

บทที่ 2

แนวคิดเรื่องค่านิยมและการโฆษณา

ความหมายของค่านิยม

คำว่า “ค่านิยม” เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ค่านิยม” ไว้ต่าง ๆ กัน ดังนี้

สก็อต (Scott, 1965 : 3) กล่าวว่า ค่านิยม เป็นความคิดรวบยอดของบุคคลซึ่งใช้ประเมินผล ความดี ความชั่ว ความผิด ความถูก ความปรารถนา ความไม่พึงปรารถนา จะมีอิทธิพลต่อการเลือกปฏิบัติและจะมีอิทธิพลต่อการกระทำของบุคคล

ครัทซ์ฟิลด์ (Cruthchfield, 1966 : 102) กล่าวว่า ค่านิยม คือสิ่งที่บุคคลหรือสมาชิกในสังคมยึดถือ และยอมรับว่าเป็นสิ่งที่มีความหมาย มีความสำคัญสำหรับตนเองและบุคคล จะยอมรับเอาเป็นเป้าหมาย มาตรฐาน และอุดมคติในชีวิตของตน ค่านิยมยังสามารถเปลี่ยนจุดหมายในชีวิตของบุคคลได้ด้วย เพราะค่านิยมเป็นความเชื่อถือเกี่ยวกับสิ่งที่ดีที่ชอบ สิ่งที่ไม่ดีหรือไม่ชอบ

โรเกิช (Rokeach, 1969 : 124) ได้ให้ความหมายของคำว่าค่านิยมว่า หมายถึงรูปแบบของความเชื่อที่แต่ละคนยึดถืออยู่ว่าแต่ละคนควรปฏิบัติตนอย่างไร หรือสิ่งใดมีคุณค่า ไม่มีคุณค่า ค่านิยมแตกต่างจากเจตคติและความเชื่อ เพราะค่านิยมมิได้เกี่ยวข้องกับสิ่งของ บุคคล หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเฉพาะอย่าง แต่ค่านิยมสัมพันธ์กับทุกสิ่งโดยทั่วไป และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล

เฟรนเกิล (Fraenkel, 1977 : 6) ได้ให้ความหมายของค่านิยมว่า ค่านิยมเป็นความคิดหรือความคิดรวบยอดในสิ่งที่เราเห็นว่ามีความสำคัญต่อชีวิตเรา เมื่อบุคคลมีค่านิยมในสิ่งใด สิ่งหนึ่ง นั้นแสดงว่าเขาเห็นคุณค่าของสิ่งนั้น

ลักษณะ สุขสุวรรณ (2521 : 14) ได้กล่าวถึงค่านิยมว่า ค่านิยม หมายถึงสิ่งที่นิยมนิยมนยึดถือประจำใจที่ช่วยตัดสินใจในการเลือก หรือเป็นสิ่งที่กลุ่มสังคมหนึ่ง ๆ เห็นว่ามีค่าควรกระทำ น่ากระทำ น่ายกย่อง หรือเห็นว่าถูกต้องซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาหรือเกิดขึ้นภายหลังได้

ประทุม เป็นสุวรรณ (2522 : 24) ให้นิยามไว้ว่า ค่านิยม หมายถึงความรู้สึกรู้สึกของสมาชิกในกลุ่มที่ยึดถือว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ดีงาม สิ่งนี้เป็นสิ่งที่ไม่ดีงาม ซึ่งค่านิยมของคนในแต่ละสังคมมีต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป

อุทัย หิรัญโต (2522 : 56) กล่าวถึงค่านิยมไว้ว่า ค่านิยมคือการรวมค่านิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม กล่าวคือสมาชิกของคนส่วนใหญ่ยอมรับว่าเป็นสิ่งดีงาม หรือควรแก่การปฏิบัติต่อ “สิ่ง” หรือ “สถานการณ์” นั้น ๆ ก็จะกลายเป็นค่านิยมของสังคมนั้น

จากคำจำกัดความของนักวิชาการข้างต้น สรุปได้ว่า ค่านิยม หมายถึงสิ่งที่คนส่วนใหญ่ นิยมยึดถือว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องและดีงาม จึงนำไปประพฤติปฏิบัติ และค่านิยมต่าง ๆ อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา

สิ่งที่กำหนดค่านิยมในสังคมไทย

พฤติกรรมต่าง ๆ ของคนในสังคมจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลเหล่านั้น ดังนั้นสิ่งที่เป็นตัวกำหนดค่านิยมในสังคมไทยจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผลักดันให้คนเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ทศนีย์ ทองสว่าง (2537 : 64-65) ได้กล่าวถึงสิ่งที่กำหนดค่านิยมไว้ดังนี้

1. ศาสนาพุทธ ชีวิตคนไทยเกี่ยวกับศาสนาพุทธตั้งแต่เกิดจนตาย เนื่องจากบรรพบุรุษไทยได้อบรมสั่งสอนหลักธรรมทางพุทธศาสนาหรือศีลธรรมให้แก่บุตรหลานตั้งแต่เล็กจนโต เช่น การทำบุญ ความซื่อสัตย์ ความเมตตากรุณาเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความสามัคคีและการเคารพผู้อาวุโส เป็นต้น

2. ศาสนาพราหมณ์ ศาสนาพราหมณ์ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนไทยตั้งแต่สมัยโบราณ โดยเฉพาะพิธีการและพระราชพิธีต่าง ๆ เช่น พิธีรดน้ำในการสมรส พิธีวางศิลาฤกษ์ พิธีอาบน้ำศพ พิธีทำขวัญนาค เป็นต้น

3. ระบบศักดินา ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของสังคมไทยได้ผูกพันกับระบบศักดินามาเป็นเวลานาน ฉะนั้นระบบศักดินาจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างค่านิยมของคนไทย เช่น ค่านิยมของความเป็นเจ้านายและมียศถาบรรดาศักดิ์ ชอบรับราชการ เป็นต้น

4. ระบบเกษตรกรรม สังคมไทยมีลักษณะเป็นสังคมเกษตรกรรม คนไทยจึงมีความผูกพันกันอย่างใกล้ชิดตามสภาพของท้องถิ่น คนไทยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตชนบท ชาวชนบทที่อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกันมักจะมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ใครได้รับความเดือดร้อนก็จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีความรู้สึกรักใคร่กันเหมือนเป็นญาติพี่น้อง

5. ความเชื่อในอำนาจของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สืบเนื่องจากความกลัวในสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น กลัวความเจ็บไข้ได้ป่วย กลัวภัยพิบัติต่าง ๆ ความกลัวดังกล่าวมีผลให้มนุษย์รวมทั้งคนไทยมีค่านิยมในเรื่องการกราบไหว้บูชาธรรมชาติ เช่น ภูเขา ต้นไม้ และสัตว์ที่มีลักษณะประหลาด เป็นต้น

นอกจากศาสนา ระบบการปกครอง อาชีพและความเชื่อจะเป็นสิ่งกำหนดค่านิยมของคนไทยในระดับกว้างแล้ว ยังมีสิ่งที่ก่อให้เกิดค่านิยมในระดับที่แคบเข้ามาดังที่ พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539 : 204-205) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ครอบครัว เป็นสถาบันที่สำคัญในการกำหนดค่านิยม เนื่องจากเด็กจะได้รับค่านิยมจากผู้ใหญ่เป็นส่วนมากโดยเฉพาะกับพ่อแม่ เพราะพ่อแม่ใกล้ชิดกับลูกการอบรมสั่งสอนสิ่งต่าง ๆ เป็นไปทีละเล็กทีละน้อยทุกวัน สิ่งเหล่านี้จะค่อย ๆ ซึมซาบเข้าไปในจิตใจของเด็ก เป็นการซึมซับรับค่านิยมของพ่อแม่ไปโดยปริยาย ในทางตรงกันข้ามเด็กที่ขาดความผูกพันกับพ่อแม่จะมีโอกาสน้อยที่จะเรียนรู้ค่านิยมและมาตรฐานของพฤติกรรม เด็กจะไม่มีพัฒนาการในการรู้จักบังคับตัวเอง และจะมีนิสัยก้าวร้าว มีพฤติกรรมที่ไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม

2. โรงเรียน ครูอาจารย์คือบุคคลที่ปลูกฝังค่านิยมต่าง ๆ ให้แก่เด็กโดยที่ครูจะเน้นการปลูกฝังให้เด็กมีค่านิยมที่สังคมยอมรับ เช่น อุดมการณ์ คุณธรรม ครูสามารถถ่ายทอดค่านิยมต่าง ๆ ได้ง่าย เพราะเด็กจะเชื่อฟังครูเป็นพื้นฐาน และต้องการเลียนแบบครูที่ตนรักและศรัทธา

3. สังคม อิทธิพลของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละสังคมย่อมมีอิทธิพลต่อค่านิยมของเด็ก เช่น ค่านิยมเกี่ยวกับความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และการขี้มเข้มแถมแถมในของคนในสังคมซึ่งกลายเป็นลักษณะนิสัยประจำชาติของคนไทย

จะเห็นได้ว่าสิ่งที่กำหนดค่านิยมของคนไทยทั้งในระดับที่กว้างและระดับที่แคบ มีส่วนสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของคนในสังคมให้มีความเหมือนและแตกต่างกันตามสิ่งแวดล้อมและการเรียนรู้ของแต่ละคน

ค่านิยมของคนไทยในยุคบริโภคนิยม

สภาพครอบครัวในสังคมไทยปัจจุบันมีขนาดเล็กลง ผู้นำครอบครัวต่างก็ออกจากบ้านเพื่อทำงานหารายได้เลี้ยงครอบครัว ทำให้ผู้ใหญ่ไม่มีเวลาดูแลลูกหลานอย่างใกล้ชิดความสัมพันธในครอบครัวจึงห่างเหินไป บางครอบครัวพ่อแม่ได้ทดแทนการให้ความอบอุ่นกับลูกด้วยเงิน ทำให้เงินมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิต เพราะคนส่วนใหญ่ต่างคิดว่าเงินสามารถซื้อทุกอย่างได้ ทำให้สังคมไทยเกิดค่านิยมใหม่ๆ ขึ้น ดังที่รัชนิกร เศรษฐ์ (2523 : 113-119) ได้กล่าวถึงค่านิยมที่สำคัญและเด่นชัดของคนไทยในสังคมบริโภคนิยมไว้ ดังนี้

1. ความมั่งคั่ง สังคมไทยปัจจุบันให้ความสำคัญกับเงิน และวัตถุมากกว่าสิ่งอื่น ๆ เมื่อคนไทยนิยมความร่ำรวย มั่งคั่ง จึงพยายามดิ้นรนต่อสู้เพื่อให้ได้ครอบครองวัตถุที่แสดงว่าร่ำรวยกว่าใคร ได้แก่ ทองรูปพรรณ เครื่องเพชร บ้าน รถยนต์ เป็นต้น

2. อำนาจ คนไทยนั้นยกย่องอำนาจและนิยมที่จะได้เป็นเจ้าของอำนาจไม่ว่าจะเป็น อำนาจในลักษณะใดก็ตาม ผู้ที่มีอำนาจในสังคมไทยนอกจากจะเป็นข้าราชการในระดับสูงแล้ว สังคมไทยยังยกย่องผู้มีเงินเป็นผู้มีอำนาจอีกด้วย

3. การเคารพผู้อาวุโส ผู้อาวุโสหมายถึงผู้ที่มีประสบการณ์มานาน เป็นผู้รอบรู้ และ หมายถึงผู้ที่มีอายุมากกว่า รวมไปถึงผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่าด้วย โดยให้เหตุผลว่าการตัดสินใจของผู้ อาวุโสจะถูกต้องกว่า ดีกว่า เพราะมีประสบการณ์มากกว่า พฤติกรรมที่แสดงออกมาจนกลายเป็น นิสัยส่วนรวมคือยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้ใหญ่ หากมีการโต้แย้งบ้างก็จะเป็นการโต้แย้งอย่าง นบนอบ คือถ้าเรื่องใดเห็นว่ายอมได้ก็จะยอมเพื่อป้องกันมิให้เกิดความบาดหมางกัน

4. ความเป็นผู้รู้ คนไทยนิยมยกย่องผู้มีวิชาความรู้ไม่ว่าจะเป็นวิชาแขนงใดก็ตาม คนไทยจึงชวนขวยที่จะเป็นผู้รู้ หนทางเดียวที่จะเป็นผู้รู้ได้ก็คือ การศึกษาจะต้องศึกษาสูงกว่าคน อื่น นิสัยซึ่งเกิดจากการยกย่องผู้รู้ก็คือการวัดคนโดยเอาความรู้เป็นมาตรฐาน โดยเชื่อว่าคนมีการ ศึกษาสูงจะมีความคิดดีกว่าถูกต้องกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยกว่า

5. ให้ความสำคัญในแง่บุคคล คนไทยนิยมให้ความสำคัญต่อตัวบุคคลเป็นอย่างมาก มีการเลือกว่าใครเป็นใครควรจะคบด้วยหรือไม่ เมื่อคนไทยเห็นความสำคัญของแต่ละบุคคลจึงเกิด นิสัยที่เป็นคนรักพวกรักพ้อง รักพี่รักน้อง รักเพื่อนฝูง สิ่งที่คนไทยเห็นว่าดีก็คือการมีความรักการ เชื้อพ้องระหว่างพวกเดียวกัน คนไทยจึงยึดติดกับเรื่องพวกพ้อง

6. ความสนุกสนานร่าเริง จากค่านิยมในเรื่องการรักความสนุกสนาน คนไทยจึงมี พฤติกรรมที่ชอบกินเลี้ยงสังสรรค์ จัดงานรื่นเริงสนุกสนานกันอยู่ไม่ขาดระยะ ความร่าเริงสนุก สนานนี้มีได้จำกัดเพศหรือวัย คนไทยทุกเพศทุกวัยต่างก็นิยมชมชอบทั้งสิ้น ผลของการรักความ สนุกสนานของคนไทยจึงทำให้คนไทยมีนิสัยขี้เล่น แม้ขณะปฏิบัติงาน จนบางครั้งทำให้ขาดความ ตั้งใจและจริงจังต่อการปฏิบัติงาน

7. ความวางเฉย ความใจเย็น และความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ คนไทยยกย่องผู้ที่มีคุณ ลักษณะเช่นนี้ว่าเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่น่านับถือ นิสัยของคนไทยจึงเหมือนกับเป็นคนขาดความ กระตือรือร้น ขาดความทะเยอทะยาน เฉื่อยชา ไม่กล้าเสี่ยง การแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับความ ใจเย็นของคนไทยอีกอย่างหนึ่ง คือเรื่องการไม่รักษาเวลาทำให้เป็นคนไทยกลายเป็นคนไม่ตรงต่อ เวลา

8. ความเชื่อในเรื่องบาปบุญ กฎแห่งกรรม และทางสายกลาง ผลของค่านิยมใน เรื่องนี้ทำให้วิถีชีวิตของคนไทยดำเนินไปอย่างไม่มีการวางแผนล่วงหน้า

9. ความสบายกายและความสบายใจ คนไทยมีนิสัยไม่ชอบให้ใครมาขัดใจและไม่ชอบขัดใจคนอื่น ทั้งนี้ก็เพื่อความสบายใจและสบายกายของตนเอง คนไทยส่วนใหญ่มักจะหลบเลี่ยงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่สังคมตั้งขึ้นมาเสมอ และจะมีความรับผิดชอบต่อกฎเกณฑ์หรือความเป็นไปของสังคมน้อย เพราะทุกคนมุ่งแต่เรื่องความสะดวกสบายของตนเองและของคนที่อยู่ใกล้ชีวิตตนเองก่อนเสมอ

ส่วนสุพัตรา สุภาพ (2531 : 26-28) ได้กล่าวถึงค่านิยมที่สำคัญ ๆ ของคนไทยในยุคบริโภคนิยมไว้เช่นกัน ดังนี้

1. เชื่อในเรื่องเหตุและผล เช่น เชื่อว่าน้ำท่วมไม่ได้เกิดจากเคราะห์กรรมแต่เป็นเรื่องที่ควบคุมได้โดยการสร้างเขื่อน หรือคนเป็นโรคจิตก็รักษาได้ไม่ต้องกักขังอย่างแต่ก่อน ผนไม่มาก็ทำผนเทียมได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นความคิดที่เชื่อว่าปรากฏการณ์ต่าง ๆ นั้น สามารถหาที่มา และวิธีที่จะแก้ไขได้

2. การทำกิจกรรมทุกกิจกรรมขึ้นอยู่กับเวลา ไม่ว่าจะตื่นนอน ทำงาน นอน หรือแม้แต่จะพักผ่อน จะต้องเป็นไปตามเวลาที่กำหนด เช่น ต้องตื่นในเวลาใดจึงจะไปทำงานทัน ทำงานจนถึงเวลาเท่าใดจึงจะเลิก เป็นต้น

3. มีการแข่งขันกัน เพราะคนในสังคมอยู่แบบตัวใครตัวมัน เอื้อเพื่อต่อกันน้อย ชีวิตจึงต้องดิ้นรนเพื่อการอยู่รอดตลอดเวลา ความกดดันทางจิตจึงมีมาก

4. นิยมตะวันตก แสดงออกด้วยการนิยมใช้ของต่างประเทศที่มีราคาแพง และเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยตลอดเวลา ซึ่งมักจะทำตามที่ต่างประเทศกำหนด บางครั้งก็ล้ำสมัย โดยเฉพาะแฟชั่นเครื่องแต่งกายจะเห็นเด่นชัดมาก ที่รองลงมา คือความคิดและอุดมการณ์ต่าง ๆ เช่น ความคิดในเรื่องสิทธิเสรีภาพ ความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ฯลฯ

5. ชอบจัดงานพิธี เป็นการทำให้ความมีหน้ามีตา มีชื่อเสียง มีเกียรติ และเพื่อแสดงสถานภาพ เช่น งานเลี้ยงรุ่น เลื่อนยศ ครอบรอบแต่งงาน กลับจากต่างประเทศ เป็นต้น

6. พุ่มเฟิยหรูหรา สังคมจะวัดว่าใครมีเงินมีเกียรติมากกว่ากันอยู่ที่การจัดเลี้ยง หลูหรูราใหญ่โตแค่ไหน หรือมีเครื่องแต่งกายเครื่องประดับอย่างไร ค่านิยมลักษณะนี้ทำให้บุคคลเป็นจำนวนมากต้องมีหนี้สิน เนื่องจากต้องการมีสถานภาพหรือตำแหน่งที่สูงเหมือนหรือเหนือคนอื่นนั่นเอง

7. นิยมวัตถุ วัตถุที่นิยมมักจะออกมาในรูปของสิ่งที่มีราคา เช่น เครื่องเพชร รถยนต์ บ้าน เพราะวัตถุดังกล่าวเป็นเครื่องบอกถึงฐานะของแต่ละคนว่ามั่งมีหรือยากจนเพียงไร

8. ชอบทำอะไรเป็นทางการ เมื่อจะมีการงานอะไรมักจะชอบแจกบัตรเชิญ หรือลงข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ ประกาศข่าวทางวิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเป็น

เพราะอยู่ห่างกันและบอกกันด้วยวาจาไม่สะดวก เพราะการจราจรติดขัด บัตรเชิญหรือนามบัตรจึงเป็นสัญลักษณ์บอกว่าใครเป็นใคร ทำอะไรที่ไหน เนื่องในโอกาสอะไร

9. ยกย่องผู้มีอำนาจมีตำแหน่ง โดยแสดงออกมาในรูปการให้เกียรติกัน เช่น ให้เป็นประธาน เป็นผู้นำขบวน มีการยกย่องสรรเสริญ เช่น คนสนิทและลูกน้องกล่าวชมเชยยกย่องสรรเสริญเจ้านาย การให้ความเคารพ เช่น เห็นหน้าก็ยกมือไหว้ อาจจะตั้งใจจริงและไม่ตั้งใจ และการมีความเกรงกลัว โดยไม่กล้าคัดค้านไม่ว่าจะผิดหรือถูก เช่น ลูกน้องกับเจ้านาย เป็นต้น

10. ขาดระเบียบวินัย ทำอะไรมักจะรีบร้อน เช่น ขับรถเร็วไม่เคารพกฎจราจร รีบเข้าแถวคนนำแต่งงาน รีบเผาศพ เป็นต้น จนบางครั้งดูน่าเกลียดไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ

11. ไม่รักษาสาธารณสมบัติหรือของส่วนรวม ชอบทำในสิ่งที่ตนเองรู้สึกพอใจ ทั้งในระดับบุคคลและองค์กร เช่น โรงงานอุตสาหกรรมปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำลำคลอง หรือผู้ที่ทำลายป่าเพื่อหวังความร่ำรวยของตนเอง ซึ่งเป็นผลเสียต่อส่วนรวม

12. พุดมากกว่าทำ ซึ่งการพูดนี้จะออกมาในรูปของการประชุม ซึ่งแต่ละแห่งก็จะมีกรรมการจำนวนมาก โดยเฉพาะในหน่วยราชการ การประชุมหรือการพูดจึงเป็นการคุยกันหรือการระบายอารมณ์ชนิดหนึ่งเป็นการประทะคารมกัน แต่เมื่อถึงเวลาที่จะปฏิบัติก็มักจะเกี่ยงกันและถึงแม้จะทำงานด้วยกันก็มักจะมีปัญหาเพราะคนไทยไม่ชอบทำงานเป็นกลุ่ม เนื่องจากแต่ละคนเป็นตัวของตัวเองไม่สามารถจะทำอะไรร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

13. ไม่ชอบเห็นใครเหนือกว่า ฉะนั้นใครคิดว่าใครอีกฝ่ายที่ดีไม่เท่าจะไม่พอใจและหาทางว่ากล่าวหรือกลั่นแกล้งทำที่จะเป็นไปได้หรือไม่ก็โอ้อวดตัวเอง

14. เห็นแก่ตัวไม่เชื่อใจใคร ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะสังคมที่ต้องดิ้นรนขวนขวายเพื่อการอยู่รอด หรือความก้าวหน้าของตัวเอง ตลอดจนเป็นสังคมที่มีคนมารวมอยู่กันเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีทั้งดีและไม่ดี แต่ละคนก็มาจากที่ต่างๆ มีความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนนิสัยใจคอไม่เหมือนกัน จึงเกิดความไม่คุ้นเคยกัน และไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้ทัศนีย์ ทองสว่าง (2537 : 65-73) ยังได้กล่าวถึงสิ่งที่เป็นค่านิยมของสังคมไทยในยุคบริโภคนิยมไว้ด้วย ดังนี้

1. ความจงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์ พระมหากษัตริย์ทรงเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยทั้งชาติ คนไทยทุกเชื้อชาติ ศาสนา ต่างก็มีความจงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์ทั้งสิ้นและยอมเสียสละทุกอย่างแม้ชีวิตของคน เพื่อรักษาไว้ซึ่งชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

2. เงิน เงินเป็นค่านิยมที่สำคัญยิ่งของสังคมไทยในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุค
วัตถุนิยม การที่คนไทยมีค่านิยมในการนับถือเงินนั้นเนื่องจากเงินสามารถซื้อทุกสิ่งทุกอย่างที่
ต้องการได้ คนมีเงินหรือคนร่ำรวยจะได้รับการยกย่องเคารพนับถืออย่างกว้างขวาง โดยไม่ได้
คำนึงว่าผู้นั้นจะได้เงินมาโดยวิธีใด

3. อำนาจ คนในทุกสังคมมักจะยกย่องอำนาจโดยเฉพาะในสังคมไทย เนื่องจากใน
อดีตสังคมไทยผูกพันอยู่กับระบบศักดินาที่ยกย่องอำนาจมาเป็นเวลานาน เพราะอำนาจเป็น
เครื่องมือสำคัญในการควบคุมสังคม ดังจะเห็นได้จากระบบราชการ โดยอำนาจจะแบ่งอยู่ใน
ตำแหน่งต่าง ๆ นอกจากนี้อำนาจยังสามารถบันดาลให้ได้มาซึ่งเงิน เกียรติยศและอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้
อำนาจจึงเป็นค่านิยมที่คนส่วนใหญ่ในสังคมไทยปรารถนา

4. การทำบุญ สังคมไทยได้รับค่านิยมในเรื่องการทำบุญจากอิทธิพลของคำสอนใน
ศาสนาต่าง ๆ โดยเฉพาะศาสนาพุทธซึ่งเป็นศาสนาที่คนไทยนับถือมากที่สุด ฉะนั้นศาสนาพุทธจึง
มีอิทธิพลในการสร้างค่านิยมเกี่ยวกับการทำบุญมากที่สุด เพราะชาวพุทธมีความเชื่อในเรื่องกฎ
แห่งกรรม คนไทยเชื่อว่าการทำบุญเป็นกรรมดีที่ควรสะสมไว้ จะได้ส่งผลถึงอนาคตทั้งชาตินี้
และชาติหน้า คนไทยส่วนใหญ่จึงนิยมทำบุญไม่ว่าคนรวยหรือคนจน ค่านิยมในเรื่องการทำบุญ
จึงเป็นค่านิยมที่สำคัญของสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

5. ความสนุกสนาน คนไทยรักความสนุกสนาน กิจกรรมต่าง ๆ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ
ความสนุกสนานเป็นสำคัญ คนไทยมีความสนุกสนานตั้งแต่เกิดจนตาย จะเห็นได้จากการจัดงาน
พิธีต่าง ๆ ตลอดจนถึงการทำงานจะมีความสนุกสนานสอดแทรกอยู่เสมอ เช่น งานฉลองวันเกิด
วันโกนจุก งานศพ งานบวช ฯลฯ ค่านิยมเกี่ยวกับความสนุกสนานนี้จะมีผลกระทบต่อสังคม
หลายประการ เช่น ทำให้เกิดความประมาทขาดความจริงจังในการทำงาน เป็นต้น

6. บริโภคนิยม คนไทยส่วนใหญ่สนใจเรื่องการบริโภค มักชอบเสาะแสวงหา
อาหารรับประทานเป็นพิเศษ เนื่องจากการบริโภคเป็นค่านิยมทั่วไปของสังคมไทย จะเห็นได้ว่า
กิจกรรมต่าง ๆ จะผูกพันกับเรื่องการบริโภคตลอดเวลา เช่น การเลี้ยงฉลองการสมรส การเลี้ยง
ฉลองยศ การเลี้ยงฉลองวันขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น

7. ความหรูหรา คนไทยนิยมการแสดงออกซึ่งความหรูหรา เพื่อเป็นการแสดงให้เห็น
ว่าสถานภาพทางสังคมของตนสูง เช่น แสดงออกด้วยการแต่งกายด้วยของมีค่า จัดงานพิธีใหญ่โต
มีเครื่องใช้ราคาแพง ๆ เป็นต้น

8. การจัดงานพิธีต่าง ๆ คนไทยส่วนใหญ่นิยมจัดงานพิธีในโอกาสต่าง ๆ โดยเฉพาะ
ในเรื่องที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวงจรชีวิต เช่น งานฉลองวันเกิด งานบวช งานฉลองขึ้นบ้าน
ใหม่ เป็นต้น การจัดงานต่าง ๆ ดังกล่าวมักจะจัดอย่างใหญ่โตเพื่อความมีหน้ามีตาของตน

9. โหราศาสตร์ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและสังคมของไทยในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมาก ทำให้คนไทยเกิดความตึงเครียดและมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับชีวิตของตนในทุก ๆ ด้าน จึงต้องการทราบชะตาชีวิตของตนล่วงหน้า ด้วยเหตุนี้โหราศาสตร์จึงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในสังคมไทยตั้งแต่ชนชั้นสูงไปจนถึงชนสามัญทั่วไป

10. บัณฑิตภาพ คนไทยส่วนใหญ่นิยมความเป็นตัวของตัวเอง แสดงถึงความมีอิสระเสรีภาพในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ตามความคิดของตนโดยไม่อยู่ใต้อิทธิพลของผู้อื่น และชอบทำอะไรตามสบายตามใจตัวเอง

11. การพนัน คนไทยนิยมเล่นการพนันกันตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ คนไทยใช้การพนันเพื่อเสี่ยงโชคหวังร่ำรวยแต่ไม่ชอบทำงานหนัก การพนันเป็นสิ่งชั่วร้ายเป็นพฤติกรรมที่ผิดศีลธรรมและทำให้เกิดการทุจริตคดโกงต่าง ๆ เป็นตัวการอันหนึ่งที่ทำให้เกิดมิจฉาชีพ

12. ตัวใครตัวมัน จากภาวะเศรษฐกิจที่ฝืดเคืองในปัจจุบัน สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ คนไทยส่วนใหญ่จึงนึกถึงตัวเองมากกว่าคนอื่น มุ่งที่จะเอาตัวรอด ค่านิยมนี้เป็นภัยต่อเอกภาพของสังคมอย่างมาก เพราะคนส่วนใหญ่มีแต่ความเห็นแก่ตัว

13. ขาดระเบียบวินัย คนไทยขาดวินัยในตนเองเป็นอย่างมากและไม่นิยมปฏิบัติตามวินัยของส่วนรวม ทั้งนี้เพราะขาดการอบรมจากครอบครัว โรงเรียนและสิ่งแวดล้อม จึงจำเป็นต้องฝึกรับอบรมให้เด็กรู้จักปฏิบัติตามระเบียบวินัยกฎหมายต่าง ๆ และผู้ใหญ่จะต้องเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องระเบียบวินัยให้เด็กและเยาวชนรุ่นหลังปฏิบัติตามด้วย

14. ไทยมุง คนไทยส่วนใหญ่สนใจต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ไฟไหม้ คนทะเลาะกัน เป็นต้น นอกจากนี้คนไทยยังชอบสอดรู้สอดเห็นเรื่องของผู้อื่นด้วย

15. การศึกษา ในปัจจุบันคนไทยนิยมส่งบุตรหลานให้เรียนหนังสือในระดับสูง เพื่อให้ได้รับการยกย่องจากคนอื่น และเพื่อเชิดหน้าชูตาวงศ์ตระกูล

16. ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ คนไทยส่วนใหญ่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ โอบอ้อมอารีช่วยเหลือบุคคลโดยทั่วไป

17. ระบบอาวุโส คนไทยเคารพนับถือผู้อาวุโสตั้งแต่สมัยโบราณมาจนถึงปัจจุบัน บุคคลที่มีอายุมากกว่าก็จะเรียกว่า ลุง ป้า น้า อา เป็นต้น ทั้งที่ไม่ได้เป็นญาติพี่น้องกัน ทำให้เกิดความสามัคคีของชนในชาติ ระบบอาวุโสอีกแบบหนึ่งคือ ผู้ที่ทำงานนานกว่า มีประสบการณ์มากกว่าก็จะได้รับการยกย่องด้วย

ลักษณะของค่านิยมของคนไทยในยุคบริโภคนิยมดังกล่าวสรุปได้ว่ามี 9 ลักษณะดังนี้

1. นิยมตะวันตก วัฒนธรรมตะวันตกได้มีบทบาทต่อสังคมไทยมากขึ้น จะเห็นได้จากคนที่คนไทยนิยมใช้สินค้าต่างประเทศที่มีราคาสูง นิยมแฟชั่นการแต่งกายตามแบบตะวันตก

รวมทั้งการนิยมรับประทานอาหารแบบฟาสต์ฟู้ด เพราะคนไทยเห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นคนทันสมัย

2. ชอบความหรูหรา ใช้เงินจับจ่ายในสิ่งที่ฟุ่มเฟือยเพื่อให้ทัดเทียมกับคนอื่น ๆ หรือให้เด่นกว่าคนอื่น ค่านิยมลักษณะนี้เป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้บุคคลจำนวนมากมีหนี้สิน

3. นิยมวัตถุ วัตถุที่มีราคาสูง เช่น บ้าน รถยนต์ เครื่องประดับต่าง ๆ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า ผู้เป็นเจ้าของเป็นคนมีฐานะ บุคคลใดมีวัตถุเหล่านี้มากเท่าไรก็แสดงถึงความมั่งมีมากขึ้นเท่านั้น คนส่วนใหญ่จึงพยายามหาซื้อวัตถุเหล่านี้เพื่อยกระดับตัวเอง

4. ยกย่องผู้มีอำนาจ เพราะเห็นว่าอำนาจเป็นสิ่งที่ทุกคนยกย่องสรรเสริญ ทุกคนจึงต้องการได้อำนาจเพื่อจะสร้างบารมีให้แก่ตนเอง โดยการชอบโอ้อวด หรือการทำตนใกล้ชิดสนิทสนมกับผู้มีอำนาจ

5. เคารพผู้อาวุโส ค่านิยมในเรื่องนี้มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สังคมไทยให้ความเคารพนับถือผู้อาวุโส เพราะถือว่าผู้อาวุโสมีอายุสูงกว่า มีประสบการณ์มากกว่า จึงเชื่อว่าความคิดหรือการตัดสินใจของผู้อาวุโสถูกต้องเสมอ

6. เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวม จากสภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน คนไทยจึงต้องแก่งแย่งแข่งขันเพื่อความอยู่รอดของตนเองและครอบครัว แต่ละคนมุ่งแต่จะเอาตัวรอด เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวเป็นสำคัญ

7. ให้ความสำคัญกับการศึกษา คนไทยปัจจุบันเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษามากขึ้นนิยมให้บุตรหลานของตนศึกษาในระดับสูง เพราะสังคมไทยนิยมยกย่องผู้ที่มีความรู้ ซึ่งวัดได้จากระดับการศึกษาที่แต่ละคนได้รับ

8. รักพวกพ้อง คนไทยให้ความสำคัญต่อตัวบุคคลเป็นอย่างยิ่ง การให้ความสำคัญต่อตัวบุคคลทำให้เกิดนิสัยการรักพวกพ้อง การแสดงความรักพวกพ้องรักกลุ่มนี้แสดงออกมาในรูปของการปฏิบัติตามกัน ปกป้องให้เพื่อนรอดพ้นจากการถูกดำเนินคดี

9. ชอบความสนุกสนาน คนไทยแสวงหาความสนุกสนานอยู่เสมอในทุกสถานการณ์ โดยไม่จำกัดว่าเป็นเพศใดวัยใด แต่ค่านิยมรักความสนุกสนานนี้บางครั้งต้องใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย ทำให้มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของครอบครัว

ค่านิยมของวัยรุ่นไทยในยุคบริโภคนิยม

เนื่องจากสภาพสังคมและวัฒนธรรมของไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คนในสังคมโดยเฉพาะวัยรุ่นรับเอาอิทธิพลทั้งด้านวัตถุและอวัตถุจากตะวันตกมาเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต

มากขึ้น ดังที่สุพัตรา สุภาพ (2531 : 46-48) ได้กล่าวถึงค่านิยมที่สำคัญและเด่นชัดของวัยรุ่นยุค บริโภคนิยมไว้ ดังนี้

1. ความรัก ความรักของวัยรุ่นมีหลายแบบ คือ รักพ่อแม่ญาติพี่น้อง รักเพื่อนรักพวกพ้อง รักเพื่อนต่างเพศซึ่งเป็นความรักแบบหนุ่มสาว ขณะเดียวกันวัยรุ่นก็ต้องการได้รับความรักจากบุคคลเหล่านี้ด้วย

2. ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความสนุกสนานเพลิดเพลินของวัยรุ่นส่วนมากมักจะออกมาในรูปของกิจกรรมกีฬาหรือความบันเทิง เช่น การเชียร์กีฬา เป็นต้น

3. ความเป็นอิสระ ความต้องการเป็นอิสระจะมีสูงมากในวัยรุ่น เพราะเป็นวัยที่อยู่ระหว่างวัยเด็กกับผู้ใหญ่ต้องการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเอง ฉะนั้นจึงไม่ชอบให้ผู้ใหญ่มาก้าวกายในชีวิตของตน ไม่ชอบให้ใครมาสอน วัยรุ่นบางคนจึงทำอะไรโดยไม่ให้ผู้ใหญ่รู้เห็น

4. การมีชื่อเสียง วัยรุ่นต้องการให้สังคมยอมรับหรือชมเชย หรืออยากเด่นอยากดัง เช่น ต้องการเป็นนักกีฬาที่เก่งเพื่อให้เป็นขวัญใจของเพื่อน ๆ เป็นต้น

5. มีอุดมคติสูง วัยรุ่นมักจะเป็นวัยที่มีอุดมคติแรงกล้า มีความกล้าเสี่ยง และมีพลังผลักดันสูง ทำให้เชื่อคนง่ายจนบางครั้งตกเป็นเครื่องมือของผู้มีอำนาจ มีอิทธิพลแสวงหาผลประโยชน์ได้

6. สนใจเรื่องเพศและเพศตรงข้าม วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการความรู้ ความเข้าใจทางเพศอย่างถูกต้อง แต่มักถูกกีดกันจากผู้ใหญ่ ทำให้วัยรุ่นหาความรู้ด้วยการได้ยินหรือได้ฟังคนอื่นพูดซึ่งอาจจะไม่ถูกต้องทั้งหมด หรือไม่ก็อ่านจากหนังสือเรื่องเพศที่มีขายตามท้องตลาด ซึ่งอาจเป็นหนังสือที่เร้าความรู้สึกทางเพศได้

7. การยอมรับของผู้ใหญ่ คือให้ผู้ใหญ่ยอมรับว่ามีความสามารถหรือมีประโยชน์ต่อสังคมเพราะฉะนั้นผู้ใหญ่ไม่ควรเพิกเฉย ควรให้วัยรุ่นรับผิดชอบในกิจกรรมบางอย่าง จะช่วยให้วัยรุ่น รู้จักความรับผิดชอบ เป็นตัวของตัวเองหรือช่วยตัวเองได้มากขึ้น

8. เป็นแบบอย่างที่ดี วัยรุ่นในปัจจุบันแม้จะชอบความอิสระ แต่ก็ต้องการคำแนะนำที่ดีจากผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่จึงต้องคอยนำทาง คอยตักเตือน และให้รางวัลเมื่อวัยรุ่นทำดี

9. ความปลอดภัยและความมั่นคง วัยรุ่นต้องการได้หลักประกันว่าถ้าหากทำในสิ่งที่ดีแล้วจะไม่ถูกลงโทษหรือไม่เป็นที่พอใจของผู้ใหญ่ เพราะในสายตาของผู้ใหญ่สิ่งที่วัยรุ่นคิดว่าดีแล้วอาจจะไม่ดีในสายตาผู้ใหญ่ก็ได้

10. ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ผู้ใหญ่บางคนมักจะติดกันไม่ให้วัยรุ่นทดลองสิ่งใหม่ ๆ ทั้งที่บางสิ่งไม่ก่อให้เกิดอันตรายแต่อย่างใด เช่น ต้องการแต่งกายแปลก ๆ ตามสมัยนิยม ต้องการมีเพื่อนต่างเพศ เป็นต้น ทำให้ผลที่ตามมาคือเกิดการช่อนเร้น หลอกหลวงและในที่สุดอาจเกิดความเสื่อมเสียได้

11. มีความรู้สึกรุนแรง เช่น ถ้าเกิดความสมหวังก็ชื่นชมซาบซึ้ง ตื้นตัน ถ้าผิดหวังก็จะคับแค้นใจ น้อยใจในวาสนาของตัวเอง ความรู้สึกนี้จะรุนแรงผิดธรรมดา บางครั้งอาจออกมาในรูปที่ว่าเป็นเพราะตัวเองผิด บางคนถึงกับฆ่าตัวตายได้ถ้าเกิดผิดหวังในบางเรื่อง เช่น ความรัก การสอบตก หรือถูกพ่อแม่ดู เป็นต้น

12. มีอนาคตและมีความสำเร็จ วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการรับผิดชอบ ต้องการพึ่งตนเอง ฝันถึงจุดหมายในอนาคต เช่น ต้องการเป็นหมอ เป็นวิศวกร เป็นต้น

13. การรวมกลุ่ม เพื่อนมีความสำคัญมาก เป็นวัยที่ต้องการให้เพื่อนยอมรับ เพราะฉะนั้นจึงพยายามทำตามเพื่อน แม้บางครั้งจะขัดกับความรู้สึกส่วนตัวก็ตาม เช่น เพื่อนชวนเดินขบวนแม้ไม่อยากจะเดินก็ตาม เพราะกลัวเพื่อนไม่รักไม่ให้เข้ากลุ่มด้วย เป็นต้น

นอกจากนี้พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539 : 206-208) ยังได้กล่าวถึงสิ่งที่เป็นค่านิยมของวัยรุ่นไทยในยุคบริโภคนิยมได้ด้วย ดังนี้

1. การแต่งกาย วัยรุ่นจะเริ่มสนใจตัวเองมีความพิถีพิถันในเรื่องเสื้อผ้ามากขึ้น แบบอย่างการแต่งกายของวัยรุ่นจะอาศัยค่านิยมของสังคมเป็นเกณฑ์ซึ่งเป็นเหตุให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย วัยรุ่นมีค่านิยมในเรื่องการแต่งกายตามแฟชั่นที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัยส่วนใหญ่เกิดจากการเลียนแบบ เช่น การใส่เสื้อสายเดี่ยว การใส่เสื้อเกาะอกของวัยรุ่นเพศหญิง เป็นต้น

2. นิยมใช้ของต่างประเทศ เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งโก้เก๋ มีรสนิยมแบบฝรั่ง วัยรุ่นเลียนแบบค่านิยมนี้มาจากดาราดาราภาพยนตร์ที่ตนชื่นชอบ หรือเลียนแบบเพื่อนในกลุ่มเดียวกัน เช่น การใช้เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น

3. มีเอกเทศ วัยรุ่นต้องการเป็นผู้นำกลุ่มโดยจะเป็นผู้ริเริ่มความคิดที่ได้รับความสนใจและได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในกลุ่มจึงมีความคิดที่แหวกแนวออกไป โดยพยายามคิดหาสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ มาแสดงให้สมาชิกในกลุ่มได้เห็น

4. การศึกษา วัยรุ่นไทยปัจจุบันถูกอบรมสั่งสอนให้เห็นคุณค่าของการศึกษามากขึ้น โดยถูกกระตุ้นจากผู้ปกครองให้เกิดความเพียรพยายามในการศึกษาเล่าเรียนมากที่สุด เพื่อชีวิตต่อไปในภายหน้าจะได้สุขสบาย มีเกียรติในสังคม เช่น การแข่งขันสอบเข้ามหาวิทยาลัย การกวาดวิชาในสถาบันที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

ลักษณะค่านิยมของวัยรุ่นไทยในยุคบริโภคนิยมดังกล่าวสรุปได้ว่ามี 6 ลักษณะดังนี้

1. ความสนุกสนานเพลิดเพลิน วัยรุ่นเป็นวัยที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเล่นหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อหาความสนุกเพลิดเพลินมากกว่าไปทำอย่างอื่น เพราะวัยรุ่นไม่มีภาระต้องรับผิดชอบมากเหมือนผู้ใหญ่ จึงมีเวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินได้มาก
2. ความอิสระ วัยรุ่นต้องการเป็นตัวของตัวเอง มีอิสระเสรี ไม่ชอบให้ผู้ใหญ่มาบังคับมากกว่าใช้ชีวิตส่วนตัว และไม่ชอบให้ใครวางกรอบชีวิตของตน
3. สนใจเรื่องเพศและเพื่อนต่างเพศ วัยรุ่นทั้งชายและหญิงต้องการความรู้ ความเข้าใจเรื่องเพศ จึงทำให้วัยรุ่นอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศ และสนใจเพศตรงข้ามมากขึ้น
4. การรวมกลุ่ม วัยรุ่นจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อนมากกว่าพ่อแม่ เพื่อนจึงมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความสนใจ และพฤติกรรม การเข้ากลุ่มจะทำให้วัยรุ่นรู้สึกปลอดภัยรวมทั้งสามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้อย่างเต็มที่
5. การหาประสบการณ์ใหม่ ๆ วัยรุ่นเป็นวัยที่ชอบการผจญภัย ชอบความแปลกใหม่ ชอบเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ด้วยตัวเอง ไม่ชอบอยู่กับที่ ชอบความท้าทาย
6. นิยมวัตถุจากต่างประเทศ การใช้สินค้าที่มาจากต่างประเทศจะทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าตนเองเป็นคนโก้เก๋ ทันสมัย มีรสนิยม และยังเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อนอีกด้วย

การเขียนโฆษณาในนิตยสารกับการสะท้อนค่านิยม

การเขียนบทโฆษณาในนิตยสาร

การโฆษณา คือการติดต่อสื่อสารหรือการให้ข่าวสารตลอดจนข้อมูล โดยผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ จากผู้ผลิตสินค้าไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้านั้น ๆ (ประสาน บุตรระเศรษฐี, 2527 : 7) การโฆษณาได้เข้ามามีบทบาทในวงการธุรกิจบริษัทผู้ผลิตทั้งหลายได้ใช้การโฆษณาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการแข่งขันทางการค้า โดยใช้กระจายข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไปยังผู้บริโภค และสร้างภาพพจน์สินค้าของตนให้อยู่เหนือคู่แข่ง สื่อที่นิยมใช้ในการโฆษณา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่ใช้ในการโฆษณาดังกล่าว สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากนิตยสารมีคุณภาพการพิมพ์ที่ดี สามารถโฆษณาสินค้าโดยใช้รูปภาพที่มีสีสันสวยงาม และตัวอักษรชวนอ่าน ประกอบกับนิตยสารมีหลายประเภท สิ่งที่ได้เปรียบอีกประการหนึ่งของนิตยสารก็คือ ความคงทนถาวร (วิรัช ฤทธิรัตนกุล, 2537 : 357)

อวยพร พานิช (2530 : 169-170) ได้แนะนำข้อควรคำนึงในการเขียนบทโฆษณาในนิตยสารให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ต้องดึงดูดความสนใจด้วยการใช้ภาษาที่เร้าอารมณ์ และข้อความโฆษณาต้องครึ่งอยู่ในใจผู้บริโภคยาวนาน
2. ข้อความโฆษณาจะต้องเป็นเนื้อหาสาระที่สร้างขึ้นมาอย่างพิถีพิถันด้วยความรู้ความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภค และความเอาใจใส่ในผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคพึงได้รับ
3. สร้างแรงจูงใจด้วยการใช้โวหารพรรณนา บรรยาย และใช้เหตุผลต่าง ๆ โน้มน้ำใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะใช้สินค้าที่โฆษณา
4. สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ว่าข้อเสนอที่มอบให้แก่เขาเป็นพันธะสัญญาที่จะมอบให้เขาจริง ๆ โดยแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนบทโฆษณาคือผู้ที่เข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และพร้อมที่จะสนองความต้องการของเขา ในขณะที่เดียวกันจะต้องสร้างหลักฐานที่น่าเชื่อถือและชัดเจน ด้วยการชี้พยานบุคคล อ้างข้อเท็จจริงตามหลักวิทยาศาสตร์ และความเชื่อถือที่เคยยอมรับกันมานานแล้ว
5. ต้องพยายามกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อ เพราะการผัดวันประกันพรุ่งเป็นข้อเสียของคนส่วนใหญ่ ต้องพยายามใช้ข้อความที่ตอกย้ำหรือเร้าความต้องการของผู้บริโภคให้รุนแรงขึ้น

นอกจากข้อควรคำนึงในการเขียนบทโฆษณาดังกล่าวแล้ว ผู้เขียนบทโฆษณาในนิตยสารจะต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบของข้อความโฆษณาในนิตยสารเสียก่อนซึ่งอวยพร พานิช (2530 : 170) ได้แบ่งองค์ประกอบของข้อความโฆษณาในนิตยสารออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. พาดหัว หรือหัวเรื่องโฆษณา (Headline) เป็นส่วนที่เรียกร้องความสนใจของผู้บริโภคเข้าสู่เนื้อเรื่องทันที
2. ข้อความอธิบาย (Body Copy) เป็นข้อความที่กล่าวถึงประโยชน์ สรรพคุณ การอ้างเหตุผลเพื่อทำขายเชิญชวนให้เป็นเจ้าของสินค้า และสร้างความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าด้วยการยืนยันข้อพิสูจน์ต่าง ๆ
3. ข้อความส่งท้าย (Ending) เป็นส่วนที่ปิดท้ายงานโฆษณาเพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ มักบอกชื่อสินค้า ตรายี่ห้อ สถานที่ขาย บางครั้งอาจมีคำขวัญประกอบ ในส่วนนี้มีเพื่ออย่าให้จำได้แม่นยำยิ่งขึ้น

องค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนของข้อความโฆษณาดังกล่าว ส่วนที่เป็นพาดหัวโฆษณาหรือหัวเรื่องโฆษณาคือส่วนที่สำคัญที่สุดของโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ ดังที่เดวิด โอกลีวี (ม.ป.ป., อ้าง

ถึงใน ศรีจันทร์ วิชาตรง, 2524 : 12) กล่าวว่า ในการโฆษณาทางนิตยสารนั้น หัวเรื่องเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะผู้อ่านจะอ่านหัวเรื่องโฆษณามากกว่าข้อความโฆษณาส่วนอื่น ๆ

ในการเขียนข้อความพาดหัวโฆษณาในนิตยสารมีหลักเกณฑ์ดังนี้ (Russel and Lane, 1990 : 438 อ้างถึงใน พิบูลย์ ทีปะปาล, ม.ป.ป. : 122)

1. ควรจะสั้น ใช้คำง่าย ๆ ปกติไม่เกิน 10 คำ
2. ควรมีคำเชิญชวน ประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์ ชื่อ ตรา และความคิดที่เร้าใจให้อ่านรายละเอียดของบทโฆษณานั้น
3. ถ้อยคำที่ใช้ควรได้รับการเลือกสรรอย่างดี เพื่อดึงดูดใจเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเท่านั้น
4. ควรมีคำกริยาแสดงการกระทำอย่างชัดเจน
5. ควรให้ได้ใจความอย่างเพียงพอ เพื่อให้ผู้บริโภคที่อ่านเฉพาะหัวเรื่องพอจะเข้าใจผลิตภัณฑ์และประโยชน์พอสมควร

การใช้ภาษาในการโฆษณา ผู้เขียนบทโฆษณาจำเป็นจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เพราะก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะต้องมีมูลเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ มูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดพฤติกรรมในที่สุด การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการบริโภคสินค้านั้น ผู้เขียนบทโฆษณาจะต้องคำนึงถึงประเภทของสินค้าและกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

การเขียนโฆษณาสินค้าในปัจจุบัน มีลักษณะการใช้ภาษาตามลักษณะของสินค้าแต่ละประเภท เช่น สินค้าประเภทอาหารจะใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้บริโภคเห็นภาพและรู้สึกถึงกลิ่นของอาหารจนเกิดความกระหาย สินค้าประเภทเครื่องสำอางจะใช้คำที่แสดงอาการนุ่มนวล สินค้าประเภทเครื่องสุขภัณฑ์ ก็จะใช้คำที่ทำให้สินค้านั้นดูหรูหรา ทนทานน่าใช้ เป็นต้น (อวยพร พานิช, 2530 : 185)

ภาษาโฆษณาย่อมมีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ฉะนั้นก่อนเขียนคำโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ผู้เขียนบทโฆษณาต้องศึกษากลุ่มเป้าหมายเสียก่อน เพราะกลุ่มผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดภาษาที่ใช้ในการโฆษณาว่าควรเป็นภาษาระดับใด ใช้คำ และความอย่างไร จึงจะเป็นที่สนใจและดึงดูดใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนั้น อวยพร พานิช (2530 : 185-196) ได้กล่าวถึงภาษาโฆษณากับกลุ่มเป้าหมายไว้ ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายเพศหญิง ผู้หญิงมีนิสัยนุ่มนวล อ่อนหวาน เน้นความสวยงามทั้งของตนเองและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ภาษาที่ใช้จึงต้องเป็นถ้อยคำที่นุ่มนวล และเน้นถึงความสวยงาม ตัวอย่าง

- วันนี้ คุณดูเปล่งปลั่งจากภายใน (เน้นความสวยงาม)
- สวยพิลาส สมคำ ล้ำเลิศล้ำ Lassae (เน้นความหรูหรา)
- ลครีวรอย และแผลเป็นอย่างเป็นทางการ (เน้นความสวยงาม)

2. กลุ่มเป้าหมายเพศชาย ผู้ชายจะมีนิสัยเด็ดเดี่ยวกล้าหาญ ชอบเข้าสังคม ต้องการความมีชื่อเสียง เกียรติยศ ภาษาที่ใช้มักจะเน้นความว่องไวปราดเปรียว ใช้ภาษาที่ทันสมัย ตัวอย่าง

- ชิตรอง แบบฉบับแห่งศักดิ์ศรี (เน้นความมีเกียรติ มีศักดิ์ศรี)
- ไฮเนเก้น คุณจะเลือกเป็นผู้ชายหรือลูกผู้ชาย (เน้นความเป็นลูกผู้ชาย)
- แอร์โรว์ เอกลักษณะของเอกบุรุษ (เน้นความเป็นลูกผู้ชาย)

3. กลุ่มเป้าหมายแม่บ้าน เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่ตนเองและครอบครัวเป็นพิเศษ จะทำอะไรต้องคำนึงถึงประโยชน์และความคุ้มค่าเสมอ ภาษาที่ใช้ต้องเป็นภาษาที่สั้นกระชับ ตรงไปตรงมา ให้ความน่าเชื่อถือ ตัวอย่าง

- ขจัดผมคัน กันผมหงอก ต้องมอร์แกนปอมเมต (เน้นความสวยงาม)
- ซิงเกอร์เย็นจัด ในราคาที่คุ้มเย็นใจ (เน้นความประหยัด)
- ชีวิตไทย ๆ สดใสด้วยซิงเกอร์ (เน้นความประหยัด)

4. กลุ่มเป้าหมายเป็นนักธุรกิจ กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีฐานะดี มีชีวิตที่หรูหราภาษาโฆษณาที่ใช้โฆษณากับคนกลุ่มนี้ต้องเลือกสรรถ้อยคำระดับสูงกว่าที่ใช้พูดจาในชีวิตประจำวัน เน้นความหรูหรา ความเป็นหนึ่ง ตัวอย่าง

- ทุกชีวิตปลอดภัยในวอลโว่ (เน้นความสะดวกสบาย)
- สวยพิลาส สมคำ ล้ำเลิศล้ำ (นาฬิกา) (เน้นความหรูหรา)

5. กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น วัยรุ่นเป็นวัยรักความสนุกสนานร่าเริง ชอบความทันสมัย ภาษาที่ใช้จะต้องสั้นกระชับ ใช้คำแปลกใหม่ ๆ เพื่อสร้างความสนใจ ตัวอย่าง

- วัยใส ... วัยกรีด บี้ม (เน้นความสนุกสนาน)
- พลิกโฉม ผิวหน้าคุณให้หมดจด (เน้นความสวยงาม)
- ใครกันแน่เพื่อนแท้คู่ใจคุณ (เน้นความสัมพันธ์แบบมิตรภาพ)

จะเห็นว่าภาษาโฆษณาที่ใช้ในพาดหัวในนิตยสารนั้นได้สะท้อนค่านิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างเด่นชัด เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นชายจะสะท้อนให้เห็นถึงการนิยมเข้าสังคม การชอบความท้าทาย กลุ่มเป้าหมายนักธุรกิจสะท้อนให้เห็นถึงการนิยมความหรูหรา ความมีเกียรติ และกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของมิตรภาพ ความสนุกสนาน เป็นต้น

จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา

การโฆษณามีบทบาทสำคัญและมีอิทธิพลสูงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และมีผลกระทบต่อสังคมโดยรวมที่รุนแรง ผู้เขียนบทโฆษณาจึงควรคำนึงถึงจริยธรรมต่อผู้บริโภค พิบูล ทีปะपाल (ม.ป.ป.. : 211) ได้กล่าวถึงจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาดังนี้

1. โฆษณาทุกชิ้นต้องถูกต้องตามกฎหมาย มีความสุภาพ ซื่อสัตย์ และเป็นความจริง
2. โฆษณาทุกชิ้นต้องผลิตขึ้นด้วยความรู้สึกที่สำนึกในความรับผิดชอบที่มีต่อผู้บริโภค
3. โฆษณาทุกชิ้นต้องปฏิบัติตามกฎแห่งการแข่งขันด้วยความยุติธรรม โดยเป็นที่ยอมรับทั่วไปในวงการธุรกิจ
4. โฆษณาทุกชิ้นต้องไม่ก่อให้เกิดการเสียดสีหรือบั่นทอนความมั่นคงของวงการโฆษณา

ส่วนดารณี พานทอง พาลุสุข (2531 : 427) ได้กล่าวถึงจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาไว้ดังนี้

1. ประกอบวิชาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักปฏิบัติทางวิชาการ และอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติแห่งกฎหมาย
2. ไม่กระทำการใด ๆ อันอาจจะนำมาซึ่งความเสียหายแห่งเกียรติยศแห่งวิชาชีพ
3. ไม่กระทำการโฆษณาในลักษณะที่เป็นการดูหมิ่นศาสนา หรือความเชื่อ หรือสิ่งอันเป็นที่เคารพศรัทธาของบุคคลทั่วไป
4. ไม่กระทำการโฆษณาโดยใช้ความเชื่อถือทางไสยศาสตร์ หรือเรื่องราวของโศกหลางมาเป็นข้อจูงใจ
5. ไม่กระทำการโฆษณาอันก่อให้เกิดความรู้สึกเหยียดหยามอันเกี่ยวกับเชื้อชาติ
6. ไม่กระทำการโฆษณาอันทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การแสดงอื่น ๆ หรือการโอ้อวดสรรพคุณของสินค้าจนเกินความจริง จนทำให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค
7. ไม่กระทำการโฆษณาโดยการโจมตีหรือเปรียบเทียบสินค้าและบริการอย่างไม่ยุติธรรม
8. ไม่กระทำการโฆษณาโดยใช้เสียงที่เป็นการรบกวนความรู้สึกให้กับผู้ฟัง
9. ไม่กระทำการโฆษณาโดยทำให้เกิดความกลัว โดยไม่มีเหตุอันสมควร
10. ไม่กระทำการโฆษณาโดยอ้างอิงบุคคล หรือสถาบัน โดยที่ตัวบุคคลหรือสถาบันนั้นไม่มีตัวตนอยู่จริง และไม่ได้ใช้สินค้าบริการนั้นจริง

จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาที่กล่าวมาสรุปได้ว่ามี ลักษณะ ดังนี้

1. ผู้เขียนบทโฆษณาต้องประกอบวิชาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และถูกต้องตาม
กฎหมาย
2. ผู้เขียนบทโฆษณาต้องไม่ใช้อวดสรรพคุณของสินค้าจนเกิดความจริง จนทำให้
เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค
3. ผู้เขียนบทโฆษณาต้องไม่โฆษณาในลักษณะที่เป็นการดูหมิ่นศาสนา หรือความเชื่อ
หรือสิ่งที่บุคคลทั่วไปให้ความเคารพ
4. ผู้เขียนบทโฆษณาต้องไม่โจมตีหรือเปรียบเทียบสินค้าและบริการต่อสินค้าอื่น ๆ
อย่างไม่เป็นธรรม