

บทที่ 2

ทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับเสื้อผ้า

เรารู้จักกับ “เสื้อผ้า” (Clothing) มานาน ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ปัจจุบันความสนใจเรื่องเสื้อผ้ามีมากขึ้น โดยเห็นว่าเสื้อผ้าไม่ใช่เพียงเครื่องนุ่งห่มปกป้องร่างกายจากอากาศร้อนหรือหนาวหรือความอับอายเท่านั้น แต่เสื้อผ้ามีบทบาทสำคัญในสังคม นักสังคมวิทยา เชื่อว่าเสื้อผ้าสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพสังคม วัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของประชาชน ในแต่ละยุคสมัย เสื้อผ้ามีบทบาทในความสัมพันธ์ของมนุษย์และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งกันและกัน ทั้งในระดับบุคคลกลุ่มและองค์กร นั้นหมายถึงเสื้อผ้าที่บุคคลหนึ่งสวมใส่เปรียบเสมือน “สัญลักษณ์” (Symbol) ให้ผู้พบเห็นสามารถตีความและรับรู้เกี่ยวกับผู้สวมใส่ซึ่งมีผลต่อการมีพฤติกรรมโต้ตอบ หากแต่การตีความหรือการมีพฤติกรรมตอบโต้จะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมวัฒนธรรมและสถานการณ์ที่บุคคลเหล่านั้นดำรงอยู่ (อภิสิทธิ์ ไส้ศัตรูไกล, 2535: 8)

เฟเดอริก ม็องนิรอง (2558: 15) ได้กล่าวถึงการแต่งกายว่า เป็นส่วนหนึ่งที่เรียกว่าแฟชั่น โดยเสื้อผ้าสามารถกำหนดพฤติกรรมของเรา เมื่อเปลี่ยนเสื้อผ้าพฤติกรรมก็เปลี่ยน นอกจากนี้ เสื้อผ่ายังเป็นตัวกำหนดค่านิยมและการแสดงออกของผู้สวมใส่ เสื้อผ้าเป็นดังภาพลักษณ์ที่เราต้องการแสดงให้ผู้อื่นเห็นและกำหนดอัตลักษณ์ของเรา ซึ่งเราสามารถเข้าใจสังคมได้โดยผ่านการแต่งกายของผู้คนในสังคมนั้นๆ เสื้อผ้าและแฟชั่นจึงเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า มีอัตลักษณ์ในตัวเอง และสามารถสื่อสารในรูปแบบอวัจนภาษาที่มีความหมายไปสู่สมาชิกในสังคมกลุ่มอื่นๆ

2.1.2 แรงจูงใจในการสวมเสื้อผ้า

นักจิตวิทยาสังคมสนใจศึกษาเกี่ยวกับเสื้อผ้าในมุมมองที่ว่า ทำไมมนุษย์จึงต้องสวมใส่เสื้อผ้า มีสิ่งใดเป็นแรงจูงใจ หรือมีวัตถุประสงค์อะไร โดยอภิสิทธิ์ ไส้ศัตรูไกล ได้กล่าวว่า Wundt (n.d. อ้างใน

อภิสัทธา ไกล่ศตรู ไกล, 2535: 9 - 11) แบ่งวัตถุประสงค์ของการสวมเสื้อผ้าได้เป็น 2 ประเภท คือ วัตถุประสงค์ทางอารมณ์ความรู้สึก และวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือใช้สอย โดยอธิบายไว้ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ทางอารมณ์ความรู้สึก (Expressive Purposes): หมายถึงการสวมเสื้อผ้าเป็นการตอบสนองต่ออารมณ์ความรู้สึกโดยมิได้คาดหวังให้เสื้อผ้าถูกใช้สอยเพื่อประโยชน์อื่นใด ซึ่งการสวมเสื้อผ้าเพื่อวัตถุประสงค์ทางอารมณ์ความรู้สึกแบ่งแยกได้หลากหลายลักษณะดังนี้

1.1) เพื่อซ่อนความรู้สึกอับอาย (Felling of Modesty or Embarrassment): มนุษย์สวมเสื้อผ้าเพื่อคุณภาพปกปิดร่างกายจากความเปลือยเปล่าไม่ให้อับอายซึ่งการอธิบายพฤติกรรม การสวมเสื้อผ้าในแง่นี้มีมานานแล้ว โดยมีพื้นฐานความเชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีสัญชาตญาณของความอับอายที่จะเปิดเผยอวัยวะบางส่วนต่อสาธารณชน ซึ่งนักวิชาการบางคนไม่ใช่สัญชาตญาณหากแต่เป็นการเรียนรู้ โดยยกตัวอย่างว่า เด็กอายุแรกเกิดถึง 2 ขวบจะไม่มีสัญชาตญาณของความอับอายนี้ แต่สังคมสอนให้เด็กรู้จักเมื่อเติบโตขึ้น บางครั้งการสวมเสื้อผ้าเพื่อปกปิดอวัยวะบางส่วนโดยรู้สึกอับอายนั้น สืบเนื่อง จากอิทธิพลของศาสนาและวัฒนธรรมเช่นผู้หญิงมุสลิมต้องไม่เปิดเผยขาหรือใบหน้าในที่สาธารณะ ดังนั้นการสวมเสื้อผ้ามิใช่เพื่อประโยชน์ใช้สอยหากแต่เพื่อคุณภาพ ไม่ให้อับอาย ซึ่งการถือว่าอวัยวะใดควรปกปิดก็มีความแตกต่างกันตามค่านิยมวัฒนธรรมและศาสนา

1.2) เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกว่ายิ่งใหญ่มีอำนาจ (Extension of the Self): นักวิชาการ เช่น ฟลูเจล (Flugel) เชื่อว่าคนเราสวมเสื้อผ้าเพื่อเสริมสร้างตัวตนและก่อให้เกิดความรู้สึกว่ามีอำนาจเหนือคนอื่น ๆ เช่น ใส่เสื้อผ้าที่ทำให้ตัวใหญ่ขึ้นก็จะช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเช่นนี้หรือการที่ผู้หญิงใส่เสื้อที่มีพองน้ำหนูนไหล่ (Padded Shoulders) อาจก่อให้เกิดความรู้สึกแข็งแรงมีอำนาจ

1.3) เพื่อเพิ่มเสน่ห์ทางเพศ (Sexual Attraction): มีนักวิชาการหลายคนเริ่มทบทวนความคิดเดิมว่ามนุษย์เราสวมเสื้อผ้าเพราะต้องการปิดบังร่างกายโดยให้ความสนใจกับการแต่งกายที่เปิดเผยมากขึ้นเพื่อเป็นการเสริมสร้างเสน่ห์นักวิชาการ เช่น เวสเตอร์มาร์ค (Westermarck) และแลงเนอร์ (Langner) มีความเห็นในทางเดียวกันว่าเสื้อผ้าช่วยทำให้เพิ่มเสน่ห์แก่ผู้สวมใส่และสุนทรีภาพจะขาดหายไปถ้าเราแต่งกายมิดชิด ตัวอย่างเช่น ชุดที่เปิดเผยให้เห็นต้นขาช่วงไหล่ก่อให้เกิดความรู้สึกโรแมนติก มีเสน่ห์ทางเพศ และดึงดูดสายตาจากผู้พบเห็น หรือการออกแบบชุดนอนหรือชุดชั้นในมุ่งให้เกิดความรู้สึกเช่นนี้

