะ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 2-3)

วิธีศึกษาและวิเคราะห์สัญญะ Roland Barthes ได้อธิบายไว้ว่า ประเภทของความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญญะทุกอย่างว่ามี 2 ความหมายด้วยกัน คือ

1. ความหมายโดยนัยตรง (Denotative meaning) นักวิชาการบางท่านได้ระบุศัพท์เป็นไทยว่า ความหมายตรง เป็นตัวหมายถึง (signified) ซึ่งถูกประกอบสร้างขึ้นอย่างภววิสัย (objective) เป็นความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษร เป็นความหมายที่เข้าใจกันเป็นส่วนใหญ่ และมักเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป มีความเป็นสากล ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดก็คือ ความหมายที่ระบุอยู่ในพจนานุกรม เช่น แม่คือสตรีผู้ให้กำเนิดลูก หมีเป็นสัตว์สี่เท้า เป็นต้น โดยทั่วไปความหมายโดยนัยตรงนี้เป็นความหมายขั้นแรกที่สามารถถือได้ว่าเป็นสามัญโดยทั่วไปที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน

2. ความหมายโดยนัยแฝง (Connotative meaning) นักวิชาการบางท่านได้ระบุศัพท์เป็นไทยว่า ความหมายแฝง คำว่า ความหมายโดยนัยแฝงนั้น เป็นตัวหมายถึงที่ประกอบสร้างอย่างตรงกันข้ามกับความหมายโดยนัยตรง กล่าวคือ ถูกประกอบสร้างขึ้นมาอย่างเป็นอัตวิสัย (subjective) ไม่ว่าจะเป็นอัตวิสัยในระดับบุคคล เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว หรืออารมณ์ความรู้สึกของแต่ละคนที่มีต่อพ่อแม่ ก็ทำให้เกิดถึงแม่ในแง่ ความเจ็บปวดที่ทิ้งลูกไปตั้งแต่เล็ก ความเขม็งง ความอบอุ่น ความอ่อนโยน หรือเป็นอัตวิสัยในระดับสังคม เช่น ในสังคมไทย สังคมจีน สังคมอินเดีย สังคมอเมริกัน จะให้ความหมายโดยนัยแฝงที่มีต่อ แม่ แตกต่างกันไป บางครั้งที่เราเรียกว่า ค่านิยมของแต่ละสังคม Roland Barthes จึงเรียกความหมายโดยนัยแฝงนี้ว่า เป็นความหมายขั้นที่สองเช่นกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 34-35)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นระเบียบวิธีวิจัยที่ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อได้ในเวลาเดียวกัน และจัดประเภทข้อมูลตามกฎเกณฑ์ต่างๆ สามารถดำเนินการด้วยตนเองโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ประชากร** ในการวิจัยครั้งนี้ประชากรคือ นักแสดงนำชายที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่น มีดังนี้

- 1.1 ป้อม จากภาพยนตร์เรื่อง เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย
- 1.2 โจ้ จากภาพยนตร์เรื่อง ปิดเทอมใหญ่ หัวใจว้าวุ่น
- 1.3 พีไซท์ จากภาพยนตร์เรื่อง สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก
- 1.4 เป็ด จากภาพยนตร์เรื่อง ห่วยขั้นเทพ
- 1.5 พีป่วน จากภาพยนตร์เรื่อง รักเจ็ดปี ดีเจ็ดหน

2. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่สำคัญ คือตัวผู้วิจัย ภาพยนตร์ตลก ปากกา สมุดจด และตารางบันทึกข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชาย

3. **การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล** ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่น พร้อมคัดเลือกภาพยนตร์ไทยที่นำเสนอเนื้อหา รวมถึงเรื่องราวเกี่ยวกับวัยรุ่นที่ได้รับความนิยม และทำรายได้ดี ในรูปแบบภาพยนตร์ตลก จำนวน 5 เรื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 – พ.ศ. 2555 หลังจากนั้นผู้วิจัยศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาโดยชมภาพยนตร์ไทยทั้ง 5 เรื่อง โดยผู้วิจัยวิเคราะห์เฉพาะนักแสดงนำชายในภาพยนตร์แต่ละเรื่อง โดยใช้แนวคิดทฤษฎีสัญลักษณ์วิทยา ด้านวิธีการศึกษาและวิเคราะห์สัญลักษณ์ของ Roland Barthes ในการอธิบายเป็นความหมายโดยนัยตรง และความหมายโดยนัยแฝง ของพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชายในภาพยนตร์แต่ละเรื่อง

4. **การตรวจสอบข้อมูลและสร้างความน่าเชื่อถือของงานวิจัย** ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation technique) โดยเลือกใช้การตรวจสอบเชิงทฤษฎี (Theory triangulation) ผู้วิจัยเน้นการตรวจสอบโดยเลือกใช้ทฤษฎีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมารวมอธิบายให้เกิดความเข้าใจ ข้อมูลที่ได้มาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่อย่างไร หากผู้วิจัยพบว่าไม่น่าทฤษฎีใดมาใช้ ได้ข้อสรุปที่เหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง รวมถึงการตรวจสอบโดยการนำผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัยไปให้นักวิจัยหรือผู้เชี่ยวชาญที่มีความสนใจเรื่องนั้นๆ ตรวจสอบวิธีการวิเคราะห์ พร้อมทั้งอ่านและให้ความเห็นเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือของงานวิจัยได้

