วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์

วารสารวิชาการ ราย 4 เดือน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 **ฉบับที่** 1 **(มกราคม - เมษายน** 2565)

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพ

จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์

Journal of Communication Arts Review

นิเทศศาสตรปริทัศน์ เป็นวารสารวิชาการของวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ออกเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – เมษายน ฉบับที่ 2 ประจำเดือน พฤษภาคม – สิงหาคม ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กันยายน – ธันวาคม วารสารนำเสนอบทความทางวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสารของมนุษย์ทุกลักษณะ ตั้งแต่การสื่อสารภายในบุคคลและระหว่างบุคคล การสื่อสารสาธารณะและการสื่อสารมวลชน ไปจนถึงการสื่อสารในระยะไกล ขอบข่ายของบทความครอบคลุมกิจกรรมการสื่อสารทุกรูปแบบ อาทิ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา วารสารศาสตร์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ สื่อใหม่ รวมถึงงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

ผู้จัดทำยินดีเผยแพร่บทความที่มีคุณค่าทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีประสบการณ์ นักวิชาการและนิสิต นักศึกษาสาขานิเทศศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้อง ด้วยความเคารพในความเป็นอิสระของแนวความคิดเชิงวิชาการของทุกท่าน ทั้งนี้ด้วยความมุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมกันจรรโลงความมั่นคงและพัฒนาความก้าวหน้าแห่งวิทยาการ และวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ของประเทศไทย

ทัศนะและข้อคิดเห็นของวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบแต่อย่างใดของคณะบรรณาธิการหรือสถาบัน ผู้ประสงค์จะนำข้อความใดจากวารสารนี้ไปเผยแพร่ ต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนและบรรณาธิการตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ก่อน

คณะที่ปรึกษา

ผศ.ดร.นเรฏฐ์ พันธราธร รศ.ดร.ชาติชาย ตระกูลรังสิ อนุสรณ์ ศรีแก้ว

คณะบรรณาธิการ

บรรณาธิการบริหาร อาจารย์วาจวิมล เดชเกตุ (วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต)

บรรณาธิการ ผศ.ดร.ฉลองรัฐ เฌอมาลย์ชลมารค (วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต)

คณะบรรณาธิการ รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม)
รศ.อวยพร พานิช (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์)
รศ.ไพบูรย์ คะเชนทรพรรค์ (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช) รศ.ปัทมวดี จารุวร (คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) รศ.ดร.กำจร หลุยยะพงศ์ (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช) ผศ.ดร.ดวงทิพย์ เจริญรุกข์ เผื่อนโชติ (วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต)

บรรณาธิการศิลปกรรม พรหมพงษ์ แก้วดวงเด่น (วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต)

คณะบริหารจัดการ รพีวรรณ กลยนี มัติกร บุญคง นิติ จิตวัฒนาธรรม ฐานิศร์ ควรหาเวช
กาญจนา อุตสาห์การ หทัยรัตน์ พงษ์ศิริ

เจ้าของ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
เมืองเอก ถ.พหลโยธิน อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000
โทรศัพท์ 0-2997-2200 ต่อ 4671 โทรสาร ต่อ 4676 www.rsu.ac.th/jca

พิมพ์ที่ เอเซีย ดิจิตอลการพิมพ์ | จำนวน 500 เล่ม

พิมพ์เมื่อ มกราคม 2565

ISSN 0858-6160

ภาพปก ผศ.ดร.ฉลองรัฐ เฌอมาลย์ชลมารค

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความของวารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

รศ.ดร. พนม คลี่ฉายา	นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รศ.ดร.นภาวรรณ ตันติเวชกุล	นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร.จีรบุณย์ ทัศนบรรจง	นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รศ.ดร.ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.พลอยชมพู เชาวนปรีชา	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผศ.ดร.ศศิพรรณ บิลมาโนชญ์	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ดร.จิรพร วิทยศักดิ์พันธ์	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ดร.จิระศักดิ์ สาระรัตน์	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผศ.ดร.สุรีพร คลังพระศรี	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รศ.ดร.บุษบา สุธีธร	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผศ.ดร.อุณาโลม จันทร์ รุ่งมณีกุล	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รศ.ดร.สมสุข หินวิมาน	วารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผศ.ดร.สรรพัชญ์ เจียระนานนท์	การสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

รศ.ดร.กฤษดา เกิดดี	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผศ.ดร.บุปผา บุญสมสุข	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผศ.ดร.สำราญ แสงเดือนฉาย	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
รศ.ดร.ลักษณา คล้ายแก้ว	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผศ.ดร.ฐิติ วิทยสรณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผศ.ธิราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผศ.ดร.ฉลองรัฐ เฌอมาลย์ชลมารค	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผศ.ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.ณชรต อิ่มณะรัญ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
อาจารย์กิตติศักดิ์ ไตรพิพัฒพรชัย	สำนักมาตรฐานวิชาการ มหาวิทยาลัยรังสิต

บทบรรณาธิการ

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2565 จัดทำขึ้นในขณะที่การระบาดของ โรคโควิด-19 สายพันธุ์ใหม่ โอไมครอน (Omicron) กำลังระบาดไปทั่วโลก นับเป็นสายพันธุ์ที่ 5 ที่เกิดจากการกลายพันธุ์และเป็นสายพันธุ์ที่ระบาดอย่างรวดเร็วจนองค์การอนามัยโลกประกาศให้เป็นสายพันธุ์ที่น่ากังวล เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2564และก่อนก้าวเข้าสู่ปี พ.ศ. 2565 โอไมครอนก็ได้เริ่มต้นเข้ามาแพร่ระบาดแล้วในประเทศไทย

แม้ประเทศไทยและนานาชาติกำลังเผชิญกับปัญหาโลกระบาดที่สร้างผลกระทบแก่มนุษย์มายาวนานติดต่อกันมากกว่า 3 ปีแล้วแต่เราก็ยังมีความเชื่อมั่นว่าในไม่ช้ามนุษย์ก็จะสามารถแก้ปัญหาหรือปรับตัวอยู่ร่วมกับโรคระบาดนี้ได้ทั้งนี้เพราะเราเชื่อมั่นในสติปัญญาของมวลมนุษย์

กองบรรณาธิการวารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ขอเป็นกำลังใจให้กับสังคมไทยและนานาชาติจงผ่านพ้นสถานการณ์โรคระบาดนี้ไปให้ได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัยไปพร้อม ๆ กัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฉลองรัฐ เฌอมาลย์ชลมารค
บรรณาธิการวารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์

สารบัญ

หน้า

การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐานรายวิชา RSU 111 สังคมธรรมาธิปไตย ของนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต 7

กลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ 19

องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ 33

ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย 49

การเรียนรู้ความเป็นพลเมืองเชิงสหวิทยาการโดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านภาพยนตร์สั้น 60

การพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน กรณีศึกษา : ห้องปฏิบัติการคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 72

การวิเคราะห์การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร 84

อิทธิพลของการเปิดรับ และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์บนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยของกลุ่ม Generation Y และ Z 93

การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา 105

การวิเคราะห์รูปแบบและการพัฒนาการสื่อสารด้วยสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือสมัครเล่น 119

การศึกษาความรู้ด้านจิตวิทยาและอาชญาวิทยาเพื่อการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ 132

การประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด 140

หน้า

นวัตกรรมการจัดการผ่านแอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าในเขตภาคเหนือของประเทศไทย 155

กลยุทธ์การนำเสนอข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ 167

เทคนิคทางภาพยนตร์แนวอาวองการ์ด ในภาพยนตร์สั้นของ เคนเนธ แองเกอร์ 178

การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ เหตุผล และวิธีการปิดกั้นการสื่อสารในประกาศคำสั่งและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศไทย 189

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[ธิราภรณ์ หน้า 7-18]

การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน รายวิชา RSU 111 สังคมธรรมาธิปไตย ของนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

The participation in project-based learning of RSU 111 social dharmacracy of Communication Arts College's students, Rangsit University

ธิราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

Thiraporn Glinsukon. *College of Communication Arts, Rangsit University.*

Email : thiraporn.g@rsu.ac.th

Received: 19 September 2021 ; Revised: 14 October 2021 ; Accepted: 2 November 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน รายวิชา RSU 111 สังคมธรรมาธิปไตย ของนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษากับนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาสังคมธรรมธิปไตย (RSU111) ประจำภาคการศึกษาที่ S/2564 จำนวนทั้งสิ้น 709 คน ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณด้วยระบบคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กำลังศึกษาสาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัลมากที่สุด รองลงมา คือ สาขาวิชาสื่อสารการแสดง และสาขาวิชามัลติมีเดีย ตามลำดับ

2.กลุ่มตัวอย่างเลือกทำโครงงานในประเด็นความหลากหลายทางเพศ ในรายวิชา RSU111 สังคมธรรมาธิปไตยภายใต้แนวคิด Change in Diversity Culture มากที่สุด รองลงมา คือ มาตรฐานความสวยความงาม (Beauty Standard) และการกลั่นแกล้ง/การคุกคามทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเลือกทำโครงงานลักษณะให้ความรู้และสร้างความเข้าใจมากที่สุด รองลงมา คือ เน้นการตระหนักรู้/การสร้างจิตสำนึก และโครงงานที่สร้างสรรค์สื่อเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ตามลำดับ นอกจากนี้โครงการมีมุมมองที่สะท้อนความเป็นสังคมธรรมาธิปไตย กล่าวคือ ประเด็นโครงงานการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นมากที่สุด รองลงมา คือ สังคมที่เป็นธรรม/เสมอภาค และความมีเสรีภาพในสังคม ตามลำดับ

3.กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน ในรายวิชา RSU 111 สังคมธรรมาธิปไตย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า มีส่วนร่วมในการเรียนรู้มากที่สุดในด้านขั้นเตรียมความพร้อมโครงงานและด้านการศึกษาความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.39

รองลงมา คือ ด้านการกำหนดหัวข้อของโครงงานและด้านการสรุปสิ่งที่เรียนรู้/การนำเสนออยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.36 และด้านการดำเนินงานโครงงาน/สร้างชิ้นงานอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.30 ตามลำดับ

คำสำคัญ: การเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน, สังคมธรรมาธิปไตย, การมีส่วนร่วม

Abstract

The objective aimed to the participation in project-based learning of RSU111 social dharmacracy of Communication Arts College's students, Rangsit University. The study is a quantitative research for the number of 709 students of Communication Arts College who enrolled in RSU111, social dharmacracy in semester S/2021 and applies online questionnaire as a tool in collecting data which is then computed with statistic computer program. The research result showed that:

1.The sample size had female more than male and most of the students currently enrolled in Department of Digital Film while others were from Department of Performing Arts Communication and Department of Multimedia, respectively.

2.Most sample selected to conduct the project in the issue of sexual diversity in RSU111, social dharmacracy under the concept of Change in Diversity Culture while others chose to do in the concept of beauty standard and cyber bullying/threatening, respectively. Most students conducted project to create understanding and learning while others emphasized on the projects to build consciousness, realization and to create media for the behavior learning and changing, respectively. In addition, most projects have the view of reflecting social dharmacracy, i.e. projects in relation to living with others while others are fair/equal society and freedom society, respectively.

3.The sample participating in Project-Based Learning in RSU 111, social dharmacracy generally was at the high level with the average score of 4.36. In considering the details, it found the highest participation in learning about the project preparation and possibility study was at the high level with the average score of 4.39. Next, the project topic and the summary of presenting/learning was at the high level with the average score of 4.36 while the project operation/task creation was at the high level with the average score of 4.30, respectively.

Keyword: Project-based Learning, Social Dharmacracy, Participation

บทนำ

ปัจจุบันการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เป็นแนวทางหนึ่งสำหรับการพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา โดยทำให้ผู้เรียนเกิดเรียนรู้ด้วยตนเองในประเด็นที่สอดคล้องกับความสามารถและความต้องการของตนเอง ทั้งยังสามารถพัฒนาด้านร่างกาย อารมณ์ ความรู้ สังคม สติปัญญา ทักษะ เจตคติ และศักยภาพ ซึ่งนำไปสู่บุคลากรที่สามารถจะเป็นพลังขับเคลื่อนและพัฒนาสังคม อีกทั้งยังเป็นคนเก่งและคนดีด้วย

"สังคมธรรมาธิปไตยของมหาวิทยาลัยรังสิต นับเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญจากสถาบันอุดมศึกษาที่มีหน้าที่ "สร้างคน" มาเป็น "สร้างคนต้นแบบ" ที่ต้องมีทั้งความสำเร็จและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแนวทาง

ใหม่ที่มหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหานั้น ต้องทำให้สังคมกลายเป็นสังคมที่สงบสุข มีการเมืองที่เป็นประชาธิปไตย มีความเป็นธรรมะ มีการกินดีอยู่ดี ประกอบอาชีพด้วยความมั่นคง เจริญรุ่งเรือง ต้องทำให้สังคมมีความเป็นธรรมกับทุกคน ไม่ว่ายากดีมีจนหรือร่ำรวย ต้องสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ซึ่งจะเรียกสังคมแบบนี้ว่า สังคมธรรมาธิปไตย" นี่คือ ปณิธานความเป็นสังคมธรรมธิปไตยของมหาวิทยาลัยรังสิต (มหาวิทยาลัยรังสิต, 2551) จากปณิธานนี้ทำให้มหาวิทยาลัยรังสิตมีการปรับกระบวนการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับการสร้างทักษะและประสบการณ์ที่จำเป็นสำหรับศตวรรษที่ 21 ให้แก่นักศึกษา และมุ่งสร้างบัณฑิตให้เป็นพลเมืองที่ดีตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน ประเทศ กระทั่งการเป็นพลเมืองโลก มีจิตสำนึกของความเป็นธรรมาธิปไตย โดยเน้นการสร้างทักษะชีวิตให้แก่นักศึกษามากกว่าการเรียนในห้องเรียน ซึ่งทำให้เกิดรายวิชาสังคมธรรมาธิปไตยขึ้นมา มีการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติ ลงภาคสนาม และทำโครงงาน เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจบริบทของสังคมและการเป็นพลเมืองที่ดีมากยิ่งขึ้น

วิชาสังคมธรรมาธิปไตย (RSU111) เป็นรายวิชาเกิดขึ้นตามปณิธานของมหาวิทยาลัยรังสิต ที่ว่า "มหาวิทยาลัยรังสิต คือ ขุมพลังทางปัญญาของชาติ เพื่อปฏิรูปประเทศไทยสู่สังคมธรรมาธิปไตย" โดยกำหนดให้เป็นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และให้นักศึกษาทุกคนต้องเรียนเป็นรายวิชาพื้นฐาน โดยจุดมุ่งหมายของรายวิชา ได้แก่ 1) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสังคมธรรมาธิปไตย หลักธรรมาภิบาล ความพอเพียงกับวิถีชีวิตนักศึกษา และการเป็นพลเมืองดี 2) เพื่อให้นักศึกษามีทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง และทักษะการทำโครงงาน 3) เพื่อให้นักศึกษามีทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ แก้ปัญหา วิจารณ์ และสร้างสรรค์ และ 4) เพื่อให้นักศึกษามีจิตสาธารณะ มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม โดยแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่มหาวิทยาลัยรังสิตได้กำหนดนั้น เน้นให้เกิดการเรียนรู้ผ่านโครงงานที่สามารถนำไปเชื่อมโยงและประยุกต์ในชีวิตประวัน เน้นกระบวนการวางแผน การคิดอย่างมีเหตุผล และเป็นระบบทำให้ผู้เรียนผลิตงานที่เป็นรูปธรรม มีการแสดงผลงาน และผู้เรียนสามารถเลือกทำโครงงานตามความสามารถและความสนใจ มีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ด้วยโครงงาน การออกแบบโครงงานที่จะกระตุ้นให้เกิดการค้นคว้าอย่างกระตือรือร้น และให้ความสำคัญกับการทำโครงงานเพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ (กิตติศักดิ์ ไตรพิพัฒพรชัย, มปป.)

การจัดการเรียนการสอนรายวิชาสังคมธรรมาธิปไตย ของมหาวิทยาลัยรังสิต อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของสถาบัน RSU General Education (RSU Gen.Ed.) เป็นสถาบันที่มุ่งเน้นการพัฒนาวิชาการศึกษาทั่วไป ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมและโลก ตลอดจนความสนใจและความต้องการของนักศึกษารุ่นใหม่ เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ ทั้งในด้านการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขด้วยหลักธรรมาธิปไตย มีความรับผิดชอบต่อสังคม สถาบันดังกล่าวดูแลการจัดการเรียนการสอนในหมวดศึกษาทั่วไปทั้งหมด รวมไปถึงรายวิชาสังคมธรรมาธิปไตยที่เน้นการสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้สอนกับผู้เรียน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้นำเสนอผลงานการเรียนรู้ในแต่ละกลุ่มคณะวิชา โดยวิทยาลัยนิเทศศาสตร์จัดอยู่ในกลุ่มคณะวิชาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ในปีการศึกษา 2564 เป็นช่วงที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทำให้มหาวิทยาลัยรังสิตปรับรูปแบบจัดการเรียนการสอนเป็นแบบออนไลน์ ทำให้รายวิชานี้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสถานการปัจจุบัน โดยมีการกำหนดแนวความคิดสำหรับการเรียนการสอนในภาคการศึกษา S/2564 คือ "Change in Diversity Culture" เพื่อให้กลุ่มคณะวิชาและคณะวิชาต่าง ๆ ได้นำไปเป็นกรอบในการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผล ประกอบกับภายใต้แนวทางของวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ที่มุ่งเน้นกระตุ้นให้ผู้เรียนออกแบบโครงงานภายใต้โจทย์หรือแก่นสาระ (Theme) คือ การเปลี่ยนแปลงบนความแตกต่างหลากหลายของสังคม (Change in Diversity Culture)

ที่ผู้สอนในแต่ละกลุ่มเรียนมากำหนดร่วมกันเป็นเป้าหมายปลายทาง ผู้สอนทำหน้าที่เป็นโค้ช (Coach) ขับเคลื่อนการเรียนรู้และผลงานผู้เรียน ให้หลักคิดในการทำงานร่วมกัน การอยู่ร่วมกันในสังคม เพิ่มพูนประสบการณ์ความรู้จากนอกห้องเรียนด้วยวิทยากรพิเศษที่เป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ และพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์เพื่อรองรับการพัฒนาโครงงานภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด มีการประเมินผลด้วยการสังเกตการณ์ การนำเสนอความคืบหน้าเป็นระยะ และสุดท้ายนำเสนอผลงานในงานมหกรรมการสื่อสารสร้างสรรค์ Creative Showcase ที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และถึงแม้ในปีการศึกษา 2564 จะติดเงื่อนไขการรวมตัวกันทำให้ไม่สามารถจัดงานแบบ onsite แต่ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอผลงานเป็นรูปแบบ Virtual Exhibition ผ่านระบบ Live Streaming แทน (วรวุฒิ อ่อนน่วม, สัมภาษณ์, มิถุนายน 2564)

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ได้มีการนำแนวความคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางสำหรับทุกกลุ่มเรียน เน้นกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและใช้โครงงานเป็นฐานการเรียนรู้ ทั้งนี้ผู้เรียนจะได้เกิดการแสวงหาและพัฒนาความรู้ด้วยตัวเอง เกิดการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และแก้ปัญหา ที่เชื่อมโยงและตอบสนองความต้องการของสังคม ได้เรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง ได้เรียนรู้สภาพของชุมชนและสังคม ซึ่งจากสถานการณ์ปัจจุบันเป็นมีความยากสำหรับผู้สอนผู้เรียนในการจัดการเรียนการสอน การเรียนรู้สภาพชุมชนและสังคมโดยมีข้อจำกัด การทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ฯลฯ ที่ทั้งหมดต้องผ่านระบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์ จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-Based Learning) รายวิชา RSU 111 สังคมธรรมาธิปไตย ของนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ เพื่อนำผลจากการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการสอนที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ของผู้เรียนในรายวิชานี้ และเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ในอนาคตได้ด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-Based Learning) รายวิชา RSU 111 สังคมธรรมาธิปไตย ของนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และสรุปประเด็นพอสังเขปในแต่ละแนวคิดดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม กล่าวถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมมือกันการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การติดตามตรวจสอบ และการประเมินผลร่วมกันเป็นไปอย่างมีอิสรภาพ เสมอภาค นำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขพัฒนางานเพื่อพัฒนาหรือใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความเชี่ยวชาญของแต่ละคนในการแก้ปัญหาของชุมชนและพัฒนางานในกลุ่มให้มีความโปร่งใสและให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้น โดยกระบวนการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1980) มีรูปแบบดังนี้

ขั้นที่ 1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ในกระบวนการของการตัดสินใจนั้นประการแรกสุดที่ต้องกระทำ คือ การกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ ต่อจากนั้นก็เลือกนโยบายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ต้องดำเนินการไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจในช่วงดำเนินการวางแผน และการตัดสินใจในช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของการดำเนินงานโครงการนั้นได้มาจากคำถามว่าใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการได้บ้างและจะทำประโยชน์ได้โดยวิธีใด เช่น การช่วยเหลือด้านทรัพยากร การบริหารการงานและการประสานงาน และการขอความช่วยเหลือ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นอกจากความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่มด้วย ผลประโยชน์ของโครงการนี้รวมทั้งผลที่เป็นประโยชน์ทางบวกและผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลและสังคมด้วย

ขั้นที่ 4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) การมีส่วนร่วมในการประเมิน ผลนั้นสิ่งสำคัญจะต้องสังเกต คือ ความเห็น (Views) ความชอบ (Preferences) และความคาดหวัง (Expectation) ซึ่งมีอิทธิพลสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ ได้

โดยสรุป กระบวนการมีส่วนร่วมในงานวิจัยครั้งนี้ มุ่งให้ความสนใจถึงกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน การมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุและความต้องการ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

แนวทางการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา กล่าวถึง การจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา ซึ่งหมายถึง การจัดการเรียนการสอนที่เป็นไปตามเกณฑ์ประสิทธิภาพดังนี้ 1) บรรลุจุดมุ่งหมาย หมายถึง การจัดการเรียนการสอนที่สามารถทำให้ผู้เรียนบรรลุจุดมุ่งหมายของการเรียนรู้ได้ โดยการเรียนรู้ในขั้นสูง คือ ขั้นการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประยุกต์ใช้ และการประเมินค่า 2) ทันตามกำหนดเวลา หมายถึง การจัดการเรียนการสอนได้ตามกำหนดเวลา โดยสามารถสอนได้ครบถ้วนตามเนื้อหาสาระ 3) ประหยัด หมายถึง การจัดการเรียนการสอนโดยใช้ทรัพยากรทุกอย่างอย่างประหยัดและคุ้มค่า 4) เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่มีคุณภาพ ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ และ 5) ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความสุข หมายถึง ผู้เรียนและผู้สอนมีความสุขในการเรียนและได้สอน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีบรรยากาศการเรียนการสอนอย่างเป็นกัลยาณมิตร มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนในลักษณะของความสัมพันธ์แบบ “ครู–ศิษย์” และในการจัดการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้สอนจะต้องมีความรู้ความเข้าใจและมีความสามารถในการดำเนินการในประเด็นต่อไปนี้ คือ 1) วงจรการศึกษากับการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา 2) การออกแบบการสอน การวางแผนการสอน และการประเมินผลการสอน และ 3) การจัดการเรียนการสอนโดยใช้รูปแบบและวิธีการสอนที่เหมาะสมในระดับอุดมศึกษา (เรณุมาศ มาอุ่น, 2559)

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน กล่าวถึง การจัดการเรียนรู้ที่มีผู้สอนจะเป็นผู้กระตุ้นเพื่อนำความสนใจที่เกิดจากตัวผู้เรียนมาใช้ในการทำกิจกรรมค้นคว้าหาความรู้ด้วยตัวผู้เรียนเอง นำไปสู่การเพิ่มความรู้ที่ได้จากการลงมือปฏิบัติ การฟังและการสังเกตจากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้เรียนมีการเรียนรู้ผ่านกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม ที่จะนำมาสู่การสรุปความรู้ใหม่ มีการเขียนกระบวนการจัดทำโครงงานและได้ผลการจัดกิจกรรมเป็นผลงานแบบรูปธรรม (ดุษฎี โยเหลา และคณะ, 2557) สำหรับการจัดการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐานนั้น มีกระบวนการและขั้นตอนในการจัดกิจกรรม ซึ่ง KM CHILD-PBL. (2015) อธิบายขั้นตอนที่สำคัญในการจัดการเรียนรู้ แบบโครงงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมความพร้อม ผู้สอนเตรียมมอบหมายโครงงานโดย ระบุในแผนการสอนในชั้นเรียนผู้สอนอาจกำหนดขอบเขตของโครงงานอย่างกว้าง ๆ ให้สอดคล้องกับรายวิชาหรือความถนัดของผู้เรียน และเตรียมแหล่งเรียนรู้ข้อมูล ตัวอย่างเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้เรียนได้ศึกษา ค้นคว้าเพิ่มเติม สามารถใช้เว็บไซต์ ในการค้นหาข้อมูลแหล่งเรียนรู้และการกำหนดนัดหมายต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินโครงงานได้

ขั้นตอนที่ 2 การคิดและเลือกหัวข้อให้ผู้เรียนเป็นผู้สร้างทางเลือกในการ ออกแบบโครงงานเองเพื่อเปิดโอกาสให้รู้จักการค้นคว้าและสร้างสรรค์ความรู้เชิงนวัตกรรม ผู้สอนอาจให้ผู้เรียนทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องก่อนเพื่อเป็นแนวทางในการเลือกหัวข้อ การทำงานเป็นทีม กระตุ้นให้เกิดการระดมสมองจะทำให้เกิดทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ทักษะการสื่อสารและทักษะการสร้างความร่วมมือ

ขั้นตอนที่ 3 การเขียนเค้าโครงของโครงงาน เป็นการสร้างแผนผังความคิดที่แสดงแนวคิด แผนการดำเนินงาน และขั้นตอนการทำโครงงานเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมอง เห็นภาระงาน บทบาท และระยะเวลาในการดำเนินงานทำให้สามารถปฏิบัติโครงงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 การปฏิบัติโครงงานผู้เรียนลงมือปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ใน เค้าโครงของโครงงาน ถ้ามีการวางเค้าโครงเอาไว้แล้วผู้เรียนจะรู้ได้เองว่าจะต้องทำ อะไรในขั้นตอนต่อไป โดยไม่ต้องรอถามผู้สอน ในระหว่างการดำเนินการผู้สอน อาจมีการให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดหรือร่วมแก้ปัญหาไปพร้อม ๆ กับผู้เรียน

ขั้นตอนที่ 5 การนำเสนอโครงงาน ผู้เรียนสรุปรายงานผล โดยการเขียน รายงานหรือการนำเสนอในรูปแบบอื่น ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์จัดนิทรรศการ รายงานหน้าชั้น ส่งงานทางเว็บไซต์หรืออีเมล ถ้ามีการประกวดหรือแข่งขันด้วย จะทำให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 6 การประเมินผลโครงงาน ควรมีการประเมินผลการเรียนรู้ โดยหลากหลายเช่นผู้เรียนประเมินตนเองประเมินซึ่งกันและกันประเมินจากบุคคล ภายนอกการประเมินจะไม่วัดเฉพาะความรู้หรือผลงานสุดท้ายเพียงอย่างเดียว แต่จะวัดกระบวนการที่ได้มาซึ่งผลงานด้วย การประเมินโดยผู้สอนหลายคนจะเป็นการ สร้างปฏิสัมพันธ์และทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้สอนด้วยกันอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ กล่าวถึง แนวการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนสร้างความรู้ใหม่และสิ่งประดิษฐ์ใหม่โดยการใช้กระบวนการทางปัญญา (กระบวนการคิด) กระบวนการทางสังคม (กระบวนการกลุ่ม) และให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการเรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ โดยผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้ผู้เรียน การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญต้องจัดให้สอดคล้องกับความสนใจ ความสามารถและความถนัดเน้นการบูรณาการความรู้ในศาสตร์สาขาต่าง ๆ ใช้หลากหลายวิธีการสอนหลากหลายแหล่งความรู้สามารถพัฒนาปัญญาอย่างหลากหลาย คือ พหุปัญญา รวมทั้งเน้นการวัดผลอย่างหลากหลายวิธี (พิมพันธ์ เดชะคุปต์, 2550)

สมศักดิ์ ภู่วิภาดาวรรธน์ (2554) ได้เสนอยุทธศาสตร์การเรียนรู้โดยยึดผู้เรียน ดังนี้ คือ 1) การเรียนแบบร่วมมือ เป็นวิธีการเรียนที่ให้นักเรียนทำงานด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลการเรียนรู้ทั้งด้านความรู้ และทางด้านจิตใจ ช่วยให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าในความแตกต่างระหว่างบุคคล เคารพความคิดเห็นและความสามารถของผู้อื่นที่แตกต่างจากตน ตลอดจนรู้จักช่วยเหลือและสนับสนุนผู้อื่น 2) การเรียนแบบประสบการณ์ เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์หรือการเรียนรู้จากการได้ลงมือปฏิบัติจริง โดยผู้เรียนได้มีโอกาสรับประสบการณ์ แล้วได้รับการกระตุ้นให้สะท้อนสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากประสบการณ์ออกมาเพื่อพัฒนาทักษะ เจตคติหรือวิธีการคิดใหม่ ๆ 3) การเรียนแบบอภิปัญญา เป็นการเรียนที่ให้ผู้เรียนคิดโดยเป็นการคิดที่รู้ตัวว่าคิดอะไร คิดอย่างไร สามารถตรวจสอบความคิดของตนได้

และสามารถปรับเปลี่ยนกลวิธีการคิดของตนได้ด้วย 4) การเรียนแบบส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เป็นการเรียนโดยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความคิดสร้างสรรค์ และ 5) การเรียนแบบทำโครงงาน เป็นการเรียนโดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าเรื่องที่ตนเองสนใจและทำเป็นโครงงาน นอกจากนี้หวน พินธุพันธ์ (2551) ได้ให้หลักสำคัญที่ต้องคำนึงของการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนสำคัญ 7 ประการ คือ 1) ความต้องการหรือความสนใจของผู้เรียนเป็นสำคัญ 2) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนมากที่สุด 3) เน้นให้ผู้เรียนสามารถสร้างสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ในสภาพความเป็นจริง สามารถวิจัยเชิงปฏิบัติการ และสืบค้นหาความรู้ด้วยตนเอง 4) เป็นการพึ่งพาตนเอง เพื่อให้เกิดทักษะที่จะนำสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน และสามารถเข้าใจวิธีการเรียนรู้ของตนได้ คือ รู้วิธีคิดของตนเองและพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนวิธีคิดอย่างเหมาะสม ไม่เน้นที่การจดจำเพียงเนื้อหา 5) เน้นการประเมินตนเอง คือ การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนประเมินตนเองอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจตนเองได้ชัดเจนขึ้น รู้จุดเด่นจุดด้อยและพร้อมที่จะปรับปรุงหรือพัฒนาตนเองให้เหมาะสมยิ่งขึ้น การประเมินในส่วนนี้เป็นการประเมินตามสภาพจริงและใช้แฟ้มสะสมผลงาน 6) เน้นความร่วมมือ ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวัน และ 7) เน้นรูปแบบการเรียนรู้ซึ่งอาจจัดได้ทั้งในรูปเป็นกลุ่มหรือเป็นรายบุคคล

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรในการวิจัย คือ นักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาสังคมธรรมาธิปไตย ประจำภาคการศึกษาที่ S/2564 จำนวนทั้งสิ้น 709 คน ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Sampling) ใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน รายวิชา RSU 111 สังคมธรรมาธิปไตย ของนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือโดยการหาค่าความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อรวบรวม สรุปข้อเสนอแนะ ทำการปรับปรุงแก้ไข และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2550) นำคำถามและข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องสูงกว่า 0.60 คำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient Alpha) ของ Cronbach (1984) (อ้างถึงในบุญชม ศรีสะอาด, 2559) ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.91 ภายหลังได้ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์และนำลิงค์ฝากผู้สอนส่งต่อผ่านไปทางกรุ๊ปไลน์ของแต่ละกลุ่มวิชา ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมระหว่างวันที่ 20 – 31 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 516 ชุด คิดเป็นร้อยละ 72.79 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 57.36 และเพศชาย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 42.64 กำลังศึกษาสาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัลมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 29.46 รองลงมา คือ สาขาวิชาสื่อสารการแสดง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 13.57 และสาขาวิชามัลติมีเดีย จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างเลือกทำโครงงานในประเด็นความหลากหลายทางเพศ ในรายวิชา RSU111 สังคมธรรมาธิปไตยภายใต้แนวคิด Change in Diversity Culture มากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 20.93 รองลงมา คือ มาตรฐานความสวยความงาม (Beauty Standard) จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 19.38 และการกลั่นแกล้ง/การคุกคามทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 17.06 ตามลำดับ โดยเลือกทำโครงงานลักษณะให้ความรู้และสร้างความเข้าใจมากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 24.26 รองลงมา คือ เน้นการตระหนักรู้/การสร้างจิตสำนึก จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 19.68 และโครงงานที่สร้างสรรค์สื่อเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 18.62 ตามลำดับ นอกจากนี้โครงงานมีมุมมองที่สะท้อนความเป็นสังคมธรรมาธิปไตย กล่าวคือ สะท้อนประเด็นการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นมากที่สุด จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 17.86 รองลงมา คือ สังคมที่เป็นธรรม/เสมอภาค จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 17.09 และความมีเสรีภาพในสังคม จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 15.82 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน ในรายวิชา RSU 111 สังคมธรรมาธิปไตย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า มีส่วนร่วมในการเรียนรู้มากที่สุด ในด้านขั้นเตรียมความพร้อมโครงงานและด้านการศึกษาความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.39 รองลงมา คือ ด้านการกำหนดหัวข้อของโครงงานและด้านการสรุปสิ่งที่เรียนรู้/การนำเสนอ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.36 และด้านการดำเนินงานโครงงาน/สร้างชิ้นงาน อยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 4.30 ตามลำดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านขั้นเตรียมความพร้อมโครงงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.39 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า มีส่วนร่วมในการจัดกลุ่มทำงาน เช่น พูดคุย ประสานงาน เพื่อเลือกเพื่อนเรียนเข้ากลุ่มอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมา คือ มีโอกาสแสดงความคิดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อดูความเป็นไปได้ของโครงงาน และมีการวางแผนการทำงานกลุ่มร่วมกับสมาชิกอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.44 และมีการแบ่งงานตามความถนัดของสมาชิกกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.43 ตามลำดับ

2.ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.39 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยการแสวงหาข้อมูลความรู้จากแหล่งต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา คือ ก่อนเริ่มทำโครงงานมีการประชุมกลุ่มเพื่อพูดคุยเกี่ยวกับการทำโครงงานและนำเสนอต่อผู้สอนอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.45 และมีการประเมินถึงปัญหาและอุปสรรคของการทำงานร่วมกันภายใต้สถานการณ์โควิด-19 และการเรียนออนไลน์อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.43 ตามลำดับ

3.ด้านการกำหนดหัวข้อของโครงงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า มีการกำหนดหัวข้อโครงงานมาจากความตกลง/เห็นชอบร่วมกันของสมาชิกกลุ่มอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมา คือ มีการนำเสนอแนวคิดการผลิตสื่อและกิจกรรมย่อยของโครงงานให้ผู้สอนได้พิจารณาอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.40 และการกำหนดหัวข้อโครงงานอยู่ภายใต้แนวคิด Change in Diversity Culture อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.34 ตามลำดับ

4.ด้านการสรุปสิ่งที่เรียนรู้/การนำเสนอ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า นักศึกษาเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมธรรมาธิปไตย จิตอาสา การสื่อสาร และงานด้านนิเทศศาสตร์อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา คือ เกิดทักษะและประสบการณ์จากการทำโครงงานเพื่อสังคมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.40 และมีการประเมินผลการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างและเพื่อนสมาชิกในกลุ่มอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.39 ตามลำดับ

5.ด้านการดำเนินงานโครงงาน/สร้างชิ้นงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 4.30 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า มีการดำเนินโครงงานตามขอบเขตที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นและตามแผนที่ได้วางไว้ และ

ระหว่างการดำเนินโครงงานมีการประชุมกลุ่มและปรึกษาขอคำแนะนำจากผู้สอนอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.33 รองลงมา คือ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงงาน สมาชิกทุกคนมีส่วนในการแก้ไขร่วมกันอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.32 และสมาชิกดำเนินโครงงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีโอกาสในการผลิตสื่อที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของโครงงาน เช่น การให้ความรู้ การสร้างทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.27 ตามลำดับ

นอกจากนี้ผลการวิจัย ยังพบอีกว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างเรียนรู้และทำโครงงานก็ยังสามารถสื่อสารและทำงานเป็นทีมได้มากที่สุด จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 13.62 รองลงมา คือ เกิดทักษะการคิด/วิเคราะห์ จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 11.95 และเข้าใจคำว่า “สังคมธรรมาธิปไตย” มากขึ้น จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า โครงงานที่นักศึกษาเลือกดำเนินงานในภาคการศึกษานี้ ส่วนใหญ่มีมุมมองที่สะท้อนความเป็นสังคมธรรมาธิปไตย กล่าวคือ เป็นโครงงานที่สะท้อนการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น สะท้อนสังคมที่เป็นธรรมและมีความเสมอภาค และเน้นความมีเสรีภาพในสังคม ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ประเด็นโครงงานที่ผู้เรียนเลือกดำเนินการสะท้อนมุมมองและความเข้าใจของนักศึกษาเกี่ยวกับความเป็นสังคมธรรมาธิปไตย ถึงแม้ว่าจะมีการกำหนดแนวคิดในแต่ละภาคการศึกษา แต่ผู้เรียนก็ยังสามารถตีความ วิเคราะห์ และสร้างความเข้าใจได้จากการเรียนรู้ ทั้งนี้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของรายวิชา (กิตติศักดิ์ ไตรพิพัฒพรชัย, มปป.) ได้แก่ 1) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสังคมธรรมาธิปไตย หลักธรรมาภิบาล ความพอเพียงกับวิถีชีวิตนักศึกษา และการเป็นพลเมืองดี และ 2) เพื่อให้นักศึกษามีจิตสาธารณะ มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม โดยแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่มหาวิทยาลัยรังสิตได้กำหนดมีลักษณะการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning) ที่เน้นให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ผ่านโครงงานที่สามารถนำไปเชื่อมโยงและประยุกต์ในชีวิตประวัน เน้นกระบวนการวางแผนการคิดอย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ ทำให้ผู้เรียนสามารถผลิตงานที่เป็นรูปธรรมได้ และยังสอดคล้องกับปณิธานความเป็นสังคมธรรมาธิปไตยของมหาวิทยาลัยรังสิต ที่กล่าวว่า “สังคมธรรมาธิปไตยของมหาวิทยาลัยรังสิต นับเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญจากสถาบันอุดมศึกษาที่มีหน้าที่ “สร้างคน” มาเป็น “สร้างคนต้นแบบ” ที่ต้องมีทั้งความสำเร็จและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแนวทางใหม่ที่มหาวิทยาลัยรังสิตแสวงหานั้นต้องทำให้สังคมกลายเป็นสังคมที่สงบสุข มีการเมืองที่เป็นประชาธิปไตย มีความเป็นธรรมะ มีการกินดีอยู่ดี ประกอบอาชีพด้วยความมั่นคง เจริญรุ่งเรือง ต้องทำให้สังคมมีความเป็นธรรมกับทุกคน ไม่ว่ายากดีมีจนหรือร่ำรวย ต้องสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ซึ่งจะเรียกสังคมแบบนี้ว่า สังคมธรรมาธิปไตย” (มหาวิทยาลัยรังสิต, 2556)

กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน ในรายวิชาสังคมธรรมาธิปไตย ในด้านขั้นเตรียมความพร้อมโครงงานและด้านการศึกษาความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยพบว่า มีส่วนร่วมในการจัดกลุ่มทำงาน มีโอกาสแสดงความคิดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อดูความเป็นไปได้ของโครงงาน และมีการวางแผนการทำงานกลุ่มร่วมกับสมาชิก ส่วนการศึกษาความเป็นไปได้ พบว่า มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยการแสวงหาข้อมูลความรู้จากแหล่งต่าง ๆ และก่อนเริ่มทำโครงงานมีการประชุมกลุ่มเพื่อพูดคุยเกี่ยวกับการทำโครงงาน และนำเสนอต่อผู้สอน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาวิจัยทั้งในขั้นเตรียมความพร้อมและด้านการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้เรียนได้มีการร่วมกันทำงานกับสมาชิก แลกเปลี่ยนความคิด ประสบการณ์ และเรียนรู้ในกลุ่มทำงาน และผู้สอนซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษา (Coach) ซึ่งสะท้อนลักษณะความเป็นประชาธิปไตย และการทำงานแบบเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านการทำโครงงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของสมศักดิ์ ภู่วิภาดาวรรธน์ (2554)

ได้เสนอยุทธศาสตร์การเรียนรู้โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ คือ 1) การเรียนแบบร่วมมือ เป็นวิธีการเรียนที่ให้นักเรียนทำงานด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลการเรียนรู้ทั้งด้านความรู้ และทางด้านจิตใจ ช่วยให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าในความแตกต่างระหว่างบุคคล เคารพความคิดเห็นและความสามารถของผู้อื่นที่แตกต่างจากตน ตลอดจนรู้จักช่วยเหลือและสนับสนุนผู้อื่น 2) การเรียนแบบประสบการณ์ เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์หรือการเรียนรู้จากการได้ลงมือปฏิบัติจริง และ 3) การเรียนแบบทำโครงงาน เป็นการเรียนโดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าเรื่องที่ตนเองสนใจและทำเป็นโครงงาน อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของดวงเนตร ธรรมกุล, วนิดา ตันเจริญรัตน์ และพูลทรัพย์ ลาภเยี่ยม (2557) พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในการเรียนรู้แบบโครงการ เพราะสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถามและแสดงความคิดเห็นได้

ด้านการมีส่วนร่วมด้านการกำหนดหัวข้อของโครงงานและด้านการสรุปสิ่งที่เรียนรู้และการนำเสนออยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยพบว่า มีการกำหนดหัวข้อโครงงานมาจากความตกลง/เห็นชอบร่วมกันของสมาชิกกลุ่มและมีการนำเสนอแนวคิดการผลิตสื่อและกิจกรรมย่อยของโครงงานให้ผู้สอนได้พิจารณา สำหรับด้านการสรุปสิ่งที่เรียนรู้และการนำเสนอ พบว่า ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมธรรมาธิปไตย จิตอาสา การสื่อสาร และงานด้านนิเทศศาสตร์ ตลอดจนเกิดทักษะและประสบการณ์จากการทำโครงงานเพื่อสังคม ซึ่งผลการวิจัยในการมีส่วนร่วมสองประเด็นดังกล่าว ชี้ให้เห็นถึงการทำงานร่วมกันแบบเป็นทีม เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการทำด้วยตนเอง ซึ่งล้วนแล้วแต่สะท้อนการเข้าถึงแนวคิดของจิตอาสา สังคมธรรมาธิปไตย และการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของหวน พินธุพันธ์ (2551) กล่าวว่า หลักสำคัญที่ต้องคำนึงของการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ได้แก่ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนมากที่สุด เน้นให้ผู้เรียนสามารถสร้างสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง หมายความว่าให้สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ในสภาพความเป็นจริง และสืบค้นหาความรู้ด้วยตนเอง เน้นความร่วมมือซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวัน และเน้นรูปแบบการเรียนรู้ซึ่งอาจจัดได้ทั้งในรูปเป็นกลุ่มหรือเป็นรายบุคคล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของชาตรี เกิดธรรม (2547) กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงการส่งผลให้ผู้เรียนได้พัฒนาการเรียนรู้ เกิดการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง ส่งเสริมกระบวนการคิด ได้แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ ลงมือปฏิบัติจริง สามารถสร้างผลงานและแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้เรียนสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ พร้อมกับฝึกภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีได้ และเป็นการบูรณาการความรู้ความคิดกับชีวิตประจำวัน และสามารถแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันได้ด้วย

ผลการศึกษาวิจัยด้านการดำเนินงานโครงงานและการสร้างชิ้นงานอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า มีการดำเนินโครงงานตามขอบเขตที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นและตามแผนที่ได้วางไว้ และระหว่างการดำเนินโครงงานมีการประชุมกลุ่มและปรึกษาขอคำแนะนำจากผู้สอนอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงงาน สมาชิกทุกคนมีส่วนในการแก้ไขร่วมกัน สมาชิกดำเนินโครงงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีโอกาสในการผลิตสื่อที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของโครงงาน เช่น การให้ความรู้ การสร้างทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายด้วย ซึ่งผลการศึกษาวิจัยในด้านนี้ทั้งหมดสะท้อนภาพรวมของการจัดการเรียนการสอนที่ใช้โครงงานเป็นฐานของการเรียนรู้ กล่าวคือ ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้การทำงานร่วมกันผู้อื่น ได้ลงมือปฏิบัติโครงงานจริง ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การออกแบบสื่อและกิจกรรม อีกทั้งสามารถทำงานร่วมการภายใต้สถานการณ์อันไม่ปกติ ที่ผู้เรียนอยู่กับคนละสถานที่แต่ก็ยังสามารถดำเนินโครงงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของดุษฎี โยเหลา และคณะ (2557) ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้ที่มีผู้สอนจะเป็นผู้กระตุ้นเพื่อนำความสนใจที่เกิดจากตัวผู้เรียนมาใช้ในการทำกิจกรรมค้นคว้าหาความรู้ด้วยตัวผู้เรียนเอง นำไปสู่การเพิ่มความรู้ที่ได้จากการลงมือปฏิบัติ การฟังและการสังเกตจาก

ผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้เรียนมีการเรียนรู้ผ่านกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม ที่จะนำมาสู่การสรุปความรู้ใหม่ มีการเขียนกระบวนการจัดทำโครงงานและได้ผลการจัดกิจกรรมเป็นผลงานแบบรูปธรรม และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของสิทธิญา รัสสัยการ (2551) ที่พบว่า การเรียนรู้แบบโครงงาน (Group Project) เป็นการจัดให้ผู้เรียนรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมร่วมกันโดยมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาหาความรู้หรือทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งตามความสนใจของผู้เรียน การเรียนรู้แบบโครงงานนี้ จึงมุ่งตอบสนองความสนใจความกระตือรือร้นและความใฝ่เรียนรู้ของผู้เรียนเองในการแสวงหาข้อมูลความรู้ต่าง ๆ เพื่อทำโครงงานร่วมกันให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของโครงงานการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกทำโครงงานภายใต้แนวคิด Change in Diversity Culture ในประเด็นการพัฒนาชุมชนน้อยที่สุด ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นแนวทางหลักที่มักจะถูกนำมาใช้ในการเรียนการสอนวิชาสังคมธรรมาธิปไตย ประกอบกับช่วงเวลานี้อยู่ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้มีการเลือกทำประเด็นการพัฒนาชุมชนน้อยที่สุด ดังนั้นเมื่อเข้าสู่สถานการณ์ปกติ ควรนำประเด็นการพัฒนาชุมชนมาเป็นแนวทางหลักสำหรับการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการลงพื้นที่ การร่วมพัฒนาชุมชนและจิตอาสา

2.จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินความเป็นไปได้ของระยะเวลาในการดำเนินโครงงานน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมากจากการจัดการเรียนการสอนวิชาอยู่ในภาคฤดูร้อน ซึ่งมีระยะเวลาที่สั้น ทำให้ผู้เรียนประเมินระยะเวลาในการดำเนินโครงการได้ยาก ดังนั้น ผู้สอนควรมีการกำหนดช่วงเวลาหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินโครงงานเป็นไกด์ไลน์กับการทำงานกลุ่มของผู้เรียน

3.จากผลการวิจัย พบว่า ผู้เรียนและผู้สอนเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดและเรียนรู้ในการทำงานร่วมกันอยู่ในระดับมาก แต่ยังน้อยกว่าประเด็นอื่น ๆ ประกอบกับผู้เรียนเห็นว่า ขั้นตอนการสรุปสิ่งที่เรียนรู้/การนำเสนอผลงานเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญน้อยกว่าด้านอื่น ดังนั้นผู้สอนจำเป็นที่ต้องเพิ่มกิจกรรมในการสร้างความเข้าใจและสรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการทำโครงการ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลจากการเรียนรู้ตามแนวทางของวิชาสังคมธรรมาธิปไตย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณกับนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาสังคมธรรมาธิปไตย ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษาทุกคณะวิชาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อนำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางให้การจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการจัดรูปแบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ดังนั้นเมื่อสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ อาจจะมีการศึกษาวิจัยในประเด็นนี้อีกครั้งเพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรูปแบบการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

กิตติศักดิ์ ไตรพิพัฒพรชัย. (มปป.). *การจัดการเรียนการสอน Project Based Learning ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป : RSU 101 ธรรมาธิปไตย.* สืบค้นจาก http://www.mua.go.th/users/he-commission/t-visit%20project/t-visit%20book%202/17--g2--10-1.pdf,

ชาตรี เกิดธรรม. (2547). *เทคนิคการสอนแบบโครงงาน.* กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.

ดวงเนตร ธรรมกุล, วนิดา ตันเจริญรัตน์ และพูลทรัพย์ ลาภเยี่ยม. (2557). ผลของการจัดการเรียนแบบโครงการต่อการพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา. *วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ.* 8(1), 46-54

ดุษฎี โยเหลา และ คณะ. (2557). *การศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบ PBL ที่ได้จากโครงการสร้างชุดความรู้เพื่อสร้างเสริมทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของเด็กและเยาวชน : จากประสบการณ์ความสำเร็จของโรงเรียนไทย.* กรุงเทพมหานคร : ทิพยวิสุทธิ์.

บุญชม ศรีสะอาด. (2559). *การวิจัยเบื้องต้น.* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2550). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : สำนักทดสอบการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์. (2550). *ทักษะ 5C เพื่อการพัฒนาหน่วยการเรียนรู้และการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ.* กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เรณุมาศ มาอุ่น. (2559). การจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้.* 9(2). 169-176

วรวุฒิ อ่อนน่วม. (2564). *แนวทางการจัดการเรียนการสอนรายวิชาสังคมธรรมาธิปไตย ปีการศึกษา 2564.* สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2564.

มหาวิทยาลัยรังสิต. *ปณิธานสังคมธรรมาธิปไตย มหาวิทยาลัยรังสิต.* (2556). สืบค้นจาก https://www2.rsu.ac.th/news/news-rsu101.

หวน พินธุพันธ์. (2555). *การเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ : ปฏิรูปการศึกษาที่สำคัญยิ่ง.* สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/448354.

สมศักดิ์ ภู่วิภาดาวรรธน์. (2554). *หลักการสอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนและการประเมินตามสภาพจริง.* กรุงเทพมหานคร : ดวงกมลพับลิชชิ่ง.

สิทธิญา รัสสัยการ. (2551). *ผลการจัดการเรียนรู้แบบโครงงาน กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี มัธยมศึกษาปีที่ 3.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1980). *Participations place in rural development : Seeking clarity through specificity.* New York : World Developments.

KM CHILD-PBL. (2015). *Project-based Learning*. Retrieved from http://www.vcharkarn.com/vcafe/202304.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[ลภัสรดา, พีรยุทธ หน้า 19-32]

กลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ

Communication Strategy of Male-to-Female Transgender Youtubers

ลภัสรดา กันเกตุ. *คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*

พีรยุทธ โอรพันธ์. *คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*

Laphaslada kankate*. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University*.

Peerayut Oraphan. *Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.*

Emil: laphaslada.k@gmail.com, peerayut.o@gmail.com

Received: 19 October 2021 ; Revised: 19 October 2021 ; Accepted: 11 November 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบ่งออกเป็น 2 วิธีในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ จำนวน 3 ราย และคลิปวิดีโอที่ได้ความนิยมสูงสุด อปี 2560-2563 จำนวน 5 คลิป เป็นจำนวนทั้งหมด 15 คลิป ผลการวิจัยพบว่า ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย (1) การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับของตนเองที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (2) การนำเสนอเนื้อหาด้านการแต่งหน้าที่มีรูปแบบหลากหลาย (3) การสื่อสารด้วยเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (4) การสื่อสารด้วยรูปแบบวิดีโอที่เหมาะสมกับเนื้อหา (5) การสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนด้วยความเป็นธรรมชาติและความตลก (6) การนำเสนอเนื้อหาที่ให้ความบันเทิงและสนุกโดยร่วมมือกับแชนแนลอื่น Collabs (7) การสร้างรูปหน้าปกที่สร้างจุดสนใจและสื่อสารอย่างชัดเจน

ส่วนความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนั้น เป็นการตอบสนองต่อสารของผู้รับสารที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งประกอบด้วยความคิดเห็นเชิงบวกต่อเนื้อหาที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์และการสร้างเนื้อหาของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และความคิดเห็นเชิงบวกต่อยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศที่เกี่ยวกับการชื่นชม ความประทับใจในอัตลักษณ์และบุคลิกภาพ ส่วนความคิดเห็นเชิงลบต่อยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นความคิดเห็นในเชิงลักษณะเหยียดเพศจากอคติส่วนตัว และความคิดเห็นเสนอแนะต่อเนื้อหาคือการสนับสนุนเพื่อให้เกิดการต่อยอดและพัฒนาเนื้อหาในครั้งต่อไป

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ, ความคิดเห็น

Abstract

The objective of this research is to study the communication strategies of male-to-female transgender YouTubers and to explore comments from viewers on their video contents by the qualitative research consisted of two methods of data collecting. First, in-depth interview with three transgender youtubers. Therefore, 15 videos which are the most popular during 2560-2563 (5 videos per year). The result of this research shows that each transgender youtubers apply different communication strategies, including (1) presenting about oneself who have some unique identities of transgenders. (2) presenting contents about various styles of make up. (3) Communicating with contents that educating about transgenders. (4) utilizing media in creating online videos. (5) creating a clear characteristic with spontaneity and humor. (6) presenting entertaining contents by collaboration with other youtubers. (7) video cover designing that bring attentions and communicate clearly.

Audience's comments on the contents of transgender youtubers are audience's response to the messages from content presentation of transgender youtubers. Founding from the study shows that audience's consisted of some positive comments for the contents about identities and contents creation of transgender youtubers, some positive comments show admiration for identity and characteristic of each transgender youtubers. However, there are some negative comments toward transgender youtubers in form of sexual discrimination. Lastly, there are some suggesting comments to support and encourage youtubers to improve and develop more contents in the future.