1.4) เพื่อความสวยงาม (Aesthetic Expression): เสื้อผ้าถูกใช้เป็นเครื่องประดับตกแต่งร่างกายให้สวยงามนักวิชาการที่สนับสนุน เช่น สตาร์ (Starr) การตกแต่งร่างกายซึ่งก่อให้เกิดความสวยงามนี้อาจนำมาซึ่งความรื่นรมย์ เพิ่มความมีชีวิตชีวาของผู้สวมใส่และผู้พบเห็น พร้อมกับดึงดูด

เพศตรงกันข้าม นอกจากนั้นเสื้อผ้าสามารถช่วยปิดบังส่วนที่ไม่สวยงาม เราจะพบการใช้เสื้อผ้าในลักษณะนี้มากในการแฟชั่นหรือนักแสดง

1.5) เพื่อแสดงสถานภาพ (Status Express): การแต่งกายช่วยแสดงถึงสถานภาพในสังคมที่แตกต่างกันทั้งในด้านฐานะ ชนชั้น สภาพการสมรสและอาชีพ แม้กระทั่งการสวมเสื้อที่มี “ยี่ห้อ” (Brand Name) หรือลายเซ็นของนักออกแบบชื่อดัง ก็เป็นความต้องการที่แสดงถึงควมมีระดับในสังคม มีรสนิยม เครื่องแบบข้าราชการ ก็เป็นเครื่องแต่งกายประเภทหนึ่งซึ่งสะท้อนถึงสถานภาพในสังคม เพราะในบางสังคม เช่น สังคมไทย เชื่อว่าข้าราชการเป็นอาชีพที่มีเกียรติภาคภูมิใจ นอกนั้นแบบยังแสดงถึงหน่วยงานที่สังกัด ตำแหน่ง หรือชั้นยศที่ดำรงอยู่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงสถานภาพที่แตกต่างกัน

2) วัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือใช้ประโยชน์ (Instrumental Purposes) (อภิลิทธิ ไกล่ศัตรู ไกล, 2535: 12): นักวิชาการในกลุ่มนี้มองว่าเสื้อผ้าไม่ได้ถูกสวมใส่เพื่อสนองอารมณ์ หากแต่เสื้อผ้าถูกออกแบบและสวมใส่อย่างมีเป้าหมาย (Goal-Oriented) และใช้ประโยชน์ (Pragmatic and Useful) โดยเสื้อผ้าทำหน้าที่ปกป้องร่างกายมนุษย์ หรือช่วยให้คนสวมใส่ทำกิจกรรมได้ดียิ่งขึ้น (Protectionist and Utility Function) ตัวอย่างเช่น ชุดสกีออกแบบเพื่อปกป้องร่างกายจากความหนาวเย็น ขณะเดียวกันก็มีน้ำหนักเบาเพื่อช่วยให้ทำกิจกรรมได้คล่องตัวยิ่งขึ้น ซึ่งการปกป้องนี้มีความหมาย 2 นัยคือเพื่อปกป้องทางร่างกาย (Physical Protection) ตัวอย่างเช่น ชุดพนักงานดับเพลิง อีกประการหนึ่งคือเพื่อปกป้องจิตใจ (Psychological Protection) ตัวอย่างเช่น ชุดแต่งงานของคนจีนต้องเป็นสีแดงเพราะถือว่าเป็นมงคล

นักวิชาการที่สนับสนุนวัตถุประสงค์นี้ เช่น ดันลอป (Dunlop) ซึ่งเชื่อว่าเสื้อผ้าถูกสร้างขึ้นเพื่อปกป้องร่างกายมนุษย์ต่อการถูกแมลงกัดต่อย และผลการวิจัยของทอร์นดิค (Thorndike) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สวมใส่เสื้อผ้าเพื่อปกป้องร่างกาย (41 % ปกป้องร่างกายจากอากาศ 63/4 % ปกป้องร่างกายจากการกัดต่อยของแมลงขณะที่มีส่วนน้อยให้เหตุผลอื่นๆ เช่น 7% เพื่อการปรับปรุงตนเอง 10% เพื่อความรื่นรมย์และกิจกรรมทางเพศ 3.5% เพื่อมีอำนาจเหนือคนอื่น) (อภิลิทธิ ไกล่ศัตรู ไกล, 2535: 12)

อภิลิทธิ จึงสรุปเอาไว้ว่าแรงจูงใจประเด็นใดประเด็นหนึ่งจะไม่พอเพียงที่จะอธิบายพฤติกรรม การแต่งกาย โดยเฉพาะในยุคปัจจุบัน เราพบว่า การออกแบบเสื้อผ้านอกจากมุ่งถึงการใช้ประโยชน์ยังคำนึงถึงความสวยงามด้วยและค่อนข้างเห็นด้วยกับซูซาน (Susan) ที่เสนอให้เข้าใจวัตถุประสงค์ของเสื้อผ้าทั้ง 2 ประเภท ในลักษณะของ 2 ขั้วข้างหนึ่งคือเพื่ออารมณ์ (Expressive Purpose) และอีกข้างหนึ่งเพื่อประโยชน์ใช้สอย (Instrumental Purpose) (อภิลิทธิ ไกล่ศัตรู ไกล, 2535: 12)

2.1.3 บทบาทของเสื้อผ้าในองค์กร

นักจิตวิทยาสังคมสนใจศึกษาบทบาทของเสื้อผ้าในองค์กร ทั้งนี้สืบเนื่องจากการทวีความสำคัญมากขึ้นขององค์กรในปัจจุบัน เพราะมนุษย์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับองค์กรอยู่เสมอ อาจเป็นสมาชิกขององค์กร ลูกค้าขององค์กร และการที่บุคคลมารวมกันอยู่ในองค์กรทำให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากที่เคยอยู่คนเดียว ทั้งนี้เพราะองค์กรมักมีการสร้างกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับให้หมู่สมาชิกยึดถือปฏิบัติ เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันได้ดังนี้ที่ซูซาน (Susan) สรุปลักษณะโดยทั่วไปขององค์กร (อภิสิทธิ์ ไส้ศรีกุล, 2535: 12 - 14) มี 4 ประการคือ

- 1) เน้นความเป็นทางการ (Formality) ซึ่งช่วยทำให้เป้าหมายนโยบายบรรลุผลและทำให้นักงานมีพฤติกรรมไปในแนวทางเดียวกัน
- 2) มีการจัดโครงสร้างตามสายการบังคับบัญชา (Hierarchical Structure)
- 3) ประกอบด้วยบุคคลจำนวนมากทำให้ไม่มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดในหมู่สมาชิก
- 4) องค์กรโดยมากมีอายุยาวกว่าช่วงชีวิตมนุษย์

ถึงแม้ว่าองค์กรที่อยู่รอบตัวเราจะมีลักษณะต่างๆ ไปคล้ายคลึงกัน แต่กิจกรรมที่ปฏิบัติ ย่อมแตกต่างกันตามเป้าหมายขององค์กรนั้นๆ จากความหลากหลายขององค์กร เราสามารถแบ่งองค์กรออกเป็น 5 ประเภท คือ องค์กรบริหาร, องค์กรทางเศรษฐกิจ, องค์กรเพื่อการปกป้อง, องค์กรทางสังคมและองค์กรศาสนา ในแต่ละประเภทขององค์กรนั้น บทบาทของเสื้อผ้าก็มีอยู่ต่างกัน

4.1) องค์กรบริการ (Service Organization): เป็นองค์กรที่ถูกจัดตั้งเพื่อวัตถุประสงค์ให้บริการแก่ลูกค้าโดยมากเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ตัวอย่างคือ องค์กรภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และหน่วยการปกครองท้องถิ่น ที่จัดบริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีได้มุ่งแสวงหากำไร ส่วนใหญ่บริหารการดำเนินงานด้วยภาษีของราษฎร ในองค์กรประเภทนี้เสื้อผ้าที่สมาชิกสวมใส่ไม่ควรเป็นเสื้อผ้าที่ราคาแพง ไม่ควรแต่งกายหรูหราและเสื้อผ้าควรช่วยเสริมสร้างภาพพจน์ของความอดทน ขยันขันแข็งในการทำงานและเปิดเผยต่อสาธารณชน

4.2) องค์กรทางเศรษฐกิจ (Economic Organization): เป็นองค์กรที่ผลิตสินค้าและบริการโดยหวังผลกำไรในการดำเนินกิจการ องค์กรเหล่านี้มุ่งที่จะสร้างความประทับใจต่อลูกค้าเพื่อให้กลับมาใช้บริการอีกครั้งหนึ่ง ดังนั้นการแต่งกายของสมาชิกมีความสำคัญต่อการสร้างภาพพจน์ เช่น ในห้างสรรพสินค้า การแต่งกายของพนักงานควรจะสุภาพและตามแฟชั่น ซึ่งส่วนใหญ่นิยมใส่

เครื่องแบบหรือในองค์การทางเศรษฐกิจที่ขายบริการ เช่น โรงพยาบาล การสวมเสื้อผ้าก็ควรก่อให้เกิดภาพพจน์ของการเป็นมืออาชีพ มีความสามารถและสะอาด เช่น หมอสวมเสื้อกาวน์สีขาว พยาบาลใส่เครื่องแบบสีขาว

4.3) องค์การเพื่อการป้องกัน (Protective Organization): หน่วยงานของตำรวจหรือทหารเป็นตัวอย่างขององค์การปกป้อง ที่ทำหน้าที่ให้บริการด้านความมั่นคงปลอดภัยแก่ประชาชนและภาพพจน์ควรจะสะท้อนถึงการเตรียมพร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่อยู่เสมอ เราพบว่าเสื้อผ้าหรือการแต่งกายในองค์การประเภทนี้ใช้เครื่องแบบซึ่งเน้นความเป็นทางการสูง และปฏิบัติตามสายการบังคับบัญชาชัดเจน

4.4) องค์การทางสังคม (Associative Organization): หมายถึงองค์การที่ตอบสนองความต้องการทางสังคม เช่น สมาคมและโรงเรียน ในองค์การประเภทนี้ เสื้อผ้าจะปรากฏออกมาในรูปแบบของเครื่องแบบ เช่น เครื่องแบบนักเรียนมีการปักชื่อชื่อโรงเรียน เป็นการแสดงสังกัดขององค์การที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก หรือกลุ่มสมาชิกของสมาคมต่างๆ ก็จะแต่งกายในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เพื่อภาพพจน์ของการเป็นคนที่มีอาชีพเดียวกันหรือมาจากจังหวัดเดียวกัน เป็นต้น

4.5) องค์การทางศาสนา (Religious Organization): เป็นองค์การที่อยู่บนพื้นฐานความเชื่อและความศรัทธาของประชาชน ดังนั้นภาพพจน์ขององค์การประเภทนี้แสดงถึงอำนาจหรือพลังงานที่เหนือธรรมชาติ เสื้อผ้าที่สวมใส่ควรสื่อถึงความศักดิ์สิทธิ์ ความสะอาด บริสุทธิ์และสันโดษ เราจึงพบว่าการแต่งกายในองค์การประเภทนี้จะเป็นรูปแบบเดียวกันในหมู่สมาชิก เช่น การห่มสบงจีวรสีเหลืองของพระภิกษุไทย และสีขาวสำหรับชี

สิ่งที่กล่าวมาเกี่ยวกับบทบาทเสื้อผ้าในองค์การข้างต้นจะพบว่า “เครื่องแบบ” (Uniform) จะถูกกล่าวถึงในองค์การทุกประเภท

2.1.4 ทฤษฎีระบบราชการ

“ระบบราชการแบบอุดมคติ” (Ideal Type Bureaucracy) (ซีริพงษ์ ลวดวิทย์ ณ อยุธยา, 2551: 54-56) ในทัศนะของแมกซ์ เวเบอร์ เป็นการจัดรูปแบบองค์การที่มีประสิทธิภาพสูง และองค์การเหล่านี้ต่างก็มีขนาดใหญ่ มีความสลับซับซ้อนดังนั้นจึงต้องมีกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับต่างๆ มากมาย ทั้งนี้เพื่อการรวมกลุ่มของมนุษย์ในองค์การจะได้มีระเบียบแบบแผนโดยนัยนี้จะเห็นได้ชัดว่าแนวความคิดของระบบราชการที่ว่านี้ไม่เพียงแต่ปรับใช้กับหน่วยงานราชการเท่านั้น แต่ยังปรับใช้กับหน่วยงานเอกชนที่มีขนาดใหญ่ได้ด้วยลักษณะของระบบราชการมีลักษณะสำคัญคือ

- 1) ลำดับชั้นการบังคับบัญชา (Hierarchy) นี่คือการสร้างการบริหารระบบราชการจะเป็นรูปปิระมิด (Pyramid)
- 2) การแบ่งงานกันทำ (Division of Labor)
- 3) การไม่ยึดถือความเป็นส่วนตัว (Impersonality) เน้นความเป็นทางการให้เหตุผลเป็นสำคัญ
- 4) กฎระเบียบข้อบังคับ (Rules and Regulations) เกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติและความประพฤติจะถูกนำมาใช้อย่างเสมอหน้ากัน
- 5) การทำงานเป็นอาชีพ (Career Service) การทำงานเป็นอาชีพที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ (Merit) เป็นสำคัญ
- 6) การแบ่งแยกทั้งเรื่องส่วนตัวและทรัพย์สินของบุคคลออกจากองค์การ (Separation of the Property and Affairs)

จากแนวคิดเรื่องทฤษฎีระบบราชการของเวเบอร์นั้น ได้สรุปได้ว่า องค์การโดยทั่วไปก็จะมีลักษณะของระบบราชการไม่มากนักน้อย แต่หน่วยงานของภาครัฐ (กระทรวง ทบวง กรม) จะมีระดับความเป็นระบบราชการสูง จนทำให้คำว่าระบบราชการมีความหมายเหมือนกับหน่วยงานภาครัฐ และเป็นที่เชื่อกันว่า องค์การที่มีลักษณะของระบบราชการมากมีแนวโน้มที่การแต่งกายในองค์การจะถูกกำหนดให้สวมเครื่องแบบ

2.1.5 แนวความคิดเกี่ยวกับเครื่องแบบ

คำว่า Uniform มีรากศัพท์จากภาษาละตินหมายถึงหนึ่งรูปแบบ (One Form) (อภิสิทธิ์ ไกล่ศัตรูไกล, 2535: 16-17) ความหมายของเครื่องแบบที่ใช้อยู่ปัจจุบันจะหมายถึงประเภทของเสื้อผ้า Encyclopedia Britannica ให้ความหมายของเครื่องแบบ คือ เสื้อผ้าที่เหมือนกัน The World Book Encyclopedia กล่าวว่า เครื่องแบบเป็นประเภทของเสื้อผ้าที่สามารถระบุได้ว่า บุคคลที่สวมใส่เป็นสมาชิกของกลุ่มใด ตัวอย่างเครื่องแบบที่ชัดเจน คือ เครื่องแบบทหาร และตามสารานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายของเครื่องแบบว่าเป็นเครื่องแต่งตัวที่กำหนดขึ้นเป็นพิเศษให้แต่งเหมือนกันเฉพาะหมู่หนึ่งคณะหนึ่ง เช่น ทหารบกทหารเรือ ทหารอากาศ ตำรวจ บุรุษไปรษณีย์ นางพยาบาลและอื่นๆ จากความหมายเหล่านี้สรุปได้ว่าเครื่องแบบหมายถึงเสื้อผ้าที่ถูกออกแบบให้สมาชิกในองค์การใดองค์การหนึ่งสวมใส่โดยเน้นรูปลักษณ์ที่เหมือนกันของเสื้อผ้านั้นเป็นมาตรฐานเดียวกัน

2.1.6 ประเภทของเครื่องแบบ

โจเซฟ และ อเล็กซ์ (Joseph and Alex, n.d. อ้างใน อภิสิทธิ์ ไล่ศัตรูไกล, 2535: 17 -18) แบ่งเครื่องแบบออกเป็น 2 ประเภทคือเครื่องแบบที่เป็นทางการและเครื่องแบบกึ่งทางการ

1) เครื่องแบบที่เป็นทางการ (Formal Uniforms) หมายถึง เครื่องแบบที่ถูกสร้างบนพื้นที่ของกฎหมาย ตัวอย่างเช่น เครื่องแบบทหารและตำรวจ เครื่องแบบทางการเหล่านี้ถูกคุ้มครองและทำให้ชอบธรรมโดยกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในองค์กร ซึ่งจะกำหนดสีและแบบไว้ชัดเจน การแต่งเครื่องแบบที่ผิดจากระเบียบถือว่ากระทำความผิด และบุคคลที่ไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์กรมาแต่งก็ถือว่าทำผิดกฎหมาย

2) เครื่องแบบกึ่งทางการ (Quasi Uniforms) หมายถึง เครื่องแบบที่ไม่เป็นทางการและถูกสร้างบนพื้นฐานของธรรมเนียมประเพณีนิยม เครื่องแบบประเภทนี้ไม่ได้ถูกกำหนดเป็นข้อบังคับ ตัวอย่างเช่น การใส่เสื้อเชิ้ตผูกเน็คไทและชุดซาฟารี องค์กรยอมรับเครื่องแต่งกายเหล่านี้เสมือนเครื่องแบบ แต่ผู้แต่งมีอิสระที่จะเลือกสีโดยไม่จำเป็นต้องเหมือนกันทุกประการดังเช่นในเครื่องแบบประเภทแรก

2.1.7 หน้าที่ของเครื่องแบบ

1) เครื่องแบบเป็นสัญลักษณ์ของสมาชิกกลุ่ม (Symbolic of Group Membership) นั่นคือเมื่อสวมเครื่องแบบแล้วจะทราบว่าบุคคลนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่มใด ช่วยทำให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน

2) เครื่องแบบช่วยแสดงถึงบทบาทและชื่อนบทบาทอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน นั่นคือเครื่องแบบที่สวมอยู่ทำให้เราทราบว่าในขณะนั้นมีบทบาทอะไร ขณะเดียวกันข้อมูลอื่นๆ จะถูกปิดบังด้วยเครื่องแบบ เช่น เครื่องแบบตำรวจเมื่อสวมเครื่องแบบแล้วจะทราบว่าเขามีบทบาทอำนาจหน้าที่อย่างไร ขณะที่สถานภาพอื่นๆ จะถูกซ่อนเร้น เช่น ทหารหญิงสวมเครื่องแบบจะซ่อนความเป็นเพศหญิงโดยการซ่อนผม ไม่แต่งหน้า ไม่ใส่น้ำหอม

3) เครื่องแบบช่วยทำให้บทบาทของผู้สวมใส่ได้รับการยอมรับ (Legitimize One's Role) หมายถึงเครื่องแบบเปรียบเสมือนประกาศนียบัตร ว่าบุคคลที่สวมเครื่องแบบเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือเป็นตัวแทนของกลุ่มซึ่งมีความรับผิดชอบแทนกลุ่มในการดำเนินกิจกรรม

4) เครื่องแบบช่วยบดบังความเป็นปัจเจกบุคคล (Suppress Individuality) เมื่อสวมเครื่องแบบแล้วบุคคลนั้นไม่ใช่ปัจเจกบุคคล ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งลักษณะเช่นนี้เครื่องแบบสามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรได้

5) เครื่องแบบช่วยแก้ปัญหาในองค์กร (Deal with Problem of Organization) ซึ่งทำได้ใน 3 แนวทางคือ

5.1) โดยการช่วยระงับหรือสร้างขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เครื่องแบบทหารช่วยแบ่งแยกจากพลเรือน ขณะเดียวกันช่วยแบ่งชั้นในกลุ่มทหารด้วย

5.2) โดยการช่วยเสริมเป้าหมายของกลุ่ม นั่นก็คือเครื่องแบบช่วยทำให้พฤติกรรมของกลุ่มไปในแนวทางเดียวกัน

5.3) โดยช่วยลดความขัดแย้งในบทบาท หมายถึง เมื่อใส่เครื่องแบบแล้วทุกคนรู้ว่าตนเองในขณะนั้นมีบทบาทหน้าที่อะไร

2.1.8 แนวคิดทางการออกแบบผลิตภัณฑ์

ฮารอลด์ (Harold, 1954: 297) นักออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เสนอทฤษฎี แนวคิดทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เมื่อเราทราบข้อมูลพื้นฐานแล้วในขั้นตอนการออกแบบมีปัจจัยสำคัญ ที่ต้องพิจารณา 7 หัวข้อคือ

1) ประโยชน์ใช้สอย (Function) คือการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ ซึ่งในผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ อาจมีหลายวัตถุประสงค์ก็ได้ แต่ต้องจัดลำดับความสำคัญเหล่านั้นเพื่อกำหนดหน้าที่ของประโยชน์ใช้สอยหลัก (Main Function) และประโยชน์ใช้สอยรอง (Sub Function)

2) ความงาม (Aesthetic) เป็นการตอบสนองความรู้สึกรมณ์เพื่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้จากการจัดองค์ประกอบ (Composition) เส้น (Line) ค่าน้ำหนัก (Value) สี (Color) ลักษณะพื้นผิว (Texture) ขนาดสัดส่วน (Size & Proportion)

3) ความเหมาะสมทางกายภาพ (Ergonomic) กล่าวถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้ เช่น เมื่อกะดุมเสื่อต้องมีขนาดไม่เล็กเกินไปจนนิ้วมือไม่สามารถควบคุมจับได้

4) วัสดุและกรรมวิธีการผลิต (Material and Production Method) จะต้องเลือกใช้วัสดุ และวิธีผลิตให้ตรงตามความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการผลิตที่รวดเร็ว

5) ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ต้องมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งานและผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการใช้งาน รวมถึงเมื่อสิ้นอายุการใช้งานสามารถกำจัดได้ดี

6) การซ่อมบำรุง (Maintenance) ต้องคำนึงถึงการบำรุงรักษาและซ่อมแซมให้ผลิตภัณฑ์ นั้น คงสภาพเหมือนเดิม

7) ราคา (Cost) จะเป็นตัวกำหนดต้นทุนการผลิตของสินค้าในการเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย

2.1.9 แนวคิด Human – Centered Design

อนงค์นาฏ วรรณจิตจรรยา (2556: 54-55) การออกแบบโดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง คือ การศึกษามนุษย์ในเรื่องของพฤติกรรมมนุษย์ คุณค่าของการใช้ชีวิต ความต้องการ ความฝันที่จะมีจะเป็น ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาจะนำมาซึ่งข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เพื่อออกแบบที่มีความแม่นยำ ตอบสนอง ผู้ใช้ได้มากกว่าการแนวทางการออกแบบในอดีต

การออกแบบโดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง คือการใช้กระบวนการใดๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ออกแบบได้ต่อไป โดยข้อมูลที่ ควรทำการศึกษาจะประกอบด้วย

1) ข้อมูลทางกายภาพ (Physiological) คือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับขนาด สัดส่วน ความถนัด ข้อจำกัดทางกายภาพ ที่มีผลต่อการใช้งานผลิตภัณฑ์

2) ข้อมูลทางด้านจิตวิทยา (Psychological) คือ การศึกษาถึงการตอบสนองของมนุษย์ ที่มีผลในการตัดสินใจต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น ชื่นชอบ/ไม่ชอบ ใช้/ไม่ใช้ ชอบ/ไม่ชอบ

3) ข้อมูลด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) คือ ปัจจัยที่ศึกษาถึงความ ต้องการของมนุษย์ที่แตกต่างกัน มีผลจากประสบการณ์ การรับรู้ การเรียนรู้ การใช้ชีวิตประจำวัน ที่แตกต่างกัน การเข้าถึงเทคโนโลยี ถิ่นที่อยู่อาศัย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่มีผลต่อการตัดสินใจต่อผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ William B. Rouse อาจารย์และผู้อำนวยการสถาบัน Tanenbaum Institute (Georgia Institute of Technology) ได้ให้คำจำกัดความของ Human-Centered Design (Rouse, 2007: 6) ไว้ว่า “หมายถึง

การมีบทบาทของมนุษย์ในระบบที่ซับซ้อน เป็นการยกระดับศักยภาพของมนุษย์เพื่อก้าวข้ามข้อจำกัด
หลายๆ อย่าง และส่งเสริมการยอมรับจากผู้ใช้เป็นสำคัญ” Rouse มองว่า Human-Centered Design มี
ศักยภาพที่จะแก้ไขปัญหาใหญ่ๆ ในระดับสังคมได้ และคำว่า “User” ของเขาก็เปิดกว้างและเชื่อมโยงกับ
บริบททางสังคมอย่างชัดเจนด้วย

Rouse (2550: 6) ยังได้กล่าวว่า วัตถุประสงค์ที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ

- 1) พัฒนาความสามารถพื้นฐานของมนุษย์ให้ดีขึ้น (Enhance Human Abilities)
- 2) เอาชนะขีดจำกัดของมนุษย์ (Overcome Human Limitation)
- 3) ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ (Foster Human Acceptance)

ซึ่งแนวคิด Human – Centered Design มีหลักที่สำคัญดังต่อไปนี้

- 1) มีการร่วมมือและการประมวลผลจากหลากหลายสาขาวิชา (Collaborative and Multidisciplinary)
- 2) มีความสัมพันธ์กับระบบสังคม (Social System)
- 3) พัฒนาชุมชนแบบองค์รวม (Holistic Community Development)
- 4) มุ่งเน้นความรู้สึกร่วม (Focus on Empathy)
- 5) ใช้วิธีการทำความเข้าใจกับผู้ให้ข้อมูลโดยตรง (Methods Used to Gain Direct Understanding of Audience)
- 6) การมอบอำนาจให้ผู้ใช้ (Empower)

ซึ่งตั้งแต่ปี ค.ศ.2000 เป็นต้นมา Human-Centered Design ได้เปลี่ยนสถานะจากความเป็น
“วิธีการ” (Method) มาสู่สถานะของ “กรอบความคิด” (Mindset) ที่มุ่งหวังจะเพิ่มความเป็นมนุษย์เข้าไป
ในทุกกระบวนการออกแบบและการแก้ปัญหาซึ่งสิ่งที่ขาดไปไม่ได้ก็คือการให้ความสำคัญกับความคิด
และความรู้สึกของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายนั่นเอง (วิสาข์ สอดตระกูล, 2556)

2.1.10 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ (Image) หรือจินตภาพ คือ ภาพที่อยู่ในความนึกคิดของแต่ละปัจเจกบุคคล โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายที่แตกต่างกันดังนี้

Kotler (n.d. อ้างใน ปรัชญาคม ล้วนรัตน์, 2554: 13) อธิบายคำว่าภาพลักษณ์ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งมีทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งๆ นั้น

Anderson and Rubin (1986 อ้างใน แสงเดือน วิษุดำรงศักดิ์, 2555: 10) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรก็เปรียบเสมือนคน ซึ่งย่อมจะมีบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน

Jefkins (1993 อ้างใน แสงเดือน วิษุดำรงศักดิ์, 2555: 10) ได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจเอาไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจหมายถึง ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งรวมทุกสิ่งอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจได้ และมีประสบการณ์ และในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร ซึ่งสามารถปรากฏต่อสายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ

Robinson and Barlow (n.d. อ้างใน ณัฐพล ชวนสมสุข, 2553: 15) อธิบายว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อสถาบัน องค์กร ภาพในใจของบุคคลนั้นอาจได้มาจาก ทั้งประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง

ดังนั้น เราจึงจะสรุปความหมายของคำว่าภาพลักษณ์ได้ว่า ภาพลักษณ์คือจินตภาพที่เกิดจากการรับรู้ อาจเกิดขึ้นจากความประทับใจหรือไม่ประทับใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจได้มาจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของแต่ละปัจเจกบุคคล

2.2 การรับรู้

การรับรู้ คือ ผลจากการที่มนุษย์ใช้อวัยวะสัมผัสทั้ง 5 ชนิด คือ ตา (การมองเห็น) หู (การได้ยิน) การสัมผัส (ผิวหนัง) จมูก (การได้กลิ่น) ลิ้น (รสชาติ) ซึ่งการรับรู้เหล่านั้นจะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดจะขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะของสิ่งเร้า เป็นต้น การรับรู้จึงเป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ เพราะหากไม่มีการรับรู้เกิดขึ้น การเรียนรู้จะเกิดไม่ได้ ดังนั้น การรับรู้จึงเป็นองค์ประกอบ

สำคัญที่ทำให้เกิดความคิดรวบยอดทางทัศนคติของมนุษย์ ที่จะทำให้เกิดกระบวนการการเรียนรู้และการใช้สื่อการเรียนรู้ต่อไป (อนงคณาฏ วรรณจิตจรูญ, 2556: 57)

2.2.1 ความหมายของการรับรู้

Robbins (n.d. อ้างใน อนงคณาฏ วรรณจิตจรูญ, 2556: 57) กล่าวว่า การรับรู้เป็นบันไดขั้นแรกเมื่อร่างกายรับรู้ผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ก็จะเกิดการตีความ โดยอาศัยความคิด ความเข้าใจ ความจำ การเรียนรู้และมโนภาพ หลังจากนั้นจึงจะเกิดการตัดสินใจและแสดงปฏิกิริยาตอบสนองโดยแสดงพฤติกรรมใด พฤติกรรมหนึ่งออกมา ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ของปัจเจกบุคคล ประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ 1. ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Factors in the Situation) ได้แก่ เวลา สภาพแวดล้อมในการทำงาน และสภาพแวดล้อมทางสังคม 2. ปัจจัยด้านตัวผู้รับรู้ (Factors in the Perceiver) ได้แก่ ทัศนคติ แรงขับ ความสนใจ ประสบการณ์ และความคาดหวัง และ 3. ปัจจัยด้านเป้าหมาย (Factors in the Target) ได้แก่ ความใหม่ การเคลื่อนที่ เสียง ขนาด ภูมิหลัง ระยะ และความเหมือน และ Wagner and Hollerbeck ก็ได้กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่บุคคลเลือก จัดการ เก็บ และ รับ ข้อมูล

2.2.2 กระบวนการของการรับรู้ (Process) (อนงคณาฏ วรรณจิตจรูญ, 2556: 57-58)

เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจการคิดการรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making)

ความเข้าใจ → การคิด → การรู้สึก → ความจำ → การเรียนรู้ → การตัดสินใจ

ซึ่งกระบวนการของการรับรู้จะเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าไม่ว่าจะเป็น คน สัตว์ สิ่งของ หรือสถานการณ์ มาเร้าอินทรีย์ทำให้เกิดการสัมผัส (Sensation) และเมื่อเกิดการสัมผัส บุคคลจะเกิดมีอาการแปลสัมผัส และมีเจตนาที่จะแปลสัมผัสนั้น การแปลสัมผัสจะเกิดขึ้นในสมอง ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ เช่น การที่เราได้ยินเสียงดังปังๆ สมองจะแปลเสียงดังปังๆ โดยเปรียบเทียบกับเสียงที่เคยได้ยินว่าเป็นเสียงปืน เสียงระเบิด เสียงพลุ เสียงประทัด เสียงท่อไอเสียรถ เสียงเครื่องยนต์ระเบิด หรือเสียงอะไร ในขณะที่เปรียบเทียบจิตต้องมึเจตนาปนอยู่ทำให้เกิดแปลความหมาย และต่อไปก็รู้ว่าเสียงที่ได้ยินว่าเสียงที่ได้ยินนั้นคือเสียงอะไร อาจเป็นเสียงปืนถ้าบุคคลเคยมีประสบการณ์ในเสียงปืนมาก่อน และอาจแปลได้ว่าปืนที่ดังเป็นปืนชนิดใดถ้าเขาเป็นตำรวจ จากตัวอย่างข้างต้นนี้เราอาจสรุปกระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีองค์ประกอบต่อไปนี้

1) มีสิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิดการรับรู้เช่นสถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อม ที่มีอยู่รอบการที่เป็นคน สัตว์ และสิ่งของ

2) ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสัมผัส เช่น ตาหู หนุ่ฟังจมูก ได้กลิ่น ลิ้นรู้รสและผิวหนังรู้ร้อนหนาว

3) ประสบการณ์หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าสัมผัส

4) การแปลความหมายของสิ่งที่เร้าสัมผัสที่เคยพบเห็นมาแล้ว ย่อมจะอยู่ในความทรงจำของสมอง เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า สมองก็จะทำหน้าที่ทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิม ว่าสิ่งเหล่านั้นคืออะไร เมื่อมนุษย์เร้าถูกเร้าโดยสิ่งแวดลอมก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัส

2.2.3 ลำดับขั้นของกระบวนการรับรู้ (อนงคณาฎ วรณจิตจรูญ, 2556: 58)

การรับรู้เกิดขึ้นได้ต้องเป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการดังนี้

ขั้นที่ 1 สิ่งเร้า (Stimulus) มากระทบอวัยวะสัมผัสของอินทรีย์

ขั้นที่ 2 กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่สมองเพื่อสั่งการตรงนี้เกิดการรับรู้ (Perception)

ขั้นที่ 3 สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ โดยอาศัยความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เข้าวปัญหา ทำให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่งการรับรู้ (Perception) หรือการตอบสนอง (Reaction หรือ Response) เมื่อประสาทสัมผัสโดยเครื่องเร้าจะเกิดปฏิกิริยาหรือการตอบสนองต่อสิ่งเร้า

2.2.4 กลไกของการรับรู้ (อนงคณาฎ วรณจิตจรูญ, 2556: 58)

กลไกของการรับรู้เกิดขึ้นจากทั้งสิ่งเร้าภายนอกและภายใน อินทรีย์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม อวัยวะรับสัมผัส (Sensory organ) เป็นเครื่องรับสิ่งเร้าของมนุษย์ ส่วนที่รับรู้ความรู้สึกของอวัยวะรับสัมผัส อาจอยู่ลึกเข้าไปข้างใน มองจากภายนอกไม่เห็น อวัยวะสัมผัสแต่ละอย่างมีประสาทรับสัมผัส (Sensory Nerve) ช่วยเชื่อมอวัยวะรับสัมผัสกับเขตแดนการรับสัมผัสต่างๆ ที่สมองและส่งผ่านประสาทมอเตอร์ (Motor Nerve) ไปสู่อวัยวะมอเตอร์ (Motor Organ) ซึ่งประกอบไปด้วยกล้ามเนื้อและต่อมต่างๆ ทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองของอวัยวะมอเตอร์ และจะออกมาในรูปแบบใดขึ้นอยู่กับการบังคับบัญชาของระบบประสาทส่วนกลาง สาเหตุที่มนุษย์เร้าสามารถไวต่อความรู้สึก ก็เพราะเซลล์ประสาทของระบบประสาทรับสัมผัสแบ่งแยกแตกออกเป็นกิ่งก้านแผ่ไปติดต่อกับอวัยวะรับสัมผัส และที่อวัยวะรับสัมผัสมีเซลล์รับสัมผัสที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว จึงสามารถทำให้มนุษย์รับสัมผัสได้