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชายชื่อ ป้อม ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย พบว่าป้อมมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ การตลกอลังการ การจัดคอนเสิร์ตเล่นของสูง และการรับประทานคานาหมูกรอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของป้อม ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย

พฤติกรรมการบริโภค	ความหมายโดยนัยตรง	ความหมายโดยนัยแฝง
 ภาพที่1 การตีกลองชุด	เป็นเครื่องดนตรีชนิดหนึ่ง ใช้กับงานดนตรี ประกอบด้วยกลอง และฉาบหลายใบ ใช้ผู้เล่นเพียงคนเดียว ใช้ไม้กลองตีควบคุมจังหวะ พร้อมทั้งใช้เท้าเหยียบกระเดื่อง	ป้อมตั้งใจฝึกซ้อมการตีกลองชุด เข้าสอบวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อตามดาวนักเรียนสาวที่หลงรัก อีกทั้งยังเป็นการพยายามค้นหาตนเองว่า ป้อมชอบอะไร มีความสามารถด้านเครื่องดนตรีชนิดใด
 ภาพที่ 2 การจัดคอนเสิร์ตเล่นของสูง	เพลงเล่นของสูง เป็นผลงานเพลงของวง Big Ass อัลบั้ม Seven พ.ศ. 2547	เป็นเพลงที่แสดงความเป็นตัวตนของป้อมอย่างชัดเจนว่าป้อมกล้าที่ไขว่คว้าดาวลงมาจากที่สูง เปรียบเสมือนเพลงเล่นของสูง และต้องการสื่อสารให้เพื่อนๆ ทุกคนรับรู้
 ภาพที่ 3 การรับประทานคะน้าหมูกรอบ	เป็นอาหารที่พบได้ทั่วไป ที่นำ หมูกรอบไปผัดรวมกับผักคะน้า สามารถพบได้ทั่วไป หากินง่าย ราคาไม่แพง	คะน้าหมูกรอบ เป็นอาหารที่ต้องการบ่งบอกถึง การไม่ชอบทานผักของป้อม รวมทั้งเป็นอาหารที่ทำให้ป้อมได้เรียนรู้ว่า เราไม่ควรฟันทำอะไรบางอย่าง ในสิ่งที่ตนเองไม่ชอบ เพราะเรา ไม่สามารถอยู่กับสิ่งนั้นได้

จากการวิเคราะห์เนื้อหาพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชายชื่อ โจ้ ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง ปิดเทอมใหญ่ หัวใจว้าวุ่น พบว่าโจ้มีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ การรับชมภาพยนตร์เรื่องทุกหัวใจมีรัก การชูป้ายเลียนแบบ การให้ยืมภาพยนตร์ดีวีดีเรื่อง ขอเพียงหัวใจไม่ให้ไกลกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของโจ้ ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง ปิดเทอมใหญ่ หัวใจว้าวุ่น

พฤติกรรมการบริโภค	ความหมายโดยนัยตรง	ความหมายโดยนัยแฝง
 ภาพที่ 4 การรับชมภาพยนตร์เรื่อง หัวใจว้าวุ่น	Love Actually (ทุกหัวใจมีรัก) เข้าฉายปี ค.ศ.2003 ภาพยนตร์รักโรแมนติก กำกับโดย ริชาร์ด เคอร์ติส นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความรักในรูปแบบต่างๆ โดยเชื่อมโยงกับเทศกาลวันคริสต์มาส	เป็นภาพยนตร์เรื่องโปรดของโจ้ และเป็นภาพยนตร์ที่ทำให้โจ้เข้าใจความรักคืออะไร ความรักอยู่รอบตัวเรา อยู่รอบตัวทุกคนเข้าใจ มุมมองหลากหลายของความรัก
 ภาพที่ 5 การชูป้ายเลียนแบบ	เป็นการเปิดเผยความรู้สึกในใจให้คนที่เรารักรับรู้	หลังจากการชมภาพยนตร์เรื่อง หัวใจว้าวุ่น โจ้เกิดแรงบันดาลใจ ในการเลียนแบบมาร์ค ตัวละครที่ตัดสินใจถือแผ่นป้ายที่เตรียมไว้ ไปหาผู้หญิงหน้าบ้าน ใช้แผ่นป้ายมาพูดแทนสิ่งที่หัวใจต้องการบอก โดยโจ้คิดว่าหากใช้วิธีนี้ ความรักของโจ้ คงสมหวัง
 ภาพที่ 6 การให้ยืมภาพยนตร์ดีวีดี เรื่อง ขอเพียงหัวใจไม่ให้ไกลกัน	ภาพยนตร์เรื่อง Circle of Friends (ขอเพียงหัวใจไม่ให้ไกลกัน) เข้าฉายปี ค.ศ.1995 กำกับโดย แพต โอคอนเนอร์ เป็นภาพยนตร์ที่สร้างมาจากนวนิยายขายดี	เป็นภาพยนตร์ดีวีดีที่โจ้ต้องการให้ซีรับชม ซึ่งมีเนื้อหาเพื่อนแอบรักเพื่อน โดยมีจุดประสงค์ต้องการเป็นสื่อกลางแทนความในใจ และความรู้สึกที่มีต่อซี ผ่านการรับชมภาพยนตร์เรื่องนี้