Keyword: Communication strategy, Male-to-Female Transgender Youtubers, Comments

บทนำ

จากผลสำรวจของกูลเกิลประเทศไทย และทีเอ็นเอส ประจำปี 2561 ระบุว่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่นิยมการชมคลิปวิดีโอผ่านทางเว็บไซต์ยูทูบเป็นอย่างมาก จากสถิติพบว่า ในแต่ละวันคนไทยใช้เวลากับการรับชมยูทูบรวมมากถึง 1 ล้านกว่าชั่วโมงต่อวัน และมากกว่า 1,000 ล้านครั้งต่อเดือน จาก 62% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตไทยใช้เวลากว่าครึ่งหนึ่งในโลกออนไลน์กับยูทูบ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ความนิยมยูทูบในประเทศไทยทำให้ปัจจุบันเกิดผู้ผลิตเนื้อหาวิดีโอในเว็บไซต์ Youtube.com ขึ้นมากมาย และถูกนิยามคำเรียกเฉพาะว่า ยูทูบเบอร์ (Youtuber) ซึ่งหมายถึงคนหรือกลุ่มคนที่มีความสนใจ หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษ ซึ่งทำการผลิตคลิปวิดีโอในลักษณะบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ ทำให้คนที่มีความชอบในแบบเดียวกันเกิดความสนใจและติดตามชม(crowdleaks.org, 2019) ด้านแดน โดบี้ ผู้กำกับสารคดี Please Subscribe (thaipbs.or.th, 2556) กล่าวว่า กว่ายูทูบเบอร์แต่ละรายจะโด่งดังนั้น พวกเขาต้องผ่านการอัพโหลดวิดีโอมาแล้วนับร้อยคลิปและยังต้องวางแผนสร้างวิดีโอใหม่ ๆ ให้น่าติดตามอยู่เสมอ ขณะที่ทุกวันนี้ผู้คนหันหลังให้กับสื่อเก่าอย่างวิทยุหรือโทรทัศน์ แล้วมาเสพสื่อบนโลกออนไลน์มากขึ้น การใช้สื่อออนไลน์อย่างยูทูบในการสร้างงานและชื่อเสียงก็จะกลายเป็นหนึ่งในอาชีพที่ผู้คนให้ความสนใจมากขึ้น ขณะที่ปัจจุบันมียูทูบเบอร์รายใหม่เกิดขึ้นมากมาย เมื่อมียูทูบเบอร์เพิ่มขึ้นการแข่งขันก็สูงขึ้นด้วยเช่นกัน กลยุทธ์ต่าง ๆ จึงถูกสรรหามาใช้เพื่อดึงดูดผู้คนในโลกออนไลน์ให้เข้ามารับชมคลิปของตนเอง โดยหนึ่งในกลุ่มคนเหล่านั้น คือ “ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ”

ปัจจุบันประเทศไทยมียูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศเกิดขึ้นมากมาย โดยลักษณะของการนำเสนอเนื้อหาจะแตกต่างกันตามรูปแบบของแต่ละราย เช่น การผลิตเนื้อหาในรูปแบบการบอกเล่าประสบการณ์ชีวิต การสร้างความบันเทิง การแสดงมุมมองและทัศนคติในด้านต่าง ๆ หรือความสามารถพิเศษ เช่น Nisamanee.Nutt ยูทูบเบอร์ที่นำเสนอเรื่องราวด้านความสวยงาม จากความสามารถพิเศษด้านการแต่งหน้า พร้อมนำเสนอเรื่องราวไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตที่น่าสนใจของผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ด้วยการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะตัวที่มีความแตกต่างไปจากยูทูบเบอร์รายอื่น ๆ จึงทำให้เกิดความนิยม และสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมียูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศเพิ่มขึ้นมากมาย แต่ก็มีเพียงยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศไม่กี่รายเท่านั้นที่จะได้รับความสนใจจากผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก เนื่องจากยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศแต่ละรายต่างก็มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่า กลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศในด้านใดที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการนำเสนอเนื้อหา จนทำให้ได้รับความนิยมจากผู้ชมหรือผู้ติดตามได้ และนอกจากการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารแล้ว ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการศึกษาความคิดเห็นของผู้ติดตามหรือผู้รับสารที่มีปฏิกิริยาโต้ตอบกับยูทูบเบอร์ด้วยนั้น จะทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์หรือพิจารณาความสนใจของผู้รับสารที่มีต่อการสร้างสรรค์เนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

Laurie J. Wilson and Joseph D. Ogden (2015) ใช้เมทริกซ์การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning Matrix) ในการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยใช้แบบจำลอง RACE ที่ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนหลัก 8 ขั้นตอนย่อย ได้แก่ 1.) การค้นคว้าวิจัย (Research) คือ การศึกษาภูมิหลัง การวิเคราะห์สถานการณ์และปัญหาหรือโอกาส 2.) การวางแผนการปฏิบัติการ (Action Planning) คือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ แนวความคิดหลัก กลุ่มเป้าหมายสำคัญ การออกแบบสาร กลยุทธ์ กลวิธี และการจัดทำปฏิทินและงบประมาณ 3.) การสื่อสาร (Communication) คือ การยืนยันการสื่อสาร 4.) การประเมินผล (Evaluation) คือ เกณฑ์การประเมินและเครื่องมือประเมินผล ดังนั้น การใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามขั้นตอนของการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทั้ง 4 ส่วนหลัก 8 ขั้นตอนย่อย จะส่งผลให้สามารถสร้างกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม และความสำเร็จในการเผยแพร่เนื้อหาได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ ยูทูบและการสร้างวิดีโอออนไลน์

ยูทูบ (Youtube) คือ เว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนแบ่งปันวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ โดยผู้ใช้สามารถเข้ามาดูวิดีโอต่าง ๆ พร้อมทั้งเป็นผู้อัพโหลดวิดีโอในกรณีที่เป็นสมาชิก ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสามารถเข้ามาดูวิดีโอได้ แต่ไม่สามารถเป็นผู้อัพโหลดวิดีโอได้

หลักการในการผลิตวีดีโอบนยูทูบ

Miller, Michael (2011) ได้แนะนำแนวทางในการผลิตวีดีโอบนยูทูบให้มี ประสิทธิภาพ ไว้ 3 ด้าน คือ

1. ด้านภาพ ได้แก่ การถ่ายสำหรับจอที่เล็กกว่า (Shoot for the Smaller Screen) การทำให้สีโดดเด่น (Accentuate the Contrast) ภาพต้องช้าและนิ่ง (Slow and Steady Win the Race) ลงทุนในอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ (Invest in Quality Equipment) การใช้กล้องสองตัว (Use two Cameras) อย่าใช้วีดีโอเก่า ถ้าใช้ต้องมีการปรับแต่งด้วย (Don't Just Recycle Old Video- Re-Edit them too) จ้างมืออาชีพ (Hire a Pro) และแหกกฎบ้าง (Break the Rules)

2. ด้านเนื้อหา ได้แก่ ต้องบันเทิง (Be Entertaining) ต้องให้ความรู้ (Be Informative) ต้องทำให้สนุก (Go for the Funny) ทำให้สั้น (Keep it Short) ทำให้เรียบง่าย (Keep it Simple) ต้องมีจุดสนใจ (Stay Focused) สื่อสารให้ชัดเจน (Communicate a Clear Message) หลีกเลี่ยงการยัดเยียดโฆษณา (Avoid the Hard Sell) และทำให้สดใหม่เสมอ (Keep it Fresh)

3. ด้านการสร้างยอดขาย ได้แก่ การใส่เว็บไซต์ลงไปในวีดีโอ (Include your Website's Address in your Video) และการใส่ URL ของผู้ผลิตลงในคำบรรยายไปด้วย (Include Your URL in the Accompanying Text)

3. แนวคิดเรื่องเพศ และกลุ่มความหลากหลายทางเพศ

ชีรา ทองกระจาย (2561) ปัจจุบันความเข้าใจในสังคมหรือการสื่อความหมายของภาษาที่เกี่ยวกับเพศของบุคคลนั้น ไม่ได้ยึดโยงแค่เพศที่เป็นอวัยวะร่างกายหรือเพศตามคำนำหน้าชื่อเท่านั้น ในความเข้าใจของสังคมปัจจุบันคำเรียกหรือคำศัพท์ที่ใช้เรียกบุคคลไม่ได้แสดงออกเป็นหญิงหรือชายตรงตามเพศกำเนิดได้ปรากฏขึ้นมากมาย และได้มีการนำศัพท์ภาษาอังกฤษบางคำมาใช้ในการนิยามตัวตนในภาษาไทยมากขึ้น เช่น Lesbian Gay Bisexual Transgender/Transsexual และ Intersex โดยมีการปรับความหมายให้เข้ากับบริบททางวัฒนธรรม ดังนั้น การทำความเข้าใจในเรื่องของเพศวิถี และความหลากหลายทางเพศจะทำให้เข้าใจความหมายของอัตลักษณ์ทางเพศของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น

4. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

เรอเมอร์ (Remmer.1954: 6-7) กล่าวว่าความคิดเห็นเชิงบวกสุด – เชิงลบสุด (Extreme Opinion) สามารถวัดผลได้จากทิศทางของความคิดเห็นที่ได้เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ในอดีตจนถึงปัจจุบันจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ กล่าวคือ ความคิดเห็นในทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความคิดเห็นที่แสดงออกด้วยความรัก ความคิดเห็นที่แสดงถึงการมองโลกในแง่ดี ส่วนความคิดเห็นในทิศทางลบสุด ได้แก่ ความรังเกียจเป็นการมองโลกในแง่ร้าย ความคิดเห็นในทิศทางนี้จะรุนแรงและเปลี่ยนแปลงยาก โดยนำมาใช้พิจารณาประกอบความหมายของความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีปฏิกิริยาตอบสนองต่อการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ 3 ราย ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอ และการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้รับสารต่อการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศใต้คลิปวิดีโอ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกจากเจ้าของช่องซึ่งเป็นยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ 3 ราย คือ Nisamanee.Nutt, SATANG BANK และ SPRITE BANG พิจารณาการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากความนิยมในสื่อสังคมยูทูบ จำนวนผู้ติดตาม ยอดการรับชมคลิปวิดีโอ และนิยามตนเองว่าเป็น "กะเทยหรือทรานเจนเดอร์" ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอที่ได้ความนิยมสูงสุด ปี 2560-2563 จำนวน 5 คลิป เป็นจำนวนทั้งหมด 15 คลิป โดยมีตัวอย่างประเด็นการสัมภาษณ์ อาทิ มีการศึกษาภูมิหลังก่อนการเริ่มทำแชนแนลหรือคลิปวิดีโอหรือไม่, มีการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเพื่อประเมินปัญหาหรือโอกาสในการทำ

แชนแนลหรือคลิปวิดีโอหรือไม่ อย่างไร และมีการศึกษาเพื่อทำความรู้จักผู้ติดตามหรือไม่ อย่างไร เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้รับสารต่อการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศใต้คลิปวิดีโอที่ได้รับความนิยมสูงสุด ปี 2560-2563 จำนวน 5 คลิป เป็นจำนวนทั้งหมด 15 คลิป โดยคัดเลือกความคิดเห็นของผู้รับสารตั้งแต่เริ่มเผยแพร่คลิปวิดีโอจนถึงวันที่ 5 พฤษภาคม 2563 จำนวนทั้งสิ้น 1,500 ความคิดเห็น โดยแบ่งประเภทความคิดเห็นของผู้รับสารต่อการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ 3 ลักษณะ คือ ความคิดเห็นเชิงบวก ความคิดเห็นเชิงลบ และความคิดเห็นเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ 3 ราย ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอ พบว่า การสร้างกลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ เกิดขึ้นจากการวางแผนด้านการสื่อสาร โดยยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย ได้ใช้วิธีการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความสำเร็จในการนำเสนอเนื้อหาตามแนวคิดการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

(1) การค้นคว้าวิจัย (Research) จากการศึกษาพบว่า ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้มีการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ เช่น การผลิตหรือการนำเสนอเนื้อหา สื่อต่าง ๆ เป็นต้น โดยมี 3 ขั้นตอนประกอบด้วย 1. การศึกษาภูมิหลัง พบว่า สื่อยูทูบเป็นแพลตฟอร์ม Media Sharing ที่มีผู้เข้าใช้งานหลากหลาย และสามารถอัพโหลดคลิปวิดีโอได้มากกว่าเฟซบุ๊ก 2. การวิเคราะห์สถานการณ์จากปัจจัยภายในและภายนอก ทำให้มีการสังเคราะห์ข้อมูลและนำไปสู่การวางแผนการสื่อสารให้บรรลุเป้าหมาย โดย Nisamanee.Nutt มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในการผลิตเนื้อหาจากแพลตฟอร์มอื่น ทำให้มีฐานกลุ่มผู้ติดตามเดิมที่พร้อมจะสนับสนุน ด้าน SATANG BANK ที่ได้เล็งเห็นถึงโอกาสของสื่อยูทูบที่สามารถอัพโหลดรูปหรือคลิปวิดีโอเพื่อแบ่งปันต่อสาธารณชนได้หลากหลาย จึงศึกษาคุณสมบัติของสื่อยูทูบเพิ่มเติม ผ่านแชนแนลต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างเนื้อหา รูปแบบต่าง ๆ ขณะที่ SPRITE BANG ต้องการที่จะนำเสนอเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตของตนเองเพื่อให้กลุ่มผู้ชื่นชอบได้ติดตามผลงาน 3. ปัญหาหลักหรือโอกาสของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย พบว่า แนวโน้มการขยายตัวและความนิยมในสื่อยูทูบที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการในการรับชมเนื้อหาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้ชมที่แตกต่างกัน และโอกาสในการสร้างรายได้เสริมจากโฆษณายูทูบและสปอนเซอร์ ขณะที่สังคมเริ่มให้การเปิดรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในการเปิดเผยอัตลักษณ์ของตนเองมากขึ้นซึ่งจะสามารถสร้างมุมมองและความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ด้านอุปสรรคพบว่า คู่แข่งยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศรายใหม่ ๆ เกิดขึ้น อีกทั้งพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป

(2) การวางแผนปฏิบัติงาน (Action Planning) มาจากการวางแผนการสื่อสารและการวางเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมี 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ พบว่า ยูทูบเบอร์เพศที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย มีการตั้งเป้าหมายที่แตกต่างกัน คือ Nisamanee.Nutt ต้องการนำเสนอเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของตนเอง ขณะที่ SATANG BANK ต้องการนำเสนอข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการศัลยกรรมของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ด้าน SPRITE BANG ต้องการนำเสนอไลฟ์สไตล์ของตนเองให้กับแฟนคลับที่ชื่นชอบ และการให้ข้อมูลวิเคราะห์วงการประกวดนางงาม อย่างไรก็ตามด้านการตั้งเป้าหมายที่มีความเหมือนกันของยูทูบเบอร์เพศที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย

คือ การสร้างรายได้จากโฆษณายูทูบและผู้สนับสนุนสปอนเซอร์ ขณะที่วัตถุประสงค์ของยูทูบเบอร์เพศที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย มีความคล้ายกัน คือ ต้องการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเอง นำเสนอไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตของตนเอง ให้ความรู้ ความบันเทิงและความสนุกสนาน ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามรูปแบบของเนื้อหา 2. ความคิดสร้างสรรค์, กลุ่มเป้าหมายสาธารณะสำคัญ, การออกแบบสาร, กลยุทธ์และวิธีการ โดยการสร้างสรรค์กลยุทธ์การสื่อสารนั้นจะต้องมีแนวคิดหลักเพื่อสร้างข้อความ หรือแนวคิดที่จะทำให้เกิดการสร้างสรรค์ที่โดดเด่น พบว่า ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย มีการวางแนวความคิดหลักที่แตกต่างกันตามจุดเด่นของแต่ละราย โดย Nisamanee.Nutt ใช้ความสวยงามดึงดูด วิธีการเล่าเรื่องที่เหมือนเพื่อนคุยกัน การนำเสนอไลฟ์สไตล์และการสร้างมุมมองเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ขณะที่ SATANG BANK ใช้การสื่อสารด้วยข้อมูลความรู้เกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเกี่ยวกับการศัลยกรรม ความสวยงามและไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิต ด้าน SPRITE BANG ใช้การนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองด้วยเอกลักษณ์ความเป็นธรรมชาติและความตลก ด้านกลุ่มเป้าหมายสาธารณะสำคัญ พบว่า มีกลุ่มเป้าหมายที่เหมือนกัน 2 ราย คือ Nisamanee.Nutt และ SATANG BANK คือ กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่สนใจศึกษาข้อมูลการทำศัลยกรรม หรือกลุ่มบุคคลทั่วไปที่ต้องการรับชมเนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ, กลุ่มผู้หญิงที่สนใจเรื่องราวที่เกี่ยวกับความสวยงาม ขณะที่ SPRITE BANG มีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มแฟนนางงาม, กลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา อย่างไรก็ตามยังพบว่า ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย มีกลุ่มผู้สนับสนุนโฆษณาที่คล้ายกัน คือ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม หรือเครื่องแต่งกายแฟชั่นต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์เสริมฮอร์โมน ขณะที่การออกแบบสารนั้นมีการออกแบบสารเพื่อสร้างข้อความที่มีประสิทธิภาพและน่าสนใจที่แตกต่างกัน กล่าวคือ Nisamanee.Nutt นำเสนออัตลักษณ์ของตนเองซึ่งเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ มีความสามารถในด้านต่าง ๆ อาทิ การแต่งหน้ารูปแบบที่หลากหลาย บุคลิกภาพที่สวยงามโดดเด่น ไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนใคร และต้องการสร้างมุมมองที่ดีเกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้กับสังคม จากนั้นจึงนำความคิดสร้างสรรค์ของตนเองมาประยุกต์เข้าด้วยกันเพื่อนำเสนอเนื้อหา ด้าน SATANG BANK มีการออกแบบสารเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับตนเองซึ่งเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยนำเสนอเนื้อหาข้อมูลความรู้การศัลยกรรม ความสวยงาม หรือไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิต ขณะที่ SPRITE BANG ออกแบบสารจากเอกลักษณ์ที่เป็นธรรมชาติและความตลกของตนเอง เนื่องจากต้องการนำเสนอเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตของตนเองให้กลุ่มผู้ชื่นชอบ โดยแนวทางของ SPRITE BANG นั้นจะไม่เน้นเนื้อหาที่เกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่จะเป็นการนำเสนอเรื่องราวทั่วไป ขณะที่พบว่า ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย มีการใช้จุดจับใจที่เหมือนและแตกต่างกัน อาทิ จุดจับใจด้านความเป็นตัวเองด้วยการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น จุดจับใจด้านอารมณ์เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมในการรับชมเนื้อหา และจุดจับใจด้านดนตรี เป็นต้น สำหรับด้านกลยุทธ์ มีวิธีการใช้แผนกลยุทธ์เพื่อผลักดันความสำเร็จในการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน Nisamanee.Nutt ใช้การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับตนเองที่เรียกว่า ทรานเจนเดอร์ (Transgender) ซึ่งมีบุคลิกภาพสวยงาม ไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตที่น่าสนใจ และความสามารถด้านการแต่งหน้าหลากหลายรูปแบบที่โดดเด่น ขณะที่ SATANG BANK สื่อสารด้วยเนื้อหาที่ให้ความรู้กับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อาทิ การศัลยกรรมแปลงเพศ ใบหน้าหรือหน้าอก และความสวยงาม เป็นต้น รวมทั้งการสื่อสารด้วยรูปแบบวิดีโอที่เหมาะสมกับเนื้อหาตามประเภทของคลิปวิดีโอยูทูบ ซึ่งจะทำให้เนื้อหาและคลิปวิดีโอมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และจะทำให้ผู้ชมมีความเข้าใจกับเนื้อหาที่จะนำเสนอมากขึ้น โดยจะเน้นผลิตคลิปวิดีโอประเภทแนะนำวิธีการ (How-to Videos) และวิดีโอประเภทให้คำปรึกษา (Favorites/Best Of) เพื่อนำเสนอให้ตรงกับเนื้อหาที่มีการวางแนวคิดและ

การออกแบบสารที่เกี่ยวกับการให้ความรู้ของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ขณะที่ SPRITE BANG ใช้การสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนด้วยความเป็นธรรมชาติและความตลกที่มาจากภายในของตนเอง หรือการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ความบันเทิงและสนุกโดยร่วมมือกับแชนแนลอื่น Collabs ใช้การนำเสนอเนื้อหาร่วมกันเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชม และดึงกลุ่มผู้ชมจากแชนแนลอื่นให้มารับชมเนื้อหาจากแชนแนลของตนเองมากขึ้น โดยยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย มีการใช้กลยุทธ์ที่เหมือนกันคือ การสร้างรูปหน้าปกที่สร้างจุดสนใจในเนื้อหาที่สื่อสารอย่างชัดเจน และรู้สึกได้ถึงความน่าสนใจของเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาภายในคลิปวิดีโอด้วย ซึ่งสามารถสร้างการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการเข้าชมเนื้อหาได้เป็นอย่างดี เนื่องมาจากการใช้ภาพที่โดดเด่น สวยงาม มีการสื่อสารอย่างชัดเจนว่าเมื่อเข้าชมคลิปวิดีโอนั้นจะได้รับชมอะไรจากเนื้อหาที่นำเสนอ ขณะที่กลวิธี (Tactics) เพื่อสร้างวิธีการสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย มีกลวิธีที่เหมือนกันซึ่งจำเป็นต้องผ่านตัวกลางในการสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต เป็นต้น และด้วยลักษณะของการสื่อสารแบบสองทิศทางส่งผลให้การสื่อสารขยายออกไปเป็นจำนวนกว้างและรวดเร็ว จึงทำให้มีการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นสื่อเสริมเพื่อให้ผู้ติดตามได้รับทราบการเผยแพร่เนื้อหาคลิปวิดีโอทุกครั้งด้วย และ 3. ปฏิทินและงบประมาณ พบว่า ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย ได้กำหนดช่วงเวลาในการเผยแพร่เนื้อหา

(3) การสื่อสาร (Communication) เป็นขั้นตอนเพื่อยืนยันว่าการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทั้งหมดจะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีขั้นตอนคือ 1. การยืนยันการสื่อสาร พบว่า ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย ไม่ได้มีตารางยืนยันการสื่อสารที่แน่ชัด แต่จะมีการตรวจสอบการยืนยันข้อมูลในการสื่อสารทุกครั้ง เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเรียบร้อยก่อนเผยแพร่ 2. การประมวลผล พบว่า ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย มีการใช้เกณฑ์ประเมินผลและเครื่องมือการประเมินที่เหมือนกัน คือ ใช้เกณฑ์การประเมินความสำเร็จจากยอดการรับชม และจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีการเผยแพร่เนื้อหา รวมทั้งวัดผลความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาในด้านต่าง ๆ สำหรับเครื่องมือการประเมินผลนั้นใช้ระบบจัดการแชนแนลของเว็บไซต์ยูทูบ Youtube Analytics

ส่วนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้รับสารต่อการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกต่อเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นเป็นข้อความที่มาจากความรู้สึกของผู้รับสารที่ตอบสนองด้วยการชื่นชม สนับสนุน และแสดงความเข้าใจต่อเนื้อหาที่นำเสนอ โดยมาจากการวางแผนด้านกาสร้างเนื้อหา แนวคิดหลัก การออกแบบสาร และกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ ด้วยการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองซึ่งเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การนำเสนอเนื้อหาด้านการแต่งหน้าที่มีรูปแบบหลากหลาย การนำเสนอเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศด้านการศัลยกรรม การออกแบบสารที่เน้นวิธีการนำเสนอความเป็นธรรมชาติ และสร้างสารจากเอกลักษณ์เฉพาะตัว

2. ความคิดเห็นเชิงบวกต่อยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศหรือผู้ร่วมรายการ เป็นความคิดเห็นจากการที่ผู้รับสารมีความชื่นชอบ มีความประทับใจ มีความรู้สึกที่ดี โดยยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย ได้สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสารจากการเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีเอกลักษณ์ บุคลิกภาพที่โดดเด่นหรือการเป็นตัวของตัวเอง อีกทั้งการเป็นบุคคลต้นแบบที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้รับสาร สามารถสร้างการชื่นชม และชื่นชอบจนทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้รับสาร ส่วนความคิดเห็นเชิงบวกต่อผู้ร่วมรายการมาจากการชื่นชอบในเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น บุคลิกภาพต่าง ๆ ที่น่าชื่นชม หรือการเปิดเผยตนเองในการเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น

3. ความคิดเห็นเชิงลบต่อยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ พบว่า มีเพียงคลิปวิดีโอของ SATANG BANK เท่านั้นที่ปรากฏความคิดเห็นเชิงลบต่อยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยความคิดเห็นดังกล่าวนั้นปรากฏให้เห็นน้อยมาก ที่ปรากฏเป็นเพียงความคิดเห็นที่มาจากอคติส่วนตัวของบุคคลในเชิงการเหยียดเพศ เนื่องมาจากการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับเพศโดยเฉพาะ ซึ่งปฏิกิริยาตอบสนองดังกล่าวเกิดขึ้นกับผู้รับสารเฉพาะบุคคลเท่านั้น

4. ความคิดเห็นเสนอแนะต่อเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นความคิดเห็นสนับสนุนเพื่อให้เกิดการต่อยอด พัฒนา หรือแนะนำสิ่งที่ดี อาทิ การแนะนำเพื่อให้สร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงเนื้อหา ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่มีประโยชน์อย่างมากต่อการนำเสนอเนื้อหา โดยสามารถแบ่งการแสดงความคิดเห็นเสนอแนะได้ 3 รูปแบบ คือ ความคิดเห็นเสนอแนะต่อเนื้อหาเดิมโดยเป็นการแนะนำการนำเสนอเนื้อหาที่เหมือนเดิมขึ้นอีกครั้งเนื่องจากชื่นชอบเป็นพิเศษ และความคิดเห็นเสนอแนะต่อเนื้อหาใหม่ ๆ เพื่อสื่อถึงความต้องการของผู้รับสารให้มีการนำเสนอเนื้อหาใหม่ ๆ รวมทั้งความคิดเห็นเสนอแนะต่อเนื้อหาด้านการผลิตซึ่งมีเพียงคลิปวิดีโอของ SPRITE BANG เท่านั้นที่ผู้รับสารได้แนะนำให้มีการปรับปรุงการนำเสนอเสียงในคลิปวิดีโอ

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ

ในภาพรวมของการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ซึ่งเป็นกระบวนการวางแผนเพื่อสร้างกลยุทธ์การสื่อสารของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นมีความสอดคล้องกับการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ตามแบบจำลอง RACE ของ Laurie J. Wilson และ Joseph D. Ogden (2015) ในการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning Matrix) ดังนี้

1. การค้นคว้าวิจัย (Research) ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย ได้มีการวางแผนในกระบวนการสร้างแชนแนล คือ เริ่มจากการศึกษาภูมิหลัง (Background) โดยศึกษาภูมิหลังของตนเองที่ต้องการขยายฐานผู้ติดตามใหม่ในสื่อยูทูบและด้วยคุณสมบัติของสื่อยูทูบที่เป็นแพลตฟอร์ม Media Sharing สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้เข้าใช้งานได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นความบันเทิง ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ในรูปแบบของวิดีโอที่หลากหลาย และหากเนื้อหาที่นำเสนอได้รับความนิยมสามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับสารแล้วนั้นจะส่งผลให้เกิดความชื่นชอบและเกิดการติดตามจากผู้รับสารที่เพิ่มมากขึ้นด้วย สอดคล้องกับนภดล ยิ่งยงสุกล (2553) ที่กล่าวว่า ยูทูบนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า เนื่องมาจากผู้ใช้ส่วนใหญ่จะเลือกชมและติดตามคลิปวิดีโอที่สนใจเท่านั้น นอกจากนี้คลิปวิดีโอในโซเชียลมีเดียประเภทยูทูบยังง่ายต่อการแบ่งปันไปยังผู้ใช้อื่น ๆ จึงทำให้เอื้อต่อบุคคลทั่วไปและนักการตลาดที่ต้องการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาเพื่อให้เกิดกระแสความมีชื่อเสียง หรือเป็นที่รู้จักด้วยการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) ขณะที่การวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาปัจจัยภายในและภายนอก โดยวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนที่แตกต่างกันตามการวิเคราะห์ของตนเองนั้นทำให้สามารถระบุประเด็นปัญหาและประเมินโอกาสของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศแต่ละรายได้ สอดคล้องกับ Laurie J. Wilson and Joseph D. Ogden (2015) ที่กล่าวถึงการค้นคว้าวิจัย (Research) ว่าเป็นการสังเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบรากฐานที่ดีขององค์กรซึ่งจะช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นต่อไปได้ และในส่วนการวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) นั้นจะช่วยให้ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้เข้าใจหัวใจของการประเมินปัญหาหรือโอกาส (Core Problem/Opportunity) ที่เหมือนกันคือ สื่อยูทูบมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการรับชมเนื้อหาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทำให้ยูทูบเบอร์ที่มีความ

หลากหลายทางเพศสามารถสร้างกลุ่มเป้าหมายเฉพาะตามการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ และสังคมเริ่มให้การเปิดรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในการเปิดเผยอัตลักษณ์ของตนเองมากขึ้นซึ่งจะสามารถสร้างมุมมองและความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้ ขณะที่ด้านประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับคู่แข่งยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศรายใหม่ ๆ นำเสนอเนื้อหาคล้าย ๆ กัน รวมทั้งพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นทำให้ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้แก้ไขจุดบกพร่องโดยการสร้างจุดเด่นและเนื้อหาที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง และทำให้สามารถสร้างโอกาสเพื่อสร้างรายได้เสริมจากโฆษณายูทูบและสปอนเซอร์ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับยูทูบที่พบว่า การสร้างคลิปวิดีโอในโซเชียลมีเดียประเภทยูทูบง่ายต่อการแบ่งปันไปยังผู้ใช้อื่น ๆ จึงทำให้เอื้อต่อบุคคลทั่วไปเพื่อทำให้เกิดกระแสความมีชื่อเสียงได้

2. วางแผนปฏิบัติงาน (Action Planning) ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้สร้างเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Goal and Objective) ที่แตกต่างกันในการนำเสนอเนื้อหา โดยจะมีการสร้างแนวความคิดหลัก (Big Idea) เพื่อสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละแชนแนล สอดคล้องกับการสร้างแนวความคิดหลักด้านการโฆษณาของ David Ogilvy (1960s) ที่กล่าวว่า การสร้างผลกระทบทันทีในวงการโฆษณาหลังจากเผยแพร่ไปสู่ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์คือการคิดแบบความคิดสร้างสรรค์ (Big Idea) ซึ่งจากการสร้างแนวความคิดหลักทำให้ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายสาธารณะสำคัญ (Key Publics) ที่แตกต่างกัน และจากส่วนนี้ทำให้สามารถกำหนดการออกแบบสาร (Message) เพื่อสร้างแนวทางหรือกรอบความความคิดของแชนแนลให้เป็นไปตามที่กำหนดเพื่อให้การสร้างเนื้อหาแต่ละคลิปวิดีโอมีแนวทางที่ชัดเจนตรงกัน โดยยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศแต่ละคนได้มีการออกแบบสารที่แตกต่างกันตามบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับกิติมา สุรสนธิ (2548) ที่กล่าวว่า สารคือเรื่องราวที่มีความหมายและถูกแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ซึ่งสารจะเป็นตัวเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ต่อความหมายและปฏิกิริยาตอบสนองที่ได้รับ โดยประกอบมาจากการจัดเรียงลำดับสารตามรูปแบบวิธีการของผู้ส่งสารในการนำรหัสมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อออกไปยังผู้รับสาร และหลักการทำการตลาดดิจิทัลของ Wertime, K&Fenwick, I. (2008), อ้างถึงในอิศราวุฒิ กิจเจริญ (2559) ที่กล่าวว่า ทุกรายการมีลักษณะรายการที่ให้ความรู้แก่ผู้ชมทุกรายการตามเจตนารมณ์ของผู้ผลิต ซึ่งแต่ละรายการจะให้ความรู้แตกต่างกันไปตามเนื้อหาของรายการแต่ละตอน โดยการออกแบบสารเพื่อสร้างข้อความหลักและข้อความรองนั้นจะต้องสนับสนุนแนวความคิดหลักและการออกแบบสารตามที่ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศแต่ละรายกำหนดไว้ซึ่งจะใช้ร่วมกับจุดจับใจสารเพื่อสร้างการโน้มน้าวใจและสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของอธิฐาน ตั้งอำพัน ที่กล่าวว่ารูปแบบเนื้อหาที่ผู้มีชื่อเสียงสร้างผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมนำเสนอเนื้อหาด้วยการใช้จุดจับใจสารเพื่อช่วยโน้มน้าวใจผู้รับสาร ทำให้พบว่ายูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้สร้างกลยุทธ์ (Strategies) คือ ด้านเนื้อหาที่แตกต่างกันตามแนวคิดของ Miller, Michael (2011) ที่กล่าวถึงแนวทางในการผลิตวีดีโอบนยูทูบให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การสร้างเนื้อหาที่มีจุดสนใจ (Stay Focused) การสร้างความบันเทิง (Be Entertaining) สนุกสนาน (Go for the Funny) และการให้ความรู้แก่ผู้ชม กล่าวคือ ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้มีการนำเสนออัตลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ, การสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนด้วยความเป็นธรรมชาติหรือความตลก และความสามารถด้านการแต่งหน้าหลากหลายรูปแบบที่โดดเด่น นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ความบันเทิงและสนุกโดยการทำงานร่วมกับแชนแนลอื่น ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาที่มีความบันเทิงจากการทำงานร่วมกันกับแชนแนลอื่นนั้นจะเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี และสามารถดึงกลุ่มผู้ติดตามจากแชนแนลอื่นให้มารับชมเนื้อหาจากแชนแนลของตนเองเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์ในการสร้างวิดีโอออนไลน์ของสื่อยูทูบตามประเภทของคลิปวิดีโอ สอดคล้องกับ มีเดียคิก (Mediakix, 2016) ที่กล่าวว่าผู้นำด้านโซเชียลมีเดียทั้งในด้านการใช้ผู้ทรงอิทธิพลในวงการบันเทิง (Influencer Marketing) และผู้ทรงอิทธิพลในยูทูบ (YouTube Influencers) รวมไปถึงเหล่าบล็อกเกอร์มีการนำเสนอสไตล์คลิปวิดีโอมีเนื้อหาหรือรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างนั้นสามารถสร้างการรู้จักในโซเชียลมีเดียได้มากขึ้น ขณะที่ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 รายนั้น ได้มีการใช้กลยุทธ์ในการสร้างรูปหน้าปกที่สร้างจุดสนใจตามลักษณะสำคัญของยูทูบด้วยที่สามารถจัดรูปแบบหน้าปกคลิปวิดีโอยูทูบของผู้ใช้แต่ละคนได้เองเพื่อให้เกิดความน่าสนใจของเนื้อหาได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งในส่วนนี้จะสามารถสร้างแรงจูงใจในการเข้าชมเนื้อหา และสร้างความโดดเด่นให้ผู้รับสารมีความต้องการรับชมคลิปวิดีโอ จากนั้นจึงดำเนินการตามกลวิธี (Tactics) เพื่อสร้างวิธีการสื่อสารไปยังผู้รับสาร คือ การเผยแพร่เนื้อหาด้วยการใช้สื่อยูทูบซึ่งเป็นสื่อหลักของการนำเสนอเนื้อหา โดยพบว่าในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนั้น บางเนื้อหาที่มีความเฉพาะ ซึ่งต้องสร้างข้อความโน้มน้าวใจบางอย่างไม่สามารถเผยแพร่ทางสื่อดั้งเดิมหรือสื่อหลักได้ เนื่องจากการเซ็นเซอร์เนื้อหาของสื่อหลักที่ต้องมีการควบคุมหรือการที่สังคมยังไม่ยอมรับการเปิดเผยความหลากหลายทางเพศ จึงทำให้ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศต้องสร้างสรรค์เนื้อหาและนำเสนอในสื่อออนไลน์แทน นอกจากนี้ยูทูบยังเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ และยังสามารถกระจายแพร่หลายไปยังผู้ใช้คนอื่น ๆ ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างประเภทและประเภทเดียวกันได้ จึงทำให้สามารถเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์อื่น ๆ คือ สื่อเฟซบุ๊กซึ่งใช้เป็นสื่อเสริมเพื่อเพิ่มยอดการรับชมจากช่องทางอื่น สอดคล้องกับลักษณะสำคัญของยูทูบที่สามารถแชร์ผ่านปุ่มแบ่งปัน (Share) เพื่อแบ่งปันวิดีโอที่ชื่นชอบไปยังผู้ใช้อื่น ๆ ได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ตามเพื่อให้กลยุทธ์และกลวิธีเป็นไปตามที่วางแผนไว้นั้นยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศต้องมีการกำหนดปฏิทินและงบประมาณ (Calendaring and budgeting) โดยจัดตารางเวลาในการนำเสนอเนื้อหาตามช่วงเวลาที่แตกต่างกัน คือ การเผยแพร่ช่วงเวลาที่สะดวก และกำหนดตามเวลาที่แน่นอนซึ่งยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้มีการศึกษาพฤติกรรมและวิเคราะห์จากเวลาการรับชมแล้วว่าช่วงเวลาใดที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่เนื้อหา ส่วนการจัดทำงบประมาณนั้น พบว่า มีงบประมาณค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างช่างถ่ายภาพหรือวิดีโอ และขั้นตอนการผลิตเนื้อหาเพื่อการตัดต่อหรือตกแต่งรูปหน้าปกคลิปวิดีโอ ซึ่งสอดคล้องกับ Miller, Michael (2011) ที่ได้แนะนำแนวทางในการผลิตวีดีโอบนยูทูบให้มีประสิทธิภาพด้วยการนำเสนอด้านภาพ ด้วยการจ้างมืออาชีพ (Hire a Pro) หรือลงทุนในอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ (Invest in Quality Equipment) ซึ่งจากแนวทางในการผลิตวิดีโอบนยูทูบดังกล่าวจะทำให้การผลิตและการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถสร้างความสำเร็จด้านภาพให้มีความเหมาะสมได้มากยิ่งขึ้น

3. การสื่อสาร (Communication) การเป็นยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศที่ประสบความสำเร็จมีผู้ติดตาม และยอดการรับชมที่มากขึ้นนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศแต่ละรายล้วนมีการวางแผนกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยเป็นขั้นตอนที่ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศใช้เพื่อยืนยันการสื่อสาร (Communication confirmation) ซึ่งยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 3 ราย ไม่ได้มีตารางยืนยันการสื่อสารที่แน่ชัด แต่มีการยืนยันเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนเผยแพร่เนื้อหาจากการตรวจสอบสคริปต์ก่อนการถ่ายทำ และตรวจสอบคลิปวิดีโอหลังการตัดต่อ

4. การประมวลผล (Evalution and Tools) ในการกำหนดเกณฑ์การประเมินและเครื่องมือประเมินผล (Evaluation and Tools) ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศจะใช้เป็นข้อมูลสำหรับการประเมินซึ่งได้

จากความคิดเห็นของผู้รับสารที่ตอบสนองกลับมาใต้คลิปวิดีโอในรูปแบบความคิดเห็นต่าง ๆ สอดคล้องกับ Safko & Brake, 2009; Weber, 2009; Newman, 2009 ที่กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์มีรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง สามารถโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างทันที ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของสื่อสังคมออนไลน์ที่สร้างความแตกต่างจากสื่อแบบเดิมได้ และเกณฑ์การประเมินความสำเร็จจากยอดการรับชม จำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งผลการวิเคราะห์ของ Youtube Analytics ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้วัดความสำเร็จของคลิปวิดีโอ โดยจะมีข้อมูลของแต่ละรายการ และแชนแนลโดยรวม อาทิ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย, พฤติกรรมของผู้ชม, ความผูกพันของผู้ชม, และรายได้ ซึ่งจะทำให้ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้มีการประเมินผลได้อย่างชัดเจนจากเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกของแพลตฟอร์มดังกล่าวได้สะดวกขึ้น

ดังนั้น การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวจึงมีความสำคัญและเป็นกระบวนการซึ่งยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศควรศึกษาและนำไปปรับใช้เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร โดยใช้การวางแผนและบริหารจัดการอย่างมีขั้นตอน สร้างการออกแบบสารที่สร้างสรรค์ด้วยเอกลักษณ์ของตนเองซึ่งจะช่วยให้สามารถสร้างความโดดเด่นน่าสนใจของเนื้อหาเพื่อสร้างความสำเร็จของการสร้างแชนแนลของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ

จากลักษณะของยูทูบสื่อสังคมออนไลน์แบบสองทิศทางที่ส่งผลต่อการสื่อสารให้กว้างและรวดเร็ว ด้วยคุณสมบัตินี้ทำให้ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศต้องสร้างสรรค์รูปแบบเนื้อหาให้น่าสนใจต่อความต้องการของผู้รับสาร ด้วยการวางแนวคิดหลัก การออกแบบสาร การใช้ข้อความหลัก และการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ติดตาม ขณะที่การผลิตเนื้อหาต่าง ๆ ของยูทูบซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบการสื่อสารแบบสองทิศทางนั้นทำให้ยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน คือการรับสารจากการตอบกลับของผู้รับสาร(ผู้ติดตาม) นั่นก็คือความคิดเห็นของผู้รับสารที่สื่อสารออกมาเพื่อให้ผู้ส่งสารหรือยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับทราบความรู้สึก ซึ่งสอดคล้องกับ ชาญณรงค์ คำเพชร (2549) ที่กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเกิดจาการรับรู้และเรียนรู้ของบุคคลนั้น ๆ เป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามกาลเวลา ความคิดเห็นของบุคคลแต่ละคนต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจเหมือนหรือไม่เหมือนกันก็ได้ ด้วยเหตุนี้ความคิดเห็นที่ผู้รับสารตอบกลับมาจึงมีความหลากหลายและสามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามทัศนคติและพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดยความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นเป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อความรู้สึกระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารที่มาจากความรู้สึกต่าง ๆ หรือความต้องการเพื่อประโยชน์ของตนเองในการรับชมคลิปวิดีโอ เช่น การได้รับความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ การได้รับประโยชน์ เป็นต้น โดยความคิดเห็นเชิงบวกที่มีต่อเนื้อหาและต่อยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือผู้ร่วมรายการเป็นผลมาจากการที่ผู้รับสารเกิดความรู้สึกพึงพอใจในการนำเสนอ สอดคล้องกับเรอเมอร์ ที่กล่าวว่า ความคิดเห็นทิศทางบวกสุดเป็นการแสดงออกด้วยความรัก ความคิดเห็นที่แสดงถึงการมองโลกในแง่ดี ขณะที่ความคิดเห็นในทิศทางลบสุด คือ ความรังเกียจเป็นการมองโลกในแง่ร้าย ความคิดเห็นในทิศทางนี้จะรุนแรงและเปลี่ยนแปลงยาก จึงทำให้พบความคิดเห็นเชิงลบที่มีต่อยูทูบเบอร์ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่มาจากอคติส่วนตัวของบุคคล เชิงลักษณะการเหยียดเพศโดยปฏิกิริยาตอบสนองดังกล่าวเกิดขึ้นกับผู้รับสารเฉพาะบุคคลที่มีพฤติกรรม หรือทัศนคติที่ไม่ดีและเกิดขึ้นเมื่อรับชมคลิปวิดีโอ เช่นเดียวกับชนะจิต เกตุอุไร (2549) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component)

ได้แก่ อารมณ์หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า อารมณ์หรือความรู้สึกดังกล่าวจะเป็นสิ่งกำหนดลักษณะและทิศทางของความคิดเห็นของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งใด บุคคลก็จะมีความคิดเห็นทางบวกต่อสิ่งนั้น แต่ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกไม่ดีต่อสิ่งใด บุคคลจะมีความคิดเห็นในทางลบ หรือปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นของ (Foster,1952) ที่ได้กล่าวถึงปัจจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มาจากค่านิยม และการตัดสินค่านิยม เนื่องมาจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยม และการตัดสินใจค่านิยมไม่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มจึงมีความคิดเห็นในสิ่งที่เห็นแตกต่างกัน หรือจากพฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารซึ่งมีองค์ประกอบต่อกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็เป็นได้ หรือจากประสบการณ์ส่วนตัวที่ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน นอกจากประสบการณ์ของคนจะสะสมขึ้นเรื่อย ๆ แล้ว ยังทำให้มีรูปแบบเป็นของตนเอง ดังนั้น ความคิดเห็นบางอย่างจึงเป็นเรื่องเฉพาะของบุคคลแล้วแต่พัฒนาการ และความเจริญเติบโตของคน ๆ นั้น

ขณะที่ความคิดเห็นเสนอแนะต่อเนื้อหานั้นเป็นสิ่งที่สามารถสร้างประโยชน์ในการต่อยอดจากทัศนคติเกี่ยวกับความรู้สึกที่เกิดขึ้นของผู้รับสาร โดยนำมาสู่การแนะนำเพื่อสร้างความพึงพอใจและก่อให้เกิดกระบวนการในความต้องการที่อยากเสนอแนะ เปลี่ยนแปลงนำไปสู่การสร้างสารที่จะสามารถตอบโจทย์ผู้รับสารได้มากที่สุด สอดคล้องกับ Wertime, K. & Fenwick, I. (2008) ที่กล่าวว่าการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมสร้างคอนเทนต์ หรือการนำความคิดเห็นของผู้บริโภคมาใช้ประโยชน์จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ว่าผู้ส่งสารมีการใส่ใจ และพร้อมที่จะนำความคิดเห็นนั้นมาแก้ไข หรือปรับปรุงให้เกิดผลประโยชน์ที่ดีที่สุดต่อผู้รับสาร และเมื่อมีการตอบกลับทุกความคิดเห็นที่แสดงมานั้นจะทำให้ยูทูบเบอร์กลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากได้รับความภักดีจากผู้ติดตาม รวมทั้งเมื่อมีการทำตามคำแนะนำของผู้ติดตามที่แนะนำผ่านความคิดเห็นแล้วจะทำให้เกิดความประทับใจ มีทัศนคติที่ดี ชื่นชมต่อยูทูบเบอร์ ทำให้เกิดการแบ่งปันเนื้อหาไปยังสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ซึ่งมาจากความภักดีในตัวยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนั่นเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อวัดทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้ชมหรือผู้ติดตาม เพื่อพิสูจน์ความสำเร็จจากมุมมองของผู้รับสารมากขึ้น

2. ควรศึกษาภาวะวิกฤติของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศที่อาจมีประเด็นปัญหาจากการเผยแพร่เนื้อหาของตนเองที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์หรือตัวตนด้านเพศ และวิธีการรับมือเมื่อเกิดภาวะวิกฤติ

3. ควรศึกษาด้านมิติของผู้รับสารที่มีต่อการรับรู้เนื้อหาจากยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศว่าเป็นเช่นไร

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. งานวิจัยนี้พบว่า การเปิดเผยตนเองด้วยการสร้างเอกลักษณ์ของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยสามารถทำให้ผู้รับสารมีความเชื่อถือต่อตัวสารและยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดการความพึงพอใจได้มากขึ้น

2. งานวิจัยนี้พบว่า ความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาของยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นมีประโยชน์อย่างมากต่อการพัฒนาหรือปรับปรุงเนื้อหา เนื่องจากความคิดเห็นต่าง ๆ นั้นถูกถ่ายทอดมาจากความต้องการของผู้รับสารโดยเฉพาะ และเมื่อยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศนำความคิดเห็นมาใช้เพื่อพัฒนาก็จะสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ และเกิดความภักดีต่อยูทูบเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศได้มากขึ้น

3. งานวิจัยนี้พบว่า การใช้รูปภาพหน้าปกที่สร้างจุดสนใจและสื่อสารอย่างชัดเจนจะทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ปรากฏในคลิปวิดีโอได้อย่างมาก เพราะรูปภาพและข้อความที่ดึงดูดเป็นสิ่งที่สามารถสร้างแรงจูงใจในขั้นแรก หลังจากนั้นผู้รับสารจึงจะเปิดเข้ามารับชมเนื้อหา จากกลยุทธ์ดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ ได้ โดยเน้นให้ความสำคัญกับการใช้รูปภาพเพื่อส ร้างความสนใจได้เพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชนะจิต เกตุอุไร. (2549). *ความคิดเห็นของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ที่มีต่อการเรียนการสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา เขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี ปีการศึกษา 2548.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (พลศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชาญณรงค์ คำเพชร. (2549). *ความคิดเห็นของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาพลศึกษา จังหวัดชลบุรี 2548*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (พลศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชีรา ทองกระจาย (2561). *ความเท่าเทียมกันทางเพศสภาพ*. สืบค้นจาก https://www.stou.ac.th/Schoolnew/polsci/UploadedFile/82427-8.pdf

ไทยพีบีเอส. (2556). *ยูทูบช่องทางปล่อยของและสร้างชื่อของเหล่ายูทูบเบอร์*. สืบค้นจาก https://news.thaipbs.or.th/content/203161

นภดล ยิ่งยงสกุล. (2553). *ประวัติ และที่มาของ youtube*. สืบค้นจากhttps://sornordon.wordpress.com /2011/12/16

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน. (2562). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562.* สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/publishing-detail/etda-annual-report-2019.html

อิศราวุฒิ กิจเจริญ. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารช่อง Gutumdai เพื่อสร้างรายได้ ผ่านเว็บไซต์ Youtube ในรูปแบบรายการโทรทัศน์. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมนิด้า,* 2(2).13-14

Crowdleaks.org (2019). *มาทำความรู้จักกับยูทูปเบอร์ (Youtubers) "อาชีพใหม่ รายได้พุ่ง"*. สืบค้นจาก https://crowdleaks.org/มาทำความรู้จักกับยูทูป/

Foster, Charles R. F., & Richard, C. (1952). *Psychology of life adjustment.* Chicago: America Technical.

Laurie J. Wilson and Joseph D. Ogden. (2015). *Strategic Communication: Planning for public relation and marketing*. Brigham Young University.

Miller, Michael. (2011). *Youtube for Business Online Video Marketing for Any Business*.Indiana : John Wiley & Son , Inc .

Remmer, H. H. (1954). *Introduction to Opinion and Attitude*. New York: Harper and Brothers Publisher Measurement.

Safko, L., & Brake, D. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

Wertime, K. & Fenwick, I. (2008). *DigiMarketing: The Essential Guide to New Media and Digital Marketing.* New York: John Wiley & Son (Asia) Pte., Ltd.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[อรรถยา, กฤษณ์ หน้า 33-48]

องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์

Creative Elements of Advertising Using Cinemagraphs on Social Media Platforms

อรรถยา สุนทรายน. *นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

กฤษณ์ ทองเลิศ. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

Atthaya Soontarayon. *Ph.D. Candidate in Communication Arts. College of Communication Arts. Rangsit University.*

Grit Thonglert. *College of Communication Arts. Rangsit University.*

Email: atthaya@rsu.ac.th, grit.t@rsu.ac.th

Received: 22 October 2021 ; Revised: 22 October 2021 ; Accepted: 3 November 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ 1) แนวคิดเกี่ยวกับซิเนมากราฟ 2) ปรัชญาว่าด้วยสุนทรียภาพทางการสื่อสาร 3) แนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด และ 4) แนวคิดเรื่องการรับรู้ (Perception) มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ การศึกษานี้ทำการวิเคราะห์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 12 ชิ้นงาน โดยใช้แนวทางวิเคราะห์ตารางกรองการรับรู้ (Repertory Grid) เป็นเครื่องมือทางการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) หลักการสร้างความเคลื่อนไหว (Movement) เป็นการเล่าเรื่องแบบคู่ขนานระหว่างภาพนิ่งกับภาพเคลื่อนไหวบนหลักการปรากฏพร้อมของมิติด้านกาลและเทศะ 2) หลักแห่งชีวิต (Life) เป็นการเล่าเรื่องผ่านความสัมพันธ์แบบชีวาสมาสัย (Symbiotic Relationship) ระหว่างรูปธรรมของภาพนิ่งกับความหมายนามธรรมจากความเคลื่อนไหว 3) การใช้องค์ประกอบ Minimalism 4) สุนทรียะของแสง (Lighting) กับพลังความเคลื่อนไหว 5) การบูรณาการหลักจิตวิทยาของสี (Color) ร่วมกับสีในเชิงสัญลักษณ์เพื่อสื่ออารมณ์ของสินค้า และ 6) การโน้มน้าวใจผ่านเนื้อหาเชิงอารมณ์ (Emotional)

คำสำคัญ: องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์, งานโฆษณา, ซิเนมากราฟ

Abstract

The purpose of the research was to study the creative elements of social media advertising in cinemagraph. The concepts and theories included 1) the concept of cinemagraph, 2) the philosophy of communication aesthetics, 3) the theory of technology determinism, and 4) the concept of perception; all were used as a guideline for the data analysis. Twelve pieces of social media advertising were chosen, and Repertory Grid was employed as a research instrument.

The findings revealed that the effective use of creative elements of social media advertising in cinemagraph was as follows: 1) Movement as a parallel narrative between still and moving image based on the dimension of time and space, 2) Life as a narrative through Symbiotic Relationship between the concrete of still and the abstract meaning of movement, 3) the use of Minimalism element, 4) the aesthetic of Lighting and movement power, 5) the integration of the color psychology and the symbolic colors to convey the mood of the product, and 6) the persuasion through emotional content.