จิตใจติดต่อกับโลกภายนอกได้โดยการสัมผัส คนตาบอดเมื่ออธิบายให้ฟังว่าสีแดงสีเขียวเป็นอย่างไร เขาก็เข้าใจให้ถูกต้องไม่ได้เลย เพราะเรื่องสีจะต้องรู้ด้วยตา เครื่องมือสัมผัสอย่างหนึ่งก็ทำหน้าที่ อย่างที่คนหูหนวกย่อมไม่รู้ถึงลีลาความไพเราะของเสียงเพลงดังนั้นการสอนจึงเน้นว่า “ให้สอนโดยทางสัมผัส” การรับรู้ นับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ การรับรู้ที่ถูกต้องจึงจะส่งผลให้ได้รับความรู้สึกที่ถูกต้อง นักเรียนต้องได้รับการรับรู้ที่ถูกต้องมิฉะนั้นความรู้ที่รับไปก็ผิดพลาด

มนุษย์ย่อมมีพฤติกรรมสนองตอบสิ่งแวดล้อมกระบวนการของการรับรู้เป็นสิ่งแรก ที่มนุษย์สนองตอบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบประสาท อวัยวะสัมผัสเป็นปัจจัยสำคัญของกระบวนการรับรู้ ต้องมีความสมบูรณ์จึงจะสามารถรับรู้สิ่งเร้าได้ดี เพราะอวัยวะสัมผัสรับสิ่งที่มากระทบประสาทรับสัมผัสส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อให้สมองแปลความหมาย ออกมาเกิดเป็นการรับรู้ และอวัยวะสัมผัสของมนุษย์มีขีดความสามารถจำกัด กลิ่นอ่อนเกินไป เสียงเบาเกินไป แสงน้อยเกินไป ย่อมรับสัมผัสไม่ได้ ดังนั้น ประเภท ขนาด คุณภาพของสิ่งเร้า จึงมีผลต่อการรับรู้ และการตอบสนองสิ่งเร้าบางประเภทไม่สามารถกระตุ้นอวัยวะสัมผัสของเราได้ เช่น คลื่นวิทยุ

2.2.5 องค์ประกอบของกระบวนการรับรู้ (อนงค์นาฏ วรรณจิตจรูญ, 2556: 58 -59)

การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์จะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังนี้

1) อาการรับสัมผัส โดยอวัยวะรับสัมผัสต่างๆ จะได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าแล้วแปลความหมายโดยอาศัยประสบการณ์มาช่วย

2) การแปลความหมายของอาการสัมผัส โดยการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่รับเข้ามาจะต้องเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ

2.1) ปัจจัยทางด้านสรีระ (Physiological Factor) เป็นขีดจำกัดความสามารถของอวัยวะรับสัมผัสที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า เช่น ขนาดของสิ่งเร้า ความถี่ของอวัยวะรับสัมผัส เป็นต้น

2.2) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) เนื่องจากสิ่งเร้าที่มากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสมีมาก มนุษย์จะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งเร้าที่มีความหมาย แต่การรับรู้ดังกล่าวจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านจิตวิทยาเช่น

3) ความตั้งใจโดยมีสาเหตุหลายประการเช่นความเปลี่ยนแปลงความแปลกใหม่ ขนาดและความเข้มการกระทำซ้ำ เป็นต้น

- 4) สถิติปัญหาที่ส่งผลทำให้บุคคลเข้าใจเหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ ได้ช้าหรือรวดเร็วต่างกัน
- 5) ความระวังระไวเป็นความคล่องแคล่วหรือไวต่อการรับรู้สิ่งเร้าต่างๆ
- 6) คุณภาพของจิตใจความเหนื่อยล้าหรือความแจ่มใสของจิตใจย่อมมีผลกระทบต่อความเข้าใจสิ่งเร้าต่างๆ ได้
- 7) บุคลิกภาพผู้ที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยชอบสังคมกับผู้มีบุคลิกภาพเก็บตัวมักจะรับรู้สิ่งเร้าในทางตรงกันข้ามเสมอ

2.2.6 ประสบการณ์เดิม

บุคคลจะรับรู้สิ่งต่างๆ ด้วยการคาดคะเนหรือตั้งสมมติฐานไว้ก่อน เมื่อได้รับสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นแล้วประสบการณ์เดิมที่เคยมีมาก่อนจะช่วยให้สามารถยืนยันการคาดคะเนได้ หรือทำการแก้ไขการคาดคะเนเสียใหม่กรณีที่เกิดสิ่งใหม่เข้มแข็งกว่า และสามารถพิสูจน์ได้ว่าประสบการณ์นั้นผิดพลาดอย่างแน่นอน

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 วิวัฒนาการและบทบาทของเครื่องแบบข้าราชการในการบริหารราชการไทย

อภิสิทธิ์ ไส้ศัตรูไกล (2535) ได้สรุปว่า เครื่องแบบข้าราชการนั้นมีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย จนถึงปัจจุบัน มีวิวัฒนาการและบทบาทที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย กล่าวคือ สมัยสุโขทัยจนถึงสมัยสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว วิวัฒนาการของเครื่องแบบมีมากมายหลากหลายรูปแบบสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเครื่องแบบข้าราชการ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือบริหารให้ข้าราชการทำงานสนองพระราชภารกิจของพระมหากษัตริย์ เครื่องแบบข้าราชการมีบทบาทและหน้าที่เป็นรางวัลที่พระมหากษัตริย์ พระราชทานให้ข้าราชการที่มีความดีความชอบต่อแผ่นดิน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงการที่ข้าราชการบางคนต้องไปทำงานต่างพระเนตรพระกรรณ ก็จะพระราชทานเครื่องแบบให้ตามฐานานุศักดิ์ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความชอบธรรมให้กับข้าราชการผู้นั้น ในยุคนี้เครื่องแบบข้าราชการ จึงเปรียบเสมือนเป็นสัญลักษณ์ และสร้างการยอมรับนั่นเอง

ในช่วงรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จนถึงพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว วิวัฒนาการของเครื่องแบบข้าราชการเป็นเลื้อยราชประแตน นุ่งผ้าพื้นโจงกระเบน มีนัยสำคัญคือการปรับปรุงประเทศให้ทันสมัยเหมือนชาติตะวันตก ทั้งระบบการบริหารประเทศ ประเพณีวัฒนธรรม ซึ่งในการศึกษาทางจิตวิทยาสังคมจะพบว่า เสื้อผ้าจะสะท้อนให้เห็นสภาพสังคม วัฒนธรรม ความเป็นอยู่

ของประชาชน ซึ่งสามารถแสดงออกได้ทั้งระดับบุคคลและระดับองค์กร เครื่องแบบข้าราชการยุคนี้ จึงเป็นเครื่องแบบกึ่งทางการ สร้างบนพื้นฐานประเพณีนิยม ไม่ได้มีกฎหมายบังคับ การสวมชุดราชประแตน จึงเป็นเครื่องมือที่แสดงสถานภาพของข้าราชการ และความเป็นกลุ่มเดียวกัน

ในช่วงสุดท้ายของการศึกษา คือภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 จนถึง ปัจจุบัน ได้เปลี่ยนเป็นเสื้อเชิ้ตและเสื้อขาฟรีสไตล์ รวมถึงชุดพระราชทานซึ่งนิยมกันทั่วไป ปัจจัยสำคัญ ในการสร้างเครื่องแบบข้าราชการพลเรือนในยุคนี้ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง ใช้ระบบ ราชการในการบริหารราชการแผ่นดิน เครื่องแบบข้าราชการพลเรือนจึงถูกกฎหมายบังคับไว้ และเป็นรูปแบบ ที่เป็นทางการ ซึ่งผู้ที่ไม่ใช่ข้าราชการจะไม่สามารถแต่งได้ เครื่องแบบข้าราชการในยุคนี้จึงเป็นรูปแบบ ที่แสดงถึงการเป็นสมาชิกกลุ่ม แสดงถึงลำดับชั้นบังคับบัญชา ตามทฤษฎีระบบราชการนั่นเอง

2.3.2 การศึกษาวิวัฒนาการเครื่องแบบไทยสู่กลไกการควบคุม “ร่างกาย” และ “จิตสำนึก” ของ มนุษย์

บราลี จิระพงษ์สุวรรณ (2558) ได้สรุปงานวิจัยไว้ว่า เสื้อผ้า เครื่องแบบไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่ ปกปิดร่างกายมนุษย์ หรือสนองตอบความพอใจแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีอิทธิพลมากกว่านั้น เครื่องแบบ เป็นเครื่องมือที่เป็นมากกว่าเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายหรือเครื่องประดับ เพื่อบ่งบอกสถานะ เชื้อชาติ หรือ หน้าที่ทางสังคม แต่เครื่องแบบยังมีประสิทธิภาพในการเข้าไปควบคุมพฤติกรรมของผู้สวมใส่ สร้างภาพลักษณ์ของคนในสังคม แสดงออกถึงค่านิยม บรรทัดฐานของจารีตประเพณี และยังกำหนด บทบาทของผู้สวมใส่เครื่องแบบอีกด้วย เช่น การที่ตำรวจสวมเครื่องแบบก็จะถูกเฝ้าจับตาพฤติกรรม เมื่อปฏิบัติตัวไม่สมควร เป็นต้น

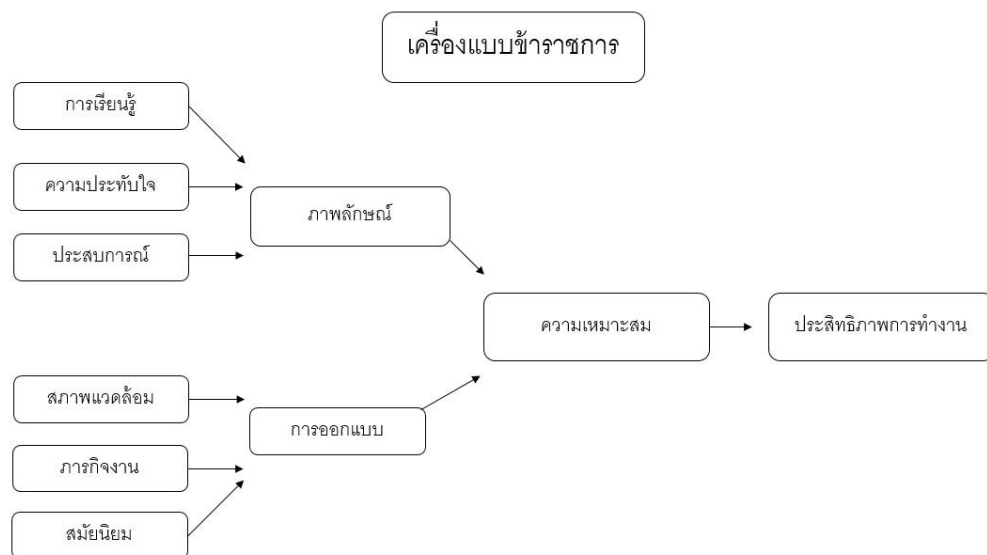
2.3.3 The Police Uniform

Camilla De Cargo (2012) ได้สรุปเอาไว้ว่า การที่ตำรวจนั้นมีบุคลิกที่ทรงอำนาจ เป็นที่ จดจำได้ดี และเป็นที่น่าหวั่นเกรง เนื่องจากการออกแบบชุดตำรวจที่มีความองอาจและดึงดูด โดยการดึง ความเป็นบุรุษเพศออกมา ซึ่งช่วยแสดงออกถึงลักษณะของความเป็นผู้นำและผู้ปกป้องสังคม การใช้สี โทนเข้มยังช่วยแสดงออกถึงความเป็นหนึ่งเดียวและความมีพลังอำนาจ

นอกจากนี้ เครื่องแบบตำรวจยังแสดงถึงอำนาจของสถาบันตำรวจด้วย ซึ่งถือเป็นเครื่องมือ สำคัญที่จะช่วยกำหนดบทบาทและควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของผู้สวมใส่ที่มีต่อสาธารณะ ผลการวิจัย ยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สร้างความเกรงกลัวให้คนหมู่มาก ซึ่งหมายความว่าอำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้สวมเครื่องแบบตำรวจจะลดน้อยลงหากมีการเลิกสวมเครื่องแบบด้วย

มากไปกว่านั้น อำนาจที่มาจากเครื่องแบบยังส่งผลทางจิตวิทยาต่อผู้สวมใส่โดยตรง จากผลการทดลองของกลุ่มตัวอย่างจะพบได้ว่าบุคลิกของตำรวจในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่กับเวลาอยู่ที่บ้านนั้นมีความแตกต่างกัน โดยพวกเขาจะต้องไว้ซึ่งบุคลิกภาพที่ดูดีเมื่อต้องอยู่ในเครื่องแบบ เพราะไม่เพียงแต่สายตาของประชาชนที่จับจ้องพวกเขา แม้แต่เพื่อนร่วมอาชีพก็ยังคงคอยจับตามองหากใครมีบุคลิกภาพของความอ่อนแอ ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ตำรวจไม่สามารถสร้างบุคลิกภาพที่ผ่อนคลายระหว่างการปฏิบัติงานได้มากนัก ซึ่งต่างกับเวลาพักผ่อนหรืออยู่ที่บ้าน

2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 2.1 แผนผังแนวคิดในการศึกษาเรื่องเครื่องแบบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved