

การเปิดรับสื่อทัศนคติ การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักหญิง¹

Media Exposure, Attitudes and Social Expression of Lesbians

ปารณีย์ จงรักษ์²

Paranee Chongrak

อนุชา ทิรคานนท์³

Anucha Thirakanon

¹ บทความจากวิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² นิสิตปริญญาโท ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: para_nie@hotmail.com

³ Ph.D., ศาสตราจารย์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: anuchathira@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มหญิงรักรักรหญิง ทักษะการคิดที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักรหญิง และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักรหญิง ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มหญิงรักรักรหญิงจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเพื่อให้การศึกษานี้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกจากกลุ่มแกนนำเพื่อหญิงรักรักรหญิงจำนวน 4 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มหญิงรักรักรหญิงส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อประเภทภาพยนตร์มากที่สุด และจากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า รายได้และระดับการศึกษาของกลุ่มหญิงรักรักรหญิงมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักรักรหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อายุและระดับการศึกษาของกลุ่มหญิงรักรักรหญิงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักรหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพของกลุ่มหญิงรักรักรหญิงมีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักรหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ในส่วนการเปิดรับสื่อพบว่า การเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักรักรหญิงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคม การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักรหญิง และทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักรหญิงมีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักรหญิง นอกจากนี้ผลการสัมภาษณ์เจาะลึกพบว่า สื่อมวลชนนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับหญิงรักรักรหญิงมากขึ้น และช่วยให้กลุ่มหญิงรักรักรหญิงเกิดความสบายใจในการดำรงอยู่ในสังคมได้ในระดับหนึ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มหญิงรักรักรหญิง และในแต่ละสื่อก็มีอิทธิพลต่อกลุ่มหญิงรักรักรหญิงแต่จะมีมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับความแตกต่างในแต่ละบุคคลและความสามารถในการเข้าถึงสื่อ

Abstract

The objectives of the study are to measure the level of exposure to the media that is related to lesbians and to study the attitudes towards the behavior of female homosexual people and their social expression. The methodology used was a survey with the scope of 400 lesbians. The questionnaire was used as a tool to collect data. Then, the data was processed by SPSS. Furthermore the researcher also uses qualitative research by using an in-depth interview with the 4 head of lesbian groups. Result of the survey shows that: group of lesbians are employees of private company with salary of more than 20,001 baht. They are mostly aged 20-29, with a bachelor degree. They mostly expose to the movie. From the demography, income and level of education are correlated with media exposure of lesbians at .05 significant levels. Age and level of education are correlated with the attitude towards social behavior of lesbians at 0.05 significant levels. Career is correlated with social expression of lesbians at .05 significant levels. Media exposure correlates with attitude towards social behavior of lesbians. Moreover, media exposure is correlated with the social expression of lesbians. And, attitude towards social behavior of lesbians correlates with their social expression. The result from an in-depth interview shows that media presents more information about lesbians and makes them feel more comfortable to live in the society. The communication with other people and communication through the Internet has an influence on lesbians. However, media has an impact on lesbians depending

on their individuality and ability to access to media.

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ การแสดงออกทางสังคม หญิงรักหญิง

Keyword: Media exposure, Social expression, Lesbians

บทนำ

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา สังคมไทยได้เห็นปรากฏการณ์การรวมตัวและเปิดเผยตัวของกลุ่มหญิงรักหญิงในพื้นที่สาธารณะมากขึ้น มีการเกิดขึ้นของนิตยสาร หนังสือ เว็บไซต์ รวมถึงผับสำหรับหญิงรักหญิง เหมือนว่าสังคมไทยเริ่มเปิดกว้างและยอมรับในกลุ่มหญิงรักหญิง ทำให้กลุ่มหญิงรักหญิงมีพื้นที่การแสดงออกทางสังคมมากขึ้น (สุภาภรณ์ อัมภฎมงคล: สุพิชา เบาทิพย์; & สุโลพร ชลวิไล. 2554: 83) ประกอบกับในปัจจุบันเกิดเมืองคักรของเกย์ เลสเบี้ยนอย่างเป็นที่รู้จักชัดเจนขึ้น คนในสังคมจึงเริ่มมีส่วนร่วมรับรู้ถึงกิจกรรมและการเคลื่อนไหวทางสังคมของคนกลุ่มนี้ ส่งผลให้เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มรักเพศเดียวกันมีออกมาอย่างต่อเนื่อง (นิกร อาทิตย์. 2551: 1) จึงกล่าวได้ว่าชุมชนของเกย์เลสเบี้ยนเป็นพลังสำคัญในการผลิตสื่อหลายประเภทโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ จดหมายข่าว นิตยสาร รวมทั้งเว็บไซต์ ซึ่งสื่อประเภทนี้จะให้ข้อมูลที่ถูกต้องและมีส่วนสำคัญในการสร้างชุมชนของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (เจ็คสัน ปีเตอร์ เอ. และนฤพนธ์ ดวงวิเศษ. 2552: 22)

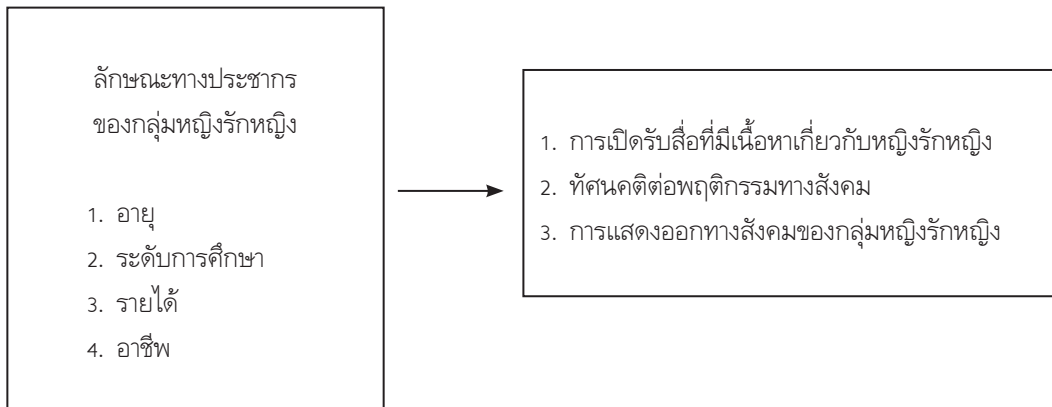
ในอดีตสื่อของหญิงรักหญิงมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับสื่อของชายรักชาย แต่อย่างไรก็ตามสื่อสิ่งพิมพ์นับเป็นสื่อแรกที่เปิดพื้นที่และสร้างเอกลักษณ์ให้แก่กลุ่มรักเพศเดียวกันในสังคมไทย โดยเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 2510 มีนิตยสารแปลกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์แรกที่มีคอลัมน์เกี่ยวกับชีวิตของเกย์ กระเทย และหญิงรักหญิง จึงเป็นช่องทางที่ทำให้กลุ่มรักเพศเดียวกันได้มีโอกาสแสดงตัวตนในสังคม ต่อมาเกิดนิตยสารเกย์ เช่น มิถุนา นีออน มรกต มิดเวย์ เป็นต้น รวมถึงจดหมายข่าวอัญจารี อัญจารีสารของกลุ่มหญิงรักหญิงในช่วงทศวรรษ 2520 ซึ่งสื่อเหล่านี้ได้ให้แนวคิดในมุมมองและไม่ได้มองว่ากลุ่มคนรักเพศเดียวกันเป็นกลุ่มที่มีความเบี่ยงเบนทางเพศ (นฤพนธ์ ดวงวิเศษ. 2554: 29) เมื่อก้าวถึงในปัจจุบันพบว่าสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มหญิงรักหญิงเกิดขึ้นหลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น นิตยสาร นวนิยาย เพราะเมื่อคนกลุ่มนี้เปิดเผยตัวมากขึ้นในพื้นที่ทางสังคม สื่อมีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มหญิงรักหญิงก็ปรากฏให้เห็นเพิ่มขึ้นตามมา รวมถึงสื่อโทรทัศน์ก็จัดเป็นสื่อที่สามารถสะท้อนภาพความเป็นหญิงรักหญิงได้ชัดเจน และคนส่วนใหญ่มักคุ้นเคยกับภาพของหญิงรักหญิงจากกลุ่มอาชีพศิลปินดารานักร้องนักแสดง และผู้มีชื่อเสียงอื่น ๆ แต่สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีข้อจำกัดในการนำเสนอเนื้อหามากกว่าสื่ออื่น ซึ่งแตกต่างไปจากสื่อภาพยนตร์อย่างเช่นในปีที่ผ่านมา จะพบว่าภาพยนตร์สะท้อนถึงเรื่องราวความสัมพันธ์ของหญิงรักหญิงเกิดขึ้นหลายเรื่อง ซึ่งโดยส่วนใหญ่เนื้อหาของภาพยนตร์ก่อให้เกิดความคิดที่ตีเสริมสร้างกำลังใจ ส่งผลให้กลุ่มหญิงรักหญิงเกิดทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ทั้งยังช่วยสร้างความเข้าใจใหม่ให้แก่คนในสังคม และการได้ติดต่อสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหญิงรักหญิงร่วมกับบุคคลใกล้ชิดหรือบุคคลอื่น ก็คาดว่าจะส่งผลต่อความคิด ทัศนคติ การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงได้เช่นกัน ประกอบกับขณะนี้สื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมและยอมรับจากกลุ่มหญิงรักหญิง เพราะช่วยให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างกว้างขวางโดยไม่มีความจำกัด จึงก่อให้เกิดเครือข่ายชุมชนออนไลน์ของกลุ่มหญิงรักหญิง อาจกล่าวได้ว่าด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้กลุ่มหญิงรักหญิงติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มหญิงรักหญิงที่ไม่พร้อมแสดงตัวตนต่อสังคม

ดังที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันกลุ่มหญิงรักหญิงเป็นกลุ่มที่เปิดเผยตัวตนสู่สังคมมากขึ้น ส่งผลให้เรื่องราวของหญิงรักหญิงได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไป และเกิดการนำเสนอเรื่องราวของกลุ่มหญิงรักหญิงผ่านสื่ออย่าง

แพร่หลาย ซึ่งผู้ศึกษาคาดว่าสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอเรื่องราวหรือเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงอาจส่งผลต่อทัศนคติ และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง ประกอบกับงานวิจัยของกลุ่มหญิงรักหญิงที่ศึกษาในประเด็นของวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชนหรือนิเทศศาสตร์มีน้อยมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อ ทัศนคติ การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง ซึ่งกลุ่มหญิงรักหญิงที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในที่นี้ คือ กลุ่มหญิงรักหญิงที่มีความเป็นชาย เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ หรือเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหญิงรักหญิงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ ทัศนคติ และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง ทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคม และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคม และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง
4. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคม กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง
5. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อเรื่องการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานทั้งวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-shot case study) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มหญิงรักหญิงที่มีความเป็นชาย แต่เนื่องจากประชากรไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงอาศัยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากสถานที่ต่างๆ ที่มีการรวมกลุ่มของหญิงรักหญิง ได้แก่ ชมรมหรือองค์กรงานกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อกลุ่มหญิงรักหญิง และจากเว็บไซต์ของกลุ่มหญิงรักหญิง ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามกลุ่มหญิงรักหญิง ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง

ตอนที่ 3 ทักษะคิดต่อพฤติกรรมทางสังคม

ตอนที่ 4 การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

แบบสอบถามดังกล่าวผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษา และความชัดเจนของคำถามให้ตรงกับสิ่งที่ต้องการวัดให้มากที่สุด โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มหญิงรักหญิงที่มีความเป็นชาย แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าระดับความเชื่อมั่น .88 ซึ่งนับว่ามีคุณภาพในการใช้เก็บข้อมูลได้จริง

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองจากกลุ่มหญิงรักหญิงที่มีความเป็นชายจากสถานที่ต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับมาครบ 400 ชุด และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป

1.4.1 ใช้ค่าความถี่ และร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.4.2 ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง ทักษะคิดต่อพฤติกรรมทางสังคม และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

1.4.3 ใช้ค่าสถิติ F test เปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง ทักษะคิดต่อพฤติกรรมทางสังคม และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง โดยจำแนกตามตัวแปร หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีการของ LSD (Least Significant Difference)

1.4.4 ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation coefficient) หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง ทักษะคิดต่อพฤติกรรมทางสังคม และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้การศึกษาได้ข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) แกนนำหญิงรักหญิงจากกลุ่มต่าง ๆ จำนวน 4 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยมีประเด็นคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบไว้โดยข้อคำถามผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสผู้ให้สัมภาษณ์มีอิสระในการให้ข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มเติมได้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวส.) จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 151 คน

คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา คือ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท และระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 เท่า ๆ กัน

2. พฤติกรรมเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง

ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับในแต่ละสื่อ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อภาพยนตร์มากที่สุด มีพฤติกรรมการเปิดรับอยู่ในระดับมาก ซึ่งภาพยนตร์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ Yes or No อายกรักก็รักเลย และสื่ออินเทอร์เน็ตคือสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด มีพฤติกรรมการเปิดรับอยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ bantomdy.narak.com ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีการเปิดรับสื่ออื่นๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อนวนิยาย สื่อนิตยสาร ในระดับที่ใกล้เคียงกัน และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้และระดับการศึกษาของกลุ่มหญิงรักหญิง มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง ดังนี้คือ

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มีการเปิดรับสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท และอีกกลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท มีการเปิดรับสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 กับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวส. และปริญญาตรี มีการเปิดรับสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

3. ทักษะติดต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด คือ พฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงเป็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคล รองลงมาคือ พฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงเป็นความสัมพันธ์หนึ่งที่ไม่ได้ก่อให้เกิดปัญหาในสังคมแต่อย่างใด และประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ครอบครัวไทยส่วนใหญ่เริ่มยอมรับและคุ้นเคยต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรด้านอายุและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคม ดังนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีทัศนคติในเชิงบวกต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุต่ำกว่า 20 ปี

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีทัศนคติในเชิงบวกต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

4. การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยส่วนใหญ่มีการแสดงออกทางสังคมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างจะแต่งกายให้ดูทะมัดทะแมง รัดกุม เช่น ใส่กางเกง เลือเชิ้ต เลือยัด รองเท้าผ้าใบ รองเท้าหนัง มากที่สุด รองลงมาคือ ตัดผมซอยสั้น และกลุ่มตัวอย่างแสดงออกทางสังคมน้อยที่สุด คือ พูดจาด้วยเสียงท้าวและทุ่มต่ำ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง ดังนี้

4.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีการแสดงออกทางสังคมมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีการแสดงออกทางสังคมมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นรับราชการ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.3 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการแสดงออกทางสังคมมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

5. การเปิดรับสื่อ ทศนคติ และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

ผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง โดยสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) สื่อบุคคล (การสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับหญิงรักหญิงกับบุคคลอื่น) ล้วนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง ซึ่งสื่อบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงมากที่สุด โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และสื่ออื่นๆ ได้แก่ สื่อละครโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงในระดับต่ำ ยกเว้น สื่อวิทยุที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง และจากผลศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงที่มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงจากสื่อภาพยนตร์มากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อของพีระ จิโรสภณ (2547: 637-639) ที่อธิบายว่า ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งต่อทัศนคติของตนเอง กล่าวได้ว่าภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงจะมีหญิงรักหญิงรับบทบาทสำคัญในการดำเนินเรื่อง และด้วยคุณสมบัติของภาพยนตร์ทำให้สามารถสะท้อนให้เห็นภาพและถ่ายทอดเรื่องราวความสัมพันธ์ของกลุ่มหญิงรักหญิงได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับพวกเขาโดยตรง จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้สื่อภาพยนตร์ได้รับความสนใจ และสามารถดึงดูดใจในกลุ่มหญิงรักหญิงได้มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ และการได้ข้อสรุปเช่นนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Defleur, 1996: 102) ที่อธิบายว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสาร ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจในสื่อ การใช้สื่อร่วมกัน ฯลฯ ประกอบกับผลจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มแกนนำหญิงรักหญิง ได้กล่าวว่า สื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของพวกเขา ทำให้พวกเขา รู้สึกมั่นใจ สบายใจในการเป็นตัวของตัวเองได้ในระดับหนึ่งเมื่อได้เปิดรับสื่อที่นั้น หรือเกิดความสบายใจแม้ยังไม่ได้เปิดรับสื่อที่นั้นก็ตาม เช่น เรื่อง Yes or no อายกรักก็รักเลย เป็นต้น ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่สะท้อนความเป็นจริงในด้านความรักความสัมพันธ์ของหญิงรักหญิง ซึ่งเป็นที่สนใจและถูกกล่าวถึงทั้งภายในกลุ่มหญิงรักหญิง และจากคนทั่วไป นับว่าเป็นการให้พื้นที่ทางสังคม และช่วยลดความรู้สึกแปลกแยกแก่กลุ่มหญิงรักหญิงได้เป็นอย่างดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มหญิงรักหญิง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 มัธยมศึกษาปีที่ 6 และปริญญาตรี เปิดรับสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ข้อสรุปเช่นนี้เป็นไปตามที่ คอมสต็อกและคณะ (ยุค เบ็ญจรงค์กิจ, 2538: 71; อ้างถึงใน Comstock; & et al. 1978. *Television and Human Behavior*: unpagged) ที่กล่าวว่า การเปิดรับสื่อมวลชน และระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ในทางลบกับการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาต้านบั้นเทิง สอดคล้องกับลักษณะของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงในปัจจุบัน พบว่าโดยส่วนใหญ่จะเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง ดังเช่นที่แกนนำหญิงรักหญิงได้เสนอว่า อยากให้สื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงมุ่งเน้นให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในกลุ่มหญิงรักหญิงให้มากกว่านี้ จึงยืนยันได้ว่า สื่อที่

มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงในปัจจุบันเป็นสิ่งมุ่งเน้นเพื่อความบันเทิง ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูง ทั้งนี้รายได้ก็มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อเช่นกัน กล่าวได้ว่า รายได้มีอิทธิพลในการกำหนดสถานะทางสังคม วิถีชีวิต และทัศนคติของบุคคล (ปรมะ สตะเวทิน. 2546: 108)

2. ลักษณะทางประชากร กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมของหญิงรักหญิงอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งจากผลการวิจัยสอดคล้องกับการเกิดทัศนคติของบุคคล (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543: 190) กล่าวว่า หากบุคคลมีความคิดที่ดีต่อสิ่งใด ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ซึ่งความคิดล้วนมาจากประสบการณ์ส่วนตัวหรืออาศัยการเรียนรู้จากผู้อื่น เช่น จากคำบอกกล่าว หรือการได้เห็นได้ฟังจากสื่อมวลชน จึงกล่าวได้ว่า เมื่อบุคคลนั้นเลือกที่จะมีรสนิยมทางเพศในแบบหญิงรักหญิง ก็ย่อมเกิดความพึงพอใจกับวิถีชีวิตที่ตนเองเลือก และส่งผลให้เกิดความคิด ทัศนคติที่ดีต่อความเป็นหญิงรักหญิงของตนเองตามมา สอดคล้องกับมิติความสัมพันธ์ของกลุ่มรักเพศเดียวกัน (Goode; & Troiden. 1974: 231) ซึ่งมิติที่เชื่อมโยงกับการศึกษาคำนี้ คือ เอกลักษณ์แห่งตน (Self-identity) อธิบายว่า การที่บุคคลหนึ่งนิยามตนเองว่ามีความพึงพอใจทางเพศในลักษณะใด มีผลกระทบต่อการแสดงพฤติกรรม วิถีชีวิต ความคิด และความสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคม

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ จึงกล่าวได้ว่า อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิด เช่นเดียวกับระดับการศึกษาที่มีผลต่อทัศนคติ อธิบายได้ว่า คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ย่อมมีอุดมการณ์ ความคิดที่แตกต่างกันไป แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่ควรวัดความรู้ของผู้รับสารจากระดับการศึกษาเท่านั้น เพราะการแสวงหาความรู้สามารถทำได้จากแหล่งอื่นนอกเหนือไปจากสถาบันทางการศึกษา (ปรมะ สตะเวทิน. 2546: 105-106)

3. ลักษณะทางประชากร กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงออกทางสังคมในระดับมาก สอดคล้องกับมิติความสัมพันธ์ของกลุ่มรักเพศเดียวกัน (Goode; & Troiden. 1974: 231) ในมิติเอกลักษณ์แห่งตน อธิบายว่า การที่บุคคลหนึ่งนิยามตนเองว่ามีความพึงพอใจทางเพศในลักษณะใด มีผลกระทบต่อการแสดงพฤติกรรม วิถีชีวิต ความคิด และความสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคม จึงกล่าวได้ว่า เมื่อบุคคลนั้นนิยามตนเองว่าเป็นหญิงรักหญิง ก็ส่งต่อพฤติกรรมซึ่งกลุ่มหญิงรักหญิงจะมีลักษณะภายนอกที่มีเอกลักษณ์ สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนจากการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นจากกริยาท่าทาง การพูดจา ฯลฯ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อาชีพเป็นปัจจัยเดียวที่มีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง เนื่องจากในแต่ละอาชีพต่างมีบทบาท ความสำคัญและมีความกดดันทางสังคมที่แตกต่างกันไป จึงอาจมีอิทธิพลต่อการแสดงออกถึงความเป็นหญิงรักหญิง สอดคล้องกับแนวคิดการเปิดเผยความเป็นคนรักเพศเดียวกัน (Hunter; et al. 1998: 87-88) ที่กล่าวว่า เลสเบียนและเกย์จะเปิดเผยเองเท่าที่จะเป็นไปได้ และปิดตัวเองในกรณีที่น่าเป็น ในสถานการณ์ต่างๆ กลุ่มเกย์และเลสเบียนจึงต้องคิดซึ่งน้ำหนักถึงความเหมาะสมในการเปิดเผยตัวเอง เพื่อหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติหรือผลเสียที่จะเกิดขึ้นในภายหลังเมื่อได้เปิดเผยถึงความเป็นคนรักเพศเดียวกัน

4. การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคม พบว่า การเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นิตยสาร ละครโทรทัศน์ นวนิยาย อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ยกเว้นสื่อบุคคลที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ข้อสรุปดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดอิทธิพลสื่อของเกคินี จุฑาวิจิตร (2548: 101-102) ที่อธิบายว่า สื่อมวลชนจะสามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลได้ แต่เป็นเพียงอิทธิพลโดยอ้อม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์แกนนำเพื่อหญิงรักหญิง ที่กล่าวว่า บุคคลใกล้ชิดหรือบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลต่อกลุ่มหญิงรักหญิง เนื่องจากบุคคลเหล่านี้เข้าถึงกลุ่มหญิงรักหญิงได้ง่าย ติดต่อกันสื่อสารโต้ตอบกันได้โดยตรง จึงสามารถรับรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดจากการพูดคุยแลกเปลี่ยน

ประสบการณ์ระหว่างกัน ซึ่งนับว่าเป็นข้อได้เปรียบของสื่อบุคคลที่ส่งผลให้มีอิทธิพลต่อกลุ่มหญิงรักหญิงมากกว่าสื่อมวลชน

5. การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง พบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นิตยสาร ละครโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคม ยกเว้น สื่อวิทยุที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดอิทธิพลสื่อต่อสมาชิกในสังคม (จุมพล นิมมานพิช. 2548: 17) อธิบายว่า สื่อมวลชนเป็นตัวแทนการอบรมขัดเกลาทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคล แต่เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่จำเป็นต้องอาศัยจินตนาการมากกว่าสื่อประเภทอื่นเพราะเป็นไม่มีภาพประกอบการอธิบายหรือเล่าเรื่องเหมือนสื่ออื่น ๆ จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้สื่อวิทยุไม่ส่งผลต่อการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง

6. ทักษะคิดต่อพฤติกรรมทางสังคม มีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง พบว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงอยู่ในระดับเห็นด้วย ก็ส่งผลให้การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติและพฤติกรรม (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร. 2544: 122) อธิบายว่า เมื่อบุคคลมีความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติเช่นไร ก็จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้ ความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่นั้น ด้วยเหตุนี้ทัศนคติและพฤติกรรมจึงต่างมีความสัมพันธ์และส่งผลซึ่งกันและกัน ซึ่งการกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนส่วนใหญ่จะมีพื้นฐานมาจากทัศนคติของบุคคล โดยทัศนคติเกิดขึ้นได้จากการเปิดรับสื่อ การแปลงความสารที่ได้รับ จึงจะก่อให้เกิดประสบการณ์สังคมที่แตกต่างกันอันส่งผลต่อพฤติกรรมในแต่ละบุคคล

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มแกนนำเพื่อหญิงรักหญิง จำนวน 4 คน สรุปออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อมวลชนไทยในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับหญิงรักหญิง ได้ข้อสรุปว่า ในอดีตไม่ปรากฏว่า มีการนำเสนอเรื่องราวของหญิงรักหญิงผ่านสื่อมากนัก แต่ในปัจจุบันเมื่อสังคมไทยเริ่มเปิดกว้างมากขึ้นในระดับหนึ่ง เรื่องราวของกลุ่มหญิงรักหญิงได้รับความสนใจจากคนทั่วไปมากขึ้นตามมา แต่ถึงกระนั้นก็ตามด้วยสภาพของสังคมไทยที่ยังคงยึดติดกับเรื่องเพศธรรมชาติที่คาดหวังว่าเพศที่ถูกต้องมีเพียงแคชายหญิง ทำให้อคติที่มีต่อกลุ่มหญิงรักหญิงยังคงมีอยู่และไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก สังเกตได้จากการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับหญิงรักหญิงของสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสื่อหนังสือพิมพ์ จะพบว่า มีการพาดหัวข่าวด้วยคำรุนแรงอยู่บ่อยครั้ง เหมารวมและตอกย้ำว่ากลุ่มรักเพศเดียวกัน คือ บุคคลที่มีความผิดปกติทางจิต เป็นกลุ่มชอบใช้ความรุนแรง รักแรงเกลียดแรง ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากสื่อมวลชนยึดติดกับความคิดดั้งเดิมที่เคยเชื่อถือว่าคนกลุ่มนี้วิปริตทางเพศ ประกอบกับสื่อมวลชนไม่มีความรู้ในเรื่องความหลากหลายทางเพศ ขาดความเข้าใจในกลุ่มหญิงรักหญิงอย่างแท้จริง และนำเสนอโดยใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่เต็มไปด้วยอคติ ซึ่งการนำเสนอเรื่องราวของกลุ่มหญิงรักหญิงด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของสื่อมวลชน นับว่าสร้างความกดดันในแก่มูลนิธิหญิงรักหญิงและส่งผลกระทบต่อกลุ่มหญิงรักหญิงหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นในการยอมรับตนเอง การเปิดเผยตัวตนต่อสังคม และการแสดงออก ฯลฯ ประกอบกับโดยส่วนมากสื่อมวลชนมักนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับหญิงรักหญิงโดยเป็นไปตามกระแสสังคมเพื่อหวังผลประโยชน์เชิงธุรกิจ ไม่นำเสนอในแง่มุมที่หลากหลาย จึงไม่ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่และไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางความคิดแก่คนในสังคม ผู้ผลิตสื่อหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องควรมีความกล้าคิดกล้าทำ กล้านำเสนอเรื่องราวของหญิงรักหญิงที่ออกนอกกรอบ แตกต่างไปจากเดิม โดยสื่อมวลชนควรทำหน้าที่เป็นผู้นำทางความคิดให้แก่มูลนิธิหญิงรักหญิง สร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่คนในสังคม ควรนำเสนออย่างสร้างสรรค์ ปราศจากอคติ และช่วยสร้างสิทธิความเท่าเทียมทางเพศโดยนำเสนอให้เห็นว่ากลุ่มหญิงรักหญิงเป็นส่วนหนึ่งในสังคมที่ไม่ได้มีความแตกต่างไปจากคนอื่นทั่วไป

2. สื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงมีส่วนช่วยให้หญิงรักหญิงเกิดความสบายใจในการดำรงอยู่ในสังคม เนื่องจากทำให้กลุ่มหญิงรักหญิงเกิดความรู้สึกว่าตัวเองได้รับการยอมรับมากขึ้น มีตัวตนในสังคม เปรียบเสมือนเป็นการสร้างพื้นที่สาธารณะออกมารองรับคนกลุ่มนี้ ช่วยสะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นหญิงรักหญิงให้

ปรากฏขึ้นในสังคม เป็นการเปิดกว้างเรื่องราวของหญิงรักหญิงให้คนในสังคมได้รับรู้และในขณะเดียวกันกลุ่มหญิงรักหญิงยังได้เรียนรู้จากสิ่งที่น่าสนใจ ทำให้มีมุมมองความคิดที่กว้างขึ้น เกิดความมั่นใจและสามารถตัดสินใจเลือกทางเดินชีวิตได้ด้วยตนเอง และยังทำให้กลุ่มหญิงรักหญิงรู้สึกว่ามีเพื่อน มีคนที่แบบเดียวกันอยู่ในสังคม ช่วยลดความรู้สึกแปลกแยกในสังคม และเกิดความสบายใจในการดำรงอยู่สังคมได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงที่ยังเป็นเยาวชนทำให้กล้าคิดกล้าตัดสินใจและมีความพร้อมที่จะเปิดเผยความเป็นรักเพศเดียวกันได้เร็วขึ้น

3. การสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิด กลุ่มคนเหล่านี้เข้าถึงกลุ่มหญิงรักหญิงได้มากที่สุด จึงไม่ควรตำหนิหรือลงโทษกลุ่มคนเหล่านี้ ในทางกลับกันควรเปิดกว้าง และพยายามทำความเข้าใจว่าการรักเพศเดียวกันเป็นเพียงมิติหนึ่งของรสนิยมทางเพศ คนในครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิดควรรับฟังด้วยความเข้าใจ ยอมรับในสิ่งที่พวกเขาเหล่านั้นเป็น และมีข้อค้นพบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่ออีกทางหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มหญิงรักหญิง เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร จึงทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นกับคนในสังคม เช่น facebook, instrgram เป็นต้น ซึ่งในขณะนี้เป็นที่นิยมภายในกลุ่มหญิงรักหญิงในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เป็นเสมือนพื้นที่เล็กๆ ทางสังคมของคนกลุ่มนี้ ทำให้กลุ่มหญิงรักหญิงสามารถติดต่อกันได้สะดวกและรวดเร็ว ได้พบเจอเพื่อน เจอคนที่แบบเดียวกันได้ง่ายมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างสรรค์บุคลิกลักษณะของตนเองให้เป็นไปตามที่ต้องการ ติดต่อบุคคลกันได้โดยไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริง เหมาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มหญิงรักหญิงที่ไม่ต้องการเปิดเผยความเป็นผู้รักเพศเดียวกันต่อสังคม กล่าวได้ว่า การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตช่วยผลักดันให้กลุ่มหญิงรักหญิงรู้สึกถึงความมีอิสระ กล้าเปิดเผยตัวตนได้อย่างสบายใจมากขึ้นโดยปราศจากแรงกดดันจากสังคมภายนอก

จากงานวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อ ทัศนคติ และการแสดงออกทางสังคม สรุปได้ว่า สื่อที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงมีอิทธิพลโดยอ้อมต่อทัศนคติและการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงสอดคล้องกับแนวคิดอิทธิพลสื่อมวลชน (เกศินี จุฑาวิจิตร. 2548: 101-102) ที่อธิบายว่า เนื่องจากในแต่ละบุคคลจะมีความคิดเห็น และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น ทำให้บุคคลนั้นรับเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมติดตัวมาด้วย อีกทั้งอิทธิพลของสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นที่ล้วนส่งผลให้สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลโดยตรง จึงกล่าวได้ว่า สื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงสามารถส่งผลต่อทัศนคติและการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงได้ในระดับหนึ่ง ในขณะเดียวกันเนื่องจากทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มหญิงรักหญิงสามารถเกิดได้จากหลายปัจจัย ตามแนวคิดแหล่งทัศนคติ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526: 19-23) ที่อธิบายว่า ทัศนคติเกิดจากกระบวนการขัดเกลาทางสังคม เกิดจากการเรียนรู้ โดยเริ่มจากครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด สื่อมวลชน รวมถึงสถาบันหรือกลุ่มที่บุคคลนั้นเข้าไปเกี่ยวข้อง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้สื่อมวลชนไม่ได้เป็นปัจจัยมีอิทธิพลโดยตรงต่อกลุ่มหญิงรักหญิง แต่เป็นตัวช่วยสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของกลุ่มหญิงรักหญิงให้เกิดความมั่นใจ มีความพร้อมที่จะแสดงออกเมื่อมีแรงจูงใจและมีโอกาสที่เหมาะสม อาจกล่าวได้ว่า การเปิดรับสื่อก็เป็นส่วนหนึ่งของการเกิดทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล เนื่องจากสื่อมีหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารต่างๆ นับเป็นการช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิต ทำให้กลุ่มหญิงรักหญิงได้เรียนรู้จากสิ่งที่น่าสนใจ และในขณะเดียวกันทำให้พวกเขาได้พบว่ามีคนอีกจำนวนไม่น้อยที่มีแบบเดียวกัน จึงลดความอับอาย ลดความกดดันในการที่เปิดเผยความเป็นกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน และกล้าแสดงออกต่อสังคมว่าเป็นหญิงรักหญิงได้อย่างสบายใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ที่มิพบทาบและเกี่ยวข้องในการทำสื่อควรตระหนักถึงความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิง ควรระมัดระวังใช้คำหรือนำเสนอเรื่องราวของหญิงรักหญิงอย่างเป็นกลาง ปราศจากอคติ และนำเสนอในเชิงสร้างสรรค์ มุ่งก่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์แก่กลุ่มหญิงรักหญิง และช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่คนในสังคม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรักหญิง เช่น ปัจจัยทางสังคม หรือการเมือง เป็นต้น เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ของกลุ่มหญิงรักรักหญิง และในขณะเดียวกันอยากให้มีการวิเคราะห์เพิ่มเติมในส่วนเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักรักหญิง โดยพิจารณาเจาะลึกลงไปในแต่ละสื่อว่าในแต่ละสื่อมีรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาแตกต่างกันอย่างไร มีข้อดี ข้อเสียอย่างไรในแต่ละสื่อ เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์สำหรับผู้ที่มีความสนใจจะผลิตสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักรักหญิงให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และมีความเหมาะสมในแต่ละสื่อ

เอกสารอ้างอิง

- กิ่งรัก อิงคะวัต. (2542). **รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักรักชาย (เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การโฆษณา). กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). **การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น**. นครปฐม: ภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- แจ๊คสัน, ปีเตอร์ เอ.: และ นฤพนธ์ ดั่งวงวิเศษ. (2552). **เปิดประตูสู่รั้ว หนังสือและเว็บไซต์ของเกย์กระเทยในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสร้างความสำเร็จเรื่องสุขภาพผู้หญิง.
- นฤพนธ์ ดั่งวงวิเศษ. (2554). **รายงานการวิจัยเรื่อง แบล็กเบอร์รี่สามารถมีพินกับเพศวิถีของนักศึกษาเกย์เลสเบียน และสาวประเภทสองในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: ศูนย์มนุษยวิทยาสิรินธร.
- นิกร อาทิตย์. (2551). **เอกสารประกอบการสัมมนาสื่อของเกย์และกระเทยในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: ศูนย์มนุษยวิทยาสิรินธร.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). **ทัศนคติ การวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พีระ จิระโสภณ. (2547). **การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร: เอกสารชุดการสอนชุดหลักวิชาและทฤษฎีการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยุบล เบ็ญจรงค์. (2538). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาภรณ์ อัมภุมงคล; สุพิชา เบาทิพย์; และ สุไลพร ชลวิไล. (2554). **ความเป็นผู้หญิง ความจริง ภายหรืออคติในสังคมชายเป็นใหญ่**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2544). **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Goode, Erich: & Troiden, Richard. (1974). **Sexual Deviance and Sexual Deviants**. New York: William Morrow.

Hunter Ski; et al. (1998). **Lesbian Gay and Bisexual Youths and Adults: Knowledge for Human Services Practice.** London: Sage.

Defleur, Melvin Lawrence. (1996). **Understanding Mass Communication: A Liberal Art Perspective.** Boston: Houghton Mifflin.