Keywords: Creative elements, Advertising, Cinemagraph

บทนำ

ภาพถ่ายถือเป็นผลงานการสื่อสารที่มีคุณค่าเชิงศิลปะ โดยเป็นอีกหนึ่งวิธีการทางการสื่อสารทีมีผลต่อการรับรู้ของมนุษย์ ที่สามารถนำเสนอเรื่องราวและความรู้สึกได้เป็นอย่างดี จากคำกล่าวปรัชญาเมธีโบราณที่ว่า “ภาพหนึ่งภาพ มีความหมายมากกว่าคำพูดหนึ่งพันคำ” ย่อมแสดงให้เห็นว่าภาพถ่ายมีพลังทางการสื่อสารมากกว่าคำพูดและตัวหนังสือ เนื่องจากภาพถ่ายสามารถสื่อความหมายได้ละเอียดลึกซึ้งกว่าการพูดบรรยาย อย่างไรก็ตามปัญหาของการสื่อสารอย่างหนึ่งที่เกิดในยุคปัจจุบัน คือการสร้างความน่าสนใจของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดใจให้ผู้รับสารสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในยุคดิจิทัลที่ผู้รับสารส่วนใหญ่จะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจุบันเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจนทำให้เกิดวิธีการสร้างสรรค์งานทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจ ความแปลกใหม่ และการสื่อความหมายต่อผู้รับสาร จึงทำให้เกิดวิธีการสร้างภาพในรูปแบบของซิเนมากราฟ (Cinemagraph) ซึ่งเป็นรูปแบบวิธีการนำเสนอภาพที่มีลักษณะการเคลื่อนไหวเฉพาะบางส่วน เป็นการผสานระหว่างภาพถ่ายและภาพวิดีโอ ช่วยสร้างมิติใหม่และเพิ่มความมีชีวิตเข้าไปในภาพถ่ายของเราได้เป็นอย่างดี การเคลื่อนไหวแค่บางส่วนและวนลูปไม่มีที่สิ้นสุด ทำให้เทคนิคนี้ดูน่าสนใจมากขึ้นกว่าภาพถ่ายและภาพวิดีโอปกติ ซิเนมากราฟเป็นมากกว่าภาพถ่ายแต่ยังไม่ถึงขั้นวิดีโอ เป็นการเล่าเรื่องราวสั้น ๆ ที่จบในภาพเดียว เช่น ภาพการเทไวน์จากขวดไวน์ลงในแก้วไวน์ ถ้าเป็นภาพถ่าย เราจะเห็นภาพที่ไวน์ลงในขวดที่หยุดนิ่ง และถ้าเป็นภาพวิดีโอจะเห็นทุกอย่างในภาพที่มีความเคลื่อนไหวทั้งตัวไวน์ ขวดไวน์ และมือที่ถือขวดไวน์ที่มีความไม่นิ่งทั้งภาพและไวน์ในแก้วจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นไปเรื่อย ๆ แต่ถ้าเป็นลักษณะของภาพซิเนมากราฟนั้นสามารถเลือกให้ทุกอย่างนิ่ง โดยมีความเคลื่อนเฉพาะในส่วนของไวน์ที่ถูกเทลงในแก้วและจะวนลูปไปเรื่อยในช่วงเวลาสั้น ๆ แต่จะดูเป็นภาพที่มีการเคลื่อนไหวแบบไม่หยุดนิ่ง ดังตัวอย่างรูปที่ 1.1

รูปที่ 1.1 ภาพการเทไวน์จากขวดไวน์ลงในแก้วไวน์
https://www.photofunky.net/i/09323 (สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2562)

ซิเนมากราฟเป็นเทคนิคที่ใช้สื่อที่มีเอกลักษณ์และแปลกใหม่ในแง่ที่ให้ความสวยงามและเทคนิคการผลิตของตัวเอง ชื่อนี้ได้รับการเรียกขานครั้งแรกในปี พ.ศ. 2554 คำว่า “Cinemagraph” มาจากรากศัพท์ภาษากรีกหมายถึงการเขียนและเปลี่ยนคำจากภาพถ่ายเป็นภาพยนตร์ ผลงานซิเนมากราฟที่มีชื่อเสียงครั้งแรกเป็นผลงานของ เจมี่ เบ็ค และเควิน เบิร์ก ภายใต้ชื่อ “Les Tendrils” ซึ่งเป็นผลงานแฟชั่นที่สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2554 ในงาน New York Fashion Week ผ่านผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์คือ Tumblr และ Flickr และต่อมาซิเนมากราฟได้กลายเป็นรูปแบบการสื่อสารด้วยภาพที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการนำเสนอและพูดถึงในสื่อต่าง ๆ เช่น Times Washington Post และGizmondo เป็นต้น ไม่นานหลังจากนั้นวิธีการสร้างสรรค์เทคนิคซิเนมากราฟได้รับการเผยแพร่โดย เฟอร์นันโดเบซ และศิลปินทั่วโลกได้นำเทคนิคนี้ไปใช้สร้างสรรค์งานตั้งแต่นั้นมา ปัจจุบันวงการโฆษณา แฟชั่น อาหารและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ได้นำเทคนิคนี้ไปใช้อย่างต่อเนื่อง และเป็นงานอดิเรกด้านศิลปะสำหรับนักออกแบบกราฟิก ช่างภาพ และผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในศิลปะบนโลกออนไลน์ (Vera Mevorah, 2017)

พัฒนาการของการสร้างสรรค์งานสื่อสารด้วยภาพไม่เคยหยุดนิ่ง ในกรณีรูปแบบซิเนมากราฟถือได้ว่าเป็นรูปแบบที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิด Futurism ซึ่งเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางด้านศิลปะลัทธิหนึ่ง ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในอิตาลี ราวช่วงต้นคริสตศตวรรษที่ 20 ส่วนมากเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มศิลปินอิตาเลียน Filippo Tommaso Marinetti ถือเป็นผู้ก่อตั้งและเป็นผู้มีอิทธิพลต่อลัทธิฟิวเจอร์ริสม์ แนวคิดของศิลปะดังกล่าวไม่เกี่ยวกับเรื่องสตรีเพศ ไม่สนใจภาพเปลือย ความงามที่ถือว่าเป็นแนวทางการทำงานของลัทธินี้ คือ เรื่องของความเร็ว วิทยาศาสตร์ เทคนิควิชาการต่าง ๆ ศิลปินลัทธิฟิวเจอร์ริสม์นี้ ไม่เห็นด้วยกับความคิดเฟ้อฝันหรือการหยุดนิ่งอยู่กับที่ จะมีแรงบันดาลใจเกี่ยวกับความงามจากเครื่องไฟฟ้า รถยนต์ หรือเครื่องบิน นอกจากนี้ยังยึดหลัก 2 ประการ คือ ความเคลื่อนไหวของร่างกายในอวกาศ และความเคลื่อนไหวของวิญญาณในร่างกาย หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นศิลปะที่ยึดเอาทฤษฎีเกี่ยวกับพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง

โดยได้แสดงออกมาด้วยวิธีเขียนภาพที่เต็มไปด้วยความเคลื่อนไหว ความอึกทึกครึกโครม ความสับสนอลหม่าน (สมเกียรติ ตั้งนโม, 2552)

ตัวอย่างงานแนวทางการสร้างสรรค์แบบ Futurism ประการหนึ่งคือการใช้หลักแห่งการปรากฏพร้อมกัน (Concept of simultaneity) ในมิติของพื้นที่และเวลา แนวคิดนี้มีสาระสำคัญในการ ปฏิเสธหลักการเรื่องลำดับความต่อเนื่องทางการเคลื่อนที่ของสรรพสิ่งตามหลักกลไกแบบนิวตัน (Newtonian Principle) หากแต่เป็นหลักแห่งการยอมรับว่ามิติทางด้านเวลาทั้งอดีต ปัจจุบันและอนาคตสามารถที่จะปรากฏขึ้น “พร้อมกัน” ในห้วงเวลาเดียวกันได้ วิธีการนำเสนอภาพเขียนของศิลปินกลุ่มนี้นิยมใช้วิธีการเขียนภาพแบบการวางองค์ประกอบภาพที่ซ้อนกัน (Superimpose) เช่นงานภาพชื่อ “Dynamism of a dog on a leash” ของ Giacomo Balla (อ้างถึงใน Shlain Leonard, 1991) ได้เป็นตัวอย่างการยืนยันของศิลปินฟิวเจอร์ริสท์ว่า โลกแห่งการรับรู้ดำรงอยู่ในความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ผลงานจิตรกรรมนี้ได้วาดภาพสุนัขตัวหนึ่งซึ่งที่ขาสุนัข หางและสายจูง และเท้าคนจูงที่กำลังเดินอยู่ ถูกเพิ่มจำนวนขึ้นเป็นทวีคูณในลักษณะเคลื่อนไหวแบบพร่ามัว ภาพดังกล่าวแสดงการรับรู้ในเชิงเทคนิคของจิตรกรรมฟิวเจอร์ริสท์เกี่ยวเนื่องกับการคงอยู่ของภาพในเรตินา วัตถุที่เคลื่อนไหวจะเพิ่มพูนตัวของมันเองอย่างสม่ำเสมอ รูปทรงของพวกมันเปลี่ยนแปลงไปคล้ายดั่งการสั่นไหวอย่างรวดเร็วในความเคลื่อนไหวของพวกมัน ด้วยเหตุนี้สุนัขที่กำลังวิ่งจึงมิได้มีสี่ขา แต่กลายเป็นยี่สิบขา และความเคลื่อนไหวของสุนัขเป็นไปในลักษณะสามเหลี่ยม จากภาพดังกล่าวจะเห็นถึงการทวีคูณความพร่ามัว แสดงให้เห็นถึงพลังแห่งการเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กันกับการแสดงถึงมิติทางด้านลำดับเวลา โดยการเขียนภาพเท้าสุนัขให้เห็นลักษณะการเคลื่อนที่แบบพร่ามัว แทนที่จะเห็นเป็นภาพนิ่ง ๆ ของเท้าทั้งสี่อย่างชัดเจนดังเช่นที่เคยปฏิบัติมาประมาณ 100 ปี

รูปที่ 1.2 “Dynamism of a Dog on a Leash” ของ Giacomo Balla ใน Shlain Leonard (1991)

จากตัวอย่างภาพดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ภาพคนจูงสุนัขและสุนัขต่างถูกนำเสนอด้วยการจงใจสร้างความพร่ามัว ถ้าเป็นในภาษาภาพถ่ายจะเรียกว่าภาพที่เกิดจากการเคลื่อนกล้องตามประธานภาพ (Panning) ซึ่งเป็นเทคนิคการสื่อสารที่สื่ออารมณ์ภาพถึง “ความเร็ว” แม้รายละเอียดที่เป็นสารสนเทศของประธานภาพจะสูญเสียไป แต่จินตนาการเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวและความเร็วได้บังเกิดขึ้นกับจิตใจของผู้รับสาร ซึ่งสื่อแสดงว่าความพร่ามัวดังกล่าวก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในการใช้จินตนาการเชื่อมโยงกับความรู้สึกถึงความเร็วที่มีอยู่ในภาษาภาพเทคนิคพิเศษของการสร้างความรู้สึกเคลื่อนไหวเหล่านี้กลายเป็นวิธีการสร้างความรู้สึกใหม่และปรากฏการณ์ใหม่ (กฤษณ์ ทองเลิศ, 2555)

ดังนั้นเทคนิคซิเนมากราฟจึงเป็นรูปแบบทางการสร้างสรรค์อย่างหนึ่งที่ใช้ในการโฆษณาสำหรับธุรกิจและการสร้างแบรนด์สินค้า และเป็นรูปแบบที่สร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ต่อการรับรู้ ที่เข้ามาเสริมรูปแบบการนำเสนอในสื่อสังคมออนไลน์ให้ดูทันสมัย เทคนิคดังกล่าวถือเป็นรูปแบบที่กำลังได้รับความสนใจในการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล ต่อแนวทางดังกล่าวนี้ Lambert (2013) ได้กล่าวถึงการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล (Digital storytelling) ให้ประสบความสำเร็จว่างานสร้างสรรค์ต้องมีมุมมอง (Point of view) ที่ชัดเจนโดยให้ความสำคัญกับเนื้อหาด้านอารมณ์ (Emotional content) อาทิอารมณ์ที่เกี่ยวกับความรัก ความสูญเสีย ความมั่นใจ การยอมรับ ความโดดเดี่ยวหรือการถูกปฏิเสธ เป็นต้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการหาองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นองค์ความรู้สำหรับการพัฒนารูปแบบทางการสร้างสรรค์งานสื่อสารด้วยภาพที่มีพลังทางการสื่อสารในยุคสื่อดิจิทัล

ปัญหานำวิจัย

องค์ประกอบการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารในการรับรู้ของผู้บริโภคเป้าหมายทางการสื่อสารมีอะไรบ้าง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในประเด็นการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบทางการสร้างสรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์” ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับซิเนมากราฟ ว่าด้วยบริบททางการสร้างสรรค์งานสื่อสารด้วยภาพภายใต้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงการสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดความแปลกใหม่ Cinemagraph คือการผสมผสานที่กลมกลืนกันระหว่างการถ่ายภาพและวิดีโอโดยผสมผสานสื่อทั้งสองเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความเข้าใจในวิธีการการสร้างสรรค์และหลักการนำไปใช้ในงานโฆษณาที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์

2. ปรัชญาว่าด้วยสุนทรียภาพทางการสื่อสาร ที่ว่าด้วยการศึกษาความงามในเชิงทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ ไม่ว่าจะเป็นของธรรมชาติหรืองานศิลปะ มักกล่าวในลักษณะเป็นปรัชญาหรือทฤษฎี ทั้งในเชิงจิตวิทยา จริยศาสตร์ สังคมศาสตร์ รวมถึงประวัติ รสนิยม และการวิจารณ์งานศิลปะด้วย

3. แนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ว่าด้วยอิทธิพลของเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการกำหนดรูปแบบวิธี การสื่อสารที่ได้รับผลกระทบต่อสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคล ทั้งนี้งานซิเนมากราฟถือเป็นผลงานสร้างสรรค์ที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดทิศทาง

4. แนวคิดเรื่องการรับรู้ ว่าด้วยการแปลความหมายจากการสัมผัสโดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอายตนะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อการแปลความ เมื่อเกิดการสัมผัสบุคคลจะเกิดมีการแปลการสัมผัส และมีเจตนาที่จะแปลสัมผัสนั้น การแปลสัมผัสจะเกิดขึ้นในสมอง ทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ จากสิ่งเร้าทางการสื่อสาร

ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับประเด็นทางศึกษาวิจัย เนื่องจากเทคนิคการสร้างสรรค์งานซิเนมากราฟเป็นผลผลิตจากอิทธิพลของเทคโนโลยีทางภาพที่ก่อให้เกิดสุนทรียภาพทางการสื่อสารที่แตกต่างไปจากเดิม อันส่งผลลต่อการรับรู้และการตีความหมายของงานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเรมากราฟ

วิธีวิทยาการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับเทคนิคเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์การรับรู้โครงความคิดของบุคคล โดยใช้แนวทางการศึกษาการสร้างโครงความคิดของบุคคล (Personal construct approach) ด้วยเครื่องมือการสัมภาษณ์ตารางกรองการรับรู้ (Repertory grid) เพื่อให้เข้าใจองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ จากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของงานซิเนมากราฟ จำนวน 20 คน แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นงานโฆษณาที่ใช้เทคนิค Cinemagraph ในสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงปี 2554-2562 ที่ผ่านเกณฑ์ในการคัดเลือกงานจำนวน 12 ชิ้นงาน ซึ่งเป็นไปตามแนวทางการคัดเลือกผลงานของวิธีการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์กรองการรับรู้ (Repertory grid) โดยผู้รับการสัมภาษณ์จะเลือกเพียง 7 ชิ้นงานจากจำนวนดังกล่าว ทั้งนี้โดยมีเกณฑ์การเลือกชิ้นงานดังต่อไปนี้

1. เป็นงานโฆษณาที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ สืบค้นด้วยคำว่า “Cinemagraph Advertising” ทำให้พบว่ามีงานที่อยู่ในฐานข้อมูลจำนวน 87 ชิ้นงาน

2. ผู้เชี่ยวชาญงานด้านการสื่อสารด้วยภาพ 3 คน ทำการคัดเลือกชิ้นงานโฆษณาที่มีลักษณะสร้างผัสสะการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายในมิติที่เกี่ยวข้องกับกลิ่น รสชาติ สัมผัส และสุนทรียทางเสียง ทำให้ได้งานจำนวน 12 ชิ้น

3. คัดเลือกผู้รับการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 20 คน โดยเน้นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของงานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟ

การวิเคราะห์ข้อมูลของการสัมภาษณ์กรองการรับรู้ ใช้การทดสอบหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างโครงความคิดเรื่ององค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ซิเนมากราฟที่มีประสิทธิภาพในการรับรู้ทางการสื่อสารที่ดีที่สุดกับองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่ผู้ให้สัมภาษณ์สร้างขึ้น ซึ่งวิธีการตรวจสอบดังกล่าวเป็นข้อเด่นที่ทำให้เชื่อถือได้ถึงองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของบุคคล และเป็นสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์งานนำองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ได้

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์โดยใช้แนวทางการศึกษาการสร้างโครงความคิดของบุคคล (Personal construct approach) ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร มี 6 องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) หลักการสร้างความเคลื่อนไหว (Movement) เป็นการเล่าเรื่องแบบคู่ขนานระหว่างภาพนิ่งกับภาพเคลื่อนไหวบนหลักการปรากฏพร้อมของมิติด้านกาล (Time) และเทศะ (Space) พบว่า มี 2 ลักษณะ ดังตัวอย่างรูปที่ 1.3

รูปที่ 1.3 ภาพการเคลื่อนไหวของเสื้อผ้าที่มีความพลิ้วไหว
https://bit.ly/3oPP1MA (สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2563)

1.1) การเคลื่อนไหวที่มีความพลิ้วไหว (Slow motion) เพื่อสื่อความมีชีวิตชีวา

เมื่อมีบางสิ่งบางอย่างเคลื่อนไหวในภาพผ่านเทคนิคซิเนมากราฟทำให้สิ่งที่มีการเคลื่อนไหวเป็นจุดที่ดึงดูดสายตาอย่างแปลกประหลาด (Strange attractor) ทำให้สายตาโฟกัสไปพลังการเคลื่อนไหวนั้นและสามารถกำกับความเข้าใจได้ว่าภาพโฆษณานั้นต้องการสื่อสารคุณสมบัติอะไรของสินค้า ถ้าเปรียบเทียบกับภาพโฆษณาทั่วไปที่เป็นภาพนิ่งไม่มีการเคลื่อนไหวการที่มีภาพสินค้าที่เด่นจะสร้างความโดดเด่นได้ แต่ในการใช้เทคนิคของซิเนมากราฟเมื่อมีการเคลื่อนไหวในภาพ สินค้าที่เด่นอยู่แล้วจะยิ่งเพิ่มการดึงดูดสายตามากขึ้น ดังที่ A (นามสมมุติ) กล่าวว่า “การพลิ้วไหวทำให้ดูมีชีวิตชีวา เกิดความน่าสนใจในความรู้สึกที่ได้สัมผัส” ความเคลื่อนไหวบางส่วนของภาพได้สื่อความชีวิตชีวา เป็นการปรากฏพร้อมกัน (Simultaneity) ของมิติด้านกาล ซึ่งสะท้อนผ่านช่วงเวลาของความเคลื่อนไหวกับมิติด้านเทศะที่แสดงขนาดพื้นที่ที่สินค้าแสดงความครอบครองอาณาเขตทางกายภาพ

1.2) การเคลื่อนไหวที่รวดเร็วเพื่อสื่อคุณสมบัติความคล่องแคล่ว (Fast motion)

การเคลื่อนไหวในภาพโฆษณาเป็นความงามตามแนวทางของลัทธิ Futurism ความเคลื่อนไหวที่รวดเร็วทำให้ผู้รับสารสามารถจินตนาการถึงคุณสมบัติความคล่องแคล่วที่เกิดจากการใช้สินค้า ดังที่ C (นามสมมุติ) กล่าวว่า “การเคลื่อนไหวที่เร็ว ทำให้รู้สึกถึงความกระฉับกระเฉง ดูมีการใช้การเคลื่อนไหวที่มีลักษณะส่งเสริมกัน” ทั้งนี้ภาพที่แสดงการเคลื่อนไหวที่รวดเร็วยังเป็นการกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกให้ผู้รับสารตื่นตัว พร้อม ๆ กับการปรากฏพร้อมกันของมิติด้านจังหวะเวลาและการแสดงอาณาเขตทางกายภาพ

2) หลักแห่งชีวิต (Life) เป็นการเล่าเรื่องผ่านความสัมพันธ์แบบชีวาสมาสัย (Symbiotic Relationship) ระหว่างรูปธรรมของภาพนิ่งกับความหมายนามธรรมจากความเคลื่อนไหว

ลักษณะซิเนมากราฟที่นำเสนอความเคลื่อนไหวอยู่ในภาพนิ่งทำให้ผู้รับสารให้ความสนใจองค์ประกอบอื่น ๆ ในภาพเพิ่มเติม ดังที่ P (นามสมมุติ) กล่าวว่า “เวลาที่มีธรรมชาติหรือสิ่งมีชีวิตอยู่ในภาพจะทำให้เรามีความรู้สึกร่วมไปภาพด้วย” ดังตัวอย่างรูปที่ 1.4

รูปที่ 1.4 ภาพการเคลื่อนไหวของสิ่งมีชีวิต
https://bit.ly/3oP6c11 (สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2563)

จากรูปที่ 4.1 จะเห็นได้ว่า โซนของภาพการเคลื่อนไหว (Movement zone) เป็นกลุ่มภาพของกระต่ายที่สามารถสื่อความหมายเชิงนามธรรมเกี่ยวกับความน่ารัก ความมีชีวิตชีวา ความสนุกเพลิดเพลิน ในขณะที่โซนของภาพนิ่ง (Static zone) เป็นรูปธรรมของวัตถุที่งานโฆษณาต้องการสื่อสารความหมายโดยตรง ความสัมพันธ์ระหว่างโซนภาพนิ่งและโซนภาพเคลื่อนไหวจึงก่อให้เกิดความสัมพันธ์แบบซีวาสมาสัย กล่าวคือ เป็นการเสริมความหมายทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรม เพื่อก่อให้เกิดพลังดึงดูดใจทางการสื่อสาร

ต่อแนวทางดังกล่าว Kurokawa (1994:38) กล่าวว่า ซีวาสมาสัย (Symbiosis) คือการเกื้อกูลของความสัมพันธ์ตามหลักของชีวิตซึ่งมีความหมายครอบคลุมถึงระบบสังคมหรือระบบนิเวศน์โดยมีแนวคิดพื้นฐานที่กล่าวถึงการดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์กลมกลืนกันของสิ่งมีชีวิต โดยเชื่อว่าหลักของชีวิตคือหลักของการประกอบสร้างความหมาย ส่งผลไปถึงแนวคิดการเปลี่ยนรูป (Metamorphosis) และพัฒนาการของการตีความหมายทางการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่าความเคลื่อนไหวในภาพของสิ่งมีชีวิตในงานโฆษณา ได้แก่ ภาพการเคลื่อนไหวของกระต่ายน้อยบนโต๊ะอาหาร ภาพผีเสื้อที่เคลื่อนไหวในสวนบนโต๊ะเล็ก ๆ ต่างสร้างความหมายในการเล่าเรื่องและสร้างพลังดึงดูดอย่างน่าประหลาดใจให้กับผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

3) การใช้องค์ประกอบ Minimalism

มินิมอล (Minimal) หรือ มินิมอลลิสม์ (Minimalism) หมายถึง การออกแบบงานศิลปะที่คงไว้ซึ่งความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน แต่ประโยชน์ยังคงมีอยู่ คำว่าน้อยในที่นี้หมายถึง การจัดลำดับความสำคัญและเลือกใช้แต่สิ่งที่จำเป็นในการสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากการใช้องค์ประกอบวัตถุเท่าที่จำเป็นแล้ว การจัดองค์ประกอบภาพเน้นการให้ความสำคัญกับพื้นที่ว่าง (Space) เพื่อให้ผู้รับสารได้มีพื้นที่สำหรับจินตนาการของตนเอง นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้รับสารได้ความรู้สึกผ่อนคลายจากการนำเสนอความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนทำให้รู้สึกไม่อึดอัด ดังที่ E (นามสมมุติ) กล่าวว่า “การเคลื่อนไหวบางอย่างเพียงเล็กน้อยแบบมินิมอล ให้ความรู้สึกดูมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ เพราะเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน” ดังตัวอย่างรูปที่ 1.5

รูปที่ 1.5 ภาพการเคลื่อนไหวที่ใช้องค์ประกอบ Minimalism
https://bit.ly/3anBaES (สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2563)

จากรูปที่ 1.5 จะเห็นได้ว่าแม้เพียงการเคลื่อนที่ที่ไม่มากและมีความเรียบง่าย ก็สามารถสร้างการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์นั้นได้ว่าเป็นแบรนด์ที่เป็นสินค้าพรีเมียม สินค้ากลุ่มนี้คือสินค้าที่ผู้ซื้อหรือผู้รับรู้สึกว่าเป็นของมีค่า เป็นของดีมีคุณภาพรู้สึกถึงความพิเศษไม่เหมือนใคร และให้คุณค่าทางจิตใจ ทำเพื่อเฉพาะเจาะกลุ่มลูกค้าในระดับที่มีรายได้สูง ซึ่งการนำเสนอดังกล่าวเป็นการลดข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ (Low information) เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในระดับที่สูง (High participation) ผ่านจินตนาการของผู้รับสาร

4) สุนทรียะของแสง (Lighting) กับพลังความเคลื่อนไหว

การเคลื่อนที่ของแสงทำให้ช่วยสื่อพลังความเคลื่อนไหว แสงสว่างเกิดจากสิ่งที่ให้กำเนิดแสงทำให้เกิดอนุภาคเล็ก ๆ ที่เรียกว่า คอร์พัสเซิล (Corpuscles) เมื่ออนุภาคเหล่านี้ผ่านเข้าสู่ตาจะทำให้เกิดความรู้สึกในการมองเห็น บรรยากาศของแสงที่สร้างสรรค์ขึ้นด้วยการใช้แสงผสานซ้อนไปกับส่วนต่าง ๆ บนพื้นที่ความเป็นจริง เพื่อเปลี่ยนแปลงพื้นที่ว่างให้เกิดผลทางอารมณ์ ความรู้สึก ต่อผู้ชมที่เข้ามามีส่วนร่วมในสถานการณ์ชั่วคราวที่ถูกสร้างขึ้น การมีแสงเข้ามาในภาพทำให้สายตาของมนุษย์โฟกัสมาที่แสงก่อนบังเกิดเป็นสุนทรียะของแสงต่อจิตใจของผู้รับสารทำให้เกิดแรงดึงดูดอย่างน่าสนใจ การจัดองค์ประกอบแสงเพื่อสื่อพลังความเคลื่อนไหวทำให้ภาพมีความโดดเด่นมาก และสามารถสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าได้ดี พลังความเคลื่อนไหวของแสงช่วยทำให้สินค้าดูมีระดับหรูหรา ผลการวิจัยพบว่า การจัดแสงเพื่อสื่อสุนทรียะและพลังความเคลื่อนไหว ได้แก่วิธีการจัดแสงแบบการสะท้อน (Reflection) การหักเห (Refraction) การกระจาย (Diffusion) การดูดกลืน (Absorbtion) การทะลุผ่าน (Transmission) การส่องสว่าง (Illumination) หรือความจ้า (Brighten) ดังที่ G (นามสมมุติ) กล่าวว่า “การที่นำการเคลื่อนไหวในภาพมาใช้กับแสงดูแล้วมีความรู้สึกและรับรู้ได้ ความวาวของแสงทำให้เห็นว่าสินค้ามีการเคลื่อนไหวเกิดความน่าสนใจ” ดังตัวอย่างรูปที่ 1.6

รูปที่ 1.6 ภาพการเคลื่อนไหวที่ใช้พลังของแสง
https://bit.ly/3iO5pts (สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2563)

จากรูปที่ 1.6 จะเห็นได้ว่า แสงที่เคลื่อนไหวทำให้ดึงดูดสายตา การที่นำความเคลื่อนไหวในภาพมาใช้กับแสงความวาวของแสง (Glittering lights) ทำให้เกิดความน่าสนใจในตัวภาพโฆษณา ส่วนแสงที่มีความระยิบระยับสามารถเพิ่มการรับรู้ให้กับคนดูได้เป็นอย่างดี วิธีการจัดแสงดังกล่าวนิยมใช้กับสินค้าของผู้หญิง ซึ่งเป็นสินค้าที่มีองค์ประกอบทางสุนทรียภาพอยู่ในตัวเอง และเป็นสินค้าในกลุ่มที่เน้นสุนทรียสัมผัสที่มีความหรูหรา จึงกล่าวได้ว่าสุนทรียะจากคุณสมบัติของสินค้ากับสุนทรียะของแสงได้บูรณาการเป็นหนึ่งเดียวกันในงานโฆษณาด้วยเทคนิคซิเนมากราฟ

5) การบูรณาการหลักจิตวิทยาของสี (Color) ร่วมกับสีในเชิงสัญลักษณ์เพื่อสื่ออารมณ์ของสินค้า

สีมีอิทธิพลต่อจิตใจในการเป็นสื่อเร้าทางด้านอารมณ์ในขณะเดียวกันสีมีความหมายในเชิงสัญลักษณ์อันเป็นผลจากการรับรู้ความหมายที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ผลวิจัยพบว่าการเลือกใช้โทนสีที่น้อยสามารถสื่อความหมายในทางจิตวิทยาได้ถึงคุณค่าอันสูงส่งของสินค้า พบได้ในการสื่อสารสินค้าที่จัดอยู่ในระดับพรีเมียม โทนสีที่น้อยยังช่วยสร้างความรู้สึกจากการดูโฆษณาสินค้าที่มีราคาสูงเหมือนเป็นสินค้าที่สามารถสัมผัสได้จริง ดังที่ F (นามสมมุติ) กล่าวว่า “การทำสีให้เป็นไปในทางเดียวกัน จะทำให้งานดูแพงขึ้น ไม่ทำให้รู้สึกเป็นขายสินค้าแบบขายตรงเกินไป งานที่ออกมาดูเป็นงานคราฟ หรืองานที่ใส่ใจให้การออกแบบ” ดังตัวอย่างรูปที่ 1.7

รูปที่ 1.7 ภาพการเคลื่อนไหวที่ใช้หลักจิตวิทยาสีสื่ออารมณ์
https://bit.ly/3oNDqO2 (สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2563)

การบูรณาการหลักจิตวิทยาของสีร่วมกับสีในเชิลสัญลักลักษณ์ดังรูปที่ 1.7 พิจารณาได้ว่า สีน้ำตาลของฉากหลังมีฐานะเป็นสีแบบ Monotone และ Warm tone ที่ให้พลังในการกระตุ้นการเห็นในสีของอาภรณ์นางแบบมีความโดดเด่น ในขณะที่สีในเชิงสัญลักษณ์ของสีน้ำตาลทองเป็นนัยของการสื่อสัญลักษณ์ถึงความคลาสสิก ความสูงส่งแบบราชสำนัก เมื่อมีการบูรณาการทั้งหลักจิตวิทยาของแสงละสีในเชิงสัญลักษณ์ผ่านเทคนิคซิเนมากราฟ จึงทำให้งานสื่อถึงการขายสินค้า พร้อมทั้งเป็นการยกระดับภาพลักษณ์ของสินค้าด้วย

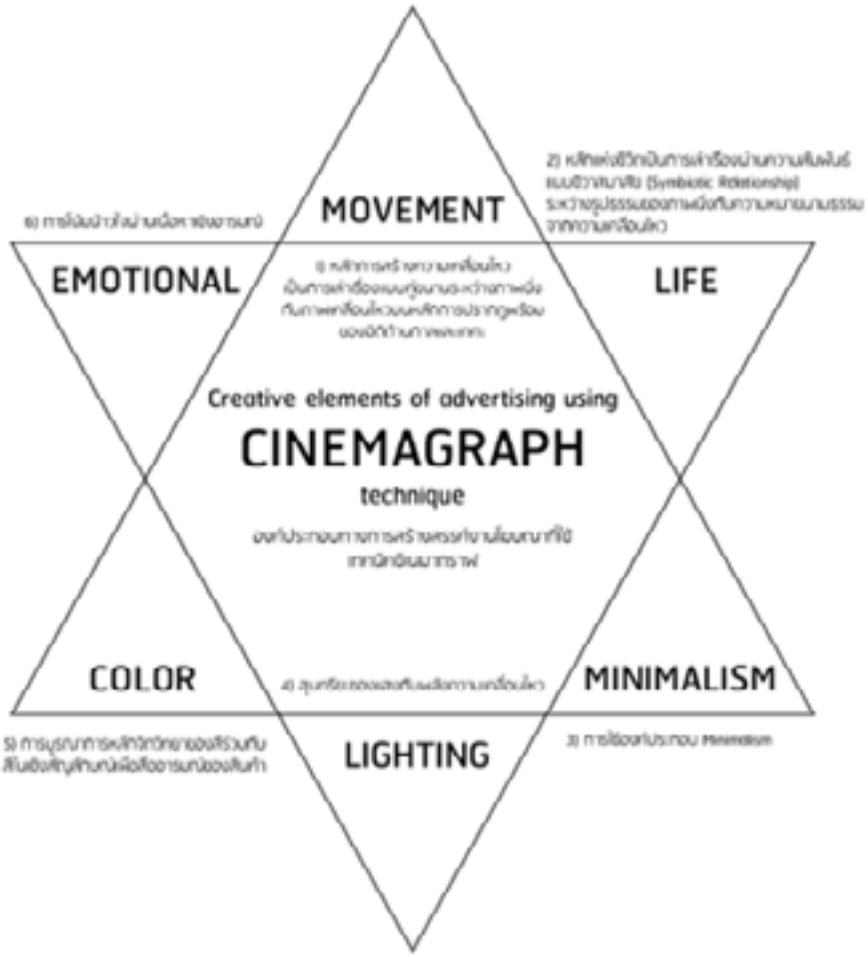
6) การโน้มน้าวใจผ่านเนื้อหาเชิงอารมณ์ (Emotional content)

การสื่อองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล (Digital storytelling) คือองค์ประกอบเนื้อหาเชิงอารมณ์ ทั้งนี้สืบเนื่องจากอารมณ์มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากกว่าการใช้เหตุผลหรือข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า อารมณ์ที่สื่อถึงความสุขในมิติต่าง ๆ เป็นสิ่งที่พบในงานโฆษณาด้วยเทคนิคซิเนมากราฟ ตัวอย่างเช่นภาพความเย้ายวน ภาพที่แสดงความดึงดูดทางเพศทำให้น่าหลงใหลเป็นการสร้างอารมณ์ที่ให้เกิดความสุข และมีแรงดึงดูดที่โน้มน้าวใจให้เกิดการมีส่วนร่วม ดังที่ Q (นามสมมุติ) กล่าวว่า “การใช้คนทำให้สื่อสารง่ายจะช่วยสร้างอารมณ์ให้เห็นถึงการใช้งานของสินค้าต่าง ๆ ช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้านั้นได้เมื่อเราได้ดูภาพโฆษณา” ดังตัวอย่างรูปที่ 1.8

รูปที่ 1.8 ภาพการเคลื่อนไหวที่ใช้การโน้วน้าวใจเชิงอารมณ์
https://bit.ly/3aql5hW (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2563)

จากรูปที่ 1.8 จะเห็นได้ว่าภาพที่สื่อถึงความเซ็กซี่ ซึ่งการเว้าวอนทางเพศ (Sex appeal) ถือเป็นอารมณ์ที่นำมาใช้ในงานโฆษณาอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้การสื่อสารเนื้อหาเชิงอารมณ์จะต้องใช้ร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น จิตวิทยาของสี กรณีรูปที่ 1.8 สีแดงที่อยู่ใน Movement zone เป็นจุดเด่นของภาพสินค้า ในขณะที่ภาษากายและการสื่อสารผ่านสายตาของตัวแบบ ทำให้งานสามารถสื่อเนื้อหาเชิงอารมณ์ได้ชัดเจน นอกจากนี้ยังพบว่า Movement zone ของโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟ จะเน้นภาพของสินค้าและจุดแสดงของอารมณ์ตัวแบบ ซึ่งถือเป็นหลักการสำคัญของการสื่อเนื้อหาเชิงอารมณ์ของงานโฆษณา

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นผู้วิจัยได้เสนอเป็นแผนภาพ Enochain ซึ่งแสดงการบูรณาการองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟของผู้วิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1.1 Atthaya's Enochian of Cinemagraph Creative Elements Model

อภิปรายผลการวิจัย

1) หลักการสร้างความเคลื่อนไหว (Movement) เป็นการเล่าเรื่องแบบคู่ขนานระหว่างภาพนิ่งกับภาพเคลื่อนไหวบนหลักการปรากฏพร้อมของมิติด้านกาลและเทศะ ที่มี 2 ลักษณะคือ การเคลื่อนไหวที่มีความพลิ้วไหว (Slow motion) และการเคลื่อนไหวที่รวดเร็วทำให้มีความคล่องแคล่ว (Fast motion) โดยทั้งสองลักษณะเป็นการปรากฏพร้อมกันทั้งมิติด้านเวลาและการครอบครองพื้นที่นั้น เป็นรูปแบบการสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับการปรากฏพร้อมของมิติด้านเวลาทางการสื่อสารและพื้นที่ของการสื่อสาร ในแนวคิดสัมพันธภาพความพร้อมของเหตุการณ์ (Concept of simultaneity) Max Jammer (2006) ได้กล่าวว่า หากเหตุการณ์เกิดขึ้นในมิติของพื้นที่และเวลาในขณะเดียวกันเป็นหลักแห่งการยอมรับว่ามิติทางด้านเวลาทั้งอดีต ปัจจุบันและอนาคตสามารถที่จะปรากฏขึ้น “พร้อมกัน” ในขณะเดียวกันได้ สอดคล้องกับการเกิดขึ้นพร้อมกันระหว่างภาพนิ่งที่ครอบครองพื้นที่ (Space) และภาพเคลื่อนไหวที่เป็นมิติด้านเวลา (Time) เมื่อมีบางสิ่งบางอย่างเคลื่อนไหวในภาพผ่านเทคนิคซิเนมากราฟทำให้สิ่งที่มีการเคลื่อนไหวเป็นจุดที่ดึงดูดสายตาอย่างแปลกประหลาด (Strange attractor) ทำให้สายตาโฟกัสไปพลังการเคลื่อนไหวนั้น แนวทางดังกล่าวยังสอดคล้องแนวคิดเรื่องการผสมผสาน (Hybrid) ซึ่ง McLuhan (1964)

กล่าวถึงปรากฏการณ์การผสมผสานหรือการพบกันของสองสื่อว่าคือช่วงเวลาที่เกิดขึ้นจริงเป็นปรากฏการณ์ที่รูปแบบใหม่ได้ถือกำเนิดขึ้น นอกจากนี้การสร้างความหมายในงานซิเนมากราฟสอดคล้องกับงานวิจัยของ Grit Thonglert (2003) ในประเด็นการบูรณาการภาพถ่ายและลายลักษณ์อักษรเข้าเป็นงานหนึ่งเดียวกันก่อให้เกิดคุณสมบัติทางการสื่อความหมายแบบทวิภาวะที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในเชิงเกื้อกูลกันทางการสื่อสาร เช่นเดียวกับซิเนมากราฟที่เป็นการเกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว

2) หลักแห่งชีวิตเป็นการเล่าเรื่องผ่านความสัมพันธ์แบบชีวาสมาสัย (Symbiotic Relationship) ระหว่างรูปธรรมของภาพนิ่งกับความหมายนามธรรมจากความเคลื่อนไหว สอดคล้องกับความสัมพันธ์แบบ Symbiosis ดังที่ Kurokawa (1994) ที่กล่าวถึงลักษณะสภาวะความสัมพันธ์ของสิ่งสองสิ่งที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจมีลักษณะเชิงนามธรรมหรือรูปธรรมก็ได้ เป็นหลักของการผสมผสานร่วมกันของสรรพสิ่งซึ่งเป็นการเกื้อกูลของความสัมพันธ์ในระดับชีวิตหรือในระบบสังคมหรือระบบนิเวศน์โดยมีองค์ประกอบของความสัมพันธ์แบบชีวาสมาสัย ได้แก่ 1) Sacred zone หลักการยอมรับขอบเขตที่ล่วงละเมิดมิได้ โดยยอมรับว่าภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในงานซิเนมากราฟต่างทำหน้ามี่ไม่ซ้ำซ้อนกันในการเสนอสารสนเทศและจินตนาการ 2) Common rule เป็นกฎเกณฑ์พื้นฐานที่องค์ประกอบที่แตกต่างกันสามารถดำรงอยู่ร่วมกันได้ ทั้งนี้การอยู่ร่วมกันของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในงานซิเนมากราฟต่างมีเป้าหมายร่วมกันคือ การสื่อสารเพื่อการโน้วน้าวในของงานโฆษณา 3) Intermediary space เป็นพื้นที่สื่อกลางที่ยอมให้องค์ประกอบอันเป็นคู่ตรงข้ามดำรงอยู่ร่วมกันได้ ในกรณีนี้คือ พื้นที่สื่อกลางของแพตพอร์มทางการสื่อสาร ได้แก่ คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตที่อยู่ในส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล 4) Metamorphosis การเปลี่ยนรูปร่างโครงสร้างอันเป็นคุณลักษณะพิเศษของกระบวนการชีวิต เมื่อมีการเปลี่ยนรูปจากความสัมพันธ์ระหว่างภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เป็นการเติบโตของความหมายที่สร้างรูปแบบการสื่อสารในเทคนิคเรียกซิเนมากราฟ

3) การใช้องค์ประกอบ Minimalism หัวใจสำคัญของแนวคิดนี้คือ “การลดทอนสิ่งที่ไม่จำเป็นออกไปและเหลือไว้แค่สิ่งสำคัญ” การสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟ ไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนที่ที่ดูเรียบง่าย หรือการจัดวางองค์ประกอบที่ส่งผลให้เข้าถึงคำว่า “น้อยแต่มาก” (Less is More) ดังที่ศุภวิช อิศรางกูร ณ อยุธยา (2552) กล่าวว่าเป็นแนวทางการทำงานของนักออกแบบในเรื่องการทำน้อย ๆ แต่ดูดี ซึ่งเน้นความเรียบง่าย มักใช้กระบวนการทำงาน ที่เรียกว่ากระบวนการลดทอน (Reductive process) สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องสื่อร้อน (Hot media) ที่เสนอโดย Mcluhan (1994) โดยที่ภาพนิ่งและวิดีทัศน์จัดเป็นภาพประเภทสื่อร้อน เพราะมีการนำเสนอข้อมูลที่เร้าการสัมผัสสูง (Sensory data) ในขณะที่หลัก Minimalism เป็นการจัดองค์ประกอบโดยใช้วัตถุเท่าที่จำเป็น เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าเทคนิคซิเนมากราฟเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีพัฒนาการสูงมากขึ้นกว่าชุดภาพถ่ายปกติ โดยที่เนื้อหาของงานเพิ่มการเร้าจินตนาการของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

4) สุนทรียะของแสง (Lighting) กับพลังความเคลื่อนไหว แสงเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดพลังความเคลื่อนไหวที่เข้ามากระตุ้นการรับรู้ของผู้รับสารให้เกิดผลทางอารมณ์และความรู้สึก นำไปสู่สุนทรียภาพทางการสื่อสารดังที่ Jakobson (1987) ที่ได้กล่าวถึงหน้าที่เชิงสุนทรียภาพทางการสื่อสาร (Poetic function) โดยเป็นหน้าที่สนับสนุนความงามควบคู่กับความหมายของงาน

5) การบูรณาการหลักจิตวิทยาของสี (Color) ร่วมกับสีเชิงสัญลักษณ์เพื่อสื่ออารมณ์ของสินค้า การใช้โทนสีที่สร้างความรู้สึกที่ทำให้คนดูมีส่วนร่วมไปภาพที่เห็นในโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนากราฟ จะเกิดความสัมพันธ์ระหว่างสีที่เลือกใช้กับกับจินตนาการของผู้รับสารที่ได้เห็นภาพนั้นเกิดขึ้น อย่างในงานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟส่วนใหญ่แล้วจะเป็นสินค้าในระดับผู้มีกำลังซื้อสูง การนำเสนอให้รู้สึกว่าสินค้าดูมีความหรูหราโดยการใช้โทนสี ทำให้ผู้รับสารรับรู้ถึงความคุ้มค่าและคุณภาพของใช้สินค้านั้น ๆ และสร้างความมั่นใจที่จะดึงดูดให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อสินค้าได้ สอดคล้องกับ Andrew Elliot and Markus Maier (2007) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า “เมื่อพิจารณาจากการมองเห็นสี จิตวิทยาสีกับความรู้สึกอาจมีความสัมพันธ์กัน” ดังนั้นการเลือกใช้สีที่สัมพันธ์กับความรู้สึกและพฤติกรรมของมนุษย์ย่อมส่งผลให้สร้างการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่ายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6) การโน้มน้าวใจผ่านเนื้อหาเชิงอารมณ์ (Emotional content) สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความรับรู้ ดังที่วัฒนาพร เขื่อนสุวรรณ (2547) เสนอว่าพฤติกรรมของมุษย์เพื่อสนองตอบต่อสิ่งแวดล้อม ที่มากระทบประสาทรับสัมผัสเพื่อให้สมอง แปลความหมายเกิดเป็นการรับรู้ เป็นผลต่อการกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกด้วยความสนใจ ทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้น สามารถปลุกเร้าในสิ่งที่เกิดขึ้นได้ และสอดคล้องกับ Jakobson (1987) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางการสื่อสารในเรื่อง Emotive function ซึ่งเป็นการเน้นองค์ประกอบด้านผู้ส่งสาร เกี่ยวข้องกับการเน้นการสื่ออารมณ์ของผู้ส่งสาร โดยแสดงออกมาจากส่วนขยายของถ้อยคำ รูปแบบการเคลื่อนไหวในภาพที่เป็นทั้งแสงและการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่ประกอบสร้างการรับรู้ต่อสินค้า

จากการศึกษาองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 6 องค์ประกอบดังที่ได้นำเสนอมา จะเห็นได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่ช่วยสร้างการรับรู้และสร้างพลังการดึงดูดใจต่อผู้รับสารได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจากองค์ประกอบการสร้างสรรค์เหล่านี้สามารถนำมาแปลนแนวทางการสร้างสรรค์สำหรับนักออกแบบและผู้ที่สนใจในไปประยุกต์การสร้างสรรค์งานโฆษณาให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานทางการสื่อสารที่สร้างสรรค์ขึ้นจากเทคนิคใหม่ ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากเทคโนโลยีการสร้างสรรค์งานสื่อสารด้วยภาพมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาทำให้สามารถเกิดแนวคิดในการสร้างสรรค์ได้อย่างไม่หยุดนิ่ง

2. ควรมีการศึกษาการตีความหรือการรับรู้ความหมายของผู้รับสารที่มีต่องานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางของการสร้างสรรค์งานต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาชีพทางการสื่อสาร

1. องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ใช้เทคนิคซิเนมากราฟบนสื่อสังคมออนไลน์สามารถสื่อสารและกระตุ้นสุนทรียสัมผัสของผู้รับสารได้ดี เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการสื่อสารเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านการสัมผัสของสินค้าเกี่ยวกับ กลิ่น รสชาติ การสัมผัสและสุนทรียะทางเสียง

2. องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ในมิติได้แก่ พลังความเคลื่อนไหว หลักแห่งชีวิต หลัก Minimalism แสง สี และการสื่อเนื้อหาเชิงอารมณ์จากซิเนมากราฟมีพลังดึงดูดผู้รับสารได้ดี ดังนั้นนักวิชาชีพทางการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์สามารถประยุกต์ใช้องค์ประกอบดังกล่าวเพื่อการออกแบบงานให้มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพได้

บรรณานุกรม

กฤษณ์ ทองเลิศ. (2555). *อมนุษย์ในสื่อ: จากความพร่ามัวสู่จินตนาการรูปธรรม.* กรุงเทพ: โรงพิมพ์เอเซียดิจิตอลการพิมพ์ จำกัด.

วัฒนาพร เขื่อนสุวรรณ. (2547). *หลักการทัศนศิลป์.* สืบค้นจาก http://watkadarin.com/E-(new)1/index.htm,

สมเกียรติ ตั้งนโม. (2552). *100 ปีลัทธิฟิวเจอร์ริสม์: ลัทธิศิลปะแห่งการทำลาย (Futurism100)* สืบค้นจาก http://midnightuniv.tumrai.com/midnighttext/ 0009999758.html, 7 ธันวาคม 2663.

ศุภวิช อิศรางกูร ณอยุธยา, (2552). ความงดงามของความเรียบง่าย? Is Less More?. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.* 13,(1) : 96-103.

Burberry. (2015). *Nail colour inspire*d. Retrieved from https://bit.ly/3iO5pts.

Burg, Kevin. Jamie Beck. (2011). *Mystical Wonderland.* Retrieved from https://bit.ly/3oP6c11

Burg, Kevin. (2014). *Bbalenciaga*. Retrieved from https://bit.ly/3anBaES

Burg, Kevin. (2015). *Fashion.* Retrieved from https://bit.ly/3oPP1MA

Burg, Kevin. (2015). *Chopard.* Retrieved from https://bit.ly/3oNDqO2)

Burg, Kevin. (2015). *Stuart Weitzman.* Retrieved from https://bit.ly/3aql5h

Elliot, Andrew. Maier,Markus. (2007) .Color and Psychological Functioning. *Journal of Experimental Psychology.* 16(5), 250-254

Grit Thonglert. (2003). Imagination themes of photo-text target printed group in advertisements. *Journal of Communication Arts*. 21(1), 96-103

Jakobson. (1987). *Roman. Language in Literature*. London, The Belknap Press of Harvard Uni versity Press.

Jammer, Max. (2006). *Concepts of Simultaneity: From Antiquity to Einstein and Beyond*. Baltimore : Johns Hopkins University Press.

Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*. NewYork: Routledge.

Leonard, Shlain. (1991). Art&physics parallel visions in space, time & light. New York: Quii William Morrow.

Lubbock,Tom. (2011). *Great Works: Dynamism of A Dog on a Leash* (1912) Giacomo Balla Retrieved from https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/great-works/great-works-dynamism-dog-leash-1912-giacomo-balla-1781174.html,

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man.* New York : McGraw-Hill.

Photofunky. (2019). *Glass of red wine.* Retrieved from https://www.photofunky.net/i/09323

Vera Mevorah. (2017) *What is a Cinemagraph?* Retrieved from www.widewalls.ch/magazine/cinemagraph.