จากการวิเคราะห์เนื้อหาพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชายชื่อ พีโซน ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง สักเล็กสัก ที่เรียกว่ารัก พบว่าพีโซนมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ การใช้กล้องถ่ายรูป การสวมใส่ชุดนักฟุตบอล และการวางสมุดรวบรวมภาพไว้หน้าบ้านน้องน้ำ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของพีโชน ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก

พฤติกรรมการบริโภค	ความหมายโดยนัยตรง	ความหมายโดยนัยแฝง
 ภาพที่ 7 การใช้กล้องถ่ายรูป	อุปกรณ์บันทึกภาพ มีระบบการทำงานที่หลากหลาย ภาพที่ออกมามีความละเอียดและความคมชัดสูง	พีโชนมักนำกล้องติดตัวไปเกือบทุกครั้ง เพื่อคอยถ่ายภาพน้องน้ำเก็บไว้ รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงความใฝ่ฝันของพีโชนที่ต้องการเป็นช่างภาพในอนาคต
 ภาพที่ 8 การสวมใส่ชุดนักฟุตบอล	ชุดนักฟุตบอลที่ใส่ฝึกซ้อม ในช่วงเวลาเย็นหลังเลิกเรียน	พีโชนและเพื่อนๆ ได้มีโอกาสเป็นตัวแทนนักกีฬาฟุตบอล ของโรงเรียนที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาจังหวัด เป็นการแสดงให้เห็นว่า พีโชนต้องการลดปมด้อย ในเรื่องของเขาคะลูกจุดโทษ ไม่เข้า รวมถึงต้องการแสดงความสามารถด้านกีฬาฟุตบอลออกมาให้เพื่อนๆ ในทีมยอมรับ
 ภาพที่ 9 การวางสมุดรวบรวมภาพไว้หน้าบ้านน้องน้ำ	สมุดที่สามารถนำภาพความประทับใจ มาวางติดไว้ และเขียนคำบรรยายความรู้สึก พร้อมตกแต่งให้สวยงามตามความต้องการ	พีโชนคอยแอบถ่ายภาพน้องน้ำเป็นประจำ ทั้งที่น้องน้ำไม่เคยรู้ พีโชนนำภาพเหล่านั้น เก็บไว้ในสมุดรวบรวมภาพ และเขียนคำบรรยายความในใจกำกับไว้เสมอ เพื่อเตือนความจำ พร้อมนำสมุดภาพเล่มนี้ไปวางไว้หน้าบ้านน้องน้ำ เพื่อต้องการสื่อความรักที่ พีโชนมีต่อน้องน้ำไม่เคยเปลี่ยนแปลง แต่ไม่สามารถแสดงออกมาให้น้องน้ำรับรู้ได้ เพียงหวังว่า น้องน้ำคงได้อ่าน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชายชื่อ เป็ด ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง ห่วยขั้นเทพ พบว่าเป็ดมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ การเล่นเบส โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของเบ็ต ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง ห่วยขั้นเทพ

พฤติกรรมการบริโภค	ความหมายโดยนัยตรง	ความหมายโดยนัยแฝง
 ภาพที่ 10 การเล่นเบส	เบส เป็นเครื่องดนตรีชนิดหนึ่ง มีลักษณะใหญ่กว่ากีตาร์ และจัดว่าเป็นเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของวงสตริงในปัจจุบัน	โดยปกติเบ็ต เป็นคนขี้อาย พูดไม่ค่อยเก่ง ดูเหมือนคนไม่ได้เรื่อง พอหันมาเล่นเบสอย่างจริงจัง แสดงให้เห็นถึงการเสริมสร้างศักยภาพด้านความเป็นตัวตน จนทำให้เบ็ตเป็นคนกล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก และมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้นอย่างชัดเจน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชายชื่อ พี่ป่วน ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง รักเจ็ดปี ดีเจ็ดหน พบว่าพี่ป่วนมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ การใช้สมาร์ทโฟน และการรับประทานขนมโมจิไอศกรีม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของพี่ป่วน ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง รักเจ็ดปี ดีเจ็ดหน

พฤติกรรมการบริโภค	ความหมายโดยนัยตรง	ความหมายโดยนัยแฝง
 ภาพที่ 11 การใช้สมาร์ทโฟน	ไอโฟนเป็นสมาร์ทโฟนผลิตภัณฑ์ของบริษัทแอปเปิ้ล ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก	พี่ป่วน มักใช้ไอโฟนของบริษัทแอปเปิ้ล ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัย ความมีระดับ การที่พี่ป่วนมีไว้ครอบครอง แสดงออกถึงความเป็นตัวตน มีความหรูหรา ความเหนือกว่า ไม่อายเพื่อน และไม่ด้อยไปกว่าใคร
 ภาพที่ 12 การรับประทานขนม โมจิ ไอศกรีม	ร้าน Kane Mochi (คานะโมจิ) เป็นร้านขนมโมจิไอศกรีมหลากหลายรสชาติ กำลังเป็นที่นิยมของหมู่วัยรุ่น	การที่พี่ป่วนชวนน้องมิลค์มารับประทานโมจิไอศกรีม แสดงให้เห็นถึงการขบลองตรรกะสินค้าใหม่ๆ บ่งบอกถึงการให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่รวมถึงเป็นการสร้างความประทับใจต่อคนรักเป็นพิเศษ

สรุปผลการวิจัย

จากการรับชมภาพยนตร์ไทยทั้งสิ้น 5 เรื่อง ผู้วิจัยได้สรุปพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่าการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในภาพยนตร์ไทยแต่ละเรื่องมีความแตกต่างกัน เมื่อดูรายละเอียดของเนื้อหาในตารางบันทึกข้อมูลการนำเสนอ ประกอบกับการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคของการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า

ภาพยนตร์ไทยเรื่อง เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย นักแสดงนำชายชื่อ ป้อม เป็นวัยรุ่นชาย อายุประมาณ 16-18 ปี การแต่งกายในชีวิตประจำวันสวมใส่ชุดเครื่องแบบนักเรียน มีนิสัยรักความสนุกสนาน กล้าแสดงออก ป้อมตัดสินใจมาเรียนที่วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล สาขา เตรียมดนตรี เพื่อต้องการอยู่ใกล้ซิดดาว นักเรียนสาวที่ป้อมแอบหลงรัก

โดยป้อมมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่มีความชัดเจนที่สุด คือ การตีกลองชุด เป็นเครื่องดนตรีที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในงานดนตรีทุกประเภท ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของป้อมที่พยายามค้นหาตนเอง ต้องการเรียนรู้ความเป็นตัวของตัวเอง ในเรื่องของความถนัดและความสามารถจนทำให้ป้อมเห็นความสำคัญของการศึกษาที่ส่งผลต่อการประกอบอาชีพ ต่อไปในอนาคต รวมถึงการตัดสินใจจัดคอนเสิร์ตเล่นของสูงในช่วงดึก โดยป้อมนั้นทำหน้าที่ตีกลองชุด เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของป้อมอย่างชัดเจน ทั้งเรื่องการเรียนดนตรี และแสดงความกล้าหาญทำความรู้สึกดาว นักเรียนสาวที่เพียบพร้อมไปด้วยทุกอย่าง พยายามไขว่คว้าดาวลงมาจากที่สูง เปรียบเสมือนเล่นของสูง โดยป้อมแอบหลงรักดาวตั้งแต่อยู่โรงเรียนบดินทร์เดชา นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นถึงความต้องการอิสระจากการควบคุมของครูอาจารย์ และกล้าตัดสินใจในสิ่งที่เกี่ยวกับตนเองได้ รวมถึงความสัมพันธ์ของเพื่อนที่ดีต่อกัน ในการเลือกทำกิจกรรมที่ดำเนินอยู่

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบอีกว่า การรับประทานคะน้าหมูกรอบ ซึ่งเป็นอาหารชนิดหนึ่ง พบได้โดยทั่วไปหากินง่าย แต่ไม่ได้มีความหมายแค่เพียงรับประทานเพื่อให้อิ่มเท่านั้น แต่คะน้าหมูกรอบ สามารถเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึง การไม่ชอบรับประทานผักของป้อม บางครั้งก็ฝืนรับประทานผักเพื่อสร้างความเป็นตัวตนที่มีใช้ความเป็นตัวตนที่แท้จริง สุดท้ายป้อมได้เรียนรู้ว่า เราไม่ควรฝืนทำอะไรบางอย่าง ในสิ่งที่ตนเองนั้นไม่ชอบ เพราะเราจะไม่สามารถอยู่กับสิ่งนั้นได้ เป็นตัวของตัวเองดีที่สุด

ภาพยนตร์ไทยเรื่อง ปิดเทอมใหญ่ หัวใจว้าวุ่น นักแสดงนำชายชื่อโจ้ เป็นวัยรุ่นชาย อายุประมาณ 18-20 ปี การแต่งกายส่วนใหญ่สวมชุดนักศึกษา มีอุปนิสัยชอบรับชมภาพยนตร์เป็นชีวิตจิตใจ และยังมีแผนการพิชิตโจ้ซี เพื่อนร่วมคณะให้ได้

โดยโจ้มีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่มีความชัดเจนมากที่สุด คือ การรับชมภาพยนตร์เรื่อง Love Actually (ทุกหัวใจมีรัก) กำกับโดยริชาร์ด เคอร์ติส เรื่องราวความรักหลากหลายแง่มุมของคนในสังคมเมืองต่างชนชั้น ต่างอาชีพ ต่างเหตุผล ต่างความคิด เชื่อมโยงกับเทศกาลวันคริสต์มาส เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของโจ้ผ่านการรับชมภาพยนตร์ บ่งบอกความเป็นตัวตนของโจ้ ว่าเป็นคนที่มีจินตนาการสูง เพื่อดูอารมณ์อ่อนไหวง่าย พยายามประพடுத்தินให้เหมาะสมกับบทบาทของเพศตนเอง มีโลกส่วนตัวสูง และเป็นภาพยนตร์ที่อิทธิพลทำให้โจ้ต้องการเรียนรู้และเข้าใจความรักมากขึ้น จนทำให้โจ้เกิดแรง

บันดาลใจ ในการเลียนแบบพฤติกรรมของตัวละครที่ชื่อมาร์ค ตัดสินใจถือแผ่นป้ายบอกความในใจให้ผู้หญิงที่รัก
รับรู้

ขณะเดียวกันนั้น ผู้วิจัยพบว่าภาพยนตร์ดีวีดีเรื่อง Circle of Friend (ขอเพียงหัวใจไม่ให้ไกลกัน) ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่สร้างมาจากนวนิยายขายดี สามารถเป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายถึงความรู้สึกนึกคิด และสภาพจิตใจของใจได้ โดยใจแสดงตัวให้ยืมภาพยนตร์ดีวีดีเรื่องขอเพียงหัวใจไม่ให้ไกลกันแก่ซี เพื่อนร่วมคณะที่แอบชอบ เพื่อต้องการเป็นสื่อกลางแทนความในใจ เหมือนเรื่องราวที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ให้ซีรับรู้

ภาพยนตร์ไทยเรื่อง สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก นักแสดงนำชายชื่อ พีโซน เป็นวัยรุ่นชาย อายุระหว่าง 16-18 ปี การแต่งกายส่วนใหญ่สวมชุดเครื่องแบบนักเรียน และชุดนักกีฬาฟุตบอล มีนิสัยชอบ เล่นกีฬา รักอิสระ บางครั้งก็ออกแนวขี้เล่น ชุกช่น กวนๆ พีโซนเป็นรุ่นพี่มัธยมศึกษาปีที่ 4 หน้าตาหล่อ เล่นฟุตบอลเก่ง เป็นที่ชื่นชอบของนักเรียนหญิงทั้งในและนอกโรงเรียนเป็นจำนวนมาก รวมถึงน้องน้ำเอง ที่พยายามเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อให้พีโซนหันมาชอบให้ได้

โดยพีโซนมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่มีความชัดเจนที่สุด คือ ชุดนักฟุตบอลที่สวมใส่ ฝึกซ้อมในช่วงเวลาเย็นหลังเลิกเรียน เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายความเป็นตัวตน ของพีโซนผ่านการแต่งกาย สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของพีโซนว่าเป็นคนชอบเล่นกีฬาฟุตบอล เพื่อสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และต้องการเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อนที่เข้าร่วมเล่นฟุตบอล รวมถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่รุ่นน้องทุกคนอีกด้วย แต่ในอีกแง่มุมหนึ่งที่ไม่ควรมองข้ามไป การที่พีโซนชอบเล่นกีฬาฟุตบอลนั้นเกิดจากการอบรมเลี้ยงดู การแนะนำสั่งสอน การปลูกฝังของพ่อแม่ เพื่อต้องการลดปมด้อยของพ่อที่เตะลูกจุดโทษพลาดจนทำให้จังหวัดตกเป็นแชมป์ประเทศ

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า การใช้กล้องถ่ายรูป เป็นอุปกรณ์บันทึกภาพชนิดหนึ่ง มีระบบการทำงานที่หลากหลาย จนทำให้ภาพที่ออกมามีความคมชัดสูง สามารถเป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายถึงความสนใจของพีโซนได้ เห็นได้อย่างชัดเจนว่า พีโซนมักนำกล้องถ่ายภาพติดตัวไปเกือบทุกครั้ง เนื่องจากพีโซนต้องการมีอนาคตที่ดีและมองเห็นความสำคัญของอาชีพการเป็นช่างภาพอิสระ จึงเกิดความพยายามที่จะเรียนรู้เทคนิคการถ่ายภาพด้วยตนเอง นอกจากนั้นการที่พีโซนพกกล้องถ่ายรูปติดตัวไปเพื่อต้องการคอยติดตามแอบถ่ายภาพน้องน้ำเก็บไว้ นำไปใส่ในสมุดรวบรวมภาพ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายถึงความรู้สึกลึกๆ ของพีโซนที่มีต่อน้องน้ำ ไม่เคยเปลี่ยนแปลง แม้เวลาจะผ่านไปนานสักเพียงใด แต่พีโซนไม่สามารถแสดงออกมาให้น้องน้ำรับรู้ได้

ภาพยนตร์ไทยเรื่อง ห่วยขั้นเทพ นักแสดงนำชายชื่อเป็ด เป็นวัยรุ่นชายอายุประมาณ 16-18 ปี การแต่งกายในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่สวมใส่เครื่องแบบนักเรียน และเสื้อยืดทั่วไป มีนิสัย ขี้อาย ไม่ค่อยพูด ไม่กล้าตัดสินใจ ครั้งหนึ่งเปิดรวมตัวกับเพื่อนๆ ตั้งวง Suck Seed เข้าประกวดการแข่งขันฮอตเวฟมิวสิคอวอร์ด เพื่อต้องการพิสูจน์ให้ทุกคนได้รับรู้ทั่วกันว่า พวกเราไม่ได้ห่วยอย่างที่ใครคิด

โดยเป็ดมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่มีความชัดเจนมากที่สุด คือ การเล่นเบส ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีชนิดหนึ่งที่มีขนาดใหญ่กว่ากีตาร์ รวมทั้งการชอบฟังเพลงร็อกของไทย เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายความเป็นตัวตนของเป็ดอย่างชัดเจน บ่งบอกถึงเพลงที่มีอิทธิพลต่อการเล่นเบสเป็นอย่างมาก เห็นได้ว่า เพลงร็อกของไทยที่มีรูปแบบดนตรีหนักแน่นรุนแรง แต่เนื้อหาของเพลงนั้นมีความหลากหลายมากขึ้น มีแง่คิดดีๆ ที่มีประโยชน์ รวมถึงสะท้อนแนวทางการใช้ชีวิต เป็นการพยายามเลียนแบบนักร้องที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งมี

เหตุผลเพื่อต้องการรู้จักตนเองมากขึ้น และต้องการเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ขณะเดียวกันการที่เปิดสนใจฝึกซ้อมการเล่นเบสบอลอย่างจริงจัง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพด้านบุคลิกภาพขึ้นอย่างชัดเจน จนทำให้เปิดกล้าคิด กล้าแสดงออก มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น

ภาพยนตร์ไทยเรื่อง รักเจ็ดปี ตีเจ็ดหน นักแสดงนำชาย ชื่อ พีป่วน เป็นวัยรุ่นชาย อายุ 16-18 ปี การแต่งกายในชีวิตประจำวันสวมใส่เครื่องแบบนักเรียน และเสื้อยืดกางเกงขาสั้นไปมีลักษณะทันสมัยตามกระแสแฟชั่น เสริมสร้างความเป็นวัยรุ่นยุคใหม่ มีอุปนิสัยสนุกสนาน ร่าเริง รักความเป็นอิสระ และชอบแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ พีป่วนชอบใช้เวลาว่างส่วนใหญ่ไปกับคอมพิวเตอร์ รวมถึงโทรศัพท์มือถือภายใต้สังคมออนไลน์ ติดต่อสนทนากับเพื่อนๆ รวมถึงน้องมิลค์ นักเรียนสาวที่พีป่วนแอบชอบ

โดยพีป่วนมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่มีความชัดเจนมากที่สุด คือ การใช้สมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทแอปเปิ้ลที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของพีป่วนได้ว่า เป็นวัยรุ่นที่หลงใหลและเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีต่างๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทำสิ่งใหม่ๆ มีฐานะดีทางสังคม ทั้งนี้ สมาร์ทโฟนผลิตภัณฑ์ของบริษัทแอปเปิ้ล เป็นสัญลักษณ์แห่งความหรูหรา ความมีระดับ ความทันสมัย เสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ตนเอง ขณะเดียวกันนั้นผู้วิจัยพบว่า พีป่วนใช้เวลาว่างในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์พาน้องมิลค์ ไปเดินช้อปปิ้ง เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ และรับประทานขนมโมจิไอศกรีม ร้านคาเฟ่โมจิ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของพีป่วนได้อีกว่า เป็นวัยรุ่นที่ชอบทดลองสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ เน้นราคาสูง การบริการดี และได้รับความนิยมจากกลุ่มวัยรุ่น โดยพีป่วนคาดหวังว่าน้องมิลค์จะประทับใจ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของวัยรุ่นชายผ่านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักแสดงนำชาย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในรูปแบบพรรณนา ผลการวิจัยที่ได้นั้น ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล มีดังนี้

1. จากการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหา การสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักแสดงนำชาย ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักแสดงนำชายเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของฌอง โบตริยาร์ด (Jean Baudrillard, 1981 อ้างถึงใน กุลลิตินี มุทธากุลสิน, 2541: 99) ที่กล่าวว่า การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคเลือกที่จะบริโภค และเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของผู้บริโภคเอง รวมถึงการบริโภคโดยส่วนใหญ่นั้นตกอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์แห่งสัญลักษณ์ต่างๆ ที่สามารถสร้างคุณค่าและความหมายต่อวัตถุ เฉกเช่น พฤติกรรมบริโภคของป้อมที่ตัดสินใจจัดคอนเสิร์ต เล่นของสูง ในช่วงดึก โดยป้อมนั้นทำหน้าที่ตีกลองชุด เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของป้อมอย่างชัดเจน ทั้งเรื่องการเรียนดนตรี และแสดงความกล้าหาญทำควารู้จักดาว นักเรียนสาวที่ป้อมแอบหลงรัก เปรียบเสมือนเล่นของสูง นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นถึงความต้องการอิสระจากการควบคุมของครูอาจารย์ และกล้าตัดสินใจในสิ่งที่เกี่ยวกับตนเองได้ รวมถึงความสัมพันธ์ของเพื่อนที่ดีต่อกัน ในการเลือกทำกิจกรรมที่ดำเนินอยู่ แม้กระทั่งพฤติกรรมบริโภคของโจ้ที่ออกตัวให้ยืมภาพยนตร์ดีวีดีเรื่อง Circle of Friend (ขอเพียงหัวใจไม่ให้ไกลกัน) แก่

ซี เพื่อนร่วมคณะที่แอบชอบ เป็นสัญญาณที่สื่อความหมายถึงความรู้สึกนึกคิด และสภาพจิตใจของโจ้ เพื่อต้องการเป็นสื่อกลางแทนความในใจ เหมือนเรื่องราวเพื่อนแอบรักเพื่อนที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ให้ซีรับรู้ และพฤติกรรมการบริโภคของพีปวน ที่ชอบใช้สมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นสัญญาณที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของพีปวนได้ว่า เป็นวัยรุ่นที่หลงใหลและเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีต่างๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีฐานะดีทางสังคม ทั้งนี้ สมาร์ทโฟนเป็นสัญลักษณ์แห่งความหรูหรา ความทันสมัย เสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ตนเอง

2. จากการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหา การสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชาย ผลการวิจัยพบว่าการสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ของนักแสดงนำชาย เป็นไปตามแนวคิดของ อภิญา เพื่องฟูสกุล (2546: 1-3) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นลักษณะเฉพาะ มีความแตกต่าง และสามารถเปลี่ยนแปลงเลื่อนไหลไปตามบริบททางสังคม และสอดคล้องกับแนวคิดของประสิทธิ์ ลิปรีชา (2547: 33-34) ที่ว่าอัตลักษณ์แบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม ดังที่ การสร้างอัตลักษณ์ของป้อม โดยการติ๊กต็อกซด ซึ่งเป็นสัญญาณที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของป้อมที่พยายามค้นหาตนเอง ต้องการเรียนรู้ความเป็นตัวของตัวเอง ในเรื่องของความถนัดและความสามารถจนทำให้ป้อมเห็นความสำคัญของการศึกษาที่ส่งผลต่อการประกอบอาชีพการงานในอนาคต และการสร้างอัตลักษณ์ของเป็ด โดยการเล่นเบสนั้น เป็นสัญญาณที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของเป็ดอย่างชัดเจน บ่งบอกถึงเพลงร็อกที่มีอิทธิพลต่อการเล่นเบสเป็นอย่างมาก เห็นได้ว่า เพลงร็อกของไทยที่มีรูปแบบดนตรีหนักแน่นรุนแรง แต่เนื้อหาของเพลงนั้นมีความหลากหลายมากขึ้น มีแง่คิดดีๆ ที่มีประโยชน์ รวมถึงสะท้อนแนวทางการใช้ชีวิต เป็นความพยายามเลียนแบบนักร็อกที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งมีเหตุผลเพื่อต้องการรู้จักตนเองมากขึ้น และต้องการเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ขณะเดียวกันการที่เป็ดสนใจฝึกซ้อมการเล่นเบสอย่างจริงจัง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพด้านบุคลิกภาพขึ้นมาอย่างชัดเจน จนทำให้เป็ด กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น

3. จากการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหา การสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชาย ผลการวิจัยพบว่าพีโชนมักสวมใส่ชุดนักฟุตบอล ฝึกซ้อมในช่วงเวลาเย็นหลังเลิกเรียน เป็นสัญญาณที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของพีโชนผ่านการแต่งกาย สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของพีโชนว่าเป็นคนชอบเล่นกีฬาฟุตบอล เอาใจใส่เรื่องสุขภาพร่างกาย สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และต้องการเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อนที่เข้าร่วมเล่นฟุตบอล รวมถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่รุ่นน้องทุกคนอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ โยธิน สวัสดิ์โยธิน (2551) ที่พบว่า ความเป็นเพศชาย สามารถสะท้อนภาพบางลักษณะอย่างชัดเจน คือ มีการศึกษา มีความเป็นผู้นำ ดูแลเอาใจใส่ตนเองอย่างสม่ำเสมอ จนเป็นที่น่าชื่นชม และมีเสน่ห์เป็นที่ดึงดูดต่อเพศตรงข้าม

4. จากการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหา การสร้างอัตลักษณ์ผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของนักแสดงนำชาย ผลการวิจัยพบว่าพีปวนใช้เวลาว่างในวันหยุดสุดสัปดาห์พาน้องมิลค์ ไปเดินเลือกซื้อของใช้ต่างๆ ในห้างสรรพสินค้า เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ และรับประทานขนมโมจิไอศกรีม ร้านคานะโมจิ (Kane Mochi) ซึ่งเป็นสัญญาณที่สื่อความหมายความเป็นตัวตนของพีปวนได้อีกว่า เป็นวัยรุ่นที่มีความทันสมัย และชอบทดลองสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ เน้นราคาแพง และได้รับความนิยมจากกลุ่มวัยรุ่น โดยพีปวนคาดหวังว่าน้องมิลค์คงประทับใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวลักษณ์ กล้ามาก (2549) ที่พบว่า พฤติกรรมการบริโภควัยรุ่นในปัจจุบัน มิได้แค่รับประทานให้อิ่มเท่านั้น แต่มีความหมายแฝงว่า เป็นการบริโภคที่มีความทันสมัย มีความเป็นคนรุ่นใหม่ ได้แสดง

ความเป็นตัวตนว่าเป็นบุคคลมีรสนิยม มีฐานะทางสังคม ผ่านการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของพฤติกรรมการบริโภค

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผู้วิจัยเห็นว่า ภาพยนตร์เป็นสื่อบันเทิงที่ได้รับความนิยม และมีบทบาทสำคัญกับชีวิตวัยรุ่นเป็นอย่างมาก การสร้างอัตลักษณ์ของนักแสดงนำชาย มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในหลายๆ ด้าน ดังนั้น ผู้วิจัยคิดว่าภาพยนตร์ควรนำเสนอเนื้อหาสาระ เชิงสร้างสรรค์ที่ก่อประโยชน์มากกว่านี้ รวมถึงสอดแทรก เรื่องของคุณธรรม จริยธรรม เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นแบบอย่างในการสร้างอัตลักษณ์ที่ดีต่อไป

2. ผลการวิจัยที่ได้นั้น ผู้กำกับ ผู้เขียนบท ตลอดจนผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบกับภาพยนตร์ไทย สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการนำเสนอ ความเป็นอัตลักษณ์และพฤติกรรมการบริโภคของนักแสดงนำชาย กับความจริงที่ปรากฏอยู่ในสังคมไทยปัจจุบัน ซึ่งเป็นหน้าที่ของภาพยนตร์ไทยที่ควรให้ความสำคัญ เป็นการพัฒนางาน ภาพยนตร์ไทยต่อไปในอนาคต

3. ผู้วิจัยควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคเชิงลึกมากกว่านี้ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และมีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมวัยรุ่นในแต่ละโรงเรียนที่รับชมภาพยนตร์ ว่ามีภาพยนตร์มีอิทธิพลมากน้อยเพียงใด มีความคิดเห็นอย่างไร เพื่อเป็นข้อมูลรวมถึงเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ รวมถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อย่างพุ่มเพื่อยของวัยรุ่นยุคปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยพบว่าผู้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อัตลักษณ์อยู่เป็นจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงสังคมศาสตร์และนิเทศศาสตร์ ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการวิเคราะห์อัตลักษณ์ เป็นเรื่องที่ลึกซึ้ง รวมถึงมีความหลากหลายมาก ผู้วิจัยคิดว่าควรมีการต่อยอดงานวิจัย ตลอดจนมีการวิเคราะห์ อัตลักษณ์ในประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรเป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบถึงความเป็นอัตลักษณ์ และพฤติกรรมการบริโภคของนักแสดงในภาพยนตร์ไทย หรือภาพยนตร์ต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อหาความเหมือนและความแตกต่าง รวมทั้งควรมีการศึกษาเชื่อมโยงกับทฤษฎีประพันธ์กรรม แนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคนิยม และวัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่ เพื่อผลการวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนนำผลการวิจัยที่ได้มาพัฒนางานด้านภาพยนตร์ไทยให้มีความเป็นสากลตลอดเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

3. ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีการส่งเสริม และให้ความสำคัญในการทำวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของสินค้าและบริการอื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในสื่อประเภทต่างๆ โดยนำผลการวิจัยที่ได้นำไปแก้ไขปัญหา ค่านิยมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ เพื่อให้วัยรุ่นตระหนัก และเห็นความสำคัญของปัญหาที่ส่งผลกระทบในมุมกว้าง

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.
- กุลลีนี มุทธากลิน. (2541). “การวิเคราะห์การบริโภคแนวพุทธปรัชญา.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรชัย จันทศรี. (2554). “การถ่ายทอดวัฒนธรรมอเมริกาของภาพยนตร์ฮอลลีวูด.” วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โตม สุวงศ์. (2526). **ภาพยนตร์ไทยในวิวัฒนาการสื่อมวลชนไทย**. กรุงเทพฯ: พุทธบูชาการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: บริษัท ประชุมช่าง
จำกัด.
- ประสิทธิ์ ลีปรีชา. (2547). “การสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง”, ใน **วาทกรรม
อัตลักษณ์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาศึกษาศาสตร์. (2532). **พฤติกรรมวัยรุ่น**. นนทบุรี: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เยาวลักษณ์ กล้ามาก. (2549). “การนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นผ่านสัญลักษณ์ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด.”
วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โยธิน สวัสดิ์โยธิน. (2551). “การสร้างภาพความเป็นชายแบบ เมโทรเซ็กส์ชวล ในภาพยนตร์โฆษณาทาง
โทรทัศน์.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รักคันต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2546). **นักสร้างหนัง หนังสือ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัฒนา พิชราวณิช. (2543). **จิตวิทยาพัฒนาการ**. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จ
เจ้าพระยา.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2555). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จี พี ไซเบอร์พริ้นท์.
- สุรเดช โชติอุดมพันธ์. (2550). **สู่พรมแดนความรู้ เรื่องวัฒนธรรมบริโภค**. กรุงเทพฯ: โอ. เอส.
พรินต์ติ้งเฮาส์.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด คณะกรรมการสภาวิจัย
แห่งชาติสาขาสังคมวิทยา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.