W Kurokawa, Kisho. (1994). *The Philosophy of Symbiosis*. Great Britain, Academy Group.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[กันทลัส หน้า 49-59]

ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย

Attitudes toward characteristics of innovation and adoption of augmented reality in print media among Generation Y

กันทลัส ทองบุญมา. *คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.*

Kantalas Thongboonma. *Faculty of Communication Arts Rajapruk university.*

Email kantalas.th@gmail.com, kathon@rpu.ac.th

Received: 9 September 2021 ; Revised: 26 October 2021 ; Accepted: 11 November 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติต่อคุณลักษณะนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย โดยมีกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือ ประชาชนคนเจเนอเรชั่นวาย (บุคคลที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2521 – 2538) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย รวมถึงใช้สถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนเจเนอเรชันวาย มีทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์สูงที่สุด ในด้านความสามารถในการสังเกต รองลงมาคือด้านความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ความสอดคล้องกับการปฏิบัติ ความไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน และความสามารถในการทดลองใช้ตามลำดับ โดยพบว่าทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ และพบว่าทัศนคติด้านความไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน ด้านความสามารถในการทดลองใช้ และด้านความสอดคล้องกับการปฏิบัติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย

คำสำคัญ: คุณลักษณะนวัตกรรม, ทัศนคติต่อคุณลักษณะนวัตกรรม, การยอมรับนวัตกรรม

Abstract

The objectives of this study were to study the attitudes toward the characteristics of innovation and the adoption of augmented reality in print media among Generation Y. The samples in this study were Generation Y people (born between 1978 and 1995) living in Bangkok and its vicinity. In this study, the questionnaire was used as a research tool in the data collection and the data analysis was performed using descriptive statistics such as frequency, percentage, and mean. The hypothesis testing was performed by using inference statistics with Pearson's product moment correlation coefficient. The results showed that the attitudes of Generation Y toward the characteristics of innovation of augmented reality in print media in terms of observability was at a highest level, followed by relative advantage, compatibility, complexity, and trialability, respectively. The attitudes toward the characteristics of innovation were positively correlated with the adoption of augmented reality in print media. In addition, the attitudes toward complexity, trialability, and compatibility of the innovation were positively correlated with the adoption of augmented reality in print media among Generation Y.
Keywords: characteristics of innovation, adoption of innovation, augmented reality

บทนำ

โลกปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของแต่ละประเทศ โดยนวัตกรรม (Innovation) คือ ความคิด การกระทำ หรือวัตถุ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม (Rogers, 2003) ซึ่งไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนต่างให้ความสำคัญในการศึกษา ค้นคว้าวิจัย รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ เพราะหากเรียนรู้ได้เร็วก็จะสามารถปรับตัวได้เร็วและสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจได้เร็ว นอกจากนั้น การพัฒนาประเทศให้ทัดเทียมนานาชาติจำเป็นต้องพัฒนาและส่งเสริมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศควบคู่ไปด้วย (นริศ ภาชนะพรรณ, 2561)

การวิเคราะห์ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยบริษัทการ์ทเนอร์ (Gartner Inc.) ซึ่งเป็นบริษัทให้คำปรึกษาและวิจัยด้านเทคโนโลยีที่มีชื่อเสียงในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้เปิดเผยแนวโน้มของเทคโนโลยีที่น่าจับตามองเป็นประจำทุกปี ซึ่งเทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality หรือ AR) เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่ได้รับการจัดให้อยู่ในเทคโนโลยีที่จะเข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่ปี 2017 เป็นต้นมา โดยในปี 2020 บริษัทการ์ทเนอร์ได้เปิดเผยแนวโน้มของเทคโนโลยี เพื่อให้องค์กรและบริษัททั่วโลกเตรียมศึกษาถึงผลกระทบและโอกาสที่จะนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ โดยได้ให้คำจำกัดความว่า "People-Centric Smart Spaces" ซึ่งเทคโนโลยีความจริงเสริมจัดอยู่ในกลุ่มเทคโนโลยีที่ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่หลากหมายของมนุษย์ (Multiexperience) (Kasey Panetta, 2019) โดยมุ่งเน้นที่การสร้างประสบการณ์อันน่าตื่นตาตื่นใจ (Immersive Technology) ให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สร้างความกลมกลืนระหว่างโลกในความจริง (Physical world) กับโลกจำลองแบบดิจิทัลด้วยการสร้าง "ความรู้สึกจมดิ่ง" (Immersion) ลงไปในโลกเสมือน ซึ่งให้ความรู้สึกคล้ายกับอยู่ในโลกความเป็นจริง (สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2562) โดยข้อมูลจาก บริษัท PwC Consulting

(ประเทศไทย) ระบุว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ เพราะถูกรวมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน อีกทั้งมีการนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ และข้อมูลจากบริษัท Digi-Capital คาดว่ามูลค่าการลงทุนในตลาดเทคโนโลยีความจริงเสริมทั่วโลกจะสูงถึง 90,000 ล้านดอลลาร์ ในปี 2563 โดยเอเชียจะเป็นผู้นำรายได้ในตลาดนี้ตามด้วย ยุโรป และอเมริกาเหนือ สะท้อนให้เห็นถึงทิศทางของการนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้ในอนาคตผ่านอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์มือถือ จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างตอบโจทย์ต่อไป (ไทยรัฐ, 2560)

ในประเทศไทยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมที่ประสบความสำเร็จ และทำให้เป็นเทคโนโลยีที่ถูกจับตามองเริ่มต้นจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมกับวาระสำคัญหรือโครงการพิเศษต่าง ๆ เพื่อสื่อสารข้อมูลแก่ประชาชนในโอกาสที่มีสถานการณ์สำคัญของประเทศ เช่น ไปรษณีย์ไทยได้นำเทคโนโลยีความจริงเสริมมาใช้สร้างตราไปรษณียากรรูปแบบพิเศษ เช่น ตราไปรษณียากรที่ระลึกชุด “ฉลองสิริราชสมบัติครบ 70 ปี” ภายใต้แนวคิด “The Longest Reign, The Longest Stamp” ในฐานะที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตรทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่ครองราชย์ยาวนานที่สุดในโลกขณะยังทรงมีพระชนม์ชีพ โดยดวงแสตมป์มีความยาว 170 มิลลิเมตร เป็นการสร้างสถิติใหม่เป็นแสตมป์ชุดสุดท้ายในรัชกาลที่ 9 และเป็นแสตมป์ชุดที่ยาวที่สุดในโลก (มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2560)

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีความโดดเด่นจนทำให้เป็นที่รู้จักของคนไทย และเป็นเทคโนโลยีที่ถูกจับตามอง คือเมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตรทรงเสด็จสวรรคต ในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งเป็นเหตุการณ์ความสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่ของคนไทย จากเหตุการณ์ในครั้งนั้น กระทรวงวัฒนธรรมได้จัดทำฉบับแผ่นพับที่ระลึก เนื่องในงานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร (มติชน, 2560) ในวงการสื่อสารมวลชนอย่างหนังสือพิมพ์ไทยรัฐก็ได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมร่วมกับหนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษเพื่อน้อมถวายอาลัยแด่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ฉบับวันที่ 20 มกราคม 2560 ในแนวคิด “หนังสือพิมพ์พูดได้” โดยใช้แอพพลิเคชัน Thairath AR ควบคู่ไปกับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับพิเศษ และไทยรัฐได้มีการใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมร่วมกับหนังสือพิมพ์อีกหลายฉบับในเวลาต่อมา (ไทยรัฐ, 2560)

ในด้านการศึกษาและการให้ความรู้แก่ประชาชน หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจของประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ในการให้การศึกษาและให้ความรู้แก่ประชาชนมากขึ้น เช่น สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) ได้จัดทำหนังสือแบบเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสริมที่จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวที่ชัดเจนขึ้น และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ร่วมกับบริษัท G Softbiz Co., Ltd. จัดทำแอพพลิเคชั่นนิทาน LarTo 3D โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมทำให้ตัวการ์ตูนไดโนเสาร์ในนิทานออกมาเป็นภาพ 3 มิติ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2557) องค์กรด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมกับสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงเป็นแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่สร้างความโดดเด่นรวมถึงสร้างภาพลักษณ์ความทันสมัยให้แก่สถานที่ท่องเที่ยงและประเทศไทยด้วย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยในมุมมองใหม่ ด้วยเทคโนโลยีเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ในโครงการจัดทำสื่อโปสเตอร์ มัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมผ่านแอปพลิเคชั่น Thailand AR Explorer (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ในด้านการสื่อสารการตลาด เทคโนโลยีความจริงเสริมเริ่มเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารการตลาดในประเทศไทยหลายรูปแบบ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างการตลาดเชิงประสบการณ์แก่ผู้บริโภคด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น ดิ เอ็มดิสทริค ห้างสรรพสินค้าใหญ่กลางย่านสุขุมวิท ได้นำเทคโนโลยีความจริงเสริมมาใช้ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เป็นถุงใส่สินค้าที่แตกต่างจากถุงแบบเดิมด้วยแอพพลิเคชัน The Em District (ไทยรัฐ, 2559)

การใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมในประเทศไทยทั้งภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และภาคธุรกิจ ให้ความสนใจในการนำเทคโนโลยีความจริงเสริมมาประยุกต์ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์หลากหลายรูปแบบ ซึ่งถือได้ว่าเทคโนโลยีความจริงเสริมเป็นนวัตกรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจเป็นอย่างมาก ด้วยคุณลักษณะของเทคโนโลยีความจริงเสริมซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ใช้สร้างภาพเสมือนจริงในรูปแบบดิจิทัลที่ปรากฏบนโลกจริง (Real-world) ของผู้ใช้งาน โดยสร้างความกลมกลืนระหว่างโลกในความจริง (physical environment) กับโลกจำลองแบบดิจิทัล ซึ่งให้ความรู้สึกคล้ายกับอยู่ในโลกความเป็นจริง (Huang and Liao, 2015) เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ ก็จะสามารถสร้างประสบการณ์เสมือนจริงรูปแบบใหม่ให้แก่ผู้ใช้งาน ทำให้ผู้รับสารได้รับประสบการณ์จากสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่โดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ ประกอบกับปัจจุบันที่เป็นยุคดิจิทัลนวัตกรรมและเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในทุกภาคส่วน จึงทำให้เทคโนโลยีความจริงเสริมเป็นนวัตกรรมที่โดดเด่นด้านการสร้างประสบการณ์แก่ผู้รับสารเป็นอย่างมาก

ในด้านการยอมรับนวัตกรรมนั้น กลุ่มคนกลุ่มเจนเนอเรชันวาย เป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทต่อการยอมรับนวัตกรรมในสังคม เนื่องจากคนเจนเนอเรชันวายมีการยอมรับนวัตกรรมและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมากกว่าเจนเนอร์เรชั่นอื่น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ประโยชน์จากแอพลิเคชันบนโทรศัพท์ มือถือ เช่น ธนาคารออนไลน์ หนังสือออนไลน์ ซึ่งความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีทำให้เจนเนอร์เรวายมีแนวโน้มที่จะมีทักษะด้านการสร้างสรรค์และใช้นวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมและการดำเนินชีวิต (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2559) โดยกลุ่มคนเจเนอเรชันวายส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ เร็วกว่าคนกลุ่มอื่นในสังคม (Early Adopters) เนื่องจากเติบโตมาพร้อมเทคโนโลยี มีรายได้เป็นของตนเอง และมองเทคโนโลยีเป็นเรื่องท้าทาย พฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมของคนกลุ่มนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งและเป็นตัวกำหนดว่านวัตกรรมนั้นจะมีอยู่หรือหายไปจากสังคม

การสร้างนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องศึกษาถึงคุณลักษณะนวัตกรรมของเทคโนโลยีความจริงเสริมที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้งาน โดยคุณลักษณะนวัตกรรมที่จะนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรม ประกอบด้วย ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) ความสอดคล้องกับการปฏิบัติ (Compatibility) ความไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน (Complexity) ความสามารถในการทดลองใช้ (Trialability) และ ความสามารถในการสังเกต (Observability) คุณลักษณะนวัตกรรมดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดการยอมรับนวัตกรรม (Rogers, 2003) หากนวัตกรรมใดผ่านขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมจากผู้บริโภคไปได้ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีนั้นจะเกิดการยอมรับในสังคม และเกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อย่างแท้จริง (Moore, 1991)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงทำการศึกษาทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะนวัตกรรมของเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์

ให้สอดคล้องกับทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้องค์กรสามารถนำแนวทางไปประยุกต์ใช้ไปในการพัฒนานวัตกรรมให้ตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย
2. เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีหัวข้อหลักดังนี้

1. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

การที่นวัตกรรมจะแพร่กระจายไปสู่สังคมนั้น ต้องศึกษาถึงคุณลักษณะนวัตกรรมที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้งาน โดยคุณลักษณะนวัตกรรมที่จะนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรม งานวิจัยนี้จึงกำหนดตัวแปรต้น ซึ่งเป็นเหตุหรือปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม คือ คุณลักษณะของนวัตกรรม ประกอบด้วย ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ความสอดคล้องกับการปฏิบัติ ความไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน ความสามารถในการทดลองใช้ และ ความสามารถในการสังเกต และตัวแปรตาม คือ ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม ประกอบด้วย ขั้นการตระหนักหรือตื่นตน ขั้นสนใจ ขั้นการประเมิน ขั้นทดลอง และขั้นตอนการยอมรับ (Rogers, 2003) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย

2. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality)

เทคโนโลยีความจริงเสริมเป็นนวัตกรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจเป็นอย่างมาก ประกอบกับในยุคดิจิทัล นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในทุกภาคส่วน เทคโนโลยีความจริงเสริมเป็นเทคโนโลยีที่จะช่วยผนวกเอาโลกแห่งความเป็นจริง กับโลกเสมือนจริงในเชิงดิจิทัลเข้าไว้ด้วยกัน จึงทำให้เป็นนวัตกรรมที่โดดเด่นด้านการสร้างประสบการณ์แก่ผู้รับสาร โดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำแบบสอบถาม การวิเคราะห์ผล และการอภิปรายผลการวิจัย

3. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มคนเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y)

ด้านการยอมรับนวัตกรรม กลุ่มคนเจเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ เร็วกว่าคนกลุ่มอื่นในสังคม (Early Adopters) เนื่องจากเติบโตมาพร้อมเทคโนโลยี มีรายได้เป็นของตนเอง และมองเทคโนโลยีเป็นเรื่องท้าทาย พฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมของคนกลุ่มนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นตัวกำหนดว่านวัตกรรมนั้นจะมีอยู่หรือหายไปจากสังคม งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทต่อการยอมรับนวัตกรรมในสังคม เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนานวัตกรรมและการสื่อสารนวัตกรรมนั้นให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบของการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นตัวแทนบุคคล จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นกลุ่มคนเจเนอเรชั่นวาย คือบุคคลที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2521 – 2538 (รศรินทร์ เกรย์และคณะ, 2559) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร) ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) เพื่อทำเก็บข้อมูล ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) คือบุคคลที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2521 – 2538 มีอายุระหว่าง 24 – 41 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่าง ๆ ในเขตปริมณฑล รวมจำนวน 2,830,676 คน (กรมการปกครอง, 2561) ขั้นตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีเก็บแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จำนวน 400 คน

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close–ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใชค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means) เพื่อหาค่าทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ และการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งมีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1 โดยค่าลบแสดงความสัมพันธ์ทางลบหรือตรงข้ามกัน และค่าบวกแสดงความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางเดียวกัน

สรุปผลการวิจัย

1. ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย

ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนเจเนอเรชันวายมีทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนมีทัศนคติในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสามารถในการสังเกต มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ มีค่าเฉลี่ย 3.83 ความสอดคล้องกับการปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ย 3.82 และความไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความสามารถในการทดลองใช้ มีค่าเฉลี่ย 3.63

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ประเด็นที่มีระดับทัศนคติสูงที่สุด คือ ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือ ทำให้เนื้อหาและข้อมูลในสื่อมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.84 ด้านความสอดคล้องกับการปฏิบัติ ประเด็นที่มีระดับทัศนคติสูงที่สุด คือ

ความสนใจข้อมูลจากองค์กรที่พัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.0 รองลงมา คือ การดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในอุปกรณ์สื่อสารอยู่บ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านความไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน ประเด็นที่มีระดับทัศนคติสูงที่สุด คือ การดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทำได้โดยง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา คือ การใช้งานไม่ซับซ้อนยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ด้านความสามารถในการทดลองใช้ คือ สามารถใช้งานได้ในครั้งแรกโดยไม่ต้องให้ผู้อื่นสอน มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ ใช้งานได้ง่ายโดยไม่ต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีมากนัก มีค่าเฉลี่ย 3.63 และด้านความสามารถในการสังเกต ประเด็นที่มีระดับทัศนคติสูงที่สุด คือ ทำให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่น่าสนใจและมีประโยชน์มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ทำให้ผู้รับสารได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.92

2. การยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย

ประชาชนเจเนอเรชันวายมีการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวายมากที่สุด คือ ขั้นตระหนักและตื่นตน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.09 รองลงมา คือ ขั้นการประเมิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ขั้นสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และขั้นการยอมรับ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ส่วนการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวายขั้นที่น้อยที่สุด คือ ขั้นทดลอง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 3.65 อยู่ในระดับมาก

3. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวายในภาพรวม โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.4 (r=.04) และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ทัศนคติด้านความยุ่งยากซับซ้อน และด้านความสามารถในการทดลองใช้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวายในภาพรวมเท่ากัน โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .17 (r=.17) รองลงมาคือความสอดคล้องกับการปฏิบัติซึ่งมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .13 (r=.13) โดยทั้งหมดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันหรือมีความสัมพันธ์เชิงบวก (r>0) นั่นหมายถึง ยิ่งประชาชนมีระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ด้านความยุ่งยากซับซ้อน ด้านความสามารถในการทดลองใช้ และ ด้านความสอดคล้องกับการปฏิบัติมาก ยิ่งทำให้ประชาชนมีการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้นตามไปด้วย ส่วนด้านความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบและด้านความสามารถในการสังเกต ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์

การพิจารณาทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมในภาพรวมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวายในรายด้าน พบว่า ทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม ในขั้นการประเมิน ขั้นตระหนักหรือตื่นตน และขั้นสนใจ (r= .20 .19 และ .13 ตามลำดับ) โดยในรายละเอียดพบว่าทัศนคติด้านความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการประเมิน และขั้นตระหนักหรือตื่นตน (r= .20 และ .17 ตามลำดับ) ทัศนคติด้านความสอดคล้องกับการปฏิบัติมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมในขั้นตระหนักหรือตื่นตน ขั้นการประเมิน และขั้นสนใจ (r= .23 .19 และ .13 ตามลำดับ) ทัศนคติด้านความ

ยุ่งยากซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมในขั้นสนใจ ขั้นทดลอง ขั้นประเมิน ขั้นยอมรับ และขั้นตระหนักหรือตื่นตน (r=.20 .19 .17 .12 และ .11 ตามลำดับ) ทัศนคติด้านความสามารถในการทดลองใช้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมในขั้นทดลอง ขั้นสนใจ ขั้นประเมิน และขั้นยอมรับ (r=.21 .16 .15 และ .13 ตามลำดับ) ทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความสามารถในการสังเกตมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมในขั้นตระหนักหรือตื่นตน และขั้นประเมิน (r=.22 และ .17 ตามลำดับ) นอกจากนั้นไม่สัมพันธ์กัน

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรม
กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย

ทัศนคติ	การยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์					
	ขั้นตระหนักหรือตื่นตน	ขั้นสนใจ	ขั้นการประเมิน	ขั้นการทดลอง	ขั้นการยอมรับ	รวม
ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ	.17**	.09	.20**	.03	.00	.09
ความสอดคล้องกับการปฏิบัติ	.23**	.13**	.19**	.03	.05	.13**
ความยุ่งยากซับซ้อน	.11*	.20**	.17**	.19**	.12*	.17**
ความสามารถในการทดลองใช้	.08	.16**	.15**	.21**	.13**	.17**
ความสามารถในการสังเกต	.22**	.02	.17**	.03	.00	.09
รวม	.19**	.13**	.20**	.10	.07	.15**

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05
** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนเจเนอเรชันวายมีทัศนคติต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสามารถในการสังเกต รองลงมา คือ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านความสามารถในการสังเกต ประเด็นที่มีระดับทัศนคติสูงที่สุด คือ ทำให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่น่าสนใจและมีประโยชน์มากขึ้น รองลงมาคือ ทำให้ผู้รับสารได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ซึ่งเทคโนโลยีความจริงเสริมช่วยเพิ่มการรับรู้คุณค่าของผู้รับสาร (Value perceptions) ด้วยคุณสมบัติเฉพาะในการควบคุมทางกายภาพ (Simulated physical control) และการผนวกกับสิ่งแวดล้อมจริง (Environmental embedding) ทั้งนี้ เทคโนโลยีความจริงเสริมสามารถทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงจากการมองเห็นวัตถุซึ่งวางอยู่บนกายภาพจริง (Physical reality) กล่าวคือ เป็นการทำให้ผู้บริโภครู้สึกเหมือนมีสิ่งของหรือวัตถุปรากฏบนพื้นที่ว่าง หรือเรียกว่า spatial presence (Hilken et al., 2017) เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับสื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถทำให้ผู้รับสารได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่แตกต่างจากการรับรู้ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบเดิม โดยสามารถมองเ

ห็นภาพเสมือนจริงในรูปแบบสามมิติปรากฏบนสื่อสิ่งพิมพ์บนโลกจริงของผู้ใช้งาน ในด้านความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ประเด็นที่มีระดับทัศนคติสูงที่สุด คือ ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะแปลกใหม่ รองลงมาคือ ทำให้เนื้อหาและข้อมูลในสื่อมีความน่าสนใจ ด้วยคุณลักษณะของเทคโนโลยีความจริงเสริมซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการสร้างภาพเสมือนจริงในรูปแบบดิจิทัลที่ปรากฏบนโลกจริง (Real-world) ของผู้ใช้งาน โดยสร้างความกลมกลืนระหว่างโลกในความจริง (physical environment) กับโลกจำลองแบบดิจิทัล ซึ่งให้ความรู้สึกคล้ายกับอยู่ในโลกความเป็นจริง (Huang and Liao, 2015) เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ก็จะสามารถสร้างประสบการณ์เสมือนจริงรูปแบบใหม่ให้แก่ผู้ใช้งาน ทำให้ผู้รับสารได้รับประสบการณ์จากสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่โดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ โดยการนำเสนอข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับสื่อสิ่งพิมพ์นั้น สามารถนำเรื่องที่ผู้บริโภคสนใจมาสื่อสารในรูปแบบใหม่ โดยประยุกต์ใช้ร่วมกับร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสริมซึ่งเป็นเทคโนโลยีการผสานโลกเสมือนกับโลกจริง และสื่อรูปแบบต่าง ๆ เช่น คลิปวิดีโอ ภาพเคลื่อนไหวที่มองเห็นแบบ 3 มิติ (3D Animation) เพื่อสร้างความน่าสนใจและความแปลกใหม่ที่ผู้ใช้งานไม่สามารถคาดเดาสิ่งที่จะปรากฏได้

จากผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในเชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย นั่นหมายถึง ยิ่งประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมมาก ยิ่งทำให้ประชาชนมีการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ ในภาพรวมมากขึ้นตามไปด้วย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจเนอเรชันวาย พบว่า ทัศนคติด้านความไม่ยุ่งยากซับซ้อนของนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์สูงที่สุด รองลงมาคือ ความสามารถในการทดลองใช้และความสอดคล้องกับการปฏิบัติ จะเห็นได้ว่า คุณลักษณะนวัตกรรมทั้ง 3 ด้าน บ่งบอกถึงการที่บุคคลจะสามารถเรียนรู้และใช้งานนวัตกรรมได้โดยง่าย รวมถึงสอดคล้องกับพฤติกรรม ค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ ซึ่งการที่บุคคลจะตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ในด้านจิตวิทยา บุคคลย่อมเคยชินกับแบบแผนชีวิตอย่างเก่า การปฏิบัติอย่างเก่า มีความรู้สึกว่าของเดิมดีอยู่แล้ว ไม่อยากเปลี่ยนแปลง (สุปราณี จริยะพร, 2542) และถ้านวัตกรรมมีวิธีการใช้ที่ยุ่งยากซับซ้อน บุคคลอาจไม่เข้าใจและใช้ไม่เป็น ทำให้นวัตกรรมนั้น ๆ อาจได้รับการปฏิเสธ (Rogers, 2003) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อสร้างประสบการณ์และทัศนคติแก่ผู้รับสาร ต้องมีคุณลักษณะสำคัญคือ การสร้างความสะดวกสบาย (Ease of use) การเสริมสร้างความรู้และข้อมูลเดิม (Prior Knowledge) และความมีประโยชน์ (Usefulness) (Baharuddin & Rambli, 2017)

ในส่วนทัศนคติด้านความไม่ยุ่งยากซับซ้อนของนวัตกรรม ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ นับเป็นนวัตกรรมในการสร้างประสบการณ์แก่ผู้ใช้งานในรูปแบบใหม่ และต้องมีขั้นตอนในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันและการเรียนรู้ในการใช้งาน จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนานวัตกรรมให้ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก และสามารถทดลองใช้โดยง่าย เพื่อจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดการตระหนักตื่นตน สนใจ ประเมิน ทดลองใช้จนเกิดการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมที่จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจและอยากใช้งานนั้นองค์ประกอบที่สำคัญคือ คือ การสร้างความสะดวกสบายในการใช้งาน โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริงซึ่งมีการใช้งานง่าย (Ease of use) สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนแก่ผู้ใช้งานโดยเฉพาะผู้ใช้งานที่มีความรู้ความเข้าใจด้านนวัตกรรมต่ำ (Low cognitive innovativeness) (Huang & Liao, 2015) ซึ่งสะดวกสบายในการใช้งานช่วยสร้างความพึงพอใจจากการได้รับประสบการณ์ของผู้รับสาร (Baharuddin & Rambli, 2017) ทั้งนี้ การรับรู้ถึงความง่าย (Perceived ease of use) ของการใช้งานเทคโนโลยีความจริงเสริมมีผลในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และทัศนคติต่อการใช้งาน (Julio et al., 2019)

ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ด้านความไม่ยุ่งยากซับซ้อนของนวัตกรรม ความสามารถในการทดลองใช้ และความสอดคล้องกับการปฏิบัติมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่าคุณลักษณะนวัตกรรมทั้ง 3 ด้าน บ่งบอกถึงการที่บุคคลจะสามารถเรียนรู้และใช้งานนวัตกรรมได้โดยง่ายรวมถึงสอดคล้องกับพฤติกรรม ค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ ดังนั้น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมให้ใช้งานได้สะดวก ไม่ซับซ้อน และสอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชน

1.2 ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านความสามารถในการสังเกต ประเด็นที่มีระดับทัศนคติสูงที่สุด คือ ทำให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่น่าสนใจและมีประโยชน์มากขึ้น รองลงมาคือ ทำให้ผู้รับสารได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และด้านความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบประเด็นที่มีระดับทัศนคติสูงที่สุด คือ ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะแปลกใหม่ รองลงมาคือ ทำให้เนื้อหาและข้อมูลในสื่อมีความน่าสนใจ ดังนั้น องค์กรควรนำคุณลักษณะของเทคโนโลยีความจริงเสริมซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สามารถสร้างภาพเสมือนจริงในรูปแบบดิจิทัลที่ปรากฏบนโลกจริงของผู้ใช้งานมาประยุกต์ใช้เพื่อทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะแปลกใหม่ และทำให้เนื้อหาและข้อมูลในสื่อมีความน่าสนใจ รวมถึงทำให้ผู้รับสารได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และได้รับข้อมูลที่น่าสนใจและมีประโยชน์มากขึ้น

2.ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการดำเนินการวิจัยในอนาคต ควรทำการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ไม่สามารถวัดได้ เช่น ความคิดและทัศนคติเชิงลึกที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อคุณลักษณะนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมที่ประยุกต์ใช้กับสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลจูงใจให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรม

2.2 การวิจัยในอนาคตเพื่อให้ได้แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมกับสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมจากผู้รับสารนั้น ควรมีการรวบรวมข้อมูลจากทั้งผู้ประกอบการและผู้สร้างนวัตกรรมด้วย ซึ่งบุคคลทั้ง 2 กลุ่มนี้เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมในการสื่อสาร ทั้งในส่วนของการกำหนดแผนนโยบายการดำเนินงาน และในส่วนของการสร้างนวัตกรรม

บรรณานุกรม

ไทยรัฐ. (2559). *ดิ เอ็มดิสทริค ฉลองครบรอบ 1 ปี จัดงาน "ดิ เอ็มดิสทริค เซลล์ออฟเดอะเซ็นจูรี่".*สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/ content/638700

ไทยรัฐ. (2560). *สุดยิ่งใหญ่ ไทยรัฐเนรมิต นสพ.มีชีวิต 'ส่งใจสู่ฟ้าอาลัยพ่อ' 15 ฉบับ.* สืบค้นจาก https:// www.thairath.co.th/content/1093685

นริศ ภาชนะพรรณ. (2561). *10 อันดับเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ สำหรับปี 2018*. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์.

มติชน. (2560). *กระทรวงวัฒนธรรมเร่งจัดทำจดหมายเหตุฯ-แผ่นพับที่ระลึก งานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ รัชกาลที่ 9.* สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/ education/news_657353

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2560). *มหาวิทยาลุยอุบลราชธานีพัฒนาโปรแกรม "ASEAN Stamp" ใช้เทคโนโลยี Augmented Reality : AR ผลิตแสตมป์ ชุด "ฉลองสิริราชสมบัติครบ 70 ปี" ชุดสุดท้ายในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ยาวที่สุดในโลก ร่วมกับไปรษณีย์ไทย.* สืบค้นจาก http://www.ubu.ac.th/new/ index.php?page=ubu_ event&id=12934& newsheader=show&newstype=7

รศรินทร์ เกรย์และคณะ. (2559). *คุณภาพชีวิตต่างวัยของผู้มีงานทำ (Quality of Life among Employed Population by Generations).* พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.(2559). *สุขภาพคนไทย 2559: ตายดี วิถีเลือกได้.* กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). (2562). *เปิดเทรนด์เทคโนโลยีที่น่าจับตามองในปี 2652*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2557). *สาระวิทย์.* กรุงเทพฯ: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

สุปราณี จริยะพร. (2542) *ความคิดเห็นและการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Eletronic commerce) : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Everett M. Rogers (2003). *Diffusion of Innovation.* New York: The Free Press.

Julio Cabero-Almenara, Jose Maria Fernandez-Batanero, Julio Barroso-Osuna (2019) Adoption of augmented reality technology by university students. *Heliyon,* (5), 1-9

Kasey Panetta (2019). *Gartner Top 10 Strategic Technology Trends for 2020*. Retrieved from https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2020/

Nuramalina Ahmad Baharuddin, Dayang Rohaya Awang Rambli. (2017). A Conceptual Model of AR Based Experiential Marketing. *International Conference on Electronic Commerce (ICEC 2017),* 119-125.

Tim Hilken, Ko de Ruyter, Mathew Chylinski, Dominik Mahr, Debbie I. Keeling (2017). Augmenting the eye of the beholder: exploring the strategic potential of augmented reality to enhance online service experiences. *Journl of the Academy of Marketing Science,* 45, 884–905.

Tseng-Lung Huang & Shuling Liao (2015). A model of acceptance of augmented-reality interactive technology: the moderating role of cognitive innovativeness. *Electronic Commerce Research,* 15, 269–295.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[กริ่งกาญจน์ หน้า 60-71]

การเรียนรู้ความเป็นพลเมืองเชิงสหวิทยาการโดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านภาพยนตร์สั้น

Project-based interdisciplinary citizenship learning through short movies

กริ่งกาญจน์ เจริญกุล. *คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้*

Kringkarn Jaroenkul. *Faculty Of Information And Communication. Maejo University*

Email: kring.thong@gmail.com

Received: 19 October 2021 ; Revised: 26 October 2021 ; Accepted: 11 November 2021

บทคัดย่อ

การเรียนรู้ความเป็นพลเมืองเชิงสหวิทยาการโดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านภาพยนตร์สั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษา 1)ผลการเรียนรู้ร่วมกันของนักศึกษาระหว่างศาสตร์ทางการศึกษาและศาสตร์ทางการสื่อสารผ่านการออกแบบและสร้างภาพยนตร์สั้น 2)ศึกษาความรู้ ทักษะและเจตคติ ความพึงพอใจในการเป็นพลเมืองดิจิทัล ของนักศึกษาที่ผ่านการเรียนรู้ครั้งนี้ โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและเจตคติของนักศึกษาสหวิทยาการ รวมทั้งแบบประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่ผ่านการเรียนรู้ และแบบประเมินเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและเจตคติของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีทักษะและเจตคติในการเป็นพลเมืองดิจิทัล ผ่านกระบวนการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในระดับมากทั้งในระดับบุคคลและชุมชน เช่นเดียวกันนักศึกษามีความพึงพอใจในกระบวนการจัดการเรียนรู้การเป็นพลเมืองดิจิทัลในระดับมาก ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกประเด็นที่เรียนรู้ร่วมกัน กระบวนการวางแผนปฏิบัติการร่วมกัน กระบวนการลงพื้นที่เพื่อถ่ายทำภาพยนตร์สั้น และกระบวนการเผยแพร่ผลงาน นอกจากนี้ นักศึกษาสามารถถอดบทเรียนความพึงพอใจของตนเองออกมาโดยผ่านการคิดอย่างเป็นระบบในรูปแบบของกระบวนการเรียนรู้แบบใช้โครงการเป็นฐาน ส่งผลให้เกิดทัศคติที่ดีต่อการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างเพื่อนต่างสถาบัน ยอมรับในความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลาย เข้าใจการทำงานสร้างสรรค์และมองภาพเป็นรูปธรรม ใช้ แรงบันดาลใจจากสิ่งที่ตนสนใจและค้นคว้า จนสามารถแปลข้อมูลนั้นๆ เพื่อสื่อสารได้ เกิดข้อค้นพบเป็น กระบวนการเรียนรู้โดยใช้ภาพยนตร์เป็นฐาน Movie Based Learning

คำสำคัญ : การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน, สหวิทยาการ, การเรียนรู้โดยใช้ภาพยนตร์เป็นฐาน

Abstract

Project-based interdisciplinary citizenship learning through short movies. The goal of education is to investigate students' collaborative learning outcomes across education and communication sciences through the creation of short films, as well as to investigate knowledge. Attitudes and skills the satisfaction of students who have completed this learning utilizing the technology in terms of digital citizenship is an informal interview form about knowledge. Student attitudes and skills from a multidisciplinary perspective, which includes a satisfaction assessment form for students who have completed their learning and knowledge assessment forms, as well as skills and attitudes of students in the program. The findings revealed that students possess the necessary abilities and attitudes for digital citizenship. at a high level, both at the individual and community levels, through a project-based learning method similarly, students are pleased with the digital citizenship education approach. Since the decision-making process for topics that are learnt collectively, a joint action planning approach has been established. Filming short films on location, as well as the process of spreading works. Through systematic reasoning in the form of a project-based learning process, students can also extract lessons from their own gratification. As a result, peers from various institutions developed a good attitude toward reciprocal learning. accept other points of view visualize concrete visuals and comprehend creative effort. Make use of their passions and research for ideas. Until you're able to interact with that information, The movie-based learning process was discovered.

Keywords: learning through project-based, multidisciplinary , movie-based learning

บทนำ

ยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดนส่งผลให้พลเมืองเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว อิทธิพลของสื่อสารสนเทศและดิจิทัล จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกลไกทางสังคมและปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกยุคศตวรรษที่ 21 และส่งผลต่อระดับการเปลี่ยนแปลงในระดับภูมิภาคและท้องถิ่น การปรับตัวและรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงตลอดจนการตั้งรับด้วยวิธีคิดเชิงระบบ จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในยุคนี้ สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (2560) กล่าวถึงพลเมืองดิจิทัล 3 รูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น พลเมืองรับผิดชอบ สามารถเข้าถึงสื่อ แหล่ง สารสนเทศ และดิจิทัลที่หลากหลาย มีทักษะวิเคราะห์ ประเมินคุณภาพ คุณค่าสื่อ ข่าวสาร เลือกรับและใช้ให้ เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และครอบครัว อย่างปลอดภัย มี ความรับผิดชอบ ปฏิบัติตาม กฎระเบียบ มีจริยธรรม และ ร้องเรียนให้เกิดการแก้ไขปัญหาเมื่อได้รับผลกระทบ โดยตรง สำหรับพลเมืองมีส่วนร่วม คือพลเมืองที่สามารถใช้สื่อ สารสนเทศและดิจิทัล เป็นเครื่องมือในการ สื่อสารอัตลักษณ์ของตนเองและรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหา พัฒนาสื่อ ข่าวสาร แหล่ง สารสนเทศให้เกิด ประโยชน์ ต่อกลุ่มและชุมชน และสุดท้ายคือพลเมืองมุ่งเน้นความเป็นธรรม มีความรู้และเข้าใจเรื่อง โครงสร้าง ระบบสื่อ สารสนเทศ สื่อดิจิทัล ใช้เพื่อสร้างการ เปลี่ยนแปลงให้สังคมดี ขึ้น มีบทบาททำให้เกิด การแก้ไขปัญหาและพัฒนาในระดับ โครงสร้าง กฎหมาย วัฒนธรรม

การสร้างพื้นที่การเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อในฐานะผู้บริโภค ผู้ผลิต และผู้ประยุกต์ใช้สื่อเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมจึงเป็นสิ่งจำเป็น เมื่อมิติมุมมองของสื่อสารสนเทศและดิจิทัล

มีความหลากหลาย การติดตั้งวิธีคิดและโลกทัศน์ให้แก่เยาวชน นักศึกษา สำหรับการนำไปใช้จริงบนพื้นที่ของการแบ่งปันมวลประสบการณ์ระหว่างศาสตร์การศึกษาและศาสตร์ทางการสื่อสารเป็นตัวแสดงให้เห็นการเชื่อมโยงและมองกระบวนการเรียนรู้นั้น ๆ ในเชิงสหวิทยาการ การสะท้อนประเด็นของสื่อด้วยมุมมองจากหลากหลายศาสตร์ก็จะทำให้สามารถมองสื่อด้วยความรอบคอบมากขึ้น

จากเหตุผลดังที่กล่าวมาข้างต้น จึงนำไปสู่การวิจัยเรื่อง การเรียนรู้ความเป็นพลเมืองเชิงสหวิทยาการโดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านภาพยนตร์สั้น เพื่อการสร้างมโนทัศน์ร่วมจากศักยภาพของนักศึกษาที่มีความหลากหลาย ให้สามารถอธิบายหรือสื่อความหมายของสื่อเพื่อส่งผ่านไปให้ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยมีแนวทางสำคัญคือการกระตุ้นเตือน เปลี่ยนมุมมอง เจตคติ สำรวจความพึงพอใจต่อกระบวนการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านภาพยนตร์สั้น รวมทั้งเปิดพื้นที่การเรียนรู้ใหม่ ๆ ให้กับผู้เรียนได้พัฒนาทักษะชีวิตการเป็นพลเมืองที่รู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล สู่การสื่อสารประเด็นทางสังคมเชิงสร้างสรรค์

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาผลการเรียนรู้ร่วมกัน (Cooperative Learning) ของนักศึกษาระหว่างศาสตร์ทางการศึกษาและศาสตร์ทางสารสนเทศและการสื่อสารผ่านการออกแบบและสร้างภาพยนตร์สั้น

2) เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะและเจตคติ รวมทั้งความพึงพอใจในการเป็นพลเมืองดิจิทัลของนักศึกษาที่ผ่านการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) ผ่านภาพยนตร์สั้น

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากแนวคิดความเป็นพลเมืองและพลโลก โดย อนุรักษ์ ลาวิลาศ(2554) ได้กล่าวถึงลักษณะพลเมืองที่ดีของประเทศชาติและสังคมโลกที่สำคัญอยู่ทั้งหมด 9 ลักษณะ โดยงานวิจัยการเรียนรู้ความเป็นพลเมืองเชิงสหวิทยาการโดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านภาพยนตร์สั้น นี้ ได้นำเอาเนื้อหา 1 ใน 9 ลักษณะความเป็นพลเมืองที่ดีมาใช้ในการดำเนินโครงการวิจัยได้แก่ ลักษณะการเป็นผู้มีเหตุผลและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ทุกคนย่อมมีอิสรภาพ เสรีภาพในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งการรู้จักการใช้เหตุผลในการดำเนินงาน จะทำให้ช่วยประสานความสัมพันธ์ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดีงามต่อกัน โดยเนื้อหาส่วนนี้นำมาเป็นแนวทางในกระบวนการร่วมคิดร่วมทำข้อมูลเพื่อพัฒนาออกมาเป็นบทภาพยนตร์สั้นต่อไป นอกจากนี้ในการทำงานเป็นกลุ่มยังต้องอาศัยลักษณะสำคัญได้แก่ การเคารพในสิทธิเสรีภาพของผู้อื่น ควรรู้จักเคารพในสิทธิเสรีภาพของผู้อื่นเช่นบุคคลมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นการพูด แต่ต้องไม่เป็นการพูดแสดงความคิดเห็นที่ใส่ร้ายผู้อื่นให้เสียหาย รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม ชุมชน ประเทศชาติ ในการอยู่ร่วมกันในสังคม ย่อมต้องมีการทำงานเป็นหมู่คณะ จึงต้องมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในงานนั้นๆ ให้สมาชิกแต่ละคนนำไปปฏิบัติตามที่ได้รับหมอบหมายไว้อย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้การทำงานกลุ่มเพื่อผลิตหนังสั้นเป็นไปโดยเรียบร้อยและเป็นระบบ

แนวคิดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน John Larmer (2013) กล่าวถึงการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานว่าเป็นวิธีการสอนเชิงระบบที่ใช้ความร่วมมือของผู้เรียนในการเรียนรู้องค์ความรู้ที่สำคัญและพัฒนาสมรรถนะในศตวรรษที่ 21 ผ่านการขยายความที่ผู้เรียนมีอิทธิพลในกระบวนการเรียนรู้แบบสืบสอบ ท่ามกลางโครงสร้างที่ซับซ้อน การสร้างคำถามตามสภาพจริงและการออกแบบผลผลิตรวมทั้งกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบ “4C”: Critical Thinking / Collaboration / Communication / Creativity นับเป็นโอกาสที่จะพัฒนาความสามารถของผู้เรียนผ่านธรรมชาติของการเรียนรู้ระหว่างการทำโครงงานในการทำงานร่วมกัน การคิดเชิงวิพากษ์ การสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาและการแบ่งปันข้อค้นพบสู่สาธารณะ

รูปแบบการเรียนรู้เชิงสหวิทยาการ คือการบูรณาการวิธีการและใช้รูปแบบการวิเคราะห์ที่มากกว่าหนึ่งศาสตร์ เพื่อพิสูจน์กระทู้ ประเด็น คำถามหรือหัวเรื่อง การศึกษาเชิงสหวิทยาการ(Interdisciplinary Education) สร้างกระบวนการใช้ระเบียบวิธี(Disciplinary Approaches) เพื่อนำไปสู่การศึกษาหัวเรื่องเพื่อสร้างความเข้าใจ จากความหลากหลาย(Variety) ของระเบียบวิธีที่เกี่ยวข้อง (Relevant Disciplines) การสังเคราะห์เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและ การบูรณาการแนวคิดที่สร้างความสมบูรณ์และความสัมพันธ์ รวมทั้งกรอบคิดในการวิเคราะห์ โดยงานวิจัยครั้งนี้เป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่าง 2 ศาสตร์ได้แก่ศาสตร์ทางด้านการศึกษา และศาสตร์ทางด้านการสื่อสาร ทั้งนี้ได้ใช้การกำหนดบทบาทหน้าที่ในงานผลิตภาพยนตร์มาพิจารณาตามความเชี่ยวชาญและเหมาะสมกับความสามารถของผู้เรียนรู้

วิธีดำเนินการวิจัย

1.พื้นที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยใช้พื้นที่ศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 82 คน ได้แก่ อาจารย์และนักศึกษาจาก รายวิชาการเขียนบทรายการวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ และรายวิชาการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำนวน 57 คน แบ่งเป็น อาจารย์จำนวน 2 คน และนักศึกษา จำนวน 55 คน รวมเป็น 57 คน

อาจารย์และนักศึกษา จากรายวิชาประชาธิปไตยและพลเมืองที่พึงประสงค์ของประชาสังคม และรายวิชาการบูรณาการแหล่งวิทยาการเรียนรู้ท้องถิ่น คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 25 คน แบ่งเป็น อาจารย์จำนวน 2 คน นักศึกษาจำนวน 23 คน

2.เครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลดังนี้ 1) การสนทนากลุ่มย่อย(focus group) ในประเด็นเกี่ยวกับการเรียนรู้ร่วมกัน (Cooperative Learning) ของนักศึกษาเชิงสหวิทยาการ โดยกำหนดประเด็นหลักในการสนทนากลุ่มย่อยจาก โจทย์งานวิจัยและวัตถุประสงค์งานวิจัย แล้วนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและ ขอข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข เมื่อแก้ไขเรียบร้อยแล้ว นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ทั้งนี้ ประเด็นหลักในการสนทนากลุ่มย่อยที่ได้รับการพัฒนาและปรับแก้แล้ว ประกอบด้วย 9 ประเด็นดังนี้

1) ความเป็นพลเมืองยุคดิจิทัลเป็นอย่างไรในความคิดของท่าน

2) ท่านคิดว่าท่านมีทักษะอะไรเพิ่มขึ้นจากการที่ได้เรียนรู้ โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้น

3) การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในมุมมองของท่านคืออะไร

4) ท่านคิดว่าการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้น ทำให้ท่านมีทัศนคติต่อการเป็นพลเมืองอย่างไร

5) ท่านคิดว่าท่านได้พัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างไร จากการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้น

6) จงสะท้อนคิดจากการลงพื้นที่เข้าไปทำงานการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้น ในชุมชนที่ท่านได้ไปถ่ายทำ

7) ในมุมมองของท่านบทบาทการทำงานระหว่างคณะศึกษาศาสตร์และคณะสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นอย่างไร และท่านมีบทบาทอย่างไร

8) จากการทำงานท่านมีมุมมองของเครือข่ายทางสังคมเปลี่ยนไปหรือไม่ อย่างไร

9) ท่านคิดว่าจิตสำนึกพลเมืองประเด็นใดที่มีความสำคัญต่อสภาวะการณ์ในปัจจุบัน

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มได้นำมาประมวล วิเคราะห์ และสังเคราะห์ตามประเด็น (Theme) เพื่อให้ได้ข้อสรุปความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มในประเด็นเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและเจตคติ รวมทั้งความพึงพอใจของนักศึกษาที่ผ่านการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน(Project Based Learning) ผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้น

2) แบบประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาในด้านการจัดการเรียนรู้ ศึกษาวิธีการสร้างรูปแบบการเขียนข้อคำถาม และการออกแบบโดยใช้หลักของทฤษฎีมาสโลว์ ในเรื่องเกี่ยวกับความพอใจ (จักรกฤษฎ์ แก้วประเสริฐ และคณะ. 2563 : 160 อ้างอิง Maslow.1970 :69 – 80) และขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจโดยมีจุดมุ่งหมายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและครอบคลุมจากหนังสือ ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจให้สอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ พร้อมทั้งหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) พวงรัตน์ ทวีรัตน์, (2543) โดยการหาค่า IOC ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.5 – 1.00 IOC ระดับความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.85 โดยพิจารณาความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของกระบวนการจัดการเรียนรู้ ดังนี้

ด้านกระบวนการ ประกอบด้วยประเด็นประเมิน

1.กระบวนการ การคัดเลือกประเด็นที่เลือกเรียนรู้ร่วมกัน

2.กระบวนการวางแผนปฏิบัติการร่วมกัน

3.กระบวนการลงพื้นที่เพื่อถ่ายทำสารคดี/ภาพยนตร์สั้นร่วมกัน

4.กระบวนการเผยแพร่ผลงาน สารคดี/ภาพยนตร์สั้นร่วมกัน

5.ภาพรวมรูปแบบการจัดการเรียนรู้มีความน่าสนใจ

6.ระยะเวลาการจัดการเรียนรู้มีความเหมาะสม

ด้านวิทยากร ประกอบด้วยประเด็นประเมิน

1.ความรู้ความสามารถของวิทยากร

2.การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร

3.การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นและซักถาม

4.ประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยากร โดยสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ได้

ด้านการมีส่วนร่วม ประกอบด้วยประเด็นประเมิน

1.การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมตามโอกาสต่างๆ

2.ความสัมพันธ์ในการร่วมคิด ร่วมทำ

3.มีการสร้างเครือข่ายในการทำกิจกรรมร่วมกัน

และจัดทำเครื่องมือแบบประเมินเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและเจตคติ รวมทั้งความพึงพอใจในการเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยแบ่งเป็น 2 ระดับดังนี้

1.1 ระดับบุคคล ประเมินความรู้และเข้าใจในบทบาท (ก่อน-หลัง) ความรู้และทักษะในการผลิต(ก่อน-หลัง) ความรู้และความเข้าใจในการเรียนการสอนรูปแบบการใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) (ก่อน-หลัง) ทัศนคติที่มีต่อการเรียนรู้การเป็นพลเมือง และมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชิงบวกในการเป็นพลเมืองระดับใด

1.2 ระดับชุมชน ประเมิน ระดับการเปิดพื้นที่ใหม่เพื่อการสื่อสารในชุมชนการเรียนรู้ร่วมกัน ระดับการมีส่วนร่วมของผู้เรียนทั้งด้านการศึกษาและการสื่อสาร ระดับความสัมพันธ์ ในกระบวนการวางแผนการผลิต กระบวนการผลิต และหลังการผลิต และระดับการสร้างจิตสำนึกพลเมือง

แล้วทำการสร้างแบบประเมิน ตั้งข้อคำถามให้ครอบคลุมและตรงวัตถุประสงค์ตามหลักการที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการแจกแจงรายละเอียดครบถ้วน และครอบคลุมตามหลักการที่จะวัด ซึ่งแบบประเมินความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สอบถาม ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ และระดับความรู้ ทักษะและเจตคติ รวมทั้งความพึงพอใจในการเป็นพลเมืองดิจิทัล ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ซึ่งแบบสอบถามความพึงพอใจเป็นข้อแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating) และกำหนดค่าเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likerts) มีเกณฑ์การให้น้ำหนักคะแนน เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว นำเสนอให้ผู้เชี่ยชชาญเพื่อตรวจสอบและขอข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อจะได้นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุง แก้ไข นำแบบประเมิน ความพึงพอใจที่แก้ไขเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนนำประเมินกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.การเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ทีมวิจัยได้ดำเนินการวางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศและการสื่อสาร การผลิตสื่อภาพยนตร์สั้น การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน มิติพลเมืองและมิติท้องถิ่นภิวัฒน์

2) จัดการประชุมเพื่อระดมสมองออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสหวิทยาการของอาจารย์ระหว่างศาสตร์ทางการศึกษาและศาสตร์ทางสารสนเทศและการสื่อสาร

3) ร่วมกันสร้างแผนกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) ผ่านภาพยนตร์สั้น

4) นำแผนกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) ผ่านภาพยนตร์สั้นไปใช้กับนักศึกษา กระบวนวิชา 071412 ประชาธิปไตยและพลเมืองที่พึงประสงค์ของประชาสังคม กระบวนวิชา 071417 การบูรณาการแหล่งวิทยาการเรียนรู้ท้องถิ่น และกระบวนวิชา สด 317 การเขียนบทรายการวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ สด 315 วิชาการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ ประกอบด้วย

4.1) สร้างแบบประเมินเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และเจตคติของนักศึกษาในการเป็นพลเมืองดิจิทัล

4.2) Pre-production การวางแผน การจัดทำเนื้อหา การเขียนบท /คัดเลือกบทจาก 6 กลุ่ม ให้เหลือเพียง 4 กลุ่ม โดยคณะอาจารย์ผู้สอนเป็นผู้คัดเลือก

4.3) Production การลงพื้นที่ถ่ายทำ การใช้อุปกรณ์ในการถ่ายทำ ถ่ายทำตามตาราง แผนการทำงาน

4.4) Post-production การตัดต่อลำดับภาพ การลงเสียง และการเพิ่มกราฟิก

5) นักศึกษาจำนวน 4 กลุ่ม ผลิตสื่อภาพยนตร์สั้นจำนวน 4 ชิ้นงาน ซึ่งสัมพันธ์กับมโนทัศน์มิติพลเมืองและมิติท้องถิ่นภิวัฒน์

6) นำสื่อภาพยนตร์สั้นจำนวน 4 เรื่องที่ได้รับการคัดเลือกจาก 6 เรื่อง ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 2 ท่านและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการถ่ายทำ จำนวน 2 ท่าน พิจารณาและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

7) ปฏิบัติการ Social Lab เพื่อให้นักศึกษาที่สนใจและเคยผ่านการผลิตหนังสั้นในชั้นเรียนมาแล้วมาฝึกปฏิบัติการทำหนังสั้นร่วมกับอาจารย์และทีมงานมืออาชีพ

8) จัดฉายภาพยนตร์สั้น ของนักศึกษาจำนวน 4 เรื่อง และภาพยนตร์สั้นที่ทำร่วมกับอาจารย์จำนวน 1 เรื่อง

9) กำหนดประเด็นหลักในการสนทนากลุ่มย่อยเกี่ยวกับการเรียนรู้ร่วมกัน (Cooperative Learning) ของนักศึกษาเชิงสหวิทยาการ

10) ดำเนินการจัดทำสนทนากลุ่มย่อย(Focus Group)

11) ประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาในการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) ผ่านภาพยนตร์สั้น

12) ประเมินความความรู้ ทักษะและเจตคติ รวมทั้งความพึงพอใจในการเป็นพลเมืองดิจิทัล

13) ประมวลผลการศึกษา และดำเนินการเขียนรายงานวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์หาผลการเรียนรู้ร่วมกัน (Cooperative Learning) ของนักศึกษาเชิงสหวิทยาการ โดยใช้แบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า การหาค่าเฉลี่ย ใช้สูตรเฟอร์กูสัน (Ferguson,1987) การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตรเฟอร์กูสัน (Ferguson,1987) ค่าร้อยละ (Percentage) (จักรกฤษฎ์ แก้วประเสริฐ และคณะ, 2563)

2. การวิเคราะห์ระดับคะแนนของแบบทดสอบความพึงพอใจของนักศึกษาในการจัดการเรียนรู้ โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) ผ่านภาพยนตร์สั้น และแบบประเมินความความรู้ ทักษะและเจตคติ รวมทั้งความพึงพอใจในการเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยใช้การประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่าการหาค่าเฉลี่ย ใช้สูตรเฟอร์กูสัน (Ferguson, 1987) การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตรเฟอร์กูสัน (Ferguson,1987) ค่าร้อยละ (Percentage) (จักรกฤษฎ์ แก้วประเสริฐ และคณะ, 2563)

ผลการวิจัย

หลังจากได้ศึกษากระบวนพัฒนาทักษะการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสหวิทยาการของอาจารย์ระหว่างศาสตร์ทางการศึกษาและศาสตร์ทางสารสนเทศและการสื่อสาร ในแง่ของการออกแบบประเด็น เนื้อหา พื้นที่เทคนิคการถ่ายทำ และสุนทรียศาสตร์ภาพยนตร์ เมื่อพิจารณาขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต พบว่านักศึกษาสามารถร่วมกันกำหนดประเด็นและเนื้อหาได้ว่าจะเล่าประเด็นใด ใครเป็นคนเล่า มีการนำข้อมูลเนื้อหาที่ค้นคว้ามาร่วมกันกำหนดประเด็นในมุมมองที่แตกต่างกัน แล้วนำข้อมูลนั้นมาจัดเป็นหมวดหมู่และเลือกหมวดหมู่ที่สำคัญมีความแตกต่างจากประเด็นที่สื่ออื่นๆ เคยนำเสนอ มีความแปลกใหม่ เลือกเอาประเด็นที่มีความชัดเจนเพียงประเด็นเดียวมานำเสนอ เพื่อผู้รับสารจะสามารถเข้าใจได้โดยง่าย และตรงประเด็นตามที่เราอยากจะสื่อ โดยผู้ผลิตจะต้องมีกระบวนการเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายไปยังผู้ชมด้วยภาพและเสียง ผ่านโครงเรื่อง (Plot) แก่นเรื่อง (Theme) ความขัดแย้ง (Conflict) ตัวละคร (Character) ฉาก (Setting) สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol) และมุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of View)

การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน : การนำกรณีตัวอย่าง เช่น การนำนักวิชาการที่มีประสบการณ์ในการลงพื้นที่และศึกษาวิจัยร่วมกับชุมชน มาเล่าประสบการณ์การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนในห้องเรียนก่อนให้นักศึกษาลงพื้นที่ค้นหาข้อมูลในชุมชนเพื่อมาเขียนเป็นบทเป็นรูปแบบหนึ่งของการเรียนรู้ ทำให้นักศึกษาเห็นภาพและตั้งคำถามว่าหากตนเองลงพื้นที่แล้วพบเจอปัญหาจะต้องปฏิบัติตนอย่างไรถึงจะได้ข้อมูลเหล่านั้นมา ซึ่งนักศึกษาก็ได้รับคำแนะนำเป็นอย่างดีจากวิทยากร

จากเรื่องเล่าเป็นบท: ขั้นตอนนี้นักศึกษาอาจจะต้องมีตัวละครในใจสักหนึ่งคน ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูล (Research) เป็นการหารายละเอียดของตัวละคร จุดประสงค์คือเก็บเกี่ยวข้อมูลของตัวละครให้ได้มากที่สุด สร้างเป็นประวัติของตัวละคร วิธีการที่ตัวละครปฏิบัติให้ได้มาซึ่งเป้าหมายนั้นก็ต่างกันไป ยิ่งตัวละครไกลจากเราเท่าไหร่ยิ่งจำเป็นต้องทำการศึกษาค้นคว้า เช่น วิธีแก้ปัญหาของเด็ก การยอมรับความสูญเสียคนรักของพยาบาล ซึ่งจากผลการศึกษาภาพยนตร์ทั้ง 4 เรื่อง เลือกที่จะเล่าผ่านตัวละครที่เป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นประสบการณ์ร่วมของตนเองหรือคนใกล้ชิด และมีแก่นเรื่อง (Theme) ที่บ่งบอกถึงคุณค่าของเรื่องที่เล่า เช่น แก่นเรื่อง (Theme) คุณค่าของความเป็นเพศทางเลือกคุณค่าของผ้าพื้นเมืองร่วมสมัย เป็นต้น

สำหรับขั้นตอนการถ่ายทำ และหลังการถ่ายทำ จากการศึกษาพบว่า นักศึกษามีทักษะเพิ่มขึ้นและมองว่าการทำหนังสั้นไม่ได้เป็นเรื่องยาก หากเรามีแก่นเรื่อง (Theme) ประเด็น (Concept) และแนวคิดหลัก (Main message) ที่จะสื่อสารไปอย่างชัดเจน นอกจากนี้นักศึกษายังมีทักษะทางด้านเทคนิคการถ่ายทำเพิ่มขึ้น หลังจากเข้าร่วมกระบวนการ Social lab ซึ่งนักศึกษาได้ถ่ายทำร่วมกับอาจารย์และมืออาชีพภายนอก ทำให้เห็นวิธีการทำงานอย่างเป็นระบบตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายซึ่งไม่มีการก้าวก่ายกัน เทคนิคต่างๆ ที่มืออาชีพใช้ ที่สำคัญคือได้ลงมือปฏิบัติโดยมีมืออาชีพทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงสร้างความอุ่นใจและมั่นใจในการใช้อุปกรณ์แก่นักศึกษา และนักศึกษาจึงได้นำความรู้ที่ได้เหล่านั้นมาใช้ในภาพยนตร์สั้นของตนเองต่อไป นอกจากนี้ยังพบว่าในขั้นตอนหลังการถ่ายทำคือ การตัดต่อ หากนักศึกษามีเวลาในการปรับแก้ผลงานหลายๆ รอบจะทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้เทคนิควิธีการ การใช้เครื่องมือในการตัดต่อได้เต็มประสิทธิภาพมากกว่านี้ เนื่องจากเทคนิคการตัดต่อ นับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ภาพยนตร์เรื่องหนึ่งสมบูรณ์แบบได้

สำหรับผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษาไว้ 2 ส่วน ดังนี้

ผลการศึกษาส่วนที่ 1 ผลการเรียนรู้ร่วมกัน (Cooperative Learning) ของนักศึกษาระหว่างศาสตร์ทางการศึกษาและศาสตร์ทางสารสนเทศและการสื่อสารผ่านการออกแบบและสร้างภาพยนตร์สั้น ด้วยการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยศึกษาจากตัวแทนจากนักศึกษา 2 สถาบันใน 4 กระบวนวิชา โดยการตั้งคำถาม 9 คำถาม พบว่า ความเป็นพลเมืองนั้นมีบริบทแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เพราะในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาและทันสมัยมากขึ้นอยู่ตลอดเวลา พลเมืองดิจิทัลควรที่จะต้องรู้จักใช้ประโยชน์อย่างรู้เท่าทัน และเข้าใจถึงสิทธิบนโลกออนไลน์ ความรับผิดชอบออนไลน์ซึ่งเห็นเป็นพื้นฐานสำคัญพอๆ กับความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อสังคมโดยไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ใช้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวก พลเมืองดิจิทัลต้องมีความฉลาดอันเกิดจากจิตสำนึก กลุ่มตัวอย่างเกิด ทักษะการคิดวางแผนข้อมูลอย่างเป็นระบบ การลำดับความคิดเรื่องราว การเล่าเรื่อง การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดถี่ถ้วน จนสามารถเล่าเรื่องจากตัวหนังสือเป็นภาพยนตร์สั้นได้เป็นทักษะที่นักศึกษาได้รับจากการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้นมากที่สุด นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่ากระบวนการคิดวิเคราะห์ วางแผนการทำงาน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานต่างสถาบัน

นักศึกษามีความเข้าใจที่ตรงกับแนวคิด Project Base Learning เป็นส่วนใหญ่ แม้จะมีความคิดเห็นที่หลากหลายแต่ครอบคลุมตามแนวคิดนี้ อย่างไรก็ตามพบว่าการเรียนรู้ในรูปแบบนี้ เป็นการเรียนโดยใช้การกระทำแรงผลักดัน (Passion) ในสิ่งที่ตนสนใจและค้นคว้า จนสามารถแปลข้อมูลนั้นๆ เพื่อจะสื่อสารได้ เพราะการเรียนรู้ที่องค์ความรู้สรุปจบแค่ตัวเอง โดยไม่ได้ส่งทอดถึงผู้อื่นก็เป็นการเรียนรู้ที่ดี แต่ไม่ได้สร้างประโยชน์ให้แก่สังคมวงกว้าง ดังนั้นการเรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐานคือการสร้างผลสะท้อน (Impact) ผ่านการกระทำ (Passion) ของตนเอง ประเด็นที่น่าสนใจอีกประเด็นคือกลุ่มเป้าหมายมีทัศคติที่ดีต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้น มีการเปิดรับกับการเรียนรู้ร่วมกันกับเพื่อนต่างสถาบัน ยอมรับในความเห็นที่แตกต่างหลากหลาย เข้าใจการทำงานสร้างสรรค์ และมองภาพเป็นรูปธรรม ด้วยการลงมือปฏิบัติจนจับต้องได้ เช่น การผลิตสื่อที่สร้างสรรค์แม้จะเป็นกระบอกเสียงเล็กๆ แต่ก็ส่งผลต่อความคิด พฤติกรรมของคนในสังคมได้

กลุ่มตัวอย่างค้นพบว่าตนเองได้ก้าวข้ามขีดจำกัดของตนเอง เพราะเป็นเรื่องที่ยากมากในการทำให้เกิดสำนึกในอัตลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านสื่อ โดยสิ่งที่นักศึกษาได้รับคือทำอย่างไรก็ได้ให้สิ่งถูกปลุกขึ้นมา และเชื่อมโยงไปยังอัตลักษณ์อื่นๆ ด้วย จึงเกิดการคิดที่พยายามหลุดกรอบเดิมๆ ด้วยการนำเอาวัฒนธรรมที่บอบบางมาสอดแทรกไว้ในภาพยนตร์ และยังทำให้รู้ว่าในประเทศไทยยังมีพลเมืองดีอยู่มาก เห็นได้จากการให้ความร่วมมือในการทำงาน การช่วยเหลือกัน การให้ข้อมูลตามความจริง

การดูแลกัน ทำให้รู้สึกว่าไม่ว่าจะเป็นพลเมืองของไทย หรือบุคคลที่เข้ามาเพื่อทำงาน สร้างอาชีพต่างก็กลายเป็นพลเมืองของประเทศแล้ว เพราะทุกคนที่มาทำงานในประเทศต่างก็กลายเป็นฟันเฟืองของกลไกขนาดใหญ่ที่ชื่อว่าประเทศไทย การที่ไปดูถูก ไม่ให้เกียรติ ไม่ให้การดูแลความเป็นอยู่ของเขาก็เหมือนกับการปล่อยให้ฟันเฟืองชิ้นเล็กๆ เหล่านั้นค่อยๆ ขึ้นสนิมและรอวันผุพังไปตามกาลเวลา

ข้อค้นพบที่น่าสนใจในเชิงของสหวิทยาการ เนื่องจากมีการนำเอาศาสตร์หลายแขนงเข้ามาเรียนรู้ร่วมกัน ดังนั้นศาสตร์ทางด้านศึกษาศาสตร์เมื่อได้เรียนรู้แลกเปลี่ยนกับศาสตร์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จึงสามารถเพิ่มพูนซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี เพราะครูก็จำเป็นที่ต้องใช้ทักษะในการสื่อสารและต้องเรียนรู้ในสิ่งที่ต้องนำไปสอนอยู่ตลอดเวลา กระบวนการนี้จึงสามารถดึงเอาศักยภาพของทุกคนออกมาได้อย่างเต็มที่ นักศึกษามีมุมมองที่เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น ดังที่นักศึกษาคนหนึ่งได้ให้ความเห็นในประเด็นนี้ว่า การที่จะเปลี่ยนแปลงหรือทำอะไรสักอย่างหนึ่งเพื่อให้สังคมตื่นรู้ เราไม่สามารถทำได้ลำพังตัวคนเดียวเสมอไปในหลายๆ ครั้งยังมีผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกับเรา เมื่อรวมพลังกันจะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ได้

ข้อค้นพบสุดท้าย จากการศึกษาในประเด็นจิตสำนึกพลเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาวการณ์ในปัจจุบัน พบว่า ถ้าทุกคนเข้าใจความแตกต่างกัน การสร้างวาทกรรมเพื่อกดขี่ย่อมจะไม่เกิดขึ้น เราจะเข้าใจผู้อื่น อย่างเคารพและรับผิดชอบ เหนือสิ่งอื่นใดคือเป็นผู้มีจิตสาธารณะ ที่มีสำนึกดีต่อส่วนรวม

ผลการศึกษาส่วนที่ 2 ศึกษาความรู้ ทักษะและเจตคติ รวมทั้งความพึงพอใจในการเป็นพลเมืองดิจิทัลของนักศึกษาสหวิทยาการ ที่ผ่านการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) ผ่านภาพยนตร์สั้น พบว่า นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเป็นพลเมืองดิจิทัล ผ่านกระบวนการ PBL ในระดับมาก ทั้งในระดับบุคคลและชุมชน เช่นเดียวกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของกระบวนการจัดการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการคัดเลือกประเด็นที่เลือกเรียนรู้ร่วมกัน กระบวนการวางแผนปฏิบัติการร่วมกัน กระบวนการลงพื้นที่เพื่อถ่ายทำ ภาพยนตร์สั้น และกระบวนการเผยแพร่ผลงานในระดับมาก นอกจากนี้นักศึกษายังมีความพึงพอใจต่อภาพรวมรูปแบบการจัดการเรียนรู้มีว่าความน่าสนใจ มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาการจัดการเรียนรู้ที่มีความเหมาะสม สำหรับความพึงพอใจด้านวิทยากร และความพึงพอใจด้านการมีส่วนร่วม พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ในการเรียนรู้ในรูปแบบของการใช้โครงการเป็นฐาน ทำให้นักศึกษามองภาพรวมออกและสามารถถอดบทเรียนความพึงพอใจของตนเองออกมาได้ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบในรูปแบบของกระบวนการเรียนรู้แบบใช้โครงการเป็นฐาน โดยนักศึกษาได้ฝึกเขียนโครงการ และปฏิบัติการด้วยกระบวนการ 3 P

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยเรื่อง การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านภาพยนตร์สั้นและสารคดีเชิงสหวิทยาการ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การศึกษาส่วนที่ 1 สรุปผลการเรียนรู้ร่วมกัน (Cooperative Learning) ของนักศึกษาระหว่างศาสตร์ทางการศึกษาและศาสตร์ทางสารสนเทศและการสื่อสารผ่านการออกแบบและสร้างภาพยนตร์สั้นด้วยการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยศึกษาจากตัวแทนจากนักศึกษา 2 สถาบัน ใน 4 กระบวนวิชา โดยการตั้งคำถาม 9 คำถาม พบว่า ความเป็นพลเมืองนั้นมีบริบทแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เพราะในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาและทันสมัยมากขึ้นอยู่ตลอดเวลา พลเมืองดิจิทัลควรที่จะต้องรู้จักใช้ประโยชน์อย่างรู้เท่าทัน และเข้าใจถึงสิทธิบนโลกออนไลน์ ความรับผิดชอบออนไลน์ซึ่งเห็นเป็นพื้นฐานสำคัญพอๆ กับความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อสังคมโดยไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ใช้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวก พลเมืองดิจิทัลต้องมีความฉลาดอันเกิดจากจิตสำนึก กลุ่มตัวอย่างเกิด ทักษะการคิด วางแผนข้อมูลอย่างเป็นระบบ การลำดับความคิดเรื่องราว การเล่าเรื่อง

การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดถี่ถ้วน จนสามารถเล่าเรื่องจากตัวหนังสือเป็นภาพยนตร์สั้นได้เป็นทักษะที่นักศึกษาได้รับจากการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้นมากที่สุด

นอกจากนี้ยังค้นพบกระบวนการคิดวิเคราะห์ วางแผนการทำงาน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานต่างสถาบัน เป็นอีกประเด็นสำคัญที่ค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้ สัมพันธ์กับแนวคิดของ Jane Krauss & Suzie Boos (2013:5-6) ได้ให้ข้อเสนอว่า การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน ผู้เรียนจะเข้าถึงองค์ความรู้ ทักษะที่สำคัญและแนวโน้มที่จะทำหรือจัดการด้วยการสืบสอบ การใช้คำถามปลายเปิดไปสู่การสร้างความหมายและส่งผ่านไปถึงเป้าหมาย การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของผู้เรียน ดังนั้นผู้สอนต้องลดบทบาทโดยตรงของตนแต่ต้องออกแบบ เตรียมกระบวนการเรียนรู้ที่จะแนะนำผู้เรียนคู่ขนานไปกับการเรียนรู้ของผู้เรียน

นอกจากนี้พบว่า นักศึกษามีความเข้าใจที่ตรงกับแนวคิด Project Base Learning เป็นส่วนใหญ่ แม้จะมีความคิดเห็นที่หลากหลายแต่ก็ยังครอบคลุมตามแนวคิดนี้ อย่างไรก็ตามพบว่าการเรียนรู้ในรูปแบบนี้เป็นการเรียนโดยใช้การกระทำ แรงผลักดัน (Passion) ในสิ่งที่ตนสนใจและค้นคว้า จนสามารถแปลข้อมูลนั้นๆ เพื่อจะสื่อสารได้ เพราะการเรียนรู้ที่องค์ความรู้สรุปจบแค่ตัวเอง โดยไม่ได้ส่งทอดถึงผู้อื่นก็เป็นการเรียนรู้ที่ดี แต่ไม่ได้สร้างประโยชน์ให้แก่สังคมวงกว้าง ดังนั้นการเรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐานคือการสร้างผลสะท้อน (Impact) ผ่านการกระทำ (Passion) ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับการแสวงหาความรู้ (John Larmer, 2013) ที่ผู้เรียนต้องการแสวงหาความรู้ การเข้าใจมโนทัศน์และการประยุกต์ใช้ทักษะที่สำคัญ การตอบจากกระบวนการใช้คำถามและการสร้างสรรค์ผลผลิตที่เกิดจากโครงงาน การเริ่มต้นด้วยการเข้าสู่กิจกรรมหรือเหตุการณ์ทั่วๆ ไปที่น่าสนใจและความสนใจที่จะเรียนรู้

ที่น่าสนใจคือกลุ่มเป้าหมายมีทัศคติที่ดีต่อการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านการผลิตภาพยนตร์สั้น มีการเปิดรับกับการเรียนรู้ร่วมกันกับเพื่อนต่างสถาบัน ยอมรับในความเห็นที่แตกต่างหลากหลาย เข้าใจการทำงานสร้างสรรค์ และมองภาพเป็นรูปธรรม ด้วยการลงมือปฏิบัติจนจับต้องได้ เช่น การผลิตสื่อที่สร้างสรรค์แม้จะเป็นกระบอกเสียงเล็กๆ แต่ก็ส่งผลต่อความคิด พฤติกรรมของคนในสังคมได้

จากการศึกษาในประเด็นจิตสำนึกพลเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาวการณ์ในปัจจุบันนั้น พบว่า ถ้าทุกคนเข้าใจความแตกต่างกัน การสร้างวาทกรรมเพื่อกดขี่ย่อมจะไม่เกิดขึ้น เราจะเข้าใจผู้อื่น อย่างเคารพและรับผิดชอบ เหนือสิ่งอื่นใดคือเป็นผู้มีจิตสาธารณะ ที่มีสำนึกดีต่อส่วนรวม ซึ่งตรงกับความหมายของ พลเมืองดิจิทัล (สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน, 2560) ที่กล่าวถึงพลเมืองมีส่วนร่วม สามารถใช้สื่อสารสนเทศ และดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสื่อสารอัตลักษณ์ของตนเองและรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหาพัฒนาสื่อ ข่าวสาร แหล่งสารสนเทศให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มและชุมชนได้อย่างแท้จริง

การศึกษาส่วนที่ 2 สรุปแบบสำรวจผลความพึงพอใจในการเป็นพลเมืองดิจิทัลของนักศึกษาที่ผ่านการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) ผ่านภาพยนตร์สั้น พบว่า นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเป็นพลเมืองดิจิทัล ผ่านกระบวนการ PBL ในระดับมาก ทั้งในระดับบุคคลและชุมชน เช่นเดียวกับ ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของกระบวนการจัดการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการคัดเลือกประเด็นที่เลือกเรียนรู้ร่วมกัน กระบวนการวางแผนปฏิบัติการร่วมกัน กระบวนการลงพื้นที่เพื่อถ่ายทำภาพยนตร์สั้น และกระบวนการเผยแพร่ผลงาน ในระดับมาก นอกจากนี้ นักศึกษายังมีความพึงพอใจต่อภาพรวมรูปแบบการจัดการเรียนรู้มีว่าความน่าสนใจ มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาการจัดการเรียนรู้ที่มีความเหมาะสม ความพึงพอใจด้านวิทยากร และความพึงพอใจด้านการมีส่วนร่วม พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ในการเรียนรู้ในรูปแบบของการใช้โครงการเป็นฐาน ทำให้นักศึกษามองภาพรวมออก

และสามารถถอดบทเรียนความพึงพอใจของตนเองออกมาได้ผ่านการคิดอยากเป็นระบบทั้งในรูปแบบของกระบวนการเรียนรู้แบบใช้โครงการเป็นฐาน โดยนักศึกษาได้ฝึกเขียนโครงการ และกระบวนการ 3 P ดังที่ John Larmer (2013) นำเสนอว่า การเรียนรู้แบบร่วมมือ ผู้เรียนสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันที่มีประสิทธิภาพและการเคารพซึ่งกันและกันจากความหลากหลายในกลุ่มที่ร่วมกันแก้ปัญหา รวมทั้งเป้าหมายแห่งความสำเร็จ ตั้งเป้าหมายที่ร่วมกันรับผิดชอบเพื่อสร้างงานที่สมบูรณ์ที่เกิดจากความสำเร็จของทีมอันเกิดจากผู้เรียนดีกว่าการทำงานด้วยปัจเจกบุคคล รวมทั้งประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้เรียนทั้งการเผชิญหน้าและการใช้สื่อผสมสำหรับเป้าหมายที่หลากหลาย ซึ่งสามารถจัดการผ่านข้อมูลและข้อค้นพบ รวมทั้งส่งประสิทธิผลนั้นผ่านสื่อนานาชนิด การสื่อสารนี้หมายรวมถึงการสนทนาและการเขียนความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่ได้ถูกเลือกสรรและใช้อย่างเป็นกลาง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยได้มีข้อเสนอแนะเชิงพัฒนาและการนำไปใช้ในประเด็นหลัก คือ เมื่อเกิดกระบวนการทำซ้ำแล้วควรมีการต่อยอดในประเด็นอื่น ๆ นอกเหนือจากประเด็นพลเมืองและท้องถิ่นศึกษา เช่น ประเด็นเท่าทันสื่อ ความรับผิดชอบสื่อ ความรุนแรงทางโลกออนไลน์ เป็นต้น ควรมีการนำองค์ความรู้ไปพัฒนาในหลักสูตรเป็นรายวิชาใหม่ที่มีความเป็นสหวิทยาการอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น และควรเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ผลงานให้เป็นรูปแบบ Platform ทาง Digital

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาซ้ำ เพื่อเสริมความเชื่อมั่นให้กับองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาวิจัย และปรับกระบวนการให้สอดคล้องกับระยะเวลา ในการเรียนของแต่ละสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ควรมีการเพิ่มผลงานหนังสั้นมากขึ้น เพื่อจะได้นำเอาบทเรียนที่ผิดพลาดจากเรื่องแรกมาปรับใช้ในเรื่องต่อไป รวมทั้งมีการสนับสนุนทุนในการลงพื้นที่และผลิตผลงานจะทำให้งานมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

จักรกฤษฎ์ แก้วประเสริฐ และคณะ.(2563).“การพัฒนาภาพยนตร์สั้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในสังคมพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา”. *นิเทศศาสตรปริทัศน์*.24 (3)

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*.(พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัย.

สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน.(2560). *กรอบแนวคิดพลเมืองประชาธิปไตย เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: เครือข่ายการศึกษาเพื่อสร้างพลเมืองประชาธิปไตย.

อนุรักษ์ ลาวิลาศ.(2554). *ลักษณะการเป็นพลโลก* สืบค้นจาก https://sites.google.com/site/kruanuruk/home/rongreiynmatrthansaklworld-classstandardschool/laksnakarpenphllok

เอกสารประกอบการสัมมนาMIDL : อำนาจในมือพลเมือง ผู้สร้างการเปลี่ยนแปลง (Conference on Media, Information and Digital Literacy (MIDL) for Social Justice: Empowering Citizens to Create Change) วันที่ 20-21 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรมแมนดาริน สามย่าน กรุงเทพฯ.

Krauss, Jane and Suzie Boss. (2013). *Thinking Through Project Based Learning Guiding Deeper Inquiry*. United State of America: Corwin A SAGE Company.

Larmer. John.(2018) *What is Interdisciplinary Teaching?* Retrieved from https://serc.carleton.edu/econ/interdisciplinary/what.html.

Ferguson, R. I.,(1987). Accuracy and precision of methods for estimating river loads. *Earth Surface Processes and Landforms,*12(1)

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[เบญนภา, ภูวนาท หน้า 72-83]

การพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน กรณีศึกษา : ห้องปฏิบัติการคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

The Development of Training Application for Mass Communication Laboratory with Virtual Reality Technology Case Study : Laboratory of Rajamangala University of Technology Thanyaburi

เบญนภา พัฒนาพิภัทร. *คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*

ภูวนาท พัฒนาพิภัทร. *คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*

Bennapa Pattanapipat. *Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi*

Puwanat Pattanapipat. *Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi*

E-mail: bennapa_c@rmutt.ac.th, puwanat_t@rmutt.ac.th

Received: 29 September 2021 ; Revised: 26 October 2021 ; Accepted: 10 November 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน 2) เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจเนื้อหาของการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน 3) เพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหาของสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน และ 4) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน

วิธีการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำโดยศึกษาการพัฒนาแอปพลิเคชันร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสริมรูปแบบโมบาย ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาผลของการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน ที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้ใช้งาน โดยใช้ห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.ธัญบุรี จำนวน 2 ห้อง เป็นห้องต้นแบบในการทดลอง ได้แก่ ห้องปฏิบัติการตรวจจับการเคลื่อนไหว (Motion Capture) และห้องปฏิบัติการสต๊อปโมชัน (Stop Motion) นำเสนอเนื้อหาการใช้งานห้องปฏิบัติการในรูปแบบแอนิเมชัน 3 มิติ ร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้งานกับวิดีโอแนะนำการใช้งานที่มีอยู่เดิม

ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินคุณภาพแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งมีคุณภาพเพียงพอและเหมาะสมที่สามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการเรียนรู้ต่อไปได้ และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนก่อน-หลัง การเรียนรู้เนื้อหาแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง พบว่า กลุ่มทดลองมีคะแนนการทดสอบความเข้าใจก่อนและหลังการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในการใช้งานห้องปฏิบัติการด้วยตนเองที่สูงขึ้นเมื่อเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคเทคโนโลยีความจริงเสมือน และจากผลการประเมินความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้เรียนมีระดับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนมากกว่าการเรียนรู้ผ่านวิดีโอแบบดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสรุปได้ว่าแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ในการจำลองการใช้งานห้องปฏิบัติการได้ และยังส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความสนุกสนานในการเรียนรู้ และเกิดประสบการณ์เชิงบวกต่อการเรียนรู้ได้อีกด้วย

คำสำคัญ : แอปพลิเคเทคโนโลยีความจริงเสมือน, เทคโนโลยีความจริงเสมือนแบบโมบาย,ห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน

Abstract

The objectives of this study were 1) to develop an application to recommend the use of a journalism laboratory with virtual reality technology, and 2) to assess the knowledge and understanding of the content of a mass communication laboratory use with virtual reality technology. 3) to compare traditional media content comprehension with the journalism lab guide app with virtual reality, and 4) to compare the opinions of the traditional media-use sample with the app. The application introduces the use of a journalism lab in combination with virtual reality technology.

The method of this research study was to study application development with mobile augmented reality technology. which Focuses on studying the results of application development to recommend the use of a mass communication laboratory with virtual reality technology. that affect the understanding of users By using the Mass Communication Laboratory of the Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi 2 rooms as a prototype room in the experiment, namely 1) Motion Capture Studio and 2) Stop Motion Studio present laboratory use content in 3D animation combined with virtual reality technology. to compare the results with the existing video tutorials.

The results of the application quality assessment recommend the use of a mass communication laboratory with virtual reality technology by 3 experts. The quality is at the highest level, which is of sufficient and appropriate quality that can be used to promote can continue to learn. The results of comparing the difference of scores before and after Learning the contents of the mass communication laboratory of the control group and the experimental group found that the experimental group had a statistically significant difference between the pre-test and post-test comprehension test scores at the .01 level, the subjects had higher self-lab knowledge when learning through virtual reality technology applications. And from the results of the assessment

of the opinions of the sample, it was found that the learners had a statistically significant level of .01 level of satisfaction with the use of virtual reality technology applications than traditional video learning. In conclusion, virtual reality technology applications can promote learning in laboratory simulations. and also encourage learners to have fun in learning and a positive learning experience.
Keywords : VR Application, VR Mobile base, Mass Communication Laboratory

บทนำ

การเติบโตของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือน (Virtual Reality) ในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการประยุกต์ใช้ในวงการการศึกษา การแพทย์ การท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ อุตสาหกรรมบันเทิง ฯลฯ (ไพโรจน์ ไววานิชกิจ, 2561) โดยหลักคือมนุษย์สามารถรับอรรถรสหรือประสบการณ์ในการใช้ชีวิตได้โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปหรืออยู่ในสถานที่จริง แต่ก็สามารถเรียนรู้ ได้รับรู้ถึงความรู้สึก หรือมีส่วนร่วมกับเหตุการณ์นั้น ๆ ได้ โดยผ่านอุปกรณ์แสดงผล เช่นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ เป็นต้น (Jerald, 2016)

จากคุณสมบัติดังกล่าวของเทคโนโลยีความจริงเสมือน (Virtual Reality) ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การฝึก (training) สำหรับภารกิจที่มีโอกาสฝึกซ้อมในสถานที่จริงได้ยาก เช่น ฝึกการรบทางอากาศของทหารอากาศ, ฝึกการต่อสู้บนรถถังในประเทศสหรัฐอเมริกา, ฝึกการใช้ชีวิตในสภาวะไร้น้ำหนักของนักบินอวกาศในขณะที่ยังอยู่บนพื้นโลกขององค์การ NASA หรือการประยุกต์ใช้ทางด้านการแพทย์ เช่น การฝึกหัดนักศึกษาแพทย์สำหรับการผ่าตัดที่ซับซ้อน หรือการเปิดให้ชมพิพิธภัณฑ์ผ่านเทคโนโลยีความจริงเสมือน โดยที่ไม่จำเป็นจะต้องไปที่สถานที่จริง เป็นต้น (ฐากร ปิยะพันธ์, 2561)

นอกจากนี้ แนวความคิดในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือนบนโทรศัพท์มือถือผ่านอุปกรณ์เสริมการสวมใส่เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมเสมือนจริง โดยสภาพแวดล้อมเสมือนจริงแบบ 360 องศา สามารถสร้างการรับรู้สภาพแวดล้อมได้มากกว่าภาพถ่ายหรือภาพวิดีโอโดยทั่วไป เนื่องจากผู้ใช้งานสามารถควบคุมทิศทางการเคลื่อนไหวเพื่อรับชมบรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรอบ (Chao et al, 2018) ทำให้การนำเสนอชิ้นงานโดยผ่านโมเดลจำลอง ก่อนทำงานจริง หรือการเข้าชมสถานที่จริง ก่อนตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นการเปิดมุมมองใหม่ ๆ ให้เข้าถึงได้ง่ายกว่าการหมุนโมเดล หรือการดูภาพถ่ายทีละภาพ ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือนจึงเข้าช่วยในการสื่อสาร ทำให้นำเสนอข้อมูลง่ายขึ้น เพราะเห็นภาพตรงกัน (Naknakorn, 2018)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้คณะผู้วิจัยเกิดแนวคิดในการนำเทคโนโลยีความจริงเสมือนมาประยุกต์ใช้ในการทำงานในองค์กรทางด้านการแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งเป็นคณะที่เปิดการเรียนการสอนหลักสูตรทางด้านเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มุ่งเน้นสร้างนักเทคโนโลยีที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากลที่เป็นนักปฏิบัติ ดังนั้น คณะจึงมีห้องปฏิบัติการที่ใช้รองรับในการเรียนการสอน และปฏิบัติงานครบทุกหลักสูตร แต่ในการใช้งานของนักศึกษาหรือเมื่อมีบุคคลภายนอกเข้ามาศึกษาดูงานนั้น จะต้องมีบุคลากรในการแนะนำการใช้งาน ซึ่งในบางกรณีเป็นการแนะนำข้อมูลเบื้องต้นเพื่อให้เข้าใจหลักการการทำงานของห้องนั้น ๆ โดยไม่ได้เข้าไปปฏิบัติงาน แต่จะต้องใช้เวลาในการติดตั้ง ทำให้เสียเวลาในการปฏิบัติงาน เมื่อมีเทคโนโลยีความจริงเสมือนที่สามารถจำลองสถานการณ์ หรือสถานที่ต่าง ๆ ได้ แบบ 360 องศา จึงเล็งเห็นประโยชน์ในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการนำเสนอข้อมูลห้องปฏิบัติการต่าง ๆ โดยพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันนำเสนอภาพห้องปฏิบัติการแบบ 360 องศาผสมกับการให้ข้อมูลในรูปแบบแอนิเมชัน 3 มิติ เพื่อให้เข้าใจหลักการการทำงานของห้องนั้น ๆ โดยห้องปฏิบัติการต้นแบบที่เลือกมาใช้ในงานวิจัยเป็นห้องปฏิบัติการด้านแอนิเมชันได้แก่

1) ห้องปฏิบัติการตรวจจับการเคลื่อนไหว (Motion Capture) และ 2) ห้องปฏิบัติการสต๊อปโมชัน (Stop Motion)

ภาพ 1 ภาพห้องปฏิบัติการด้านแอนิเมชัน : ห้องปฏิบัติการตรวจจับการเคลื่อนไหว (ซ้าย) และ 2) ห้องปฏิบัติการสต๊อปโมชัน (ขวา)
ที่มา คณะผู้วิจัย (2564)

ซึ่งเป็นห้องปฏิบัติการที่มีการใช้ในการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง ร่วมถึงเป็นห้องปฏิบัติการที่มีผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาดูงานเป็นประจำ ซึ่งในการพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือน จะช่วยทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาจารย์ผู้สอนที่สามารถนำนักศึกษามาเรียนรู้โดยผ่านแอปพลิเคชัน นักเรียน หรือบุคคลภายนอกที่มาศึกษาดูงาน รวมถึงผู้ประกอบการที่มีความต้องการเช่าพื้นที่ใช้งานห้องปฏิบัติการของคณะ ก็สามารถรับชมผ่านแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานได้ทันที อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีให้กับองค์กรอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน
2. เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจเนื้อหาของการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน
3. เพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหาของสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2532 โดยมีนโยบายหลักในการสร้างนักเทคโนโลยีที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล ที่เป็นนักปฏิบัติ มีคุณธรรม จริยธรรมด้วยกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการการเรียนรู้กับการทำงาน (Work Integrated Learning) และการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) และกำหนดยุทธศาสตร์ไว้โดยการจัดการเรียนการสอนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อผลิตบุคลากรด้านสื่อสารมวลชนให้เป็นนักปฏิบัติ เก่ง ดี มีคุณธรรม จริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคม สร้างสรรค์ งานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสื่อสารมวลชน

จากนโยบายดังกล่าวข้างต้น คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนจึงมุ่งเน้นผลิตนักสื่อสารมวลชนที่มีทั้งองค์ความรู้ และเป็นนักปฏิบัติที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล ทำให้ในการจัดการเรียนการสอนในภาคปฏิบัติเป็นไปอย่างเข้มข้น และทางคณะฯ ได้มีการเตรียมความพร้อมทั้งในแง่บุคลากร อุปกรณ์ และห้องปฏิบัติการเพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติและสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมืออาชีพครอบคลุมการผลิตสื่อทุกแขนง โดยในการใช้งานห้องปฏิบัติการนั้น ผู้ที่ใช้งานหลักจะเป็นอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาในรายวิชานั้น ๆ นอกจากนี้ ทางคณะฯ ยังมีการเปิดให้องค์กร หน่วยงานต่าง ๆ เข้าเยี่ยมชม ศึกษาดูงานห้องปฏิบัติการดังกล่าว รวมถึงนักเรียน/นักศึกษาจากสถาบันอื่น ๆ ได้เข้ามาเยี่ยมชมในงาน Open House ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์คณะฯ ไปในทางหนึ่งด้วย ซึ่งในปัจจุบัน วิธีการใช้งานห้องปฏิบัติการ หากเป็นการเรียนการสอนในรายวิชาจะมีอาจารย์ผู้สอนในรายวิชานั้น ๆ เป็นผู้ควบคุมการใช้งาน แต่หากเป็นการศึกษาดูงาน ก็จะเป็นอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้งานห้องปฏิบัติการและบุคลากรสายสนับสนุนที่รับผิดชอบดูแลห้องปฏิบัติการนั้น ๆ ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ การใช้งานห้องปฏิบัติการ ซึ่งสภาพปัญหาที่พบในปัจจุบัน ได้แก่

1) ในการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนสามารถสอนการใช้งานห้องปฏิบัติการ การใช้งานอุปกรณ์ได้ปกติ แต่เมื่อนอกเวลาเรียน นักศึกษาจะไม่สามารถทบทวนความรู้ในการใช้งานอุปกรณ์ ใช้งานห้องปฏิบัติการได้ เนื่องจากไม่ได้อยู่ในห้องปฏิบัติการนั้น ทำให้ความคงทนในการจดจำเนื้อหาลดลง และต้องมีการทวนซ้ำทุกครั้งเมื่อเข้าใช้งานห้องปฏิบัติการ ทำให้กินระยะเวลาในการสอนเนื้อหาถัดไป และยังประสบปัญหาในการแบ่งงานกลุ่ม โดยให้นักศึกษาเข้าไปใช้งานห้องปฏิบัติการด้วยตนเอง ซึ่งนักศึกษาจะไม่สามารถทำได้ และอาจารย์ผู้สอนเองจะต้องหาเวลาการสอนเสริมนอกเวลา หรือควบคุมการปฏิบัติงานของนักศึกษาทุกครั้งเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับการใช้งานอุปกรณ์ อันเนื่องมาจากนักศึกษาไม่สามารถจดจำวิธีการใช้งานได้ทั้งหมด เป็นต้น

2) ในการศึกษา ดูงาน มีจำนวนองค์กร และจำนวนคนที่เข้ามาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก และต้องใช้วิธีการอธิบายแบบเดิม ทำให้สูญเสียเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากร และการเตรียมความพร้อมของห้องปฏิบัติการให้พร้อมใช้งานในหลายรอบ

จากสภาพปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดในการลดภาระในการปฏิบัติงาน และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวข้างต้นด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสม ซึ่งในปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโมบาย และเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากการนำเอาสื่อประสมประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีโมบาย ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่าง ๆ ขึ้นมากมาย ซึ่งสามารถนำมาช่วยในการแก้ปัญหาดังกล่าวได้ เทคโนโลยีที่กล่าวถึง ได้แก่ เทคโนโลยีความจริงเสมือน ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สามารถทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกเหมือนได้อยู่ในสถานที่จริง

และช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานเกิดทักษะในการเรียนรู้ และสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยสภาพแวดล้อมเสมือนจริงเป็นสื่อประสมที่สามารถกระตุ้นประสาทสัมผัสด้วยความเคลื่อนไหว ทำให้ผู้ใช้มีโอกาสใช้ประสาทสัมผัสในการเรียนรู้ ซึ่งก่อให้เกิดการรู้จัดคิดได้หลายรูปแบบ และสนับสนุนการเรียนรู้ให้มีความสนุกสนาน โดยมุ่งเน้นผู้เรียนหรือผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง (Nimnual & Suksakulchai, 2008)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความความจริงเสมือนในการใช้ห้องปฏิบัติการ

Yossatorn and Nimnual (2019) ได้ทำวิจัยเรื่อง Virtual Reality For Anatomical Vocabulary Learning ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมความเป็นจริงเสมือนสำหรับการเรียนรู้คำศัพท์กายวิภาคศาสตร์ (anatomy) สำหรับใช้งานบนคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลสมรรถะสูงร่วมกับหน่วยแสดงผลสวมศีรษะ และรีโมตคอนโทรลมือถือแบบมีเซนเซอร์ (sensor) โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการแพทย์มีความรู้และมีความพึงพอใจมากในการเรียนรู้คำศัพท์กายวิภาคศาสตร์ (anatomy) ผ่านเทคโนโลยีความความจริงเสมือน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Chang and Tien (2019) ที่ศึกษาเรื่อง Development of mobile augmented-reality and virtual-reality ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักเรียนระหว่างก่อนและหลังเรียนรู้ด้วยความเป็นจริงเสริม (augmented reality: AR) และความเป็นจริงเสมือนสำหรับการเรียนรู้นิเวศวิทยาทางทะเล (marine ecology) มีความแตกต่างกัน 2) การเรียนรู้ด้วยทั้งเออาร์และวีอาร์ทำให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ดีขึ้น 3) รูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีในผู้ใช้ทั้งกลุ่มเออาร์และวีอาร์เกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้มีผลเป็นบวก 4) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของทั้งสองกลุ่มมีผลกระทบเชิงบวกต่อการประสบการณ์การเรียนรู้ และ 5) ผู้เรียนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดี และยอมรับการใช้ระบบการเรียนรู้ด้วยเออาร์และวีอาร์บนโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ สุชาติ แสนพิช, พัฒนา ศิริกุลพิพัฒน์ และพิสิษฐ์ ณัฐประเสริฐ (2564) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาแอปพลิเคชันพิพิธภัณฑ์เสมือนปฏิสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสภาพแวดล้อมเสมือนในมุมมอง 360 องศา พบว่า นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาที่ใช้งานแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ VR Siam มีความพึงพอใจในระดับมาก แอปพลิเคชันช่วยกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม และสนุกสนานในการเรียนรู้

จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความความจริงเสมือนในการให้ความรู้ การอบรม ส่งผลทางบวกกับผู้เรียนทั้งและผู้ใช้งานในแง่ของการเพิ่มผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และการมีทัศนคติและความพึงพอใจที่ดีในการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) เพื่อเปรียบเทียบผลของความเข้าใจเนื้อหาการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนระหว่างกลุ่มที่เรียนรู้ผ่านสื่อวิดีโอแบบดั้งเดิม และเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือน มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน เริ่มจากการศึกษาสภาพปัญหาในการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน กรณีศึกษา : ห้องปฏิบัติการในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และเลือกห้องปฏิบัติการต้นแบบ เพื่อนำมาพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน ประกอบด้วยขั้นตอน 1) การวิเคราะห์ (Analysis) 2) การออกแบบ (Design) 3) การพัฒนา (Development) 4) การทดลองใช้ (Implementation) และ 5) การประเมินผล (Evaluation) แล้วนำแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือนไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการเทคโนโลยีความจริงเสมือน จำนวน 3 ท่าน ทำการทดสอบ และประเมินผล หลังจาก

ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญและปรับแก้ไขระบบเรียบร้อยจนสมบูรณ์แล้ว จึงนำไปใช้ไปทดลองกับกลุ่มทดลอง (Pilot test) ที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อตรวจสอบปัญหาอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงและพัฒนาต่อไป ก่อนนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

2. การประเมินการใช้งานแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน โดยการประเมินแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) การประเมินความรู้ความเข้าใจเนื้อหาของการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน 2) การประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน โดยมีวิธีการดังต่อไปนี้

2.1 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อทดสอบการใช้งานแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1) นักศึกษาและบุคลากรที่ใช้งานห้องปฏิบัติการในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.ธัญบุรี จำนวน 130 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มทดลองใช้งานแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน จำนวน 65 คน และกลุ่มควบคุมที่ใช้การดูวิดีโอแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 65 คน

2.2 ก่อนการทดสอบระบบจริง ผู้วิจัยได้อ่านคำชี้แจงถึงวัตถุประสงค์วิจัย และการพิทักษ์สิทธิ์ของอาสาสมัครวิจัย กลุ่มตัวอย่างทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมจะต้องทำแบบประเมินความรู้ความเข้าใจก่อนการทดสอบ (Pre-test)

2.3 กลุ่มทดลองจะได้ใช้งานแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน และกลุ่มควบคุมจะได้ดูวิดีโอแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 2 ห้อง ทั้ง 2 กลุ่ม

1) ห้องปฏิบัติการตรวจจับการเคลื่อนไหว (Motion Capture)

2) ห้องปฏิบัติการสต๊อปโมชัน (Stop Motion)

2.4 หลังจากการรับรู้เนื้อหาในการใช้งานห้องปฏิบัติการทั้ง 2 ห้อง กลุ่มตัวอย่างจะต้องทำแบบประเมินความรู้ความเข้าใจหลังการทดสอบ (Post-test) และแบบประเมินความคิดเห็นการใช้งานสื่อแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน

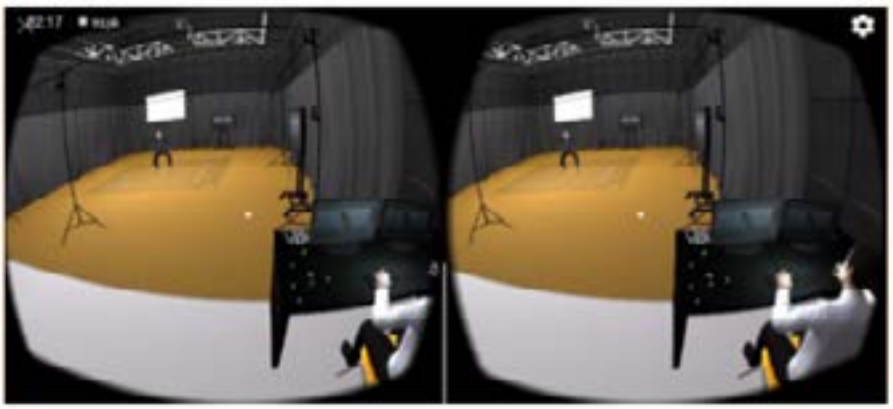
ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหา และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือนก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้การวิเคราะห์ค่า Paired sample t-test ในการวิเคราะห์ค่าคะแนนก่อน-หลังของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม และใช้ Independent t-test ในการวิเคราะห์ผลต่างของคะแนนระหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

สรุปผลการวิจัย

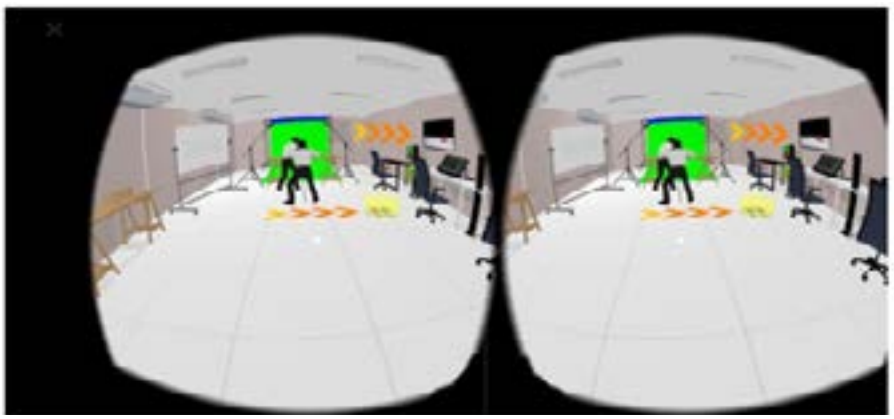
1. การพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน

ภาพ 2 ภาพตัวอย่างหน้าแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการ

ที่มา คณะผู้วิจัย (2564)



ภาพ 3 ภาพตัวอย่างห้องปฏิบัติการภายใต้การใส่แว่นวีอาร์ (ห้องปฏิบัติการตรวจจับการเคลื่อนไหว)
ที่มา คณะผู้วิจัย (2564)



ภาพ 4 ภาพตัวอย่างห้องปฏิบัติการภายใต้การใส่แว่นวีอาร์ (ห้องปฏิบัติการสต๊อปโมชัน)
ที่มา คณะผู้วิจัย (2564)

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินคุณภาพแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือนรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด (x= 4.52, S.D. = .544) ดังนั้น แอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือนมีคุณภาพเพียงพอและเหมาะสมให้ผู้วิจัยนำไปใช้ในการส่งเสริมการเรียนรู้ต่อไป

2. การประเมินการใช้งานแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน

ในการประเมินการใช้งานแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน ทำการประเมิน 2 ส่วน ได้แก่ 1) การประเมินความรู้ความเข้าใจเนื้อหาของการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน 2) การประเมินความคิดเห็นของ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสมือน

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนก่อน-หลัง การเรียนรู้เนื้อหาแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง (ภายในกลุ่ม)

คะแนนความเข้าใจเนื้อหา	$\bar{X}$	S.D.	T-test	P-value
1. กลุ่มควบคุม (N=65)				
ก่อนเรียน	12.83	1.231	-22.963	.964
หลังเรียน	18.32	.689		
2. กลุ่มทดลอง (N=65)				
ก่อนเรียน	14.55	1.521	-97.304	.000*
หลังเรียน	24.63	1.166		

*p<.01

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า คะแนนก่อน-หลัง การเรียนรู้เนื้อหาการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนของกลุ่มทดลอง (คะแนนก่อนเรียน x = 14.55), (คะแนนหลังเรียน x = 24.63) มีคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มควบคุม (คะแนนก่อนเรียน x = 12.83), (คะแนนหลังเรียน x = 18.32) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในกลุ่มทดลองมีคะแนนการทดสอบความเข้าใจก่อนและหลังการทดลองแตกต่างกัน จึงสรุปได้ว่า กลุ่มทดลองมีระดับความรู้หลังการเรียนรู้การใช้งานห้องปฏิบัติการผ่านแอปพลิเคเทคโนโลยีความจริงเสมือนที่แตกต่างจากก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนก่อน-หลัง การเรียนรู้เนื้อหาแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนระหว่างกลุ่ม

ข้อมูล	ก่อนการทดลอง	หลังการทดลอง
Mean diff.	-1.723	-7.784
t	-7.097	-46.300
p	.043	.000*

*p<.01

จากตารางที่ 2 ที่แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม พบว่า ก่อนการทดลอง คะแนนการเรียนรู้เนื้อหาแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองไม่แตกต่างต่างกัน แต่ในส่วนหลังการทดลอง พบว่า คะแนนการเรียนรู้เนื้อหาแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองแตกต่างกัน จึงสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้เรียนรู้เนื้อหาการใช้งานห้องปฏิบัติการด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน จะมีความรู้ในการใช้งานห้องปฏิบัติการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนในการแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน

หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	Mean diff.	t	p
1. เรียนรู้ผ่านวิดีโอ (N=65)					
ด้านความง่ายในการใช้งาน	3.49	.773			
ด้านการนำเสนอภาพ	3.53	.420			
ด้านความรู้ความเข้าใจเนื้อหา	3.92	.624			
ด้านความคงทนในการจดจำเนื้อหา	4.17	.377			
ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้	3.75	.427			
คะแนนเฉลี่ยรวมทุกด้าน	**3.71**	**.458**			
2. เรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน VR (N=65)					
ด้านความง่ายในการใช้งาน	4.45	.573			
ด้านการนำเสนอภาพ	4.28	.517			
ด้านความรู้ความเข้าใจเนื้อหา	4.67	.486			
ด้านความคงทนในการจดจำเนื้อหา	4.55	.465			
ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้	4.78	.457			
คะแนนเฉลี่ยรวมทุกด้าน	**4.55**	**.499**			
			-.837	**-20.577**	**.000***

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนในการแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองมีความแตกต่างต่างกัน จึงสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้เรียนรู้เนื้อหาการใช้งานห้องปฏิบัติการด้วยการใช้แอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนจะมีระดับความพึงพอใจในการใช้งานที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การดูวิดีโอแบบดั้งเดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาผลคะแนนเฉลี่ยภาพรวมทุกด้าน พบว่า คะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่เรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนมีคะแนนเฉลี่ยรวม (x =4.55, S.D. = .499) ที่สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้การดูวิดีโอแบบดั้งเดิม (x =3.71, S.D. = .458) และเมื่อพิจารณาข้อย่อยตามรายด้านของคะแนนการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือน พบว่า ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (x =4.78, S.D. = .457) ซึ่งสรุปได้ว่าแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ในการจำลองการใช้งานห้องปฏิบัติการได้

อภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปผลการเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนในการแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนก่อน-หลัง การเรียนรู้เนื้อหาแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง (ภายในกลุ่ม) พบว่า ในกลุ่มทดลองมีคะแนนการทดสอบความเข้าใจก่อนและหลังการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในการใช้งานห้องปฏิบัติการด้วยตนเองที่สูงขึ้นเมื่อเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคเทคโนโลยีความจริงเสมือน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Chang and Tien (2019) ที่พบว่า การเรียนรู้ด้วยด้วยเทคโนโลยีความจริงเสมือนทำให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ดีขึ้น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสบการณ์การเรียนรู้ และผู้เรียนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีและยอมรับการใช้ระบบการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีความจริงเสมือนบนโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Lovreglio, Duan, Rahouti, Phipps, & Nilsson (2020) ที่พบว่า การเรียนรู้ภาคปฏิบัติผ่านเทคโนโลยีความจริงเสมือนส่งผลทำให้คะแนนของผู้เรียนสูงขึ้น และผู้เรียนสามารถปฏิบัติงานได้จริงหลังจากการเรียนรู้อีกด้วย

นอกจากนี้ จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม พบว่า ก่อนการทดลอง คะแนนการเรียนรู้เนื้อหาแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองไม่แตกต่างต่างกัน แต่ในส่วนหลังการทดลอง พบว่า คะแนนการเรียนรู้เนื้อหาแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้เรียนรู้เนื้อหาการใช้งานห้องปฏิบัติการด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน จะมีความรู้ในการใช้งานห้องปฏิบัติการที่แตกต่างกัน

2. สรุปผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนในการแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน

จากผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานสื่อแบบดั้งเดิมกับแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนในการแนะนำการใช้งานห้องปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชนระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองมีความแตกต่างต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้เรียนรู้เนื้อหาการใช้งานห้องปฏิบัติการด้วยการใช้แอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนจะมีระดับความพึงพอใจในการใช้งานที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การดูวิดีโอแบบดั้งเดิม และเมื่อพิจารณาผลคะแนนเฉลี่ยภาพรวมทุกด้าน พบว่า คะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่เรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนมีคะแนนเฉลี่ยรวมที่สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้การดูวิดีโอแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ แสนพิช, พัฒนา ศิริกุลพิพัฒน์ และพิสิษฐ์ ณัฐประเสริฐ (2564) และ Smith and Ericson (2009) ที่พบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจสนุกสนานกับการเรียนรู้ รวมถึงเทคโนโลยีความจริงเสมือนยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้โดยผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนได้ดีอีกด้วย ซึ่งสรุปได้ว่าแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสมือนสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ในการจำลองการใช้งานห้องปฏิบัติการได้

ข้อเสนอแนะ

1. ในการนำไปใช้ประโยชน์ แอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นจะสามารถนำไปใช้งานได้ตลอดทุกช่วงเวลา แม้จะไม่มีบุคลากรประจำห้องปฏิบัติการนั้น ๆ และลดเวลาในการติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อแนะนำการใช้งานให้กับผู้อื่น เช่น นักศึกษา นักเรียนที่มาเยี่ยมชมคณะในงาน Open House หรือบุคคลภายนอกที่มาศึกษาดูงานภายในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีนี้ไปช่วยส่งเสริมการเรียนการสอนในลักษณะ Training ที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น และศึกษาเกี่ยวกับความคงทนในการจดจำเนื้อหาของผู้ใช้งาน เมื่อกลับมาใช้งานห้องปฏิบัติการหรือใช้งานอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อนำไปออกแบบและพัฒนาสื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ และการฝึกปฏิบัติงานได้จริง เพื่อให้ผู้เรียนหรือผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้และใช้งานได้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

ฐากร ปิยะพันธ์. (2561). *Virtual Reality เครื่องนี้มีดีกว่าการเล่นสนุก*. (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/virtual-reality-is-more-than-just-fun.html

ไพโรจน์ ไววานิชกิจ. (2561). การศึกษาการเติบโตของเทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนและความเป็นจริงเสริมกับผลกระทบที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุค 5 จี บริษัท วีวีอาร์ เอเชีย จำกัด. *วารสารวิชาการ กสทช.* 3(1) 154–171.

สุชาติ แสนพิช, พัฒนา ศิริกุลพิพัฒน์ และพิสิษฐ์ ณัฐประเสริฐ. (2564). การพัฒนาแอปพลิเคชันพิพิธภัณฑ์เสมือนปฏิสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสภาพแวดล้อมเสมือนในมุมมอง 360 องศา และการสแกนภาพสามมิติ: กรณีศึกษา 10 พิพิธภัณฑ์ของไทย. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*. 38 (1): 42-57.

Chang, Y. L., & Tien, C. L. (2019). *Development of mobile augmented-reality and virtual-reality simulated training systems for marine ecology education.* In Proceedings of the 24th Inter national Conference on 3D Web Technology (Web3D '19). (pp. 16-20). LA. CA. USA.

Ekpanith Naknakorn. (2018). *9 ข้อดีในการใช้ VR และ AR พัฒนาการออกแบบในสายสถาปัตย์*. (ออนไลน์). สืบค้นจาก https://dreamaction.co/vr-ar-virtual-reality-and-augmented-reality-for-better-design-process-for-architects/

Osti, F., Amicis, R., A. Sanchez, C., Tilt, A.B. & Prather, E. (2020). A VR training system for learning and skills development for construction workers. *Journal of Virtual Reality*. 25: 523–538.

Jerald, J. (2016). *The VR Book: Human-Centered Design for Virtual Reality.* New York : the Association for Computer Machinery and Morgan & Claypool Publishers.

Lovreglio, R., Duan, X., Rahouti, A., Phipps, R. & Nilsson, D. (2020). Comparing the effectiveness of fire extinguisher virtual reality and video training. *Journal of Virtual Reality.* 25: 133–145.

Nimnual, R. & Suksakulchai, S. (2008). *Work in progress - Collaborative learning for Packaging Design using KM and VR*. Proceedings - Frontiers in Education Conference. Retrieved February 3, 2019 from doi: 10.1109/FIE.2008.4720677

Smith, S. & Ericson, E. (2009). Using immersive game-based virtual reality to teach fire-safety skills to children. *Journal of Virtual Reality.* 13: 87–99.

Yossatorn, Y. & Nimnual, R. (2019). *Virtual reality for anatomical vocabulary learning.* In Proceedings of the 3rd International Conference on Virtual and Augmented Reality Simu lations (ICVARS '19). Perth. WN. Australia.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[ปิยกฤษณ์, อานิก หน้า 84-92]

การวิเคราะห์การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร

Analysis of the narative of movie with zombie are one of the characters

ปิยกฤษณ์ ถมยา. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

อานิก ทวิชาชาติ. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

Piyagrit Thomya. *College of Communication Art. Rangsit University.*

Anick Thavichachat. *College of Communication Art. Rangsit University.*

Email : r21-27@hotmail.com , anick@rsu.ac.th

Received: 13 April 2021 ; Revised: 5 June 2021 ; Accepted: 28 November 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์งานเขียนบทภาพยนตร์เรื่อง Secret of the Death Railway ความลับของทางรถไฟสายมรณะ ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกภาพยนตร์ที่จะนำมาวิเคราะห์ เป็นภาพยนตร์แนวสยองขวัญอิงประวัติศาสตร์ ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละครจำนวน 3 เรื่อง โดยใช้แนวคิดหลักคือ แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของภาพยนตร์เล่าเรื่อง (Storytelling Element) เป็นกรอบในการศึกษา นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้นำทฤษฎีหลักการเขียนบทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ แนวคิดเรื่องภาพยนตร์แนวสยองขวัญ ทฤษฎีการสร้างตัวละครใหม่ ทฤษฎีทัศนะการประกอบสร้าง และทฤษฎีการเขียนบทดัดแปลง นำมาเป็นทฤษฎีในการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์งานเขียนบทภาพยนตร์อีกด้วย

ผลการศึกษาการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละครพบว่า ส่วนใหญ่จะมีตัวละครอย่างซอมบี้มักจะมีรูปร่างลักษณะภายนอกที่เหมือน หรือคล้ายกับมนุษย์ และจะไม่มีสติปัญญา หรือหลงเหลือความเป็นมนุษย์หรือความทรงจำในอดีตเหลืออยู่เลย เป็นเพียงแค่ร่างกายที่เคลื่อนไหวได้เท่านั้น มีนิสัยดุร้ายและจะกัดกินสิ่งมีชีวิตทุกอย่างที่พบเห็น แพร่เชื้อได้โดยการกัด แต่ที่แท้จริงแล้วมีวัตถุประสงค์อีกด้านของตัวละครซอมบี้ในภาพยนตร์ ก็เพื่ออยากเตือนสติผู้ชมให้ตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นมนุษย์ ซอมบี้ก็คือภาพสะท้อนทั้งด้านมืดของมนุษย์ และด้านที่ดีของมนุษย์ ให้แสดงออกมาในช่วงเวลาที่คับขัน

คำสำคัญ : ซอมบี้, ภาพยนตร์, สยองขวัญ

Abstract

The main purpose of this research is to study the narration of movies with zombies as one of the characters which lead to the creation of "Secret of the Death Railway" screenwriting. The researcher has chosen 3 historical horror movies which has zombie as one of the characters. Storytelling element concept is the main conceptual framework. Moreover, historical and horror screenwriting theories along with new character creation and adapted screenplay theories are also the study guidelines.

Results show that movies with zombie as one of the characters, mostly they have appearance that look as well as or alike human with no perception, human nature or memory. Zombies only have a moving body, wild, eat every living creature and can get infectious after one bite. However, the main purpose of these movies would like to remind the audience the value of being human. Zombies can show the dark side of human as well as good side in the desperate time.

Keywords : Zombies, Movies, Horror

บทนำ

"ซอมบี้" (Zombie) คำนี้ผ่านเข้ามาในประสบการณ์ความทรงจำของผู้คนในสังคม และมีคนบางกลุ่มพยายามหาคำตอบของคำถามที่ว่า ซอมบี้มีจริงหรือไม่? แต่คำถามนี้สำคัญที่ตรงไหน คำว่าซอมบี้ซึ่งปรากฏตัวในวัฒนธรรม ดำรงตัวตนต่อการทำความเข้าใจ และอธิบายสังคมที่เราอยู่ได้อย่างไรบ้าง ซอมบี้อาจเป็นเพียงเรื่องเล่าในนวนิยาย การ์ตูน เกมส์ และภาพยนตร์ หรือแม้แต่สื่อต่าง ๆ ที่ไหลเวียนข้ามผ่านพรมแดนรัฐชาติตั้งแต่ยุคโลกาภิวัฒน์ จนกระทั่งตอนนี้ซอมบี้เป็นมากกว่าเรื่องเล่าวันสิ้นโลก ชนัญญา ประสาทไทย (2559) ได้ให้ข้อมูลของซอมบี้ที่มีต่อสังคม และวัฒนธรรมไว้ว่า กระแสความนิยมซอมบี้นั้นเป็นปรากฏการณ์ที่มีความน่าสนใจในหลากหลายแง่มุม เนื่องจากซอมบี้ได้ปรากฏตัวในความเชื่อทางวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยมีลักษณะร่วมที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ซอมบี้คือ "บางสิ่ง" ที่ฟื้นคืนจากความตาย เป็นสิ่งที่เกิดจากพิธีกรรมจัดการความตายที่ไม่เหมาะสม ทำให้ร่างที่ตายไปแล้วกลับมาอย่างไม่สมควร ซอมบี้จึงเป็นร่างที่มีสสารแต่ไร้วิญญาณ

ภาพยนตร์แนวซอมบี้จึงกลายเป็นกระแสความนิยม เนื่องจากได้อ้างอิงกับประเด็น "ความกลัวตายและความไม่เชื่อในพระเจ้า" เปรียบได้กับสังคมสมัยใหม่ที่นิยมในวิทยาศาสตร์ มีแรงขับที่จะเอาชนะความตาย ซอมบี้คือตัวแทนของความเป็นอมตะ แต่เปล่ากลวงในเชิงสัญลักษณ์ ซอมบี้ในสื่อมวลชนจึงมักแสดงออกในรูปแบบของวันสิ้นโลก (Zombie Apocalypse) ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นผลลบของการพยายามเอาชนะความตายของวิทยาศาสตร์ และการไม่ประกอบพิธีกรรมความตายอย่างเหมาะสม อาจนำไปสู่การสร้างร่างที่ไร้วิญญาณ และนำมาสู่วันสิ้นโลกได้ จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวลักษณะ และรูปแบบของซอมบี้ที่ปรากฏในภาพยนตร์ พบว่าซอมบี้ที่ปรากฏในภาพยนตร์ตามยุคสมัยต่าง ๆ ได้รับการต่อเติมเสริมใหม่ ซึ่งทำให้ซอมบี้ในแต่ละยุคสมัยบอกเล่าถึงบริบทสังคม และสะท้อนถึงสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาจุดหนึ่งของประวัติศาสตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์แนวซอมบี้ George Andrew Romero เป็นคนแรกที่กำกับภาพยนตร์ซอมบี้ยุคใหม่ และยังเขียนหนังสือ "zombie rules" หรือเรียกในอีกชื่อคือ "Romero rules" เพื่อเป็นกฎ หรือรูปแบบพื้นฐานของภาพยนตร์สยองขวัญในแนวซอมบี้ โดยกฎที่ถูกกำหนดขึ้นเป็นการรวบรวม และเรียบเรียงลักษณะของซอมบี้ที่มีมาตั้งแต่แรกเริ่ม แต่ยังไม่ชัดเจน Romero จึงได้เขียนรูปแบบ และจัดให้เป็นข้อกำหนดที่บ่งบอกลักษณะอาการของซอมบี้ไว้อย่างชัดเจน เช่น ซอมบี้เป็นสิ่งที่ตายแล้ว มีความเชื่องช้า โง่เขลา กินของสด

หรือกินสิ่งที่ฆ่าโดยทันที โดยเฉพาะเนื้อมนุษย์สด การทำลายซอมบี้สามารถทำได้โดยการทำลายสมองเท่านั้น และเพียงแค่รอยกัดก็สามารถเปลี่ยนให้มนุษย์กลายเป็นซอมบี้ได้ ซึ่งเมื่อภาพยนตร์เรื่อง Night of the living Dead (1968) ออกฉาย จึงกลายมาเป็นแรงบันดาลใจสำคัญ ในการสร้างภาพยนตร์สยองขวัญแนวซอมบี้เรื่องต่อ ๆ มาในยุคหลัง

จากหนังสือเรื่อง The Zombie Survival Guide (2003) เป็นการเขียน และเล่าเรื่องซอมบี้ในแบบของ Brooks ได้สร้างความหมายต่อซอมบี้ในสังคมสมัยใหม่ โดยเปรียบซอมบี้ไม่ต่างไปจากความเจ็บป่วยเป็นรูปแบบหนึ่งของภัยธรรมชาติ ที่มาจากการระบาดของเชื้อโรคร้ายซึ่งต่อมา Brooks ก็ได้เขียนนวนิยายเรื่อง World War Z : An Oral History of the Zombie War (2006) และถูกนามาสร้างเป็นภาพยนตร์เรื่อง World War Z (2013) โดยอิงเนื้อหา และกฎเกณฑ์ของซอมบี้จากหนังสือที่ Brooks เขียนขึ้น ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวเป็นภาพยนตร์ซอมบี้ที่ทำรายได้เกินกว่าพันล้านเหรียญดอลล่าสหรัฐฯ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า แนวทางการเล่าเรื่องราวและให้ภาพของซอมบี้เช่นนี้ เป็นที่ยอมรับในสังคมปัจจุบัน ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่ซอมบี้ในภาพยนตร์เป็นภาพสะท้อนความหวาดกลัว และความวิตกกังวลจากช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองของมนุษย์ ที่พยายามใช้วิทยาศาสตร์ในการสร้างสรรค์ และทำลายล้าง อาจมองได้ว่าเป็นการท้าทายศาสนา โดยนักวิทยาศาสตร์ที่เล่นบทบาทเป็นพระเจ้า และควบคุมทุกสิ่งได้ แต่ถึงกระนั้นมนุษย์ก็ไม่อาจเอาชนะภัยธรรมชาติที่มาในรูปแบบของโรคระบาดได้

ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมากว่า 7 ทศวรรษ ที่ซอมบี้ปรากฏตัวในภาพยนตร์อเมริกันความหมายของซอมบี้มีลักษณะที่เคลื่อนไปกับบริบททางสังคมในยุคสมัยนั้น ซึ่งน่าสนใจว่าความหมายที่เกิดขึ้นได้สะท้อนคุณลักษณะของสังคม ความสัมพันธ์ของผู้คน ความรู้สึกในรูปแบบต่าง ๆ ราวกับว่าซอมบี้ เป็นสิ่งทรงพลังในการสะท้อนสิ่งที่สังคมหวาดกลัว (เช่นเดียวกับความตาย) และมีศักยภาพที่จะบรรจุความหมาย หรือเป็นภาพแทนของความวิตกกังวลได้อย่างไม่จำกัด อาจจะด้วยเหตุผลนี้ ซอมบี้จึงถูกนำเข้ามาสู่สังคมไทยที่ แม้ว่าจะไม่ได้เป็นประเทศที่ให้กำเนิดเรื่องเล่า เกี่ยวกับซอมบี้ แต่ประเทศไทยก็รับเอาเรื่องราวของซอมบี้ผ่านมาจากสื่อเช่นกัน ทั้งในรูปแบบของเกมส์ และภาพยนตร์ จนกระทั่งไทยเองก็มีภาพยนตร์ในแนวคล้ายคลึงกับซอมบี้ตะวันตกเช่นเดียวกัน ซึ่งซอมบี้ได้รับความนิยมอย่างมากทั่วโลก ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิเคราะห์การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานเขียนบทต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาวิเคราะห์การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย คือ ซอมบี้ (Zombie) หมายถึง สิ่งมีชีวิตที่ตายแล้วฟื้นในบันเทิงคดี ที่เกิดจากที่ศพการกลับมามีชีวิต ซอมบี้มักพบในสื่อบันเทิงแนวสยองขวัญและจินตนิมิต คำนี้มาจากนิทานพื้นบ้านชาวเฮติที่ว่าซอมบีเป็นศพคนตายที่กลับมามีชีวิตด้วยวิธีการต่าง ๆ ส่วนใหญ่มาจากเวทมนต์ การพรรณนาถึงซอมบี้ในสมัยใหม่ ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับเวทมนต์ แต่มักใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ เช่น การแผ่รังสี โรคทางจิต ไวรัส อุบัติเหตุทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้

แนวคิดหลักที่ใช้คือ แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของภาพยนตร์เล่าเรื่อง (Story Telling) เพื่อให้บทภาพยนตร์มีความสมบูรณ์สามารถสื่อสารถึงผู้รับสารได้ตามความต้องการ และสามารถสร้างความบันเทิง และความน่าติดตามให้กับผู้รับสารด้วย Singh (2014) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของเรื่องเล่าในภาพยนตร์ไว้ 8 ประการ ได้แก่ ตัวละคร (Character) เรื่องย่อ (Plot) ความขัดแย้ง (Conflict) ภาพ (Visual) โครงเรื่อง (Structure) ฉาก (Scene) บทสนทนา (Dialogue) และบทสรุป (Resolution) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้นำทฤษฎีหลักการเขียนบทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ แนวคิดเรื่องภาพยนตร์แนวสยองขวัญ ทฤษฎีการสร้างตัวละครใหม่ ทฤษฎีทัศนะการประกอบสร้างและทฤษฎีการเขียนบทดัดแปลง นำมาเป็นทฤษฎีในการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์งานเขียนบทภาพยนตร์อีกด้วย

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิเคราะห์นี้ มุ่งศึกษาองค์ประกอบของภาพยนตร์เล่าเรื่อง (Story Telling) ของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร ซึ่งทุกเรื่องจะเป็นภาพยนตร์แนวสยองขวัญอิงประวัติศาสตร์ ที่ออกฉายตั้งแต่ปี ค.ศ.2012 – 2018 จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ Abraham Lincoln : Vampire Hunter (2012), Overlord (2018), และ Rampant (2018) โดยศึกษาจากการชมวีดีทัศน์ภาพยนตร์ และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาวิเคราะห์การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละครได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ตัวละคร (Character) จากการวิเคราะห์ตัวละครของภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง ตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง Abraham Lincoln : Vampire Hunter (2012) ตัวเรื่องทำการปูพื้นของตัวละครมาตั้งแต่ตอนเด็กที่เติบโตมาในชนชั้นทาส แม่ของตัวเองถูกฆ่าโดยแวมไพร์ สร้างให้ตัวละครมีความมุ่งมันทะเยอทะยานที่จะแก้แค้น ทำอะไรแล้วต้องให้บรรลุเป้าหมาย ผู้ที่มีความสามารถพิเศษเฉพาะตัว คือการพูดโน้วน้าวจิตใจคน เป็นคนมีจริยธรรมสูง ฉลาด ซื่อสัตย์ และกล้าหาญ เรื่อง Overlord (2018) ตัวละครหลักไม่ได้มีการปูพื้นหลังของตัวละครมากมาก เป็นคนดี มีจิตใจที่เมตา ชอบช่วยเหลือคนอื่นโดยไม่สนใจว่าตัวเองจะโดนจับกุม หรือโดนทำร้าย เรื่อง Rampant (2018) ตัวละครหลักเป็นคนจิตใจดี มีจริยธรรมสูง กล้าหาญ ชำนาญการรบ แต่มีความขี้เล่นและเจ้าชู้อยู่ในตัวด้วย ตัวละครซอมบี้ ภาพยนตร์ทั้งสามเรื่อง โดยรวมมีลักษณะรูปร่างเหมือนมนุษย์ นิสัยดุร้าย สามารถแพร่เชื้อได้ทางการกัด ไม่หิว ไม่สืบพันธุ์ ความเร็วในการเคลื่อนที่ปานกลาง ไม่มีความคิด และไม่มีสติปัญญา

2. เรื่องย่อ (Plot) เนื้อหาของเรื่อง (Content) Abraham Lincoln : Vampire Hunter (2012) มีเนื้อหาเกี่ยวกับอีกมุมของประธานาธิบดีลินคอร์น ซึ่งเค้าเป็นนักล่าแวมไพร์ เรื่อง Overlord (2018) มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเข้าไปทำภารกิจเข้าไประเบิดหอวิทยุของฝ่ายเยอรมัน ในสงครามโลกครั้งที่ 1 และ Rampant (2018) มีเนื้อหาเกี่ยวกับการก่อกบฏโค้นล้มราชวงศ์โชซอนของเหล่าขุนนาง ซึ่งในส่วนประเภทภาพยนตร์ (Genre) ทั้ง 3 เรื่องเป็นประเภทเดียวกัน คือ ภาพยนตร์สยองขวัญอิงประวัติศาสตร์

3. ความขัดแย้ง (Conflict) จากการวิเคราะห์ความขัดแย้งของภาพยนตร์ โดยรวมแล้วทั้ง 3 เรื่อง มีปมความขัดแย้งที่คล้ายคลึงกัน คือ มีความขัดแย้งภายในจิตใจของตนเอง เช่น ตัวละครต้องเผชิญกับความคิดของตัวเองว่าจะทำในสิ่งที่ถูก หรือผิด การตัดสินใจที่จะเสียสละตัวเองเพื่อสิ่งที่ถูกต้อง ความขัดแย้งระหว่างบุคคล เช่น ความขัดแย้งกับเพื่อน คนรัก แต่ส่วนใหญ่จะมาจากศัตรู ความขัดแย้งระหว่างตัวละครกับสังคม เช่น การทำผิดกฎระเบียบสังคม หรือจารีตของสังคม ความขัดแย้งระหว่างตัวละครกับธรรมชาติ เช่น การระบาดของเชื้อซอมบี้ที่ไม่อาจหยุดยั้งได้

4. ภาพ (Visual) มีการสร้างสรรค์ภาพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดองค์ประกอบของภาพ เรื่องแสง สี การใช้ขนาดภาพใกล้ เพื่อที่สื่อถึงอารมณ์เครียด กดดัน มีการใช้ภาพกว้าง เพื่อบอกเล่าถึงสถานที่ที่ตั้งอยู่บนป่าอันกว้างใหญ่ มีการใช้ภาพเชิงสัญญาลักษณ์ เพื่อให้ภาพทำหน้าที่เป็นตัวเล่าเรื่องในตัวมันเอง และมีการใช้เทคนิคพิเศษเข้ามาช่วยเยอะ ส่วนมากจะเป็นฉากแอ็คชั่น ทำให้รู้สึกตื่นตาตื่นใจ ทำให้ฉากนั้นดูสมจริง ยิ่งใหญ่อลังการ โดยเฉพาะเรื่อง Abraham Lincoln : Vampire Hunter (2012) และ Overlord (2018) ที่มีการใช้เทคนิคพิเศษเยอะมากทั้งงาน Production และงาน Post Production ส่วนเรื่อง Rampant (2018) มีการใช้เทคนิคพิเศษด้าน Production มากกว่างานด้าน Post Production

5. โครงเรื่อง (Structure) จะมีการวางโครงเรื่องและการเล่าเรื่องเรียงตามลำดับเวลาที่แตกต่างกันไป คือ เรื่อง Abraham Lincoln : Vampire Hunter (2012) ส่วนใหญ่มีการเล่าแบบตามลำดับเวลา มีส่วนน้อยที่เล่าแบบย้อนกลับเพื่อให้เข้าใจเหตุผลแรงจูงใจของตัวละครเท่านั้น ว่าตัดสินใจทำแบบนี้เพราะเหตุใด เรื่อง Overlord (2018) มีการเล่าเรื่องแบบตามลำดับเวลาตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง และ เรื่อง Rampant (2018) มีการเล่าแบบย้อนกลับในช่วงแรกเท่านั้น หลังจากนั้นก็เล่าตามลำดับเวลาจนจบเรื่อง และทั้ง 3 เรื่องก็มีการวางโครงเรื่องออกเป็นสามส่วน หรือสามองก์ โดยองก์แรกใช้เนื้อที่ 1 ใน 4 ของเรื่อง องก์ที่สองใช้เนื้อที่ 1 ใน 2ของเรื่อง และองก์ที่สามใช้เนื้อที่ 1 ใน 4 ของเรื่อง ซึ่งอาจจะแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย แต่ละองก์จะถูกแบ่งด้วย “Plot Point” คือเหตุการณ์ที่นำพาให้เรื่องเดินไปอีกทิศทางหนึ่ง ซึ่งทุกเรื่องมีการวางโครงเรื่องแบบนี้เหมือนกัน

6. ฉาก (Scene) จากการศึกษาการวิเคราะห์ฉากของภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง พบว่า ฉาก มีความสำคัญในการสร้างอารมณ์ร่วมไปกับตัวละคร ทำให้ความรู้สึกสมจริง เข้ากับยุคสมัยของแต่ละเรื่อง ภาพยนตร์เรื่อง Abraham Lincoln : Vampire Hunter (2012) ฉากในเรื่องมีการอ้างอิงจากฉากที่เคยเกิดเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ขึ้นจริง ๆ เช่น ฉากการสาบานตนเข้ารับตำแหน่งประธานาธิบดีของลินคอร์น ฉากในโรงละครที่ลินคอร์นถูกสังหาร ฉากที่โต๊ะทำงานของประธานาธิบดีในธรรมเนียบขาว ฉากการสู้รบกันทหารฝ่ายเหนือ และฝ่ายใต้ เรื่อง Overlord (2018) เป็นฉากที่เกิดขึ้นเป็นสมัยยุคสงครามโลกครั้งที่ 1 ที่ประเทศฝรั่งเศส มีฉากการสู้รบในป่า ฉากการซ่อนตัวอยู่ในหมู่บ้านหมู่บ้านหนึ่ง และฉากในหอวิทยุของพวกทหารเยอรมัน และ เรื่อง Rampant (2018) ฉากส่วนใหญ่เกิดขึ้นในพระราชวังแห่งกรุงโซซอน มีทั้งในท้องพระโรง ลานแสดงมโหรสพ ห้องเสวยพระกระยาหาร ห้องบรรทมของกษัตริย์ เป็นต้น

7. บทสนทนา (Dialogue) มีผลแตกต่างกันออกไปตามบริบทของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง คือ ภาพยนตร์เรื่อง Abraham Lincoln : Vampire Hunter (2012) มีบทสนทนามากพอสมควรที่มีลักษณะโน้มน้าวจิตใจคน การปลุกระดมผู้คน มีคำกล่าวสุนทรพจน์เข้ารับตำแหน่งเป็นประธานาธิบดีคนที่ 16 ของสหรัฐอเมริกาด้วย ก็คือ “รัฐบาลของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน” มีบทสนทนาที่เกิดขึ้นในสภาสูง หรือในศาลของอเมริกา ซึ่งจะเป็นคำศัพท์ที่เฉพาะทาง และเป็นทางการมาก เรื่อง Overlord (2018) มีบทสทนาที่ค่อนข้างรุนแรง และหยาบคายพอสมควร การสนทนาของทหารก็จะมีแบบแผนที่ชัดเจน เข้มแข็ง เสียงดัง ฟังชัด และ เรื่อง Rampant (2018) มีการใช้บทสนทนาระหว่างชนชั้นที่สูงกว่ากับชนชั้นที่อยู่ต่ำกว่า เช่น กษัตริย์กับขุนนาง จะมีการสนทนาด้วยคำราชาศัพท์ตลอดทั้งเรื่อง

8. บทสรุป (Resolution) จากการศึกษาวิเคราะห์บทสรุปของภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง มีบทสรุปทั้งแบบเปิดและแบบปิด โดยเรื่อง Abraham Lincoln : Vampire Hunter (2012) มีบทสรุปแบบเปิด คือ ตัวเรื่องจบโดยที่ตัวละครได้มีการเริ่มต้นวังวนเดิมของเรื่องใหม่อีกครั้ง เหมือนที่เคยเกิดขึ้นตอนต้นเรื่อง เป็นการเริ่มต้นการผจญภัยของเรื่องใหม่อีกครั้ง ส่วนเรื่อง Overlord (2018) และ Rampant (2018) มีบทสรุปแบบปิด คือ หลังจากที่ตัวละครทำภารกิจสำเร็จเสร็จสิ้นลง ตรงตามเจตนาที่ตั้งเป้าหมายไว้แล้ว ก็ดำเนินไปถึงฉากจบที่สมหวัง และมีความสุข มีจุดจบที่ชัดเจนไม่มีข้อสงสัยอื่นใดต่อเรื่องอีกต่อไป

ตารางสรุปผลโดยอ้างอิงจากองค์ประกอบการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร

ภาพยนตร์	Character ของซอมบี้		Plot genre	Conflict ความขัดแย้งของตัวละคร	Resolution รูปแบบปลายปิด	Structure เรียงตามลำดับเวลา	Scene อิงประวัติศาสตร์	Visual วิเคราะห์พิเศษด้านภาพ
	มีร่างกายเหมือนมนุษย์	มีสติปัญญา						
Abraham Lincoln : Vampire Hunter	✓	✓	สยองขวัญ	บุคคล, สังคม	✘	✓	✓	✓
Overlord	✓	✘	สยองขวัญ	บุคคล, สังคม	✓	✓	✓	✓
Rampant	✓	✘	สยองขวัญ	บุคคล, สังคม, ธรรมชาติ	✓	✓	✓	✓

ตารางได้แสดงผลสรุปการวิเคราะห์การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร และเป็นภาพยนตร์แนวสยองขวัญที่มีการอิงประวัติศาสตร์ทั้ง 3 เรื่อง จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์แต่ละเรื่อง มีสิ่งที่เหมือนกัน และมีสิ่งที่แตกต่างกัน แต่โดยสรุปสาระสำคัญแล้ว ภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องนั้น จะมีตัวละครอย่างซอมบี้ที่มักมีรูปร่างลักษณะภายนอกที่เหมือน หรือคล้ายกับมนุษย์ และจะไม่มีสติปัญญา หรือหลงเหลือความเป็นมนุษย์อยู่เลย เป็นเพียงแค่ร่างกายที่เคลื่อนไหวได้เท่านั้น ส่วนปมความขัดแย้งกันส่วนใหญ่ก็จะเป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล และความขัดแย้งระหว่างตัวละครกับจารีตของสังคม เช่น ความขัดแย่งกับศัตรู หรือความขัดแย้งระหว่างเพื่อน หรือความขัดแย้งที่ตัวละครทำผิดต่อกฎระเบียบข้อบังคับของสังคม เป็นต้น และอีกปะเด็นหนึ่งที่ภาพยนตร์ทุกเรื่องมีคือ การที่มีการใช้เทคนิคพิเศษเข้ามาช่วยให้ภาพยนตร์ดูสมจริง ให้คนดูได้เข้าถึงอรรถรสในการชมภาพยนตร์ที่มีตัวละครอย่างซอมบี้มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การใช้เทคนิคพิเศษที่อยู่ในขั้นตอนของการถ่ายทำจริง (Production) หรือในขั้นตอนของการตัดต่อ (Post Production) ภาพยนตร์ทุกเรื่องมีการใช้เทคนิคพิเศษกันทุกเรื่อง

อภิปรายผล

ภาพยนตร์เป็นเรื่องเล่าชนิดหนึ่งที่อาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ประกอบกันขึ้นมาเป็นภาพยนตร์หนึ่งเรื่อง เมื่อวิเคราะห์ภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร โดยอาศัยแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของภาพยนตร์เล่าเรื่อง (Story Telling Element) เป็นกรอบนำทาง ผลการศึกษาทำให้ค้นพบว่า ภาพยนตร์มักสร้างให้ตัวละครซอมบี้ในภาพยนตร์ มีส่วนในการสร้างปัญหาให้กับตัวละครในเรื่อง และเป็นตัวแปรสำคัญในการผลักดันให้ตัวละครกระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกมา หรือไม่ก็เผยธาตุแท้ที่ชั่วร้ายของตัวเองออกมาโดยทั้งตั้งใจ และไม่ตั้งใจ พูดอีกด้านซอมบี้เปรียบเสมือนภาพสะท้อนให้กับคน ในอีกรูปแบบหนึ่งนั้นเอง ส่วนปัญหาความขัดแย้งที่มักแสดงออกในภาพยนตร์คือความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ด้วยกันเอง ที่อาจไม่ลงรอยกัน และความขัดแย้งที่มาจากภายในแต่ละคนของตัวละครแต่ละตัว โดยเฉพาะความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นถึงลักษณะของตัวละครที่มีผลต่อการกระทำ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างตัวละครของ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2558) ได้พูดถึงวิธีการสร้างตัวละครในแบบสามมิติ คือการศึกษาความเป็นมนุษย์ในตัวละครว่าเพราะเหตุใดเขาถึงมีนิสัยใจคอเช่นนั้น ทำไมถึงพัฒนาทีละขั้นค่อยๆ เปลี่ยนตัวเองเมื่อพบเจอกับปัญหา ได้แก่ ด้านสรีระวิทยา ด้านสังคมวิทยา และด้านจิตวิทยา ซึ่งทั้งหมดจะเป็นกรอบที่ทำให้ตัวละครแต่ละตัว มีความคิด และการกระทำที่แตกต่างกันออกไป

จากภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง สาเหตุหลักที่สร้างปัญหาให้กับเรื่อง แทนที่จะเป็นเหล่าซอมบี้ แต่สิ่งที่ร้ายกาจกว่าพวกซอมบี้ผีดิบ ก็เป็นพวกมนุษย์ที่แก่งแย่งชิงดี รบราฆ่าฟันกันเอง เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจ เงินตรา หรือสิ่งที่ปราถนา โดยมีพวกซอมบี้เข้ามาเป็นตัวแปร ในการตัดสินใจทำอะไร หรือไม่ทำอะไรของมนุษย์เท่านั้น การมีที่มาที่ไปของตัวละครซอมบี้ ส่วนใหญ่จะไม่มีการปูเรื่องราวของการกำเนิดของตัวละครซอมบี้ มักจะมีการใส่ตัวละครซอมบี้เข้ามาในเรื่องเลย และใช้คาแร็คเตอร์ของซอมบี้เป็นตัวสร้างแรงพลักดันให้กับตัวละครตัวอื่นดำเนินเรื่องต่อไป

ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีภาพยนตร์เล่าเรื่องของ Singh (2014) ได้กล่าวถึงความขัดแย้งไว้ว่า บทภาพยนตร์จะต้องทำให้เรื่องราวเข้มข้นโดยการทำให้ความขัดแย้งมีมากขึ้นเรื่อย ๆ และตัวละครพยายามเอาชนะความขัดแย้งในแต่ละขั้นอย่างลำบากยากเย็น ให้ผู้ชมจดจ่ออยู่กับภาพยนตร์ได้ตั้งแต่ต้นจนจบ และ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2558) ได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่า ความขัดแย้งสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท ได้แก่ ความขัดแย้งภายในจิตใจของตนเอง เช่น ตัวละครต้องเผชิญกับความคิดด้านจริยธรรมในจิตใจ หรือมีปมใด ๆ ในใจ ความขัดแย้งระหว่างบุคคล เช่น ความขัดแย้งกับเพื่อน คนรัก ศัตรู ความขัดแย้งระหว่างตัวละครกับสังคมเช่น การทำผิดกฎระเบียบสังคม หรือจารีตของสังคม ความขัดแย้งระหว่างตัวละครกับธรรมชาติ เช่น ภัยพิบัติที่ตัวละครไม่สามารถควบคุมได้

เทคนิคการสร้างตัวละครในภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง มีบางเรื่องที่มีการสร้างที่มาที่ไปของตัวละครเล่าความเป็นมาของตัวละครด้วย เช่น ตัวละครซอมบี้ เกิดจากการทดลองทางวิทยาศาสตร์ ความผิดพลาดของการทดลองคำสาปหรือเวทมนต์ เป็นต้น ซึ่งการมีที่มาที่ไปของตัวละคร จะทำให้เรื่องราวดูสมจริงน่าเชื่อถือ สร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมได้ดียิ่งขึ้น และจะช่วยเสริมให้ตัวละครตัวอื่นมีเหตุผลในการกระทำมากยิ่งขึ้น เช่น พระเอกจะต้องเข้าไปที่ห้องทอลองของศัตรูให้ได้ เพื่อที่จะทำลายห้องทดลอง เพราะในนั้นเป็นที่สร้างซอมบี้ขึ้นมา หรือ การจะฆ่าซอมบี้ต้องใช้เครื่องมือพิเศษที่ถูกสร้างมาเพื่อใช้ฆ่าซอมบี้เท่านั้น ถึงจะฆ่าซอมบี้ได้สำเร็จ เป็นต้น การสร้างที่มาที่ไปของตัวละครสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างตัวละครของ จรูญพร ปรปักษ์ประลัย (2552) ได้ให้ความเห็นในการปูพื้นหลังของตัวละครเอาไว้ว่า ทุกคนล้วนมีบาดแผล ตัวละครจะมีปมปัญหาในใจส่งผลให้เขาต้องหาทางแก้ไขมัน หรือหมายถึงต้นเหตุที่ทำให้ตัวละครแต่ละตัวเกิดขึ้นก่อนเข้าสู่เรื่องราวก็มีอิทพลต่อการกระทำของตัวละคร และ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2558) ได้เรียกวิธีการสร้างตัวละครประเภทนี้ว่า การสร้างตัวละครแบบสองมิติ คือการเล่าถึงชีวิตเบื้องหลังของตัวละคร ช่วงชีวิตก่อนเข้าสู่บทละครของตัวละคร หรือที่เรียกกันว่าเป็นการปูพื้นหลังของตัวละคร ตั้งแต่ตัวละครเกิดเติบโตมาอย่างไร ถูกเลี้ยงดูด้วยสภาพแวดล้อมแบบไหน พบเจอกับเหตุการณ์อะไรมาบ้างที่ทำให้เกิดการพัฒนามาเรื่อย ๆ และยังสอดคล้องกับทฤษฎีทัศนะประกอบสร้าง(Constructionist Approach) ที่มองว่าความเป็นจริงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาได้ภายใต้กระบวนการทางสังคม ดังนั้นจึงไม่สนใจว่าในโลกทางกายภาพจะมีข้อเท็จจริงเช่นนั้นอยู่หรือไม่ แต่เราก็สามารถสร้างความเป็นจริงให้เกิดขึ้นได้ (Hall, 1997) อย่างกรณีของภาพยนตร์ที่มีตัวละครซอมบี้ก็เช่นกัน ที่ในโลกแห่งความเป็นจริงจะเป็นอย่างไรนั้นไม่สำคัญเท่ากับว่ามันถูกสร้างขึ้นมาอย่างไร และกลวิธีในการประกอบสร้างความเป็นจริงให้สมจริงใช้วิธีการใด

ภาพยนตร์ทุกเรื่องจะเป็นการสร้างเส้นเรื่องใหม่ขึ้นมา โดยอยู่ช่วงเวลาหรือเหตุการณ์สำคัญที่เคยเกิดขึ้นจริงมาเป็นเนื้อหาของเรื่อง ซึ่งการที่นำเอาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงมาเล่าใหม่ ข้อดีที่เด่นชัดที่สุดคือการที่ทำให้คนดูเกิดอารมณ์อยากติดตาม และเกิดความอยากรู้ว่าสิ่งที่ตัวภาพยนตร์เล่านั้น มันจริงหรือไม่จริง ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมไปกับตัวละครมากขึ้น สร้างจินตนาการเหมือนได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้นจริง ๆ

สอดคล้องกับแนวคิดหลักในการผลิตภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ของ Christina Hamlett (2018) ที่กล่าวในเรื่องการใช้เรื่องจริงผสมกับรายละเอียดที่มีตัวละคร และเหตุการณ์บางอย่างที่ไม่ใช่เรื่องจริง เพื่อสร้างความเป็นภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง โดยใช้เรื่องราวของคนที่มีตัวตนจริง มีเหตุการณ์ที่แท้จริง มีสถานที่ในการเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งหลายจริง เป็นปัจจัยหลักทำให้ผลงานเหล่านั้นประสบความสำเร็จ แต่ในการเล่าเรื่องให้สนุกชวนติดตามนั้น จะมีแต่เพียงสิ่งที่เป็นข้อเท็จจริงไม่ได้ จะต้องมีการเพิ่มตัวละคร การกระทำของตัวละคร และเหตุการณ์อื่น ๆ เพื่อที่จะทำให้ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์มีคุณลักษณะที่จะต้องปลุกเร้าอารมณ์คนดูได้ ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์รัก อารมณ์ชัง อารมณ์สุข อารมณ์เศร้า อารมณ์กลัว อารมณ์ตื่นเต้น ในขณะที่ติดตามผลงาน ที่เรียกว่าเป็นงานบันเทิงอิงประวัติศาสตร์

จากผลการศึกษาภาพยนตร์ทุกเรื่องยังสามารถประมวลเป็นองค์ความรู้เพิ่มเติมได้ว่า ภาพยนตร์ต่าง ๆ ที่นำมาเล่าเรื่องเกี่ยวกับซอมบี้ทั้งหมดทั้งมวล แท้จริงแล้วมีวัตถุประสงค์เพื่ออยากเตือนสติผู้ชมให้ตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นมนุษย์ ตัวละครซอมบี้ในภาพยนตร์ แท้จริงคือภาพสะท้อนด้านมืดของมนุษย์ เป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์ทำในสิ่งที่เลวร้ายออกมา เพื่อให้ตนเอง หรือพวกพ้องอยู่รอด หรืออีกด้านหนึ่งซอมบี้ก็สามารถเป็นเครื่องกระตุ้นจิตวิญญาณความเป็นมนุษย์ ที่อาจหลงลืมไปในคนบางคน ความกล้าหาญ ความเสียสละ ให้แสดงออกมาในสถานการณ์คับขันก็ได้ ดังนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ภาพยนตร์ต้องการสื่อสารแก่ผู้ชมคือการกระตุ้นการมีมนุษยธรรมให้แก่กัน จะทำให้สังคมมีสันติและความสุข

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรมีการศึกษาการรับรู้ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมที่มีต่อการชมภาพยนตร์ที่มีซอมบี้เป็นหนึ่งในตัวละคร เพื่อให้ทราบว่าผู้ชมสามารถรับรู้สิ่งที่ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องการนำเสนอได้หรือไม่

2.ควรมีการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวข้องกับซอมบี้ในสื่ออื่น ๆ เช่น ซีรีย์ เกมส์ หรือสื่อโฆษณา เพื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์ว่ามีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไรทั้งในแง่เนื้อหาและกลวิธีการนำเสนอ

บรรณานุกรม

จรูญพร ปรปักษ์ประลัย. (2552). *“คนปรุงเรื่อง,” การเขียนบทภาพยนตร์ การเขียนบทละคร*. กรุงเทพ :สำนักพิมพ์มูลนิธิเด็ก.

ชนัญญา ประสาทไทย. (2559). *ซอมบี้ไทย สังคมไทย และการเมืองไทย,* กรุงเทพฯ :คณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2558). *การเขียนบทภาพยนตร์บันเทิง*.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Brooks, M. (2003). *The Zombie Survival Guide*, New York, USA: Three Rivers Press.

Hamlett,Christina. (2018). *Why Based on a True Story Movies Repeatedly Unravel,* London: The Writers Store.

Hall, S. (1997). *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*.London: Sage Publications.

Singh, S. (2014). *8 Elements of Story Telling That Every Filmmaker Must Know*. Retrieved from www.jamuura.com/blog/must-know-elements-storytelling.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[ทัตเทพ, สมัชชนันท์ หน้า 93-104]

อิทธิพลของการเปิดรับ และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์บนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยของกลุ่ม Generation Y และ Z

INFLUENCE OF EXPOSURE AND ATTITUDE TOWARD TWITTER HASHTAGSON THAI SERIES VIEWING BEHAVIOR OF GENERATIONS Y AND Z

ทัตเทพ จันทรเมธีกุล. *คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 1*

สมัชชนันท์ เอกปัญญากุล. *คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2*

Thatthep Chantharamethikun. *Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University*

Smuchanan Ekpanyakul. *Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University*

Email: thatthep7907@gmail.com, smuchanan.e@gmail.com

Received: 19 July 2021 ; Revised: 3 August 2021 ; Accepted: 22 November 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1. เพื่อศึกษาการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย ทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทย พฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็ก แนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์ 2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับแนวโน้มการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทย 5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยที่มีต่อพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) แบบเก็บข้อมูลเฉพาะ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง (Cross - sectional study) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18 - 26 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยบนทวิตเตอร์ในระดับบ่อย เปิดรับครั้งละ 5 - 6 นาที และมักเปิดรับในช่วงเวลา 16.01 น. - 22.00 น.ผ่านสมาร์ทโฟน โดยส่วนใหญ่มีทัศนคติทางบวกต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทย ซึ่งทัศนคติด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ตามด้วยทัศนคติด้านต่าง ๆ คือ ด้านการทำให้เกิดกระแส ด้านการรวมกลุ่มการสนทนาด้านการค้นหาสิ่งที่สนใจ และด้านการเน้นข้อความ ตามลำดับ นอกจากนั้นยังมีแนวโน้มในด้านความตั้งใจที่เปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และด้านความตั้งใจที่จะรับชมซีรีส์ไทย ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่เปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยแตกต่างกัน

และพบว่าทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยบนทวิตเตอร์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทย นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์
คำสำคัญ : ทวิตเตอร์, แฮชแท็ก, ซีรีส์ไทย, การเปิดรับสื่อ, ทัศนคติ, พฤติกรรมการรับชมซีรีส์

Abstract

The objective of the research are 1. to study the exposure towards Thai series hashtags, attitude towards Thai series hashtags, Thai series viewing behavior, the tendency of Thai series hashtags exposure and Thai series viewing behavioral tendency 2. to study the relationship between the demographic characteristics of Twitter user and the exposure towards Thai series hashtags 3. to study the relationship between the attitude towards Thai series hashtags and the tendency of Thai series hashtags exposure 4. to study the relationship between the attitude towards Thai series hashtags and Thai series viewing behavioral tendency 5. to study the influence of exposure and attitude towards Thai series hashtags on viewing behavior after such exposure. This research is a quantitative survey with a cross-sectional study approach. Data are collected, using questionnaire, from 400 members of Generations Y and Z. The finding shows that the majority of the samples are female, 18 - 26 years old, with a bachelor's degree or equivalent, working as office employees, with a monthly personal income of 15,000 - 30,000 Baht. Most were frequently exposed to Thai series hashtags on Twitter each time for 5-6 minutes during 16.01 - 22.00 hours through smartphones. Most show a positive attitude towards Thai series hashtags. The attitude towards the reporting of current situations shows the highest average, followed by attitudes toward trend setting, creation of group chats, search for interesting subjects, and text highlighting, respectively. In addition, the tendencies toward intention to be exposed to Thai series hashtags and to view Thai series are at a high level. The results of hypothesis testing show that the demographic profile of Twitter users who are exposed to Thai series hashtags, in terms of age, education level, occupation, and personal monthly income, reflects different frequencies in the exposure to Thai series hashtags. It is also found that the attitude towards Thai series hashtags on Twitter correlates with the tendency toward Thai series hashtag exposure and that toward Thai series viewing behavior. Furthermore, the exposure of Thai series hashtags and the attitude toward text highlighting of Thai series hashtags also affect the Thai series viewing behavior of the Twitter users after such exposure.
Keywords: Twitter, Hashtags, Thai series, Media Exposure, Series viewing behavior

บทนำ

ในปัจจุบันทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพ และจุดเด่นในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากสามารถส่งข้อมูลสั้น ๆ ถึงผู้รับสารได้เป็นจำนวนมากภายในไม่กี่วินาทีผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (พัชรินทร์ ทวิสุวรรณ, 2552) โดยรูปแบบการใช้งานหลัก ๆ ของทวิตเตอร์ประกอบไปด้วย การพิมพ์ข้อความ (Tweet), การพิมพ์ข้อความพร้อมกล่าวถึงผู้ใช้งานทวิตเตอร์ท่านอื่น

(Mention), การแชร์ข้อความของผู้ใช้งานท่านอื่น (Retweet), การกดถูกใจ (Like), การแชร์ข้อความของผู้ใช้งานท่านอื่นพร้อมการพิมพ์ข้อความของตน (Quote Tweet) และ การติดข้อความค้นหา (Hashtag) โดยรูปแบบการใช้งานที่กล่าวมาข้างต้นโดยเฉพาะการ Retweet ทำให้เกิดความรวดเร็วในการแชร์และรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังบุคคลอื่น ๆ ซึ่งยิ่งหัวข้อไหนเป็นที่พูดถึงมาก หรือมีการติดแฮชแท็กมากระบบของทวิตเตอร์ก็จะทำการจัดอันดับความนิยมของแฮชแท็กนั้น ๆ ขึ้นมาให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ได้รับรู้ว่าตอนนี้หัวข้อการสนทนาใดบ้างกำลังเป็นที่พูดถึง ผู้ใช้งานทวิตเตอร์ในประเทศไทยเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า “เทรนด์ทวิต” โดยกระบวนการดังกล่าวยิ่งทำให้ประเด็นที่ถูกพูดถึงในแฮชแท็กได้รับความนิยมมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tomoaki Sakamoto (2015, อ้างอิงใน จิรัฏฐ์ พรหมดิเรก, 2558) ที่กล่าวไว้ว่า 1 ใน 3 ของทวีตทั้งหมดที่ได้รับการรีทวีต ร้อยละ 15 มีการใส่แฮชแท็กลงไปด้วย อาจจะกล่าวได้ว่าทวิตเตอร์เป็นเครือข่ายข้อมูลระดับโลกแบบเรียลไทม์ที่ให้ผู้ใช้สร้างและแบ่งปันความคิดและข้อมูลได้ทันที ดังนั้นการสังเกตแฮชแท็กซีรีส์ไทยจึงทำให้เราพอจะเห็นภาพรวมความสนใจของผู้ใช้งานทวิตเตอร์ต่อซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ได้

โดยในปี 2563 ทวิตเตอร์ได้จัดอันดับ 10 เหตุการณ์สำคัญที่มีการติดแฮชแท็กมากที่สุด โดย 3 ใน 10 ของแฮชแท็กมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องซีกับรีส์ไทย ซึ่งประกอบไปด้วย #ไบร์ทวิน, #ออฟกัน และ #หวานใจมิวกลัฟ ซึ่งเป็นแฮชแท็กชื่อของคู่นักแสดงนำจากซีรีส์ชายรักชายทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังพบว่าในปี 2561 มี 2 ใน 10 ของแฮชแท็กยอดนิยมทั้งหมดที่เป็นแฮชแท็กซีรีส์ไทย อย่าง #บุพเพสันนิวาส และ “เลือดค้นคนจาง แสดงให้เห็นถึงความนิยมในการใช้แฮชแท็กของทวิตเตอร์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารเกี่ยวกับสื่อบันเทิง ทั้งนี้ความนิยมดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลที่ทาง Twitter ร่วมกับ Circus Social ได้เปิดเผยเกี่ยวกับการใช้ Twitter ในประเทศไทยจากการศึกษาพฤติกรรมจากทวีต 500,000 ทวีต ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2562 พบว่าผู้ใช้งานทวิตเตอร์ในประเทศไทยมีการรับชมรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์ไทยมากกว่าต่างประเทศ และยังพบว่าผู้ใช้งานทวิตเตอร์ในประเทศไทยทวีตข้อความเกี่ยวกับละครมากกว่าภาพยนตร์ในสัดส่วน 77% และ 23% ตามลำดับ (Thumbsup, 2562)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแฮชแท็กซีรีส์ไทยนั้นถูกใช้เพื่อแสดงความสนใจ แสดงความนิยม เป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็น, เป็นช่องทางในการพูดถึงเนื้อหา หรือสืบค้นว่าผู้ใช้ทวิตเตอร์ท่านอื่นมีความคิดเห็นอย่างไรต่อซีรีส์ ผ่านข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอ โดยไม่ได้จำเพาะเจาะจงว่าจะต้องเป็นช่วงที่ซีรีส์กำลังออนแอร์อยู่ จากเหตุผลที่กล่าวไปต้นทำให้แฮชแท็กซีรีส์ไทยในทวิตเตอร์เปรียบเสมือนภาพสะท้อนความคิดเห็นของผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่มีต่อซีรีส์ไทยเรื่องนั้น ๆ ซึ่งผู้ใช้ทวิตเตอร์หลายท่านแม้จะไม่รู้จักซีรีส์ที่ติดแฮชแท็กแต่หากติดตามแฮชแท็กดังกล่าว ก็อาจจะทำให้เกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งในลักษณะที่อยากรับชม หรือไม่อยากรับชมก็เป็นได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา อิทธิพลของการเปิดรับและทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์บนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อการรับชมซีรีส์ไทยของกลุ่ม Generation Y และ Z เพราะต้องการที่จะทราบว่าแฮชแท็กซีรีส์ไทยมีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยเรื่องนั้น ๆ ของผู้ใช้ทวิตเตอร์หรือไม่ โดยทำการศึกษาในกลุ่ม Generation Y และ Z ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้งานส่วนใหญ่ของทวิตเตอร์ ซึ่งผลของการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางแก่ผู้ที่ต้องการใช้แฮชแท็กซีรีส์ไทยเป็นเครื่องมือในการทำการตลาด และการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย ทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทย พฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็ก แนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์

2.เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย

3.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับแนวโน้มการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย

4.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทย

5.เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยที่มีต่อพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยได้อาศัยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผ่านกระบวนการการเก็บข้อมูลและการศึกษาเฉพาะ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง (Cross - sectional study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self - administered questionnaire) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยในการวิเคราะห์ได้ใช้การทดสอบ Independent t-test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test), สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ในการทดสอบสมมติฐาน และเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non - probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสมัครใจ (Volunteer Sampling) เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามบนสื่อออนไลน์ (Online Survey Method) จำนวน 400 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทาง Google Forms โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ใช้ทวิตเตอร์ทั้งชาย - หญิง ในช่วง Generation Y (อายุ 27 – 41 ปี) และ Generation Z (อายุ 18 – 26 ปี) ที่เคยเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ภายในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา (นับตั้งแต่ 30 เมษายน 2563 – 30 เมษายน 2564) เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้

1. แนวคิดเกี่ยวกับซีรีส์ ในปัจจุบันประเทศไทยมีความพยายามที่จะใช้คำศัพท์ "ซีรีส์" อย่างไรก็ดีการให้ความหมายระหว่างการเรียก "ซีรีส์" และ "ละครโทรทัศน์" (Soap Opera) มักทำให้เกิดความสับสนในการใช้งาน เพื่อให้สะดวกต่อการสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งซีรีส์ถือได้ว่าเป็นละครประเภทหนึ่ง โดย องอาจ สิงห์ลำพอง (2557) ได้กล่าวว่า คำว่า "ละคร" นั้นมีความหมายกว้างที่ครอบคลุมถึงการแสดงบทบาทเป็นเรื่องราวทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงสดถ่ายทำเป็นภาพยนตร์ หรือเทปโทรทัศน์ก็ตาม ละครจึงหมายถึงการสื่อสารผ่านการกระทำหรือการแสดงซึ่งทำให้เข้าใจได้ง่าย ทำให้เห็นเป็นรูปธรรมที่เป็นเรื่องราวและการกระทำ ผู้ชมจะได้รับประสบการณ์ร่วมจากการดู

2. แนวคิดเกี่ยวกับแฮชแท็กในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ แฮชแท็กคือ การใช้ "#" มานำหน้าคำที่เราต้องการจะเน้นถึง อยู่ในรูปแบบของคำ ข้อความ หรือวลีที่มีสัญลักษณ์ "#" นำหน้าโดยเขียนติดกันทุกตัวอักษร ซึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์แฮชแท็กนั้นถูกใช้เป็นอีกช่องทางหนึ่งในจัดระเบียบข้อมูล หัวข้อการสนทนา รวมกลุ่ม การสนทนา และค้นหาสิ่งที่สนใจ ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะการใช้งานแฮชแท็กจากการสังเกตได้ดังนี้ 1. เน้นข้อความ ทั้งนี้ด้วยคุณลักษณะที่ทำให้ข้อความที่ติด "#" มีลักษณะเป็นตัวอักษรสีฟ้า จึงทำให้เกิดความเด่นชัดกว่าข้อความอื่น ๆ ผู้ใช้ทวิตเตอร์หลาย ๆ ท่าน ใช้แฮชแท็กเพื่อต้องการเน้นข้อความในแฮชแท็กนั้นให้ดูเด่นชัด 2. รวมกลุ่มการสนทนา กล่าวคือ แฮชแท็กถูกใช้เป็นช่องทางในการรวมกลุ่มการสนทนาของบุคคลที่มีความสนใจร่วมกัน โดยการแสดงความคิดเห็นผ่านแฮชแท็กนั้น ๆ

3. ค้นหาสิ่งที่สนใจ เนื่องจากทวิตเตอร์นั้นมีฟังก์ชันการค้นหาข้อความ เมื่อผู้ใช้งานเกิดความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็จะอาศัยการพิมพ์แฮชแท็กในเรื่องที่ตนสนใจเพื่อดูว่ามีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหัวข้อสนทนานั้น ๆ อย่างไรบ้าง 4. ทำให้เกิดกระแส เนื่องจากทวิตเตอร์มีระบบจัดอันดับแฮชแท็ก ดังนั้นผู้ใช้จำนวนมากจึงช่วยกันติดแฮชแท็กทำให้เกิดเป็นกระแสเพื่อ แสดงความนิยม กระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้ถึงประเด็นในสังคม หรือใช้ทำการตลาด 5. รายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากนี้ทวิตเตอร์เองยังสามารถแสดงผลแฮชแท็กที่กำลังเป็นที่พูดถึงในขณะนั้นแบบ Real time จึงทำให้เกิดการใช้งานทวิตเตอร์เพื่อรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

3.แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชัน Ivanova and Smrikarov (2009) ได้กล่าวว่า เจเนอเรชัน คือ กลุ่มคนในรุ่นเดียวกันที่เกิด มาในช่วงเวลาเดียวกันและมีประสบการณ์เกี่ยวกับโลกทางวัฒนธรรมโดยทั่วไปร่วมกัน โดยแต่ละ เจเนอเรชันจะถูกสร้างขึ้นจากค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมของสังคมที่พวกเขาเติบโตขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว เจเนอเรชันต่าง ๆ จะมีระยะเวลาห่างกันประมาณ 20-25 ปี

สรุปผลการศึกษา

1.จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18 - 26 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท โดยพบว่าภาพรวมความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.75 หมายถึง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยในแต่ละครั้ง 5 - 6 นาที และมักจะเปิดรับเป็นประจำในช่วงเวลา 16.01 น. - 22.00 น. ในส่วนของการศึกษาการ ในส่วนของทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติทางบวก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยทัศนคติต่อด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.21 หมายถึง มีทัศนคติทางบวกสูง ในส่วนของพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการรับชมซีรีส์ไทยหลังจากเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย 3.61 หมายถึง มีการเปิดรับบ่อย ในส่วนของแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็ก ที่ค่าเฉลี่ย 3.70 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมาก และสุดท้ายในส่วนของแนวโน้มในการรับชมซีรีส์ไทย พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการรับชมซีรีส์ไทยภายหลังเปิดรับแฮชแท็ก มีค่าเฉลี่ย 3.77 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมาก

2.จากการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยพบว่า เพศของผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับ (ความบ่อยครั้ง) แฮชแท็กซีรีส์ไทยไม่แตกต่างกัน โดยลักษณะทางประชากรของผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนจะมีการเปิดรับ (ความบ่อยครั้ง) แฮชแท็กซีรีส์ไทยแตกต่างกัน

3.จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับแนวโน้มการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวมของผู้ใช้ทวิตเตอร์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ โดยผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่มีทัศนคติทางบวกต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวม จะมีแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยมาก และผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่มีทัศนคติทางลบต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวม จะมีแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยน้อย ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้ทวิตเตอร์มีทัศนคติโดยรวม (ด้านการเน้นข้อความ ด้านการค้นหาสิ่งที่สนใจ ด้านการรวมกลุ่มการสนทนา ด้านการทำให้เกิดกระแส และด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น) ต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในทางบวก ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้มีแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยสูงตามไปด้วย

5.จากผลศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยที่มีต่อพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์พบว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย หรือทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์ ได้ร้อยละ 34.2 (Adjusted R2 = 0.342) โดยเมื่อพิจารณาค่า Beta สามารถอธิบายได้ว่าความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์อย่างมีนัยสำคัญ มากที่สุด ที่ค่า Beta เท่ากับ 0.500 หมายความว่า ยิ่งมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยมาก ผู้ใช้ทวิตเตอร์จะยิ่งมีพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยบ่อยครั้ง รองลงมาคือ ทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์อย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Beta เท่ากับ 0.146 หมายความว่า ยิ่งมีทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยทางบวก ผู้ใช้ทวิตเตอร์จะยิ่งมีพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยบ่อยครั้ง ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิจัย พบว่า ภาพรวมความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.75 หมายถึง มีการเปิดรับบ่อย โดยผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่ารูปแบบของแฮชแท็กซีรีส์ไทย มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Justin Pott (2013) ที่ได้แบ่งประเภทของแฮชแท็กออกเป็น 3 ประเภท คือ 1. กิจกรรมที่ทันเหตุการณ์ (Real - Time Events), 2. ใช้ในเรื่องที่เฉพาะเจาะจง (Tweets About a Specific Topic) และ 3. ประชาสัมพันธ์ (Public Relations) โดยแฮชแท็กซีรีส์ไทยล้วนมีรูปแบบทั้ง 3 ประเภท กล่าวคือ แฮชแท็กซีรีส์ไทยถูกใช้เป็นช่องทางในการรวบรวมข้อมูล คำค้นหา ที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์เรื่องนั้น ๆ บางครั้งยังถูกใช้เป็นช่องทางในการพูดคุย วิจารณ์และแสดงความชื่นชอบเกี่ยวกับซีรีส์ไทยเรื่องนั้น ๆ ในรูปแบบ Real time อีกยังถูกใช้ในการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ไทยเรื่องนั้น ๆ อีกด้วย โดยคุณลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นล้วนดึงดูดให้ผู้ใช้งานทวิตเตอร์ได้พบกับเครือข่ายผู้ใช้คนอื่น ๆ ที่มีความสนใจในประเด็นเดียวกันกับที่ตัวสนใจ อีกทั้งรูปแบบการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ที่เอื้อให้ผู้ใช้สามารถรับ – ส่งข่าวสารได้อย่างสะดวก รวดเร็วมีประสิทธิภาพแม้จะมีผู้รับสารจำนวนมาก

จากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทย พบว่า ภาพรวมทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติทางบวก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยทัศนคติต่อด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.21 หมายถึง มีทัศนคติทางบวกสูง ซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งประเภทของแฮชแท็กตามลักษณะการใช้งานของ Justin Pott (2013) ในแง่ของการใช้แฮชแท็กเพื่อสื่อสารกิจกรรมที่ทันเหตุการณ์ (Real - Time Events) โดยเป็นการแจ้งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับข่าวสั้น คำวิจารณ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งมุกตลกในรายการโทรทัศน์ กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างมองว่าแฮชแท็กซีรีส์ไทยมีความสามารถที่จะรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น อีกทั้งยังถูกใช้เป็นช่องทางในการพูดคุยแสดงความคิดเห็นถึงเนื้อหาแบบ Real time ขณะที่ซีรีส์เรื่องนั้น ๆ กำลังออนแอร์อยู่ได้เป็นอย่างดี

สำหรับประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้เกิดกระแส โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 หมายถึง มีทัศนคติทางบวก เนื่องจากทวิตเตอร์มีระบบจัดอันดับแฮชแท็ก ดังนั้นผู้ใช้จำนวนมากจึงช่วยกันติดแฮชแท็กทำให้เกิดเป็นกระแสเพื่อ แสดงความนิยม กล่าวคือมีระดมติดแฮชแท็กซีรีส์ไทยเพื่อแสดงให้เห็นถึงความนิยมในตัวนักแสดง และซีรีส์เรื่องนั้น ๆ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกต่อประเด็น “ท่านรู้สึกว่าการระดมติดแฮชแท็กซีรีส์ไทยจนขึ้นเทรนทวิตเตอร์เป็นเรื่องที่เหมาะสม ทั้งยังรู้สึกดีที่การกระทำดังกล่าวช่วยส่งผลให้ซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ได้รับความสนใจ” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.10 หมายถึง

มีทัศนคติทางบวก สอดคล้องกับผลสำรวจของ TwitterThailand (2563) ที่ได้กล่าวว่ามีผู้ทวิตเกี่ยวกับ #คั่นกูตอนจบ ซึ่งเป็นแฮชแท็กซีรีย์ไทยที่เกี่ยวของกับเนื้อหาตอนสุดท้ายของซีรีส์เรื่อง “เพราะเราคู่กัน (2gether: The Series)” โดยมีผู้ติดแฮชแท็กดังกล่าวถึงถึง 4.8 ล้านทวิต ในวันที่ 16 พฤษภาคม ปี 2563 ในส่วนของประเด็น “ท่านรู้สึกว่าการระดมติดแฮชแท็กซีรีส์ไทยจนขึ้นเทรนทวิตเตอร์เป็นเรื่องที่เหมาะสม ทั้งยังรู้สึกดี ที่การกระทำดังกล่าวช่วยส่งผลให้นักแสดงซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ได้รับความสนใจ” มีค่าเฉลี่ย 4.05 หมายถึง มีทัศนคติทางบวก สอดคล้องกับผลสำรวจของ TwitterThailand (2563) พบว่า 3 ใน 10 ของแฮชแท็กที่ได้รับความนิยมมากที่สุดมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคู่นักแสดงนำของซีรีส์ชายรักชายในประเทศไทยอันประกอบไปด้วย #ไบร์ทวิน ซึ่งเป็นแฮชแท็กชื่อของคู่นักแสดงนำจากซีรีส์ “เพราะเราคู่กัน (2gether: The Series)”, #ออฟกัน ซึ่งเป็นแฮชแท็กชื่อของคู่นักแสดงนำจากซีรีส์ “รุ่นพี่ Secret love ตอน puppy honey” และ #หวานใจมิวกลัฟ ซึ่งเป็นแฮชแท็กชื่อของคู่นักแสดงนำจากซีรีส์ “TharnType The Series เกลียดนักมาเป็นที่รักกันซะดีๆ” แสดงให้เห็นว่ากลุ่มแฟนคลับของนักแสดงนำในซีรีส์เรื่องดังกล่าวนิยมติดแฮชแท็ก เพื่อให้แฮชแท็กของนักแสดงที่ตนชื่นชอบเกิดเป็นกระแสและได้รับการพูดถึง

จากการศึกษาพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งในการรับชมซีรีส์ไทยหลังจากเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยค่าเฉลี่ย 3.61 หมายถึง มีการเปิดรับบ่อย สอดคล้องกับผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2563 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์, 2564) ที่พบว่าการดูโทรทัศน์/ดูคลิป/ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ เป็นหนึ่งใน 10 กิจกรรมออนไลน์ยอดนิยมคนไทย โดยได้รับความนิยมเป็นอันดับสองรองจากการใช้ Social Media ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่นิยมทำกิจกรรมดังกล่าวมากถึง 85% ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่าการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย ส่งผลทำให้เกิดแรงจูงใจในการรับชมซีรีส์เรื่องดังกล่าว ในทำนองเดียวกันกับการรับฟังเรื่องราวของซีรีส์จากบุคคลอื่นจนเกิดความสนใจที่จะรับชมขึ้นมา

ด้านเหตุผลในการเลือกรับชมซีรีส์ไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมซีรีส์เพราะชื่นชอบเนื้อหาของซีรีส์ดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ รับชมซีรีส์เพราะชื่นชอบในตัวนักแสดงนำของซีรีส์ดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 25.0 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมซีรีส์ไทยโดยพิจารณาจากเนื้อหาเป็นหลัก ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่าเนื้อหา และนักแสดงนำของซีรีส์ ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการนำเสนอเรื่องราวให้มีความสนุกสนาน น่าติดตาม อีกทั้งมีผู้ใช้งานทวิตเตอร์จำนวนมากที่รับชมซีรีส์เพราะชื่นชอบในตัวนักแสดงนำของซีรีส์ดังกล่าว ดังจะเห็นได้จากการแสดงความนิยม ผ่านการระดิมติดแฮชแท็กชื่อนักแสดงนำของซีรีส์ชายรักชายในประเทศไทย จนขึ้นอันดับหนึ่งเทรนด์ทวิตหลายครั้ง (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

จากการศึกษาแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย ที่ค่าเฉลี่ย 3.70 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมาก ทั้งนี้แนวโน้มพฤติกรรมหลังเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง อาจจะเกิดจากการเปิดรับ การรับรู้ ทัศนคติ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมาในอนาคต เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยต่อไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 หมายถึง มีความตั้งใจมาก และมีความตั้งใจที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้เปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย ที่ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ 3.66 หมายถึง มีความตั้งใจมากเช่นกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งขอสังเกตว่าสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์เป็นช่องทางที่เอื้อต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านการรีทวิต ทำให้เกิดความรวดเร็วในการแชร์ และรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังบุคคลอื่น ๆ

ในด้านอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอายุ 18-26 ปี มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย มากกว่าผู้ที่มีอายุ 24 - 41 ปี กล่าวคือกลุ่มตัวอย่าง Generation Z มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย มากกว่ากลุ่มตัวอย่าง Generation Y เนื่องจากเนื้อหาแฮชแท็กซีรีส์ไทยที่มุ่งนำเสนอความสนุกสนานและความบันเทิงเป็นหลัก ล้วนมีส่วนในการดึงดูดให้กลุ่มตัวอย่างใน Generation Z เปิดรับชมหรือดูข้อมูลบ่อยครั้งมากกว่ากลุ่มตัวอย่าง Generation Y

ในด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยแตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กล่าวคือ ยิ่งมีระดับการศึกษาสูงความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยก็จะน้อยลงตามลำดับ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งขอสังเกตว่าผู้มีระดับการศึกษาสูง มักจะเปิดรับสื่อในลักษณะที่หลากหลายกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ทำให้มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับเรื่องเดิม ๆ อย่างแฮชแท็กซีรีส์ไทยน้อยกว่า เพราะมีเรื่องที่สนใจมากกว่า

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับแนวโน้มการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวมของผู้ใช้ทวิตเตอร์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ โดยผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่มีทัศนคติทางบวกต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวม จะมีแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยมาก และผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่มีทัศนคติทางลบต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวม จะมีแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยน้อย ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้ทวิตเตอร์มีทัศนคติโดยรวม (ด้านการเน้นข้อความ ด้านการค้นหาสิ่งที่สนใจ ด้านการรวมกลุ่มการสนทนา ด้านการทำให้เกิดกระแส และด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น) ต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในทางบวก ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้มีแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยสูงตามไปด้วย

โดยเมื่อพิจารณาทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในแต่ละด้าน พบว่า ทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยทัศนคติด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านการเน้นข้อความที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านการค้นหาสิ่งที่สนใจ ด้านการรวมกลุ่มการสนทนา ด้านการทำให้เกิดกระแส และด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น ตามลำดับ โดยทั้ง 4 ด้านที่กล่าวมามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งขอสังเกตว่าคุณลักษณะด้านการเน้นข้อความของแฮชแท็ก เป็นคุณลักษณะหลักที่ผู้ใช้สามารถสัมผัสถึงคุณประโยชน์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากคุณลักษณะของแฮชแท็กที่ทำให้ข้อความที่ติด “#” มีลักษณะเป็นตัวอักษรสีฟ้า จึงทำให้เกิดความเด่นชัดกว่าข้อความอื่น ๆ ผู้ใช้ทวิตเตอร์หลาย ๆ ท่านจึงนิยมติดแฮชแท็ก เนื่องจากช่วยเพิ่มความน่าสนใจ และช่วยสร้างการจดจำให้แก่ข้อความทวิตนั้น ๆ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวมของผู้ใช้ทวิตเตอร์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ โดยผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่มีทัศนคติทางบวกต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยมาก และผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่มีทัศนคติทางลบต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในภาพรวม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยน้อย ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

กล่าวคือทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ เนื่องจากเนื้อหาในแฮชแท็กดังกล่าวได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ความนิยมในการสื่อสารเนื้อหาของซีรีส์ผ่านแฮชแท็กซีรีส์ไทย

โดยเมื่อพิจารณาทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในแต่ละด้าน พบว่า ทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งขอสังเกตว่าการเน้นข้อความของแฮชแท็ก เป็นคุณลักษณะของแฮชแท็กที่ทำให้ข้อความที่ติด “#” มีความเด่นชัดกว่าข้อความอื่น ๆ อย่างที่กล่าวไปข้างต้น นอกจากนี้คุณลักษณะด้านอื่น ๆ ของแฮชแท็กล้วนเอื้อให้เกิดความรวดเร็วในการแชร์ และรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร

จากผลศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยที่มีต่อพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์พบว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่าในบางสถานการณ์แฮชแท็กซีรีส์ไทยได้กลายเป็น Earned Media หรือเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ไทยเรื่องนั้น ๆ ไปโดยอัตโนมัติ เนื่องจากรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เอื้อให้ผู้ใช้งานทวิตเตอร์สามารถรับ – ส่งข่าวสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ แม้จะมีผู้รับสารจำนวนมาก อีกทั้งความสามารถในการขับเคลื่อนประเด็นผ่านรูปแบบการใช้แฮชแท็ก รวมถึงรูปแบบการจัดแฮชแท็กยอดนิยม (เทรนด์ทวิต) ของสื่อดังกล่าว กล่าวคือ การเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยได้ทำหน้าที่เหมือนโฆษณาของซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ที่ดึงดูดให้ผู้เปิดรับแฮชแท็กรับชมซีรีส์ เนื่องจากแฮชแท็กซีรีส์ไทยได้ถูกใช้เพื่อแสดงความสนใจ แสดงความนิยม เป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็น, เป็นช่องทางในการพูดถึงเนื้อหา หรือสืบค้นว่าผู้ใช้ทวิตเตอร์ท่านอื่นมีความคิดเห็นอย่างไรต่อซีรีส์ ผ่านข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอ โดยไม่ได้จำเพาะเจาะจงว่าจะต้องเป็นช่วงที่ซีรีส์กำลังออนแอร์อยู่ ซึ่งผู้ใช้ทวิตเตอร์หลายท่านแม้จะไม่รู้จักซีรีส์ที่ติดแฮชแท็กแต่หากติดตามแฮชแท็กดังกล่าวได้ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยตามมา หลังจากได้เปิดรับแฮชแท็กซีรีส์เรื่องนั้น ๆ แล้ว

ทั้งนี้ผลจากการศึกษาพบว่า ทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ใช้ทวิตเตอร์มีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อคุณลักษณะของแฮชแท็กในด้านการเน้นข้อความ เนื่องจากข้อความที่ติด “#” จะมีลักษณะตัวอักษรเป็นสีฟ้า จึงทำให้เกิดความเด่นชัดกว่าข้อความอื่น ๆ ผู้ใช้ทวิตเตอร์หลาย ๆ ท่านจึงนิยมติดแฮชแท็กเนื่องจากช่วยเพิ่มความน่าสนใจ และช่วยสร้างการจดจำให้แก่ข้อความทวิตนั้น ๆ ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ผู้ใช้ทวิตเตอร์มีประสบการณ์ในการใช้งานแฮชแท็กในลักษณะดังกล่าวในทางที่ดี

ดังนั้นแฮชแท็กซีรีส์ไทยจึงมีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์ ด้วยคุณสมบัติ และรูปแบบการใช้งานเอื้อให้เกิดความรวดเร็วในการแชร์ และรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสาร อันส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมในภายหลัง ทั้งนี้แฮชแท็กซีรีส์ไทยได้ทำหน้าที่ตามรูปแบบการใช้งานทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1. แฮชแท็กซีรีส์ไทยช่วยเน้นข้อความ ทำให้ชื่อของซีรีส์หรือแฮชแท็กที่ซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ใช้ดูเด่นชัดขึ้น 2. แฮชแท็กซีรีส์ไทยทำหน้าที่รวมกลุ่มการสนทนา โดยแฮชแท็กถูกใช้เป็นช่องทางในการพูดคุยถึงซีรีส์ไทย 3. แฮชแท็กซีรีส์ไทยถูกเพื่อค้นหาเรื่องราวเกี่ยวกับซีรีส์เรื่องนั้น ๆ โดยเมื่อผู้ใช้งานเกิดความสนใจในซีรีส์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็จะอาศัยการพิมพ์แฮชแท็กซีรีส์ไทยผ่านฟังก์ชันเสิร์ช (Search) เพื่อดูว่ามีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับซีรีส์เรื่องนั้น ๆ อย่างไร 4. แฮชแท็กซีรีส์ไทยได้ทำให้เกิดกระแส ผ่านการระดมติดแฮชแท็กซีรีส์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความนิยมในซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ผ่านทางเทรนด์ทวิต 5. แฮชแท็กซีรีส์ไทยทำหน้าที่รายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นแบบ Real time ของซีรีส์เรื่องนั้น ๆ

ในขณะที่ซีรีส์กำลังออนแอร์อยู่ กล่าวคือ แฮชแท็กซีรีส์ไทยได้ถูกใช้เพื่อแสดงความสนใจ แสดงความนิยม เป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็น, เป็นช่องทางในการพูดถึงเนื้อหา หรือสืบค้นว่าผู้ใช้ทวิตเตอร์ท่านอื่นมีความคิดเห็นอย่างไรต่อซีรีส์ ผ่านข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอ โดยคุณสมบัติที่กล่าวไปต้นทำให้ผู้ใช้ทวิตเตอร์มีความสนใจที่จะรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็ก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นผู้ที่อยู่ใน Generation Z (มีอายุระหว่าง 18 - 26 ปี) มีระดับการศึกษาปัจจุบัน/สูงสุดคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการ ผู้ที่มีส่วนในการประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมซีรีส์ไทย ที่ต้องการใช้แฮชแท็กเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดอาจจะพิจารณาเลือกคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

2.จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยอยู่ในระดับที่สูง โดยประเด็น “เมื่อท่านเห็นแฮชแท็กซีรีส์ไทยขึ้นเทรนด์ทวิตเตอร์ ท่านได้กดเข้าไปดู” มีค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งมากที่สุด ทำให้เห็นว่าผู้ที่มีส่วนในการประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมซีรีส์ไทย ควรใช้แฮชแท็กซีรีส์ไทยในการทำการตลาด ควบคู่กับการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

3.จากการวิจัยทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีภาพรวมทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในทางบวก โดยทัศนคติต่อด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการทำให้เกิดกระแส ด้านการรวมกลุ่มการสนทนา ด้านการค้นหาสิ่งที่สนใจ และด้านการเน้นข้อความ ตามลำดับ โดยทุกด้านที่กล่าวมามีทัศนคติในทางบวกเช่นกัน ประเด็นเหล่านี้สามารถบ่งบอกได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความมีความรู้สึกว่าแฮชแท็กซีรีส์ไทย ถูกใช้เพื่อแสดงความสนใจ แสดงความนิยม เป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็นแบบ Real time, เป็นช่องทางในการพูดถึงเนื้อหา และเน้นให้เนื้อหานั้น ๆ เด่นชัดขึ้น ซึ่งผู้ที่มีส่วนในการประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมซีรีส์ไทย สามารถประยุกต์ใช้คุณลักษณะที่กล่าวไปข้างต้นของแฮชแท็กซีรีส์ไทยในการออกแบบเครื่องมือสื่อสารการตลาด เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของซีรีส์เรื่องนั้น ๆ

4.จากการวิจัยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์ทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย โดยทัศนคติด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านการเน้นข้อความ ถือว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านการค้นหาสิ่งที่สนใจ ด้านการรวมกลุ่มการสนทนา ด้านการทำให้เกิดกระแส และด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น ตามลำดับ โดยทั้ง 4 ด้าน ถือว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่าทัศนคติที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยของผู้ใช้ทวิตเตอร์ทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมซีรีส์ไทย โดยทัศนคติด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านการเน้นข้อความ ถือว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านการค้นหาสิ่งที่สนใจ ด้านการรวมกลุ่มการสนทนา ด้านการทำให้เกิดกระแส และด้านการรายงานสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น ตามลำดับ โดยทั้ง 4 ด้าน ถือว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่าความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทย และทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ร้อยละ 34.2 กล่าวคือ ยิ่งมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับแฮชแท็กซีรีส์ไทยมาก หรือยิ่งมีทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยทางบวก ผู้ใช้ทวิตเตอร์ก็จะยิ่งมีพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยบ่อยครั้ง ดังนั้นถ้าบริษัทหรือหน่วยงานใดต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลดังกล่าวเพื่อพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ควรอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์เพียงสื่อเดียว ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการสำรวจการเปิดรับ ทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ด้วย เช่น Facebook Instagram หรือ Youtube โดยผู้ศึกษาสามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน เพื่อจะได้ทราบถึงความสัมพันธ์ของสื่อสังคมออนไลน์แต่ละสื่อ และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของซีรีส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาเฉพาะแฮชแท็กซีรีส์ไทยเพียงแฮชแท็กเดียว ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับแฮชแท็กในประเด็นอื่น ๆ เช่น แฮชแท็กศิลปิน แฮชแท็กการรณรงค์ทางการเมือง แฮชแท็กการรายงานสถานการณ์ประจำวัน เป็นต้น

3.การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ควบคู่ไปกับการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative study) โดยควรทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Groups) เพื่อให้ทราบถึงการเปิดรับ และทัศนคติ ของผู้ใช้งานทวิตเตอร์ที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทย ทั้งนี้ผู้ศึกษายังสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปอธิบายสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวพฤติกรรมการรับชม และแนวโน้มพฤติกรรมหลังเปิดรับแฮชแท็กดังกล่าวในอนาคตได้อีกด้วย ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะทำให้สามารถทราบข้อมูลในเชิงลึกได้มากขึ้น

4. ในการวิจัยครั้งนี้ ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ออกแบบเครื่องมือสื่อสารการตลาดของซีรีส์เรื่องนั้น ๆเพื่อจะได้ทราบถึงจุดประสงค์ที่บริษัท หรือนักการตลาดต้องการสื่อสารผ่านแฮชแท็กนั้น ๆ โดยข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาปรับปรุงการออกแบบเครื่องมือสื่อสารการตลาด เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของซีรีส์เรื่องนั้น ๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

จิรัฏฐ์ พรหมดิเรก. (2558). *แฮชแท็กรณรงค์ : ความคาดหวัง การเปิดรับ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผู้จัดการออนไลน์. (2563). *สุดปัง! ซีรีส์วาย "กลรักรุ่นพี่" ฮอตจนติดเทรนโลกบนทวิตเตอร์* สืบค้นจาก https://mgronline.com/entertainment/detail/9630000042483

พัชรินทร์ ทวิสุวรรณ. (2552). *Twitter สุโค่ย!.* กรุงเทพฯ: ซัคเซส มีเดีย.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2563* สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx

องอาจ สิงห์ลำพอง. (2557). *กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์.* กรุงเทพฯ: สามลดา.

Ivanova and Smrikarov. (2009). The New Generations of Students and the Future of e - Learning in Higher Education. *Paper presented at the International Conference on e - Learning and the Knowledge Society -e - Learning'09, Berlin, Germany.*

Thumbsup. (2562). *คนไทยติดละคร! Twitter เผยพฤติกรรมคนไทยนิยมคอนเทนต์ละคร Facebook Twitter Line คนไทยติดละคร! Twitter เผยพฤติกรรมคนไทยนิยมคอนเทนต์ละคร* สืบค้นจาก https://www.thumbsup.in.th/twitter-survey-thai-favorite-content-drama

TwitterThailand. (2563). *การจัดอันดับแฮชแท็กที่มีการทวิตมากที่สุดในประเทศไทย ปี 2563* สืบค้นเมื่อจาก https://twitter.com/TwitterThailand/status/1336122872457129987

TwitterThailand. (2563). *ชาวทวิตภพร่วมกันดันยอดทวีตเกี่ยวกับ #คั่นกูตอนจบ พุ่งถึง 4.8 ล้านทวีตทั่วโลก* สืบค้นจาก https://twitter.com/TwitterThailand/status/1261506120524292097?s=20

Justin Pot. (2013). *#Clueless? Everything You Need To Know About Twitter Hashtags*. Retrieved from https://www.makeuseof.com/tag/clueless-everything-you-need-to-know-about-twitter-hashtags/

Tomoaki Sakamoto. (2015). *An Analysis on Information Diffusion by Retweets in Twitter*. (Master's Science), Massachusetts Institute of Technology,

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[อรรถญา หน้า 105-118]

การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วม เกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา

Media Exposure, Perception and Participation in sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems among students

อรรถญา พิกุลพารุ่งโรจน์. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*

Adtaya Pigunparungrod. *College of Communication Arts. Rangsit University*

Email: adtaya.p@rsu.ac.th

Received: 7 November 2021 ; Revised: 8 November 2021 ; Accepted: 22 November 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา โดยเป็นการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ จากการใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาในเครือข่ายสมาคมอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย จำนวน 160 คน ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-22 ปี มากที่สุด สังกัดวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มากที่สุด รองลงมา คือ คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต และวิทยาลัยการพัฒนาและฝึกอบรมด้านการบิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และอาชญาและการบริหารงานยุติธรรม มหาวิทยาลัยรังสิต มีจำนวนเท่ากัน ตามลำดับ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้เรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา คือ สื่อบุคคล เช่น อาจารย์ เพื่อนนักศึกษา ฯลฯ มากที่สุด สื่อกิจกรรมที่ให้ความรู้โดยตรงเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา มากที่สุด คือ การสัมมนา การอบรม หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ ความเหมาะสมของผู้ส่งสารในการให้ความรู้ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มากที่สุด ผู้รับสารที่ทางมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญในการได้รับความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ มากที่สุด คือ นักศึกษา

การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรมการให้ความรู้เรื่อง การสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม เคยการเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านการส่งเสริมสุขภาพของมหาวิทยาลัยที่สังกัด ในประเด็นการลด ละ เลิก

บุหรี่ สุรา และสิ่งเสพติด มากที่สุด รองลงมา คือ ความรักและเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย และการป้องกันอุบัติเหตุจากจราจร เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม เพื่อเปิดโลกทัศน์/รับสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง/เพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ/ความรอบรู้อื่นๆ มากที่สุด ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับรู้และมีส่วนร่วมจากกิจกรรม คือ การสร้างเครือข่ายในการดูแลการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา มากที่สุด ความต้องการต่อรูปแบบกิจกรรม พบว่า ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ในรูปแบบการอบรม/การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้และทักษะ มากที่สุด ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ในประเด็นพฤติกรรมสุ่มเสี่ยงจากการมีเพศสัมพันธ์ มากที่สุด ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมในช่วงวันจันทร์ - วันศุกร์ มากที่สุด ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมในช่วงเวลา 1 – 3 ชั่วโมง มากที่สุด ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก/ แฟนเพจ มากที่สุด

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วม การสร้างเสริมสุขภาวะ

Abstract

This research aimed to study media exposure and participation and participation in sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems among students. This study was the quantitative research of questionnaire survey. The researcher collected data from 160 students in the network of the Private Higher Education Association of Thailand. The results of the study were as follows.

Most of the respondents were female, aged 20-22 years under the College of Communication Arts Rangsit University, the most. The second is faculty of digital art, Rangsit University, and the Aviation Development and Training College, Dhurakij Pundit University. and Criminology and Justice Administration Rangsit University had the same number, respectively.

Media exposure in sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems among students found that media for public relations activities that are effective in educating in sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems among students was personal media. For example, teachers, classmates, etc., the most. Media activities that directly educate about sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems among students, the most were seminars, training, or various recreational activities. The suitability of the senders in giving knowledge was found that the most specialized experts. The recipients that the university must place importance on obtaining knowledge about health promotion the most are students.

Perception and participation in sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems among students found that most of the respondents had participated in educational activities in sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems, had ever participated in health promotion activities of the university on the issue of reducing and quitting smoking, alcohol and drugs, the most. The second is love and safe sex and prevention of traffic

accidents. Reasons for participating in sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems were: to open up the world / get something that benefits yourself/ increase academic knowledge/ other knowledge, the most. The benefits of awareness and participation from activities were: building a network for sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems among students, the most. The demand for the activity pattern found that there was a need for sexual wellbeing activities and prevention of unprepared pregnancy problems in the form of training/workshops to provide knowledge and skills, the most. The most of students needed were: to organize activities on the issue of risky behavior from sex, requires activities to be held during Monday – Friday in a period of 1 - 3 hours and would like to promote the activities through Facebook/ Fan Page.

Keywords: Media Exposure, Perception, Participation, Wellbeing activities

บทนำ

ตามพ.ร.บ.การป้องกันและแก้ไขปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น ประกาศ ณ วันที่ 29 กรกฎาคม 2559 เป็นวันแรก เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น จากสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) ที่ได้เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ถึงความคาดหวังจากการบังคับใช้ พ.ร.บ. จะสามารถลดจำนวนเด็กที่เกิดจากแม่อายุต่ำกว่า 20 ปี ลงได้ร้อยละ 75 โดยกฎหมายฉบับนี้จะมีการทำงานร่วมกันของ 5 กระทรวงหลัก คือ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงสาธารณสุข โดยมีการนำตัวแทนเยาวชนมาร่วมเป็นอนุกรรมการทั้งหมด 2 คน เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชนที่อยู่ในกลุ่มดังกล่าว ซึ่งหลักการทำงานจะมุ่งเน้น 5 เรื่องสำคัญและมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตามแผนยุทธศาสตร์ 10 ปี ระหว่างปี 2560-2569 ได้แก่ 1) สถานศึกษาต้องจัดให้มีการสอนเพศวิถีศึกษาอย่างเหมาะสม ตลอดจนให้คำปรึกษา ช่วยเหลือและคุ้มครองวัยรุ่นที่ตั้งครรภ์ให้ได้รับการศึกษา รวมทั้งส่งต่อให้ได้รับสวัสดิการสังคม 2) สถานบริการต้องให้ข้อมูลความรู้และจัดบริการอนามัยเจริญพันธุ์ รวมทั้งส่งต่อให้ได้รับสวัสดิการทางสังคมที่มีประสิทธิภาพ 3) สถานประกอบกิจการต้องให้ข้อมูลความรู้และจัดบริการอนามัยเจริญพันธุ์ รวมทั้งส่งต่อให้ได้รับสวัสดิการทางสังคม 4) การจัดสวัสดิการและการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น และ 5) ให้ราชการท้องถิ่นมีอำนาจออกข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อคุ้มครองสิทธิของวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นช่วงเวลาของการเปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงมากมายทั้งด้านร่างกาย จิตใจและสังคม มีความอยากรู้ อยากทดลองสิ่งใหม่ๆ มีความคิดเรื่องความรักที่เพ้อฝัน พยายามพิสูจน์ความสามารถให้เพศตรงข้ามพอใจ มีพัฒนาการทางเพศมีความต้องการทางเพศ และเริ่มมีเพศสัมพันธ์ จากการศึกษาพฤติกรรมใน 20 ประเทศที่กำลังพัฒนาในทวีปแอฟริกา เอเชีย และลาตินอเมริกาชี้ให้เห็นว่าวัยรุ่นเริ่มมีพฤติกรรมทางเพศมากน้อยแตกต่างกันไปแล้วแต่ตัวบุคคลและมักจะละเลยการคุมกำเนิดรวมถึงการใช้ถุงยางอนามัย อีกทั้งการสื่อสารในยุคปัจจุบันมีความรวดเร็วและเข้าถึงได้ง่ายการหลั่งไหลของวัฒนธรรมตะวันตก การยอมรับโดยไม่ไตร่ตรอง ทำให้วัยรุ่นมีความคิดมีทัศนคติในเรื่องเพศที่เปลี่ยนไป คิดว่าการเสียตัวเป็นเรื่องไม่เสียหาย นำสู่ปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่นและการทำแท้งที่เพิ่มมากขึ้นทุกปีและจากสถานการณ์ด้านอนามัยการเจริญพันธุ์ พ.ศ.2557 พบว่าวัยรุ่นมีพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศเป็นปัญหาสำคัญ เช่น การมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ป้องกันมากขึ้น การใช้ถุงยาง อนามัยและการคุมกำเนิดด้วยวิธีที่เชื่อถือได้ในการมีเพศสัมพันธ์ครั้งล่าสุดลดต่ำลงในผู้ป่วย ที่ทำแท้งพบว่าเกือบครึ่งไม่ได้คุมกำเนิด อีกทั้งผู้ป่วยที่คุมกำเนิดส่วนใหญ่ใช้วิธีการคุมกำเนิด แบบชั่วคราว เช่น ยาเม็ดคุมกำเนิด ถุงยางอนามัย และยาคุมกำเนิดฉุกเฉิน

ทำให้เกิดการตั้งครรภ์ที่ไม่พร้อม และนำไปสู่การทำแท้งในที่สุด การตั้งครรภ์ในวัยรุ่นนับเป็นปัญหานานาชาติที่สำคัญในสังคมปัจจุบันและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก (พันธุ์ทิพย์ บุญเกื้อม, 2560) สุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม หรือสุขภาพอนามัยการเจริญพันธุ์หรืออนามัยการเจริญพันธุ์ แปลมาจากคำว่า “reproductive health” ซึ่งหมายถึง “ภาวะที่บุคคลควรมีชีวิตทางเพศที่รับผิดชอบ พึงใจและปลอดภัย มีความสามารถที่จะมีบุตรรวมทั้งการเลือกว่าจะมีบุตรเมื่อไร ถี่ห่างเท่าไร มีสิทธิที่จะรับรู้และเลือกวิธีคุมกำเนิดที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ ราคาถูก รวมทั้งสิทธิที่จะได้รับบริการทางการแพทย์ที่ทำให้สตรีมีความปลอดภัยในการ ตั้งครรภ์ คลอดบุตรและให้กำเนิดบุตรที่แข็งแรงใน พ.ศ. 2540 กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศนโยบายอนามัยการเจริญพันธุ์ โดยให้คำนิยามใหม่ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นว่า “ภาวะความสมบูรณ์ แข็งแรงของร่างกายและจิตใจที่เป็นผลสัมฤทธิ์อันเกิดจาก กระบวนการและหน้าที่ของ การเจริญพันธุ์ที่สมบูรณ์ของทั้งชายและหญิง ทุกช่วงอายุของชีวิตซึ่งทำให้เขาเหล่านั้นสามารถมีชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข” (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2558)

จากความหมายของอนามัยการเจริญพันธุ์ข้างต้น วัยรุ่นน้อยคนนักจะมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้ เราจะเห็นได้จากปัญหาสังคมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และปัญหาอื่น ๆ อีกมากมาย เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งร่างกายจิตใจ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเพศ วัยรุ่นจะเริ่มให้ความสนใจต่อเพศตรงข้ามเริ่มมีความรู้สึกทางเพศประกอบกับเป็นวัยที่อยากรู้อยากลอง มีการแสดงออกทางอารมณ์ที่รุนแรงและอาจยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องนักในเรื่องเพศ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่มีปัจจัยและสถานการณ์ที่ยั่วยุชักนำให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมได้ง่าย โดยเฉพาะวัยรุ่นในช่วงมัธยมศึกษาจนถึงระดับอุดมศึกษาที่เริ่มมีอิสระในการใช้ชีวิต ทำให้มีความเสี่ยงในเรื่องเพศค่อนข้างสูง ดังนั้น จึงเกิดหน่วยงานเพื่อเฝ้าระวังและรณรงค์เรื่องสุขภาพและอนามัยการเจริญพันธุ์ขึ้นในสถาบันศึกษา (ชัชญา สกุณา, 2559)

การให้ความหมายและมุมมองต่อการสร้างเสริมสุขภาพในสถาบันอุดมศึกษานั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กร หน่วยงาน และสถาบันต่าง ๆ รวมทั้งสถาบันระดับอุดมศึกษาที่มีการพัฒนาองค์กรของตนไปสู่การเป็นองค์กรสร้างเสริมสุขภาพ ทั้งนี้เนื่องจากการให้ความหมายและมุมมองดังกล่าวมีผลต่อวิธีดำเนินการพัฒนาไปสู่เป้าหมายเพราะพฤติกรรมหรือการปฏิบัติของคนขึ้นกับการให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ (Spradley, 1979) อย่างไรก็ตามการให้ความหมายคำ ที่ใช้เรียกองค์กรสร้างเสริมสุขภาพในระดับอุดมศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ (health promoting university)

ภายใต้เครือข่ายสมาคมอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย มีเป็นการพัฒนามหาวิทยาลัยสู่การเป็น Healthy University, Healthy Campus โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มหาวิทยาลัยมีนโยบายสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ 7 ด้าน ได้แก่ การลด ละ เลิก บุหรี่ สุรา และสิ่งเสพติด อาหารและโภชนาการปลอดภัย การป้องกันอุบัติเหตุจากจราจร การออกกำลังกายและการเล่นกีฬาเพื่อสร้างเสริมสุขภาพ ความรักเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย การพัฒนาจิต การแก้ไขปัญหาทางจิตใจ การปรับตัวทางสังคม และการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างเสริมสุขภาพ โดยผ่านกระบวนการพัฒนาหลักสูตร การทำกิจกรรมการเรียนการสอน การศึกษาวิจัย และพัฒนานวัตกรรม ซึ่งกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี รวมทั้งมหาวิทยาลัยมีสิ่งแวดล้อมที่ดีและเอื้อต่อสุขภาพ โดยประเด็นเรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษานั้น โดยเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาการตั้งครรภ์ที่ไม่พึงประสงค์ การให้ความรู้กับกลุ่

มเป้าหมายโดยตรง การเสริมสร้างทักษะการตัดสินใจที่มุ่งเน้นให้กลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนโดยเฉพาะเพศหญิงรู้สึกถึงคุณค่าในตนเอง มีความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย โดยกิจกรรมต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเข้าร่วมอย่างต่อเนื่อง ทั้งโครงการบริการอนามัยการเจริญพันธุ์ การจัดตั้งบูทเพื่อให้คำปรึกษาและให้ความรู้เรื่องเพศ และการอบรมแกนนำนักศึกษาเพื่อให้ประชาสัมพันธ์โครงการและให้ความรู้เกี่ยวกับอนามัยเจริญพันธุ์แก่เพื่อนนักศึกษาด้วยกัน การจัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการสร้างกิจกรรมและการผลิตสื่อเพื่อป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมและการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศในวัยเรียนในมหาวิทยาลัยเครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.) และเครือข่ายนิเทศศาสตร์ หัวข้อ “เรียนรู้รัก...รู้จักปลอดภัย” เพื่อมุ่งหวังที่จะได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการมีความรักและการมีเพศสัมพันธ์อย่างถูกต้องและถูกทาง ตลอดจนการสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาแนวทางในการการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา และการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศแก่นักศึกษาในเครือข่ายมหาวิทยาลัยเอกชน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา ทั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้เป็นแนวทางสร้างสรรค์สื่อ โครงการ หรือกิจกรรมในการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นในแนวทางในการให้ความรู้ ตระหนักสร้างทัศนคติที่ดีและจิตสำนึกเกี่ยวกับดูแลตนเองด้านสุขภาวะทางเพศให้เกิดกับนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อไป

วัตถุประสงค์

1.เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา

2.เพื่อศึกษาการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาในเครือข่ายสมาคมอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย จำนวน 160 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมกับประชากรทั้งหมดแบบเฉพาะเจาะจง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา

ตอนที่ 3 การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา

ทำการทดสอบเครื่องมือในการวิจัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจพิจารณาเครื่องมือเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อดูความเที่ยงตรงของเนื้อหาในข้อคำถาม และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป โดยใชสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient Alpha) ของ Cronbach (1990)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 และนำแบบสอบถามไปทำการเก็บรวบรวมกับประชากร โดยการนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากตัวแทนนักศึกษาในเครือข่ายสมาคมอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย จากที่สถาบันที่เข้าร่วมโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ “การสร้างกิจกรรมและการผลิตสื่อเพื่อการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา” หัวข้อ “เรียนรู้รัก ... รู้จักปลอดภัย” ในวันที่ 8-9 มีนาคม พ.ศ.2562 จำนวนทั้งสิ้น 160 คน แบบเฉพาะเจาะจง

หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วนได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งจะประกอบด้วยการประเมินผลในเชิงสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การบรรยายข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา ผลการวิจัย พบว่า

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักศึกษาในเครือข่ายสมาคมอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย จำนวน 160 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 66.87 และเพศชาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 33.13 มีอายุ 20-22 ปี มากที่สุด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 58.13 รองลงมา คือ 18-19 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 22 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.87 ตามลำดับ สังกัดวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 รองลงมา คือ คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และวิทยาลัยการพัฒนาและฝึกอบรมด้านการบิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และอาชญาและการบริหารงานยุติธรรม มหาวิทยาลัยรังสิต มีจำนวนเท่ากัน คือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้เรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา คือ สื่อบุคคล เช่น อาจารย์ เพื่อนนักศึกษา ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.24 รองลงมา คือ แฟนเพจ/เฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 33.33 และโปสเตอร์ภาพข่าวประชาสัมพันธ์(ติดในลิฟท์ตามอาคารหรือใต้อาคารต่างๆ) คิดเป็นร้อยละ 28.03 ตามลำดับ สื่อกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา มากที่สุด คือ การสัมมนา การอบรมหรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมา คือ สื่อบุคคล ด้วยการพูดคุยหรือบอกต่อ คิดเป็นร้อยละ 26.00 และสื่อเฟซบุ๊ก/แฟนเพจ เฉพาะเรื่องความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ ความเหมาะสมของผู้ส่งสารในการให้ความรู้ จากการเรียงลำดับ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.15 รองลงมา คือ บุคลากรหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 54.46 และแกนนำนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 45.96 ตามลำดับ ตามลำดับ ผู้รับสารที่ทางมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญในการได้รับความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพจากการเรียงลำดับ มากที่สุด คือ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 81.25 รองลงมา คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 78.30 และเครือข่ายมหาวิทยาลัยสร้างเสริม คิดเป็นร้อยละ 71.19 ตามลำดับ

การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรมการให้ความรู้เรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม คิดเป็นร้อยละ 93.75 และไม่เคยคิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ เคยการเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านการส่งเสริมสุขภาพของมหาวิทยาลัยที่สังกัด ในประเด็นการลด ละ เลิก บุหรี่ สุรา และสิ่งเสพติด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.62 รองลงมา คือ ความรักและเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 19.89 และการป้องกันอุบัติเหตุจากจราจร คิดเป็นร้อยละ 18.53 ตามลำดับ เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม เพื่อเปิดโลกทัศน์/รับสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง/เพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ/ความรอบรู้อื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมา คือ เพื่อนำความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมมาประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนและการใช้ชีวิต คิดเป็นร้อยละ 22.00 และเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น เช่น อาจารย์ เพื่อนนักศึกษา ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับรู้และมีส่วนร่วมจากกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม คือ การสร้างเครือข่ายในการดูแลการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมา คือ ให้ข้อมูลความรู้ที่จำเป็นต่อการทำกิจกรรม และการใช้ชีวิตประจำวัน และทำให้ทันต่อเหตุการณ์และการรู้เท่าทันผู้คนในสังคม ที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.14 และเป็นช่องทางการสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 16.89 ตามลำดับ ความต้องการต่อรูปแบบกิจกรรมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ในรูปแบบการอบรม/การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้และทักษะ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.78 รองลงมา คือ การทอล์คโชว์/การแสดงละครเวที/การแสดงดนตรี/การเล่มเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 26.78 และการจัดแสดงนิทรรศการ/การสาธิต คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตามลำดับ ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ในประเด็นพฤติกรรมสุ่มเสี่ยงจากการมีเพศสัมพันธ์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.26 รองลงมา คือ วิธีการใช้ถุงยางอนามัย/ยาคุมกำเนิดจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 12.52 และจิตวิทยาทางการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 12.08 ตามลำดับ ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ในช่วงวันจันทร์ - วันศุกร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ วันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 37.33 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 4.67 ตามลำดับ ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ ในช่วงเวลา 1 – 3 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา คือ 4 – 6 ชั่วโมง (หนึ่งวัน) คิดเป็นร้อยละ 41.34 และ10 – 12 ชั่วโมง (สองวัน) คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก/ แฟนเพจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.95 รองลงมา คือ สื่อกิจกรรมที่ให้ความรู้โดยตรง คิดเป็นร้อยละ 17.77 และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร โปสเตอร์ หรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 15.82 ตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้เรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา คือ สื่อบุคคล เช่น อาจารย์ เพื่อนนักศึกษา ฯลฯ มากที่สุด จะเห็นได้ว่า การสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด จำเป็นต้องอาศัยสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารประเด็นที่มีความใกล้ชิด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger and Shoemaker (1971) กล่าวว่า สื่อบุคคล ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล มีปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างกัน ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงฤทัย พงศ์ไพฑูลย์ (2544) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศศึกษาจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการพูดคุยและการสอนเรื่องเพศศึกษา โดยการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทครูอาจารย์และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือเรียน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการพูดคุยและการสอนเรื่องเพศศึกษามากที่สุด และยังสอดคล้องกับณฐวัฒน์ พระงาม (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ พบว่า สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือทั้งนี้เนื่องจากสื่อบุคคลเป็นเครื่องมือในการสื่อความต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีในข้อมูลหรือเนื้อหาสาระจากสถาบันไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับสาธารณชน ทำให้เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถาบัน ซึ่งสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อสาร โดยทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลของสถาบันไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวใจ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ากิจกรรมที่ให้ความรู้โดยตรงเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษามากที่สุด คือ การสัมมนา การอบรม หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เห็นได้ว่า นักศึกษามีความสนใจในการสัมมนา การอบรม เพราะนำไปสู่การเพิ่มพูนทักษะความรู้ และมุมมองของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนรินท์ชัย พัฒนพงศา (2542) กล่าวว่า การรณรงค์/วิธีการที่ใช้สื่อหรือ กิจกรรมหลายชนิด อย่างต่อเนื่องโดยมีแผนอย่างรัดกุม เพื่อมุ่งเปลี่ยนพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตของบุคคลเป้าหมาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยชัชญา สกุณา (2559) เรื่อง การเปิดรับข่าวสารและความต้องการของนักศึกษาจากโครงการด้านอนามัยการเจริญพันธุ์ พบว่า สื่อกิจกรรมที่ให้ความรู้โดยตรง เช่น การสัมมนา การอบรม หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ และสื่อบุคคล และมีความต้องการรูปแบบการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านอนามัยการเจริญพันธุ์ 1) การอบรม/ การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้และทักษะ 2) การสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหวางวิทยากรและผู้เข้าร่วม 3) การทอล์คโชว์/การแสดงละครเวที/การแสดงดนตรี/การเล่มเกมส์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพร ศรีสัตตรัตน์ (2561) ศึกษาเรื่อง การประเมินผลการสื่อสารโครงการพัฒนาศักยภาพและเครือข่าย

ผู้หญิงพิการเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะผู้หญิงพิการ พบว่า โครงการพัฒนาศักยภาพและเครือข่ายผู้หญิงพิการเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะผู้หญิงพิการ มีการใช้การสื่อสารเพื่อให้ความรู้โดยนำวิธีการฝึกอบรมนำหลักสูตรต่างๆที่เกี่ยวกับผู้หญิงมาใช้ในการอบรม อาทิ หลักสูตรภาวะผู้นำและการสร้างเครือข่าย หลักสูตรอบรมฐานคิด และสภาวะผู้หญิงใช้การสื่อสารสาธารณะ โดยจัดเวทีแสดงความคิดเห็นให้แก่ผู้หญิงพิการเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น รวมไปถึงการใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์ไว้เป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสาร และให้ความรู้แก่สมาชิกผู้หญิงพิการ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ความเหมาะสมของผู้ส่งสารในการให้ความรู้ จากการเรียงลำดับ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มากที่สุด รองลงมา คือ บุคลากรหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและแกนนำนักศึกษา เห็นได้ว่าผู้ส่งสารที่เป็นผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมมากที่สุดกับการสื่อสารการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศ ซึ่งสอดคล้องกบทฤษฎีของ Roger and Shoemaker (1971) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของวราภรณ์ บุญเชียง (2558) กล่าวว่า สอนเรื่องเพศศึกษาให้คำปรึกษาเรื่องเพศเป็นรายกลุ่มโดยเฉพาะการรู้จักใช้ทักษะปฏิเสธ ซึ่งผู้ให้คำปรึกษาจะต้องเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญและดำเนินกิจกรรมเพื่อเอื้อให้เกิดบรรยากาศที่อบอุ่น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเมธาวี จำเนียรและเมธี แก้วสนิท (2561) ศึกษาเรื่องการสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีของคนในชุมชน พบว่า การสื่อสารสุขภาพเกิดขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายคือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีแก่คนในชุมชน ซึ่งการดำ เนินการสื่อสารจะต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสาร ที่ต้องมีการวางแผนร่วมกับผู้รับสาร มีสารที่น่าสนใจ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและใช้สื่อที่มีความเหมาะสมและกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ผู้รับสารที่ทางมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญในการได้รับความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ จากการเรียงลำดับ มากที่สุด คือ นักศึกษา รองลงมา คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยและเครือข่ายมหาวิทยาลัยสร้างเสริม เห็นได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารหลักในเรื่องสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม ต้องเป็นนักศึกษา สอดคล้องกับทฤษฎีของ De fleur (1966) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิหรือทุติยภูมิซึ่งเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัว และวงศาคนาญาตินี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ และสอดคล้องกับแนวคิดของหทัยรัตน์ เหล็กกล้า (2550) กล่าวว่า องค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพ ผู้รับสาร เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการดำเนินโครงการสื่อสารสุขภาพหรือเพื่อการส่งเสริมสุขภาวะ แต่ละโครงการหรือประเด็น เรื่องราวก่อนการสื่อสารออกไปจึงจะต้องมีการพิจารณากันอย่างรอบคอบ โดยกำหนดขอบเขตของผู้รับสารซึ่งเรียกกันว่ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนั้น ยังจะต้องศึกษาลักษณะทางประชากรและทางจิตวิทยาของผู้รับสารที่ต้องการจะเข้าถึงอีกด้วย

การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมเพื่อเปิดโลกทัศน์/รับสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง/เพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ/ความรอบรู้อื่นๆ มากที่สุด และประโยชน์ที่ได้รับจากการรับรู้และมีส่วนร่วมจากกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม คือ ให้ข้อมูลความรู้ที่จำเป็นต่อการทำกิจกรรม และการใช้ชีวิตประจำวัน

จะเห็นได้ว่า เรื่องในชีวิตประจำวันยังเป็นเรื่องที่นักศึกษาต้องการเรียนรู้ในการนำไปใช้อย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Samuel L.Becker (1972) กล่าวว่า การแสวงหาความรู้ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่วๆไป บุคคลจะปิดรับในสิ่งที่ตนสนใจอยากรู้เพื่อเปิดประสบการณ์ของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของหทัยรัตน์ เหล็กกล้า (2550) กล่าวว่า องค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพ สารที่ส่งออกไปจึงมีความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายของประเด็นการสื่อสารสุขภาพสารที่ดีนั้นจะต้องสนองความต้องการของผู้รับสารผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่าย และนำไปปฏิบัติตามได้และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวัลยา นูเร (2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มผู้อ่านมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง และมีการใช้ประโยชน์ในด้านการนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด ส่วนระดับของความพึงพอใจนั้น กลุ่มผู้อ่านมีระดับความพึงพอใจต่อประเด็นปัญหาในเรื่องเพศที่อยากรู้ได้มากที่สุด และความพึงพอใจที่น้อยที่สุด คือ พึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอของข่าวสารและความรู้เรื่องเพศ

การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ความต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ในประเด็นพฤติกรรมสุ่มเสี่ยงจากการมีเพศสัมพันธ์ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอุทัย สงวนพงศ์ และสุวิจักขณ์ สว่างอารมณ์ (2550) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเจริญเติบโตและพัฒนาการของระบบสืบพันธุ์เป็นอย่างมากเมื่อเข้าสู่วัยรุ่นอวัยวะเพศจะมีการขยายและเจริญเติบโตขึ้น เริ่มมีการผลิตเซลล์สืบพันธุ์และฮอร์โมนเพศ วัยรุ่นจึงควรรู้จักดูแลรักษาอนามัยทางเพศ อนามัยเจริญพันธุ์มีองค์ประกอบที่สำคัญและครอบคลุมในเรื่องของสุขภาพทางเพศ การมีสุขภาพทางเพศที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสิ่งที่มีความสำคัญและมีคุณประโยชน์อย่างมากเพราะการมีสุขภาพทางเพศที่ดีจะทำให้มีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนฤมล งามสง่า (2552) ศึกษาเรื่อง ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านเพศศึกษาทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า โดยส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาด้านโรคติดต่อทางเพศ โดยเฉพาะโรคเอดส์ และคิดว่าเป็นเรื่องที่วัยรุ่นควรรู้ ซึ่งรูปแบบข้อมูลข่าวสารด้านเพศศึกษาต้องการข้อมูลใหม่ น่าเชื่อถือ นำเสนอหลากหลาย ระบุแหล่งที่มาของข้อมูลและมีผู้ดูแลรับผิดชอบที่สามารถติดต่อได้ โดยความรู้ที่นักศึกษาต้องการ ได้แก่ การตั้งครรภ์ การคุมกำเนิด โรคทางเพศ ความบกพร่องทางเพศ ความผิดปกติทางจิตเกี่ยวกับเพศการเบี่ยงเบนทางเพศ และเพศกับปัญหาสังคม และผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก/ แฟนเพจ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาวิณี น้อยช่างคิด (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวและความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านเฟซบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับสื่อเพจเฟซบุ๊กที่สามารถให้ประโยชน์กับผู้ใช้ได้มากที่สุดและมีการอัพเดทอยู่เสมอ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเยาวนารถ พันธุ์เพ็ง (2563) การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมเครือข่ายกับกลุ่มโรค NCDs ตามแนวคิด “สร้างนำซ่อม” พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์จะช่วยพัฒนาการสร้างเสริมสุขภาพให้กับวัยรุ่นได้ด้วยการใช้คุณสมบัติของสื่อและวิธีการสื่อสาร โดยนำหลักพื้นฐานการสื่อสารสุขภาพและการดูแลสุขภาพมาพัฒนาในรูปแบบของสื่อเพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพที่อาจจะเกิดขึ้นกับวัยรุ่นสำหรับการใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่ละรูปแบบนั้น พบว่า การสื่อสารสุขภาพโดยใช้ช่องทางเฟซบุ๊ก มีจำนวนผู้ใช้มากที่สุดด้วยคุณสมบัติของเฟซบุ๊กที่สามารถโพสต์ข้อความ ภาพนิ่ง วิดีโอ เช่น ภาพออกกำลังกาย ภาพอาหารสุขภาพ ฯลฯและมีสัญลักษณ์แฮชแท็ก (#) เพื่อให้การค้นหาหรือการเข้าถึงง่ายขึ้นและเชื่อมโยงไปยังอินสตาแกรมได้ทำให้ข้อมูลการสื่อสารไปได้กว้างมากขึ้น

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาในเครือข่ายสมาคมอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย จำนวน 160 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมกับประชากรทั้งหมด และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้เรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา คือ สื่อบุคคล เช่น อาจารย์ เพื่อนนักศึกษา ฯลฯ มากที่สุด สื่อกิจกรรมที่ให้ความรู้โดยตรง มากที่สุด คือ การสัมมนา การอบรม หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ ความเหมาะสมของผู้ส่งสารในการให้ความรู้ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มากที่สุด ผู้รับสารที่ทางมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญในการได้รับความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ มากที่สุด คือ นักศึกษา

การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรมการให้ความรู้เรื่อง การสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม เคยการเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านการส่งเสริมสุขภาพของมหาวิทยาลัยที่สังกัด ในประเด็นการลด ละ เลิก บุหรี่ สุรา และสิ่งเสพติด มากที่สุด รองลงมา คือ ความรักและเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย และการป้องกันอุบัติเหตุจากจราจร เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเปิดโลกทัศน์/รับสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง/เพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ/ความรอบรู้อื่นๆ มากที่สุด ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับรู้และมีส่วนร่วมจากกิจกรรม คือ การสร้างเครือข่ายในการดูแลการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา มากที่สุด ความต้องการต่อรูปแบบกิจกรรม พบว่า ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ในรูปแบบการอบรม/การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้และทักษะ มากที่สุด ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ในประเด็นพฤติกรรมสุ่มเสี่ยงจากการมีเพศสัมพันธ์ มากที่สุด ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมในช่วงวันจันทร์ - วันศุกร์ มากที่สุด ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมในช่วงเวลา 1 – 3 ชั่วโมง มากที่สุด ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก/แฟนเพจ มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1.จากผลการวิจัย พบว่า สื่อบุคคล เป็นสื่อหลักในประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้เรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมสำหรับนักศึกษา มากที่สุด ในการสื่อสารข่าวสารความรู้จึงมีความจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และความรู้ ดังนั้น ทางหน่วยงานที่รับผิดชอบควรเพิ่มเติมกิจกรรมที่ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ความรู้ เช่น จัดอบรมอาจารย์ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อฝึกให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา หรือจัดอบรมนักศึกษาหรือแกนนำเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมให้แก่เพื่อนนักศึกษาต่อไปจะได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

2.จากผลการวิจัย พบว่า สื่อกิจกรรมที่ให้ความรู้โดยตรง มากที่สุด คือ การสัมมนา การอบรม หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ ดังนั้น การจัดอบรมสัมมนา รวมถึงกิจกรรมสันทนาการต่างๆ เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม เพื่อเสริมสร้างความรู้ ประสบการณ์ ความเข้าใจแก่นักศึกษาจึงจำเป็นอย่างยิ่ง

4.จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก/ แฟนเพจ มากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบควรใช้สื่อออนไลน์ เช่น สื่อเฟซบุ๊ก/ แฟนเพจ เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยอาจจะใช้สื่อหลักของทางมหาวิทยาลัย หรือการเผยแพร่โดยตรงผ่านทางสื่อออนไลน์ของหน่วยงาน

5.ผลการวิจัยสามารถทำให้หน่วยงานที่รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยสามารถนำไปใช้ในการให้ส่งเสริมเรื่องการสื่อสารและกิจกรรมเรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ ทั้งในด้านประเด็นเนื้อหาที่สื่อสาร รูปแบบสื่อช่องทางในการสื่อสาร และกิจกรรมที่สามารถทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างการมีส่วนร่วมได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับนักศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในเรื่อง ความต้องการของนักศึกษาต่อกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษา เพื่อนำประเด็นดังกล่าวเหล่านั้นไปปรับใช้กับรูปแบบการสื่อสารและกิจกรรมการให้ความรู้และการรณรงค์ในเรื่องของการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศต่อไป

2.การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยความต้องการของกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางเพศและการป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมของนักศึกษาโดยเฉพาะ ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาในภาพรวม โดยอาจจะศึกษาในเรื่องทางด้านการส่งเสริมสุขภาพทั้งหมดของนักศึกษา

บรรณนานุกรม

กรมอนามัย. (2558). *การให้บริการการอนามัยเจริญพันธุ์ : คู่มือสำหรับเจ้าหน้าที่สาธารณสุข.* กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

ชัชญา สกุณา. (2559). การศึกษาการเปิดรับข่าวสารและความต้องการของนักศึกษาที่มีต่อโครงการด้านอนามัยการเจริญพันธุ์ของมหาวิทยาลัยรังสิต. *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2559: 1031-1039.*

ณฐวัฒน์ พระงาม. (2562). อิทธิพลสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่*.17 (1) : 49-68.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูลย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสารความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นฤมล งามสง่า. (2552). *ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านเพศศึกษาทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัญฑิต คณะศิลปะศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นรินท์ชัย พัฒนพงศา.(2542). *การสื่อสาร-รณรงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์เน้นการเจาะจงกลุ่มและมีส่วนร่วม.* กรุงเทพมหานคร : รั้วเขียว.

พันธุ์ทิพย์ บุญเกื้อม. (2560). การศึกษาการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ของวัยรุ่นในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร. *วารสารการพัฒนาสุขภาพชุมชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.5(2).15-16

ภาวิณี น้อยช่างคิด.(2560).*พฤติกรรมการเปิดรับข่าวและความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านเฟซบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.*วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เมธาวี จำเนียรและเมธี แก้วสนิท. (2561). การสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีของคนในชุมชน. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*,24(2), : 155-166.

เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง. (2563). การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมเครือข่ายกับกลุ่มโรค NCDs ตาม แนวคิด “สร้างนำซ่อม”. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*,6(1), : 56-67.

วราภรณ์ บุญเชียง. (2558). *อนามัยโรงเรียน.* (พิมพ์ครั้งที่2). เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุภาพร ศรีสัตตรัตน์. (2561). การประเมินผลการสื่อสารโครงการพัฒนาศักยภาพและเครือข่ายผู้หญิงพิการเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะผู้หญิงพิการ.*วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี* 12(29),66-76.

สุวัลยา นูเร. (2547).*การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร.*วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หทัยรัตน์ เหล็กกล้า.(2550). การศึกษาองค์ความรู้จากวิทยานิพนธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*วารสารนิเทศศาสตร์*, 25(2): 63-82.

อุทัย สงวนพงศ์ และสุวิจักขณ์ สว่างอารมณ์. (2550). *หนังสือเรียนสาระการเรียนรู้พื้นฐาน สุขศึกษา ชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1*. กรุงเทพมหานคร : เพอร์เพ็คท์.

De fleur, Melvin Lawrence. (1966). *Theories of mass Communication.* New York: Mckay.

Roger and Shoemaker.(1971).*Communication of Innovation : a cross-cultural approach*. New York :The Free Press.

Samuel L.Becker. (1972). *Discovering Mass Communication*. Illinois : Scott Foresman and Company Glenview.

Spradley, J. P. (1979). *The ethnographic intervie*w. Fort Worth: Holt, Rinehart and Winston.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[ภควัต หน้า 119-131]

การวิเคราะห์รูปแบบและการพัฒนาการสื่อสารด้วยสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือสมัครเล่น

The Analyze of Format and Development of Video Communication for Commencement Ceremony Photography of Amateur Photographer

ภควัต รัตนราช. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Phakawat Rattanaraj. *Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University*

Email: phakawat29@gmail.com

Received: 16 November 2021 ; Revised: 16 November 2021 ; Accepted: 25 November 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดและรูปแบบการถ่ายภาพของช่างภาพมือสมัครเล่นในการถ่ายภาพรับปริญญา และเพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือสมัครเล่น วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยและพัฒนา กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย 4 ระยะ ได้แก่ 1) R1 : การวิเคราะห์และสังเคราะห์ภาพถ่ายและการสัมภาษณ์ช่างภาพมืออาชีพ 2) D1: การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา 3) R2 : การนำสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาไปทดลองใช้ และ 4) D2 : การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาที่สมบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์ จำนวน 30 คน ดำเนินการวิจัยโดยวิเคราะห์และสังเคราะห์ภาพถ่ายและการสัมภาษณ์ช่างภาพมืออาชีพ (R1) นำข้อมูลที่ได้รับมาสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา (D1) พัฒนาสื่อวีดิทัศน์โดยใช้แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเรื่องการถ่ายภาพรับปริญญาไปทดสอบก่อนและหลังการชมสื่อวีดิทัศน์และใช้แบบสอบถามประเมินประสิทธิผลสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา (R2) นำผลที่ได้มาปรับปรุงสื่อวีดิทัศน์ให้สมบูรณ์ (D2)

ผลการวิจัยพบว่าแนวคิดการถ่ายภาพประกอบด้วย เพิร์ลมัตเตอร์ส8 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) การผลิตภาพ 2) การระบุเนื้อหาของภาพ 3) หน้าที่ของภาพ 4) การแสดงออกทางอารมณ์ 5) การอุปมาอุปไมย 6) ความถูกต้องเป็นจริง 7) การแสดงออกเชิงสังคม และ 8) การเปรียบเทียบ ส่วนรูปแบบการถ่ายภาพประกอบด้วย 8 รูปแบบ ได้แก่ 1) ภาพแบบดั้งเดิม 2) ภาพครอบครัว 3) ภาพเป็นทางการ 4) ภาพตามแนวคิดของผู้ถ่ายภาพ 5) ภาพคนกับธรรมชาติ 6) ภาพที่เผลอ 7) ภาพความงาม และ 8) ภาพระยะใกล้ ส่วนวิธีการสร้างสรรค์ภาพถ่ายรับปริญญา ประกอบด้วย 10 ข้อ ได้แก่ 1) การติดต่อบัณฑิต 2) การเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ 3) การเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ถ่ายภาพ 4) การจัดท่าทางของบัณฑิต 5) การจัดองค์ประกอบภาพและมุมกล้อง 6) การจัดองค์ประกอบแสง 7) ปัญหาในระหว่างการถ่ายภาพรับปริญญา 8) การตกแต่งภาพ 9) การส่งงาน และ 10) ทริคสำหรับช่างภาพรับปริญญามือสมัครเล่น และการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือสมัครเล่น

ประกอบด้วย 4 ข้อ ได้แก่ 1) การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา 2) การนำสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาไปทดลองใช้ และ 3) การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาที่สมบูรณ์

ผลการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาพบว่าได้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจากการตรวจสอบคุณภาพความตรงตามเนื้อหาและการประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ได้นำสื่อวีดิทัศน์ไปใช้โดยการทดสอบก่อนและหลังการชมสื่อวีดิทัศน์ คะแนนเฉลี่ยการทดสอบก่อนและการทดสอบหลังการชมสื่อวีดิทัศน์ =10.56 คะแนน และ = 14.86 คะแนน (คะแนนเต็ม 20) ค่าความสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยทั้งสอง = .670 ทดสอบสมมติฐานพบว่าคะแนนเฉลี่ยหลังการชมสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการชมสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และระดับความคิดเห็นจากการประเมินประสิทธิผลสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาได้ค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด (x = 4.53, S.D.= .267) โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดได้แก่ การนำสื่อไปใช้ประโยชน์ (x = 4.71, S.D.= .211)
คำสำคัญ : ภาพรับปริญญา, สื่อวีดิทัศน์, ช่างภาพ

Abstract

This research aimed to study the photography concepts and photography formats of amateur photographers in commencement ceremony photography and development of video media for commencement ceremony photography. The research's design divided into 4 stages: R1: analysis and synthesis of photographs and interviews with professional photographers, D1: creation of video media for commencement ceremony photography, R2 : experimenting with video media, D2 : complete commencement ceremony photography video creation. The research's sample were the students in Rajabhat University of Rattanakosin group. Conduct research by analyzing and synthesizing photos. Interview with a professional photographer (R1). Use the information obtained to create a video media for commencement ceremony photography (D1). The photography comprehension test was used to test before and after watching the video media. A questionnaire was used to assess the effectiveness of video media (R2). Use the results to improve the video media completely (D2).

The finding shows that the photography concepts divided into 8 subjects: Production, Content identification, Functional, Expressional, Figurative, Rhetorical-moral, Social or period, Comparative. And the photography formats divided into 8 subjects: Traditional portraits, Family and group portraits, Formal portraits, Conceptual portraits, Environmental portraits, Candid portraits, Glamour portraits, Close-up portraits. And the creativity of amateur photographer's commencement ceremony divided into 10 subjects: Contacting, Location, Photographic equipment, Posture, Composition and camera angles, Light, Problems, Retouching, Job submission, Tips. The finding also shows that development of video media for commencement ceremony photography of amateur photographer divided into 3 subjects: Creating video media for commencement ceremony photography, Experimenting with commencement ceremony photography video media, and complete commencement ceremony photography video creation.

Video media for commencement ceremony photography passed reliability, validity, and evaluating expert opinion. Video media is used by testing before and after viewing video media. The results of the pre-test = 10.56 points and post-test = 14.86 points. The correlation between the two mean scores = .670. The hypothesis after viewing video media was higher than before viewing statistically significant at 0.05. The opinion level from the assessment of the effectiveness of video media was the highest average (x = 4.53, S.D.= .267). The issues with the highest averages were: Taking advantage of the media (x= 4.71, S.D.= .211).

Keyword: Commencement Ceremony Photography, Video Media, Photographer

บทนำ

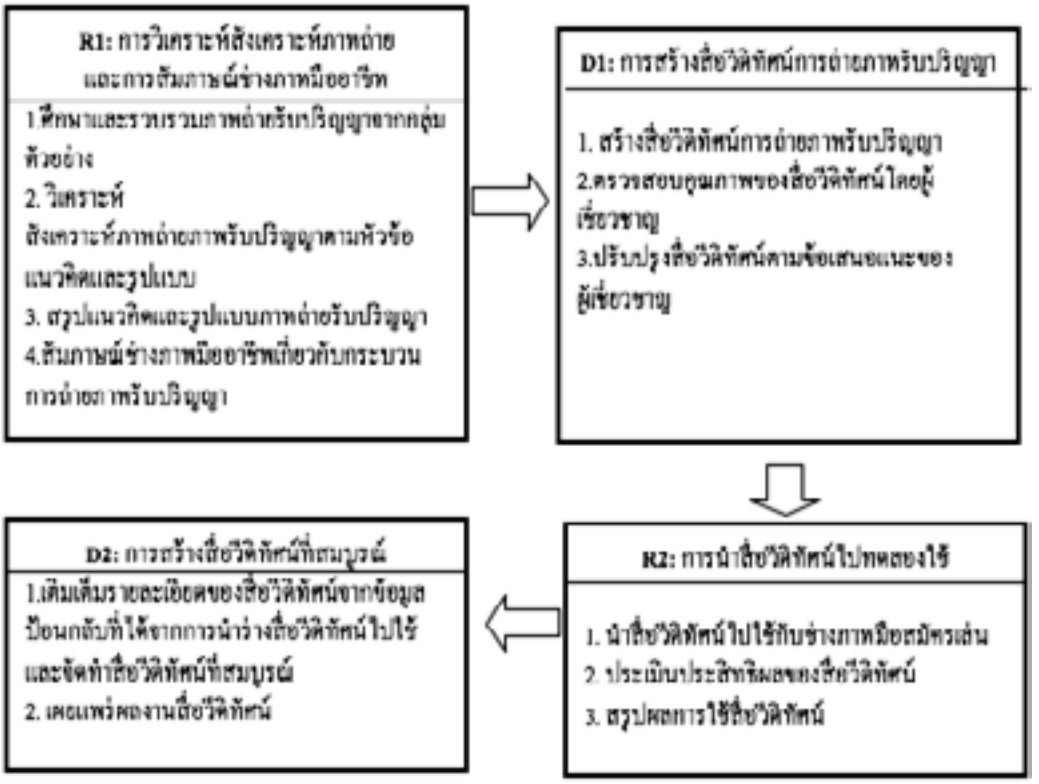
ภาพถ่าย (Photography) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่สามารถบันทึกความทรงจำโดยถ่ายทอดเรื่องราวที่ต้องการบันทึกหรือต้องการสื่อสารสิ่งใดสิ่งหนึ่งผ่านภาษาภาพ ภาพถ่ายเป็นสื่อที่ใช้ในการกำหนดความรู้ ทัศนคติ อารมณ์ และประสบการณ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มคน (ปฐมพงศ์ จำนงลาภ, 2554 : 2) ภาพถ่ายจึงเป็นเครื่องมือบันทึกความทรงจำรูปแบบแรก ๆ ที่ถูกนำมาใช้ในการบันทึกเหตุการณ์หรือความทรงจำที่สำคัญในชีวิต เช่น งานมงคลสมรส งานบวช งานรับปริญญา เป็นต้น

พิธีพระราชทานปริญญาบัตรหรือพิธีประสาทปริญญา เป็นวันสำคัญที่สุดในชีวิตของคน ๆ หนึ่งที่ศึกษาจบในระดับบัณฑิตศึกษา จากข้อมูลสถิติอุดมศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาประจำปี พ.ศ.2558-2560 พบว่า ในปี พ.ศ.2558 มีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ทั้งหมด 333,161 คน ในปี พ.ศ.2559 มีบัณฑิตที่จบการศึกษาทั้งหมด 295,144 คน และในปี พ.ศ.2560 มีบัณฑิตที่จบการศึกษาทั้งหมด 301,205 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2561 : 37) ด้วยจำนวนตัวเลขดังกล่าว ตลาดของช่างภาพรับปริญญาจึงเป็นตลาดที่ใหญ่และเปิดกว้างสำหรับช่างภาพมืออาชีพและช่างภาพมือสมัครเล่น

การถ่ายภาพรับปริญญาเป็นรูปแบบหนึ่งของการถ่ายภาพบุคคลซึ่งคนส่วนใหญ่มักคุ้นเคยและนิยมถ่ายภาพกันโดยทั่วไป แต่การถ่ายภาพรับปริญญานั้นก็ไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับช่างภาพมือใหม่ เพราะถูกกำหนดด้วยเงื่อนไขและข้อจำกัดหลายประการ เช่น ต้องถ่ายภาพอย่างรวดเร็ว ต้องเบียดเสียดกับผู้คน ต้องรู้วิธีการวางมุมกล้องการจัดแสงอย่างแม่นยำ ฉะนั้นการถ่ายภาพให้สวยงาม ถูกใจ และครบถ้วนทุกเหตุการณ์ได้นั้น ช่างภาพต้องมีหลักการ มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญในอุปกรณ์ถ่ายภาพ มีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่ดี รู้จักเลือกใช้มุมกล้องที่เหมาะสมบนเงื่อนไข เลือกฉาก สภาพแวดล้อม และช่วงเวลาของแสงที่เหมาะสม จากการที่ผู้วิจัยเป็นที่ปรึกษาชุมนุมถ่ายภาพ พบว่ามีนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยจำนวนหนึ่งที่มีแนวคิดต้องการใช้ความรู้และทักษะด้านการถ่ายภาพที่มีเพื่อหารายได้ในระหว่างการศึกษาหาประสบการณ์จากการถ่ายภาพ ได้เข้ามาปรึกษาถึงความต้องการเริ่มต้นหารายได้จากการถ่ายภาพ โดยในแต่ละปีมีการจ้างช่างภาพรับปริญญาจำนวนมาก งานถ่ายภาพรับปริญญาจึงเป็นตลาดงานขนาดใหญ่ เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการเป็นช่างภาพอาชีพหรือต้องการบอกกับตัวเองว่า แท้จริงแล้วเราอยากเป็นช่างภาพอาชีพจริงหรือไม่

จากการสำรวจเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับการถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือใหม่หรือช่างภาพมือสมัครเล่นบนพื้นฐานประสบการณ์การถ่ายภาพไม่เกิน 5 ปี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับภาพถ่ายบุคคลที่มักแนะนำการถ่ายภาพบุคคลโดยทั่วไป ไม่ได้อธิบายรายละเอียดทุกขั้นตอนของภาพรับปริญญาสำหรับมือใหม่ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์รูปแบบและการพัฒนาการสื่อสารด้วยสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือสมัครเล่น เพื่อศึกษาแนวคิดและรูปแบบการถ่ายภาพของช่างภาพมือสมัครเล่นในการถ่ายภาพรับปริญญา และเพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือสมัครเล่น ให้เป็นแนวทางและประโยชน์ต่อไป

1.เพื่อศึกษาแนวคิดและรูปแบบการถ่ายภาพของช่างภาพมือสมัครเล่นในการถ่ายภาพรับปริญญา
2.เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือสมัครเล่น



การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R & D) กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย 4 ระยะ ได้แก่ 1) R1 : การวิเคราะห์สังเคราะห์ภาพถ่ายและการสัมภาษณ์ช่างภาพมืออาชีพ 2) DZaS QS QS QQ 1: การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา 3) R2 : การนำสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาไปทดลองใช้ และ 4) D2 : การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาที่สมบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิเคราะห์สังเคราะห์ภาพถ่ายเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์ จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage sampling) สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster random sampling) และสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) ตามความสมัครใจ ส่วนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) แบบมีเกณฑ์การคัดเลือก เครื่องมือในการวิจัยมีทั้งเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพและเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพมี 2 ฉบับ ได้แก่ 1) แบบวิเคราะห์ภาพถ่ายรับปริญญาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อวิเคราะห์แนวคิดและรูปแบบการถ่ายภาพรับปริญญา ได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยอาศัยความคิดเห็นที่เป็นอัตนัยของที่ปรึกษาการทำวิจัย 2) แบบสัมภาษณ์ช่างภาพมืออาชีพ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการถ่ายภาพรับปริญญาจำนวน 10 ขั้นตอน ได้ตรวจสอบคุณภาพโดยตรวจความตรงตามเนื้อหา (Content validity) เป็นการตรวจความตรงแบบผิวเผิน (Face validity) โดยอาศัยความคิดเห็นที่เป็นอัตนัยของที่ปรึกษาการทำวิจัย และเครื่องมือในการวิจัยเชิง

ปริมาณมี 2 ฉบับ ได้แก่ 1) แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจการถ่ายภาพรับปริญญา เป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบ (Multiple choices test) จำนวน 4 ตัวเลือก รวม 20 ข้อ ได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบด้วยการหาค่าความยาก (Difficulty : p) และค่าอำนาจจำแนก (Discrimination : r) 2) แบบสอบถามประเมินประสิทธิผลของสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา เป็นแบบสอบถามประเภทปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) แบบมาตรประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 40 ข้อ ได้หาประสิทธิภาพของแบบสอบถามโดยตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายภาพ จำนวน 3 คน คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Indexes of Item-Objective Congruence) และตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปใช้กับนักศึกษาที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในซึ่งใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคำถามแต่ละข้อ (Correlation Matrix) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงปฐมภูมิที่ได้รับจากแบบวิเคราะห์ภาพถ่ายรับปริญญา และแบบสัมภาษณ์ช่างภาพมืออาชีพมาผลิตสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา ได้ตรวจสอบคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ก่อนนำไปใช้ 2 วิธี คือ 1) การตรวจความตรงตามเนื้อหาโดยอาศัยความคิดเห็นที่เป็นอัตนัยของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Indexes of Item-Objective Congruence) 2) การประเมินคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา โดยใช้แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการนำสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบก่อนและหลังการชมสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา และทำแบบสอบถามประเมินประสิทธิผลของสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติแบบ Dependent t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการทดสอบก่อนและหลังการชมสื่อวีดิทัศน์ และการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย แนวทางการศึกษาเชิงสัญศาสตร์และการประกอบสร้างความหมาย ภาพถ่ายรับปริญญาเป็นภาพบันทึกความทรงจำและความประทับใจของบัณฑิตและครอบครัว ภาพถ่ายจึงต้องสื่อความหมายเพื่อสร้างความทรงจำและความประทับใจที่ดีต่อบัณฑิตได้ แนวทางการศึกษาเชิงสัญศาสตร์และการประกอบสร้างความหมายจึงถูกนำมาใช้วิเคราะห์ความหมายของภาพรับปริญญาทั้งความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัยประหวัด ในขั้นตอนของการวิเคราะห์แนวคิดและรูปแบบของภาพถ่ายรับปริญญา ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องการสื่อสารด้วยภาพและการวิเคราะห์ภาพถ่ายมาใช้สำหรับการวิเคราะห์ภาพถ่ายตามแนวทางการวิเคราะห์ของเดวิด เพิร์ลมัตเตอร์ (David Perlmutter) โดยทำความเข้าใจคุณลักษณะ 8 ประการ เพื่อถอดรหัสความหมายของภาพ ประกอบด้วย การผลิตภาพ การระบุเนื้อหาของภาพ หน้าที่ของภาพ การแสดงออกทางอารมณ์ การอุปมาอุปมัย ความถูกต้องเป็นจริง การแสดงออกเชิงสังคม และการเปรียบเทียบ ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องการถ่ายภาพบุคคลเพื่อวิเคราะห์รูปแบบของภาพถ่ายรับปริญญาตามแนวคิดของภควัต รัตนราช ประกอบด้วย ความสมดุลของภาพ ความสมดุลของสี กรอบของภาพ ฉากหน้าและฉากหลัง การเน้นจุดสนใจ เส้นนำสายตา การแสดงซ้ำหรือล้อเลียน บรรยากาศและอารมณ์ ทัศนมิติ เนื้อที่ และเอกภาพ ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องสื่อวีดิทัศน์ และการทดสอบหาประสิทธิภาพสื่อเพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์ และประเมินสื่อวีดิทัศน์ให้ได้ตามมาตรฐานก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

1. แนวคิดการถ่ายภาพของช่างภาพมือสมัครเล่นในการถ่ายภาพรับปริญญา สรุปได้ 8 คุณลักษณะดังนี้

1.1 การผลิตภาพ (Production) มีองค์ประกอบหลัก 3 ประการ กล่าวคือ 1) องค์ประกอบด้านเทคโนโลยี ช่างภาพมือสมัครเล่นเลือกใช้กล้องดิจิตอลเป็นเครื่องมือในการถ่ายภาพ ประกอบด้วย กล้องคอมแพค กล้องโปรซูมเมอร์ กล้อง DSLR กล้องเมอเรอเลส และกล้องโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเลือกใช้กล้อง DSLR ในระดับกึ่งอาชีพหรือระดับมืออาชีพมากที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา คือ กล้องโปรซูมเมอร์ และกล้องเมอเรอเลส จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15

2) องค์ประกอบด้านการจัดองค์ประกอบภาพ ช่างภาพมือสมัครเล่นมีวิธีการจัดองค์ประกอบภาพแบบการเน้นจุดสนใจมากที่สุด จำนวน 59 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 19.33 รองลงมาคือฉากหน้าและฉากหลัง จำนวน 25 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 16.67 และจัดองค์ประกอบภาพแบบเส้นนำสายตาน้อยที่สุด จำนวน 6 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 4.00 และ 3) องค์ประกอบด้านสังคม การผลิตภาพเป็นผลผลิตจากแนวคิดของบัณฑิตและช่างภาพร่วมกัน

1.2 การระบุเนื้อหาของภาพ (Content identification) ประกอบด้วย 1) ภาพแบบดั้งเดิม (Traditional portraits) ภาพถ่ายที่เป็นทางการ ภาพที่ดูน่าเชื่อถือ 2) ภาพครอบครัว (Family and group portraits) เป็นภาพความสำคัญของครอบครัวที่มีต่อการศึกษา ความผูกพันของครอบครัว 3) ภาพเป็นทางการ (Formal portraits) ความเคารพในเครื่องแบบ ความภาคภูมิใจ 4) ภาพตามแนวคิดของผู้ถ่ายภาพ (Conceptual portraits) เป็นภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์ 5) ภาพคนกับธรรมชาติ (Environmental portraits) ภาพความผูกพันต่อสถานที่ ความเคารพต่อสถานที่ 6) ภาพที่เผลอ (Candid portraits) เป็นภาพแสดงอัตลักษณ์ของบุคคล ภาพอารมณ์และความรู้สึก 7) ภาพความงาม (Glamour portraits) เป็นภาพอารมณ์และความรู้สึกจากการใช้เทคนิคการถ่ายภาพ และ 8) ภาพระยะใกล้ (Close-up portraits) เป็นภาพเน้นเรื่องราวความสำคัญ

1.3 หน้าที่ของภาพ (Functional) ประกอบด้วย 1) ภาพให้ข้อมูล (Information) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพิธีรับปริญญา ชุดครุย สถานที่จัดการเรียนการสอน บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย 2) ภาพบันทึกข้อมูล (Recording) ภาพถ่ายเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สามารถบันทึกเหตุการณ์ในช่วงเวลาต่าง ๆ ได้อย่างสมจริง 3) ภาพเพื่อความบันเทิง (Entertainment) ภาพถ่ายเป็นสื่อที่บัณฑิตหรือผู้ที่เปิดภาพดูแล้วรู้สึกถึงความสุข ความสวยงาม ความทรงจำประสบการณ์ที่ดีในช่วงเวลานั้น และ 4) ภาพที่แสดงความรู้สึกนึกคิด (Self-expression) ภาพรับปริญญาเป็นการแสดงแนวคิดของช่างภาพ บัณฑิต หรือการผสมผสานระหว่างช่างภาพและบัณฑิตร่วมกันสร้างสรรค์ภาพ

1.4 การแสดงออกทางอารมณ์ (Expressional) ประกอบด้วย 1) อารมณ์ที่เป็นรูปธรรม มีจำนวน 65 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 43.33 เป็นภาพชุดครุยที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นพิธีการ ความเป็นทางการ ความจริงจัง ส่วนผู้ที่เข้ามาถ่ายภาพกับบัณฑิต จะสวมใส่เครื่องแต่งกายสุภาพ ชุดไทย หรือชุดสากลที่สุภาพ 2) อารมณ์ที่เป็นนามธรรม มีจำนวน 85 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 56.67 เป็นอารมณ์และสุนทรียภาพตามการแสดงออกทางร่างกาย การแสดงออกทางสีหน้า เป็นอารมณ์ที่แสดงออกมาในเชิงบวก ประกอบด้วยอารมณ์รื่นเริง (Joy) มากที่สุด มีจำนวน 37 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 24.67 รองลงมาคือ อารมณ์สนใจตื่นเต้น (Interest-Excitement) มีจำนวน 26 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 17.33 และอารมณ์ประหลาดใจ (Surprise) มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 22 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 14.67

1.5 การอุปมาอุปไมย (Figurative) เป็นการสื่อความหมาย 2 ลักษณะ คือ ความหมายโดยอรรถ และความหมายโดยนัยประหวัด ที่นำมาวิเคราะห์ครั้งนี้คือความหมายโดยนัยประหวัดซึ่งสื่อความหมายในมุมมองต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) พิธีกรรม พิธีพระราชทานปริญญาบัตรที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา 2) การศึกษา พิธีพระราชทานปริญญาบัตรเป็นกิจกรรมสุดท้ายก่อนจบการศึกษาโดยสมบูรณ์ 3) ครอบครัว พิธีพระราชทานปริญญาบัตรเป็นหนึ่งในพิธีที่ครอบครัวชื่นชมความสำเร็จด้านการศึกษาซึ่งเป็นหนึ่งพิธีกรรมที่สำคัญของชีวิต 4) ขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีพระราชทานปริญญาบัตรเป็นพิธีกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมไทยนับตั้งแต่พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว และยึดถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติต่อกันมา 5) ค่านิยม พิธีพระราชทานปริญญาบัตรเป็นค่านิยมของชาวไทยที่ยึดถือปฏิบัติต่อกันมา เป็นการยอมรับนับถือและพร้อมที่จะปฏิบัติด้วยความเต็มใจ 6) อุดมการณ์ ปริญญาบัตรทางการศึกษาสามารถอธิบายว่าคนนั้นเป็นบัณฑิต เป็นผู้ที่มีความรู้ บัณฑิตหลายคนจึงมีอุดมการณ์ในชีวิตว่าต้องจบการศึกษาเป็นบัณฑิต และ 7) ระบบสังคม ปริญญาบัตรทางการศึกษานั้นเป็นเครื่องหมายที่แสดงความสำเร็จในชีวิตก้าวแรกที่จะทำให้ชีวิตเดินหน้าต่อไป

1.6 ความถูกต้องเป็นจริง (Rhetorical-moral) ภาพถ่ายรับปริญญาเป็นภาพที่แสดงออกถึงความเป็นจริงของผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยชุดครุย เป็นเครื่องแสดงวิทยฐานะที่กำหนดรูปแบบและระเบียบในการสวมชุดครุยตามพระราชกฤษฎีกา และปริญญาบัตร เป็นกระดาษที่ออกให้โดยสถาบันการศึกษาที่แสดงผลการศึกษาว่าได้จบการศึกษาตามหลักสูตรที่กำหนดไว้ สามารถใช้อ้างอิงวุฒิการศึกษาตามปริญญาบัตรได้

1.7 การแสดงออกเชิงสังคม (Social or period) ภาพรับปริญญาเป็นภาพถ่ายที่สะท้อนความหมายขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่อยู่ในภาพ ทั้งด้านสังคม วิถีชีวิต วัฒนธรรมของบัณฑิต ครอบครัว และสังคมไทย ประกอบด้วย 1) การเฉลิมฉลอง ภาพในพิธีรับปริญญาเป็นภาพการเฉลิมฉลองในความสำเร็จของบัณฑิต โดยมีครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อน มาร่วมแสดงความยินดี 2) ภาพลักษณ์ ภาพในพิธีรับปริญญานั้น ผู้เข้าร่วมพิธีจะสวมเครื่องแต่งกายด้วยชุดสุภาพ ดูดี หรือสวมเครื่องแต่งกายด้วยชุดไทยมีเครื่องประดับตกแต่งให้สวยงาม สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของผู้อยู่ในภาพ บัณฑิต สถาบันครอบครัว และภาพลักษณ์ของพิธีรับปริญญาที่มีความสำคัญกับชีวิตของคน ๆ หนึ่ง 3) ค่านิยม ภาพในพิธีรับปริญญาสะท้อนค่านิยมของครอบครัวบัณฑิต และค่านิยมของสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาและความเชื่อที่มีต่อปริญญาบัตรว่าเป็นใบเบิกทางให้บัณฑิตประสบความสำเร็จในชีวิต และ 4) ชุมชน ภาพรับปริญญาจึงเป็นการแสดงถึงความเป็นรุ่น เป็นพวกพ้อง เป็นเพื่อน ที่มีอิทธิพลต่อสังคม การงาน ชีวิตในอนาคต

1.8 การเปรียบเทียบ (Comparative) เนื่องจากภาพถ่ายที่ใช้วิเคราะห์นั้นมีช่วงเวลาการถ่ายภาพเดียวกันจึงไม่อาจเปรียบเทียบกับอดีตได้

2. รูปแบบการถ่ายภาพของช่างภาพมือสมัครเล่นในการถ่ายภาพรับปริญญา สามารถสรุปได้ 8 ลักษณะดังนี้

2.1 ภาพแบบดั้งเดิม (Traditional portraits) เป็นการถ่ายภาพรับปริญญาในลักษณะภาพบัณฑิตแบบดั้งเดิม มีจำนวน 19 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 12.67 ภาพลักษณะนี้ช่างภาพนิยมถ่ายภาพบัณฑิตกับฉากหลังที่เป็นทางการ หรือฉากหลังที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหรือคณะ เช่น ภาพบัณฑิตกับอนุสาวรีย์พระรูป ภาพบัณฑิตกับอาคาร มักเป็นภาพบ่าไหล่และภาพเต็มตัว มักใช้ถ่ายภาพบัณฑิต ครอบครัว ที่มีอิริยาบถในท่ายืน สง่างาม และเป็นทางการ

2.2 ภาพครอบครัว (Family and group portraits) เป็นภาพถ่ายถ่ายรับปริญญาประเภทภาพกลุ่มบุคคลในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนกับบัณฑิต มีจำนวน 20 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 13.32 ลักษณะเป็นภาพบันทึกความทรงจำและบรรยากาศ มีทั้งภาพแบบเป็นทางการ คือ ภาพที่แสดงท่าทางสุภาพ ตัวตรง ดูดี และภาพแบบไม่เป็นทางการ คือ ภาพเป็นธรรมชาติ มีการจัดองค์ประกอบภาพแบบหลวม ๆ สบาย ๆ ภาพลักษณะนี้มักถ่ายในสถานที่สำคัญภายในมหาวิทยาลัย หรือสถานที่ที่รวมตัวกัน สถานที่ที่ไปบ่อย เช่น หน้าคณะ หอสมุด อาคารเรียน ซุ้มต่าง ๆ เป็นต้น

2.3 ภาพเป็นทางการ (Formal portraits) เป็นภาพถ่ายรับปริญญาที่บัณฑิตแต่งกายด้วยเครื่องแบบที่เป็นทางการของบัณฑิต มีจำนวน 21 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 14.00 ส่วนใหญ่อยู่ในชุดสุภาพหรือชุดยูนิฟอร์ม ชุดนักศึกษา ชุดข้าราชการ ชุดครุย ภาพลักษณะนี้มักถ่ายบัณฑิตด้วยอิริยาบถที่เรียบร้อย สุภาพ สง่างาม และเหมาะสมกับชุด หรือหากเป็นข้าราชการจะถ่ายภาพด้วยอิริยาบถที่สุภาพ สง่างาม เหมาะสมกับชุดที่สวมใส่

2.4 ภาพตามแนวคิดของผู้ถ่ายภาพ (Conceptual portraits) เป็นภาพถ่ายรับปริญญาที่ช่างภาพมีแนวคิดนำเสนอภาพบัณฑิตให้ออกมาในลักษณะหนึ่ง ที่เป็นเอกลักษณ์หรือโดดเด่นตามแนวคิดของช่างภาพ มีจำนวน 31 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 20.67 ภาพลักษณะนี้เป็นมุมมองของช่างภาพเฉพาะบุคคลที่ต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการถ่ายภาพเพื่อให้ภาพน่าสนใจและดูแตกต่างภาพทั่ว ๆ ไป หรือบางภาพอาจเป็นความต้องการร่วมกันระหว่างช่างภาพและบัณฑิตเพื่อสร้างสรรค์ภาพให้ออกมาตามความต้องการ

2.5 ภาพคนกับธรรมชาติ (Environmental portraits) เป็นภาพถ่ายบัณฑิตกับธรรมชาติ โดยใช้แสงและสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ มีจำนวน 12 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.00 เป็นภาพใช้เล่าเรื่องราวของวันรับปริญญาได้ โดยธรรมชาตินั้นไม่ใช่เฉพาะต้นไม้ ใบไม้ หรือธรรมชาติในสวน แต่หมายรวมถึงธรรมชาติของสถานที่สิ่งปลูกสร้าง หรือธรรมชาติของคนในวันรับปริญญา

2.6 ภาพทีเผลอ (Candid portraits) เป็นภาพถ่ายรับปริญญาที่ถ่ายภาพตัวแบบขณะที่บัณฑิตอยู่ในอิริยาบถตามธรรมชาติหรือไม่ได้เตรียมตัวเพื่อการถ่ายภาพ มีจำนวน 22 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 14.67 ภาพทีเผลอในงานวิจัยพบว่ามีทั้งภาพทีเผลอตามธรรมชาติ มีลักษณะการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา การถ่ายภาพประเภทนี้มักไม่มีการวางแผนล่วงหน้าและไม่มีการกำหนดมุมกล้อง แต่เป็นการถ่ายภาพแบบทันทีทันใด เพื่อเก็บเรื่องราวตามธรรมชาติที่ปรากฏในขณะนั้น โดยบัณฑิตไม่ได้มองมาทางกล้องถ่ายภาพ ทำให้ภาพที่ออกมาดูแล้วเหมือนไม่ตั้งใจว่าจะถ่ายภาพ

2.7 ภาพความงาม (Glamour portraits) เป็นภาพรับปริญญาที่ถ่ายขึ้นเพื่อเน้นความงามทางศิลปะ มีจำนวน 13 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.67 เป็นภาพถ่ายของตัวบัณฑิต หรืออาจไม่เห็นใบหน้าของบัณฑิตแต่ใช้องค์ประกอบอื่น ๆ ในการเล่าเรื่อง เป็นภาพที่ช่างภาพถ่ายขึ้นเพื่อกระตุ้นความรู้สึกบางอย่าง หรือเน้นอารมณ์ของภาพมากกว่าการเล่าเรื่องราวหรือองค์ประกอบแวดล้อมของตัวแบบ ภาพลักษณะนี้ช่างภาพมักกำหนดแนวคิดและวางแผนการถ่ายภาพมาล่วงหน้าก่อน หรือบางภาพเลือกถ่ายภาพทันทีเนื่องจากสภาพแวดล้อมหรือโอกาสเอื้ออำนวย ภาพลักษณะนี้จึงไม่มีรูปแบบตายตัวหรืออาจเป็นภาพที่ไม่ได้สื่อหรือเล่าเรื่องของบัณฑิตอย่างตรงไปตรงมามากนัก

2.8 ภาพระยะใกล้ (Close-up portraits) เป็นภาพที่เน้นส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือเพียงบางส่วนของบัณฑิต มีจำนวน 12 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.00 เพื่อสร้างเรื่องราวหรืออัตลักษณ์ของบัณฑิตให้เด่นชัดขึ้น เช่น ภาพเน้นการแสดงออกทางสีหน้า มือ ดวงตาของบัณฑิต ภาพลักษณะนี้ขึ้นอยู่กับมุมมองของช่างภาพแต่ละคนที่จะถ่ายทอดอัตลักษณ์ของตัวแบบออกมามุมใดให้น่าสนใจ หรือให้อารมณ์และความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่ง

3. วิธีการสร้างสรรค์ภาพถ่ายรับปริญญา ประกอบด้วย 10 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 การติดต่อบัณฑิต ประกอบด้วย 1) บัณฑิตติดต่อช่างภาพจากการบอกต่อ ๆ กัน จากเพื่อน คนรู้จัก หรือบัณฑิตที่เคยถ่ายภาพกับช่างภาพคนนั้นมาแล้วบอกต่อกันมา 2) บัณฑิตติดต่อมาจากการเห็นผลงานที่โพสต์ลงในสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ เป็นต้น เนื้อหาการพูดคุยเพื่อสอบถามข้อมูลรายละเอียด วันเวลาที่ต้องการให้ไปถ่ายภาพ วิธีการถ่ายภาพ ราคาค่าจ้างถ่ายภาพ

3.2 การเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ มหาวิทยาลัยที่ช่างภาพไม่เคยไปมาก่อน ควรไปดูสถานที่จริงก่อน หรืออาจหาข้อมูลเบื้องต้นจากอินเตอร์เน็ต เว็บไซต์ของทางมหาวิทยาลัย เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนการถ่ายภาพ ส่วนการนัดหมายช่างภาพและบัณฑิตอาจต้องสื่อสารและนัดหมายเรื่องสถานที่ให้เรียบร้อยว่าจะถ่ายภาพบริเวณใด ตึกใด ควรเดินทางไปถึงสถานที่ถ่ายภาพก่อนอย่างน้อย 1 ชั่วโมง เพื่อเดินดูสถานที่และเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อม

3.3 การเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ถ่ายภาพ ประกอบด้วย 1) กล้องและเลนส์ หากเป็นช่างภาพมือใหม่สามารถใช้กล้อง 1 ตัวได้ หากต้องการใช้กล้อง 2 ตัว ต้องฝึกฝนวิธีการใช้งานให้คล่อง เลนส์ที่ใช้ควรอยู่ในช่วงนอมอลเลนส์ 18-135 มม. ส่วนเลนส์อื่นที่นำไปใช้ได้ เช่น เลนส์ฟิก 50 มม. และ 85 มม. ส่วนเลนส์มุมกว้างใช้เพื่อเก็บบรรยากาศของงาน และเลนส์ถ่ายไกลใช้เพื่อสร้างสรรค์มุมภาพที่หลากหลาย หรือถ่ายภาพแคนดิด แฟลชเป็นอีกหนึ่งอุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้ แฟลชสามารถเพิ่มแสงสว่างให้กับบัณฑิต หรือถ่ายภาพย้อนแสงได้

3.4 การจัดท่าทางของบัณฑิต ถ้าบัณฑิตโพสต์ท่าไม่เป็น ช่างภาพต้องสอนการโพสต์ท่า หรือหา

ภาพตัวอย่างให้ดูในโทรศัพท์มือถือ ให้บัณฑิตโพสต์ท่าตาม เพื่อลดการถูกเนื้อต้องตัวบัณฑิต วิธีการให้จังหวะในการถ่ายภาพช่างภาพอาจจะนับ หนึ่ง สอง แล้วถ่ายภาพ หากนับจังหวะแล้วทำให้เกร็ง หรือสายตาดูแข็ง ช่างภาพอาจแก้ไขด้วยการบอกให้บัณฑิตยิ้มแทนการนับตัวเลข หรือการพูดหยอกล้อ เข้าไปจัดท่าทาง เพื่อให้เกิดความผ่อนคลาย และคุ้นเคยกับช่างภาพทำให้บัณฑิตไม่เกร็ง หรือถ่ายภาพลักษณะแคนดิดแทน

3.5 การจัดองค์ประกอบภาพและมุมกล้อง ถ้าถ่ายภาพคนเดียวช่างภาพต้องดูรูปร่างของบัณฑิต ถ้ามีรูปร่างท้วมอาจเน้นการถ่ายภาพแนวตั้งเพื่อให้ดูสูงและดูผอม ถ้ารูปร่างผอมสามารถถ่ายภาพได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน ส่วนช่างภาพมือใหม่อาจเริ่มฝึกจากการถ่ายภาพบัณฑิตเพียงคนเดียว เพราะจัดท่าทางได้ง่ายกว่าการถ่ายบัณฑิตพร้อมกันหลายคน กรณีถ่ายภาพสองคนอาจเลือกถ่ายภาพแนวตั้งเพื่อไม่ให้เกิดพื้นที่ว่างด้านข้างโดยใช้เหมือนกับการถ่ายภาพคนเดียว ถ้าถ่ายภาพหมู่ให้ถ่ายภาพแนวนอน โดยช่างภาพคิดคอนเซ็ปของภาพไว้ล่วงหน้า

3.6 การจัดองค์ประกอบแสง ช่างภาพต้องรู้ทิศทางของแสงและวิธีการใช้แสง รู้จักใช้ประโยชน์จากแสงในทิศทางต่าง ๆ บางสถานที่อาจเลือกทิศทางของแสงไม่ได้เนื่องจากบัณฑิตมีช่วงเวลาถ่ายภาพแตกต่างกัน การจัดองค์ประกอบแสงในการถ่ายภาพ ช่างภาพจึงต้องศึกษาทิศทางแสงกับรูปร่างของบัณฑิต เข้าใจวิธีการถ่ายภาพด้วยแสงธรรมชาติ เข้าใจวิธีการถ่ายภาพด้วยแสงประดิษฐ์ และสังเกตชุดครุยว่าทึบแสงหรือโปร่งแสง

3.7 ปัญหาในระหว่างการถ่ายภาพรับปริญญา ปัญหานี้เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ช่างภาพจึงต้องเตรียมแผนสำรองหรือแนวทางการแก้ปัญหาไว้ล่วงหน้า เมื่อพบอุปสรรคจะได้แก้ปัญหาให้ผ่านไปได้ ปัญหาและอุปสรรคได้แก่ ระวังความขัดแย้ง หาบุคคลที่จัดการงานทั้งหมด ช่วงเวลาที่คลาดเคลื่อน ความแออัด ฝนตก และการแต่งหน้า

3.8 การตกแต่งภาพ การตกแต่งภาพเป็นสิ่งจำเป็น แต่ถ้าตกแต่งมากเกินไปหรือเกินจริงจะส่งผลให้คุณค่าของภาพลดลง ช่างภาพจึงควรถ่ายภาพทุกภาพให้ดีที่สุดจากหลังกล้อง หรือถ่ายภาพวันช็อตให้สมบูรณ์ การตกแต่งภาพจึงเป็นสิ่งที่ช่างภาพและบัณฑิตควรตกลงกันให้เรียบร้อยว่าจะตกแต่งภาพโทนใด แต่ส่วนใหญ่มักนิยมตกแต่งภาพให้ตรงกับความเป็นจริง เป็นธรรมชาติ

3.9 การส่งงาน เมื่อถ่ายภาพแล้วหากมีโอกาสช่างภาพควรปริ้นรูปทันที หรือปริ้นรูปบางส่วนและส่งไฟล์ภาพบางส่วนให้บัณฑิตดูก่อนเพื่อให้เห็นภาพโดยเร็ว แล้วจึงส่งภาพที่เสร็จสมบูรณ์ในภายหลัง

3.10 ทริคสำหรับช่างภาพรับปริญญามือสมัครเล่น ประกอบด้วย 1) การมีจิตใจรักการถ่ายภาพ 2) การฝึกทักษะการถ่ายภาพจากถ่ายภาพญาติพี่น้อง เพื่อน 3) การฝึกทักษะถ่ายภาพรับปริญญาเริ่มจากการถ่ายภาพรับปริญญานอกรอบ 4) การหาประสบการณ์ถ่ายภาพภาคสนามโดยเป็นผู้ช่วยช่างภาพ 5) ช่างภาพมือใหม่ควรหากลุ่ม หรือเป็นสมาชิกชมรมถ่ายภาพเพื่อร่วมกันทำกิจกรรม 6) ติดตามความนิยมหรือกระแสของภาพถ่ายในสื่ออยู่ตลอด 7) ถ่ายภาพและตกแต่งภาพตามกระแสนิยม 8) ภาพรับปริญญาที่ดีควรตรงกับสภาพจริงมากที่สุด 9) โพสต์ผลงานภาพถ่ายของตนเองลงในสื่อออนไลน์ 10) สร้างแฟ้มสะสมผลงานในสื่อออนไลน์ 11) การถ่ายภาพรับปริญญาจะไม่มีอุปสรรคถ้ามีการวางแผนล่วงหน้า 12) การสร้างตัวตนของช่างภาพคือการทำงานให้ดีที่สุด 13) อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเคารพ

4. การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาของช่างภาพมือสมัครเล่น เป็นการดำเนินงานตามกรอบแนวคิดในการวิจัยระยะที่ 2 : ขั้นตอน D1 การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา ขั้นตอน R2 การนำสื่อวีดิทัศน์ไปทดลองใช้ และขั้นตอน D2 การสร้างสื่อวีดิทัศน์ที่สมบูรณ์

4.1 การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา เกิดจากการการวิเคราะห์แนวคิดและรูปแบบการถ่ายภาพรับปริญญา และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากช่างภาพมืออาชีพ ประกอบด้วย 5 ตอน ได้แก่

4.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพถ่ายรับปริญญา ประกอบด้วย 2 หัวข้อ คือ ความหมายของภาพถ่ายรับปริญญา และลักษณะของภาพถ่ายรับปริญญา

4.1.2 การปฏิบัติในขั้นก่อนการถ่ายภาพ ประกอบด้วย 3 หัวข้อ คือ วิธีการติดต่อบัณฑิต วิธีการเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ และวิธีการเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ถ่ายภาพ

4.1.3 การปฏิบัติในขณะถ่ายภาพภาคสนาม ประกอบด้วย 5 หัวข้อ คือ รูปแบบของภาพรับปริญญา วิธีการจัดท่าทางของบัณฑิต วิธีการจัดองค์ประกอบภาพและมุมกล้อง วิธีการจัดองค์ประกอบแสง และปัญหาในระหว่างการถ่ายภาพรับปริญญา

4.1.4 การปฏิบัติในขั้นหลังจากการถ่ายภาพ ประกอบด้วย 2 หัวข้อ คือการตกแต่งภาพ และการส่งงาน

4.1.5 13 เทคนิคของช่างภาพถ่ายรับปริญญามือสมัครเล่น ประกอบด้วย 1 หัวข้อ คือ 13 เทคนิคของช่างภาพถ่ายรับปริญญามือสมัครเล่น

เมื่อสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาแล้วได้นำไปตรวจสอบคุณภาพ 2 วิธี ได้แก่ 1) การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง = 1.00 และ 2) การประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์จากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อประเมินด้านเนื้อหา การดำเนินเรื่อง ภาษา ภาพ เสียง และเทคนิคการนำเสนอ ผลปรากฏว่าสื่อวีดิทัศน์มีคุณภาพระดับมากที่สุด (x=4.75) หลังจากนั้นได้ปรับปรุงสื่อวีดิทัศน์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจนมีความถูกต้องสมบูรณ์

4.2 การนำสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาไปทดลองใช้ ก่อนการนำสื่อวีดิทัศน์ไปทดลองใช้นั้น ได้สร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ 1) แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเรื่องการถ่ายภาพรับปริญญา ได้สร้างเป็นแบบเลือกตอบ 5 ตัวเลือก รวม 20 ข้อ เพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจด้านแนวคิดเกี่ยวกับภาพถ่ายรับปริญญา ด้านการปฏิบัติในขั้นก่อนการถ่ายภาพ ด้านการปฏิบัติในขณะถ่ายภาพภาคสนาม ด้านการปฏิบัติในขั้นหลังจากการถ่ายภาพ และด้าน 13 เทคนิคของช่างภาพถ่ายรับปริญญามือสมัครเล่น หาประสิทธิภาพของแบบทดสอบโดยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่าทั้ง 40 ข้อมีค่าความยาก (Difficulty : p) อยู่ในเกณฑ์ (p= .47 -.75) และทุกข้อมีค่าอำนาจจำแนก (Discrimination : r) อยู่ในเกณฑ์เช่นเดียวกัน (r =.22 - .72) ซึ่งแสดงว่าแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเรื่องการถ่ายภาพรับปริญญามีคุณภาพที่จะนำไปใช้ได้ 2) แบบสอบถามประเมินประสิทธิผลของสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา ได้สร้างเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating scale) 5 ตัวเลือก รวม 40 ข้อ เพื่อสอบถามความคิดเห็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ความเหมาะสมองค์ประกอบด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการดำเนินเรื่อง ด้านภาษา 2) ความเหมาะสมองค์ประกอบด้านสื่อ ประกอบด้วย ด้านภาพ ด้านเสียง ด้านเทคนิคการนำเสนอ และ 3) การนำสื่อไปใช้ประโยชน์ ประกอบด้วย ขั้นก่อนการถ่ายภาพ ขั้นการถ่ายภาพภาคสนาม และขั้นหลังการถ่ายภาพ ได้หาประสิทธิภาพของแบบสอบถามโดยการหาค่าความตรงตามเนื้อหา (Content validity) คำนวณความสอดคล้อง IOC จากผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่า IOC = 1 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ปรากฏว่ามีค่าความเที่ยง .932 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือมากกว่า .80 แสดงว่าแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเรื่องการถ่ายภาพรับปริญญามีคุณภาพที่จะนำไปใช้ได้ การนำสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาไปทดลองใช้นั้น ได้ใช้แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจด้านแนวคิดเกี่ยวกับภาพถ่ายรับปริญญาวัดความรู้เป็นพื้นฐาน (Pre-test) แล้วให้ชมสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญา จากนั้นจึงใช้แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจด้านแนวคิดเกี่ยวกับภาพถ่ายรับปริญญาเพื่อวัดการพัฒนาความรู้ที่เพิ่มขึ้น (Post-test) หลังการชมสื่อวีดิทัศน์ รวมทั้งใช้แบบสอบถามประเมินประสิทธิผลของสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาเพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณ

ภาพของสื่อ ผลการทดสอบพบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนการชมสื่อวีดิทัศน์ ได้ 10.56 จากคะแนนเต็ม 20 แต่คะแนนเฉลี่ยหลังการชมสื่อวีดิทัศน์ได้ 14.86 ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ของคะแนนก่อนและหลังการชมสื่อวีดิทัศน์ = .670 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าค่าเฉลี่ยหลังการชมสื่อวีดิทัศน์มากกว่าค่าเฉลี่ยก่อนการชมสื่อวีดิทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญามีประสิทธิผลเพียงพอจึงทำให้คะแนนเฉลี่ยหลังการชมวีดิทัศน์สูงกว่าก่อนชมวีดิทัศน์อย่างแท้จริง ส่วนผลของการประเมินประสิทธิผลของสื่อวีดิทัศน์โดยใช้แบบสอบถามนั้นพบว่าทั้ง 3 ประเด็น รวม 40 ข้อที่สอบถามมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (x=4.53) โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ การนำสื่อไปใช้ประโยชน์ (x=4.71) รองลงมาได้แก่ ประเด็นความเหมาะสมองค์ประกอบด้านเนื้อหา (x=4.45) และประเด็นความเหมาะสมองค์ประกอบด้านสื่อ (x=4.44) ตามลำดับ หากพิจารณารายด้านทั้ง 9 ด้าน พบว่าขั้นก่อนการถ่ายภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (x = 4.74) นอกจากนั้นในแต่ละด้าน (9 ด้าน) ยังมีจุดเด่นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาทิ ด้านเนื้อหา คือความถูกต้องของเนื้อหา ด้านภาษา คือ ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ด้านภาพ คือ คุณภาพของภาพ ด้านขั้นก่อนการถ่ายภาพ คือ นำความรู้ไปใช้เตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ถ่ายภาพได้ เป็นต้น ไม่แต่เพียงเท่านั้นเมื่อนับจำนวนข้อของแบบสอบถามทั้ง 40 ข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด (x = 4.50 -5.00) มีจำนวน 20 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 50 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (x = 3.50 - 4.49) จำนวน 20 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 50 เช่นเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญามีประสิทธิผลเพียงพอที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้

4.3 การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาที่สมบูรณ์ การสร้างสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาที่สมบูรณ์เป็นการเติมเต็มรายละเอียดของสื่อวีดิทัศน์จากข้อมูลป้อนกลับที่ได้จากการนำสื่อวีดิทัศน์ไปใช้ ซึ่งพบว่าแบบสอบถามที่มีองค์ประกอบ 3 ประเด็นนั้น มีเพียงประเด็นเดียว คือ ความเหมาะสมองค์ประกอบด้านสื่อ (ข้อ 16-30) ในด้านเสียง (ข้อ 21-25) ที่มีจำนวนข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (x=.350 - 4.49) ทั้ง 5 ข้อ แต่ไม่มีข้อใดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด (x= 4.50 -5.00) เช่นเดียวกับประเด็นอื่น ๆ และไม่มีข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม จึงถือว่าสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญามีความสมบูรณ์ที่สามารถนำไปใช้เผยแพร่ได้ โดยได้นำสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญานี้ไปเผยแพร่ให้แก่ชมรมถ่ายภาพของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์ เพื่อให้ชมรมภาพถ่าย นำไปใช้เป็นสื่อในการอบรมให้ความรู้แก่นักศึกษาในชมรมที่สนใจ

การผลิตภาพ การระบุเนื้อหาของภาพ หน้าที่ของภาพ การแสดงออกทางอารมณ์ การอุปมาอุปไมย ความถูกต้องเป็นจริง และการแสดงออกเชิงสังคม สอดคล้องกับการวิเคราะห์ภาพถ่ายของเดวิด เพิลมัตเตอร์ (David Perlmutter) (Lester, 2014 : 129) ที่ศึกษาคุณลักษณะของภาพถ่ายและถอดรหัสความหมายของภาพถ่ายทั้งหมด 8 ประเด็น ประกอบด้วย การจัดองค์ประกอบภาพ ช่างภาพมีวิธีการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้แนวคิดธาตุทางทัศนศิลป์เป็นพื้นฐาน นอกจากนั้นผลการวิเคราะห์ภาพถ่ายรับปริญญาได้พบว่าช่างภาพนิยมใช้วิธีการเน้นจุดสนใจมากที่สุด เช่น การใช้กฎสามส่วน รองลงมาคือการใช้ฉากหน้าและฉากหลัง ซึ่งสอดคล้องกับภควัต รัตนราช (2563 : 164-165) ที่กล่าวว่า การเน้นจุดสนใจเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้ในภาพถ่ายมากที่สุดแนวคิดหนึ่ง กล่าวคือไม่วางจุดเด่นไว้ตรงกลางภาพ เนื่องจากผู้ดูภาพมักจะมองดูตรงกลางก่อน หากวางจุดเด่นอยู่ตรงกลางแล้ว ส่วนอื่น ๆ ของภาพย่อมขาดความสำคัญลงไป จึงควรใช้เนื้อที่ของภาพให้เป็นประโยชน์ทุกตารางนิ้ว สอดคล้องกับรติมา อมันตกุล (2559 : 138) ที่พบว่ารูปแบบของภาพรับปริญญาที่ปรากฏมากที่สุด คือ ภาพตามแนวคิดของผู้ถ่ายภาพ รองลงมาคือภาพที่เผลอ ทั้งนี้เนื่องมาจากอำนาจของช่างภาพใน 2 ลักษณะ คือ อำนาจจากความรู้ เนื่องจากการถ่ายภาพรับปริญญาบัณฑิตจะเป็นผู้เลือกช่างภาพรับปริญญา โดยบริบทการเลือกและว่าจ้างนั้น ช่างภาพย่อมมีความรู้และทักษะการถ่ายภาพบุคคลที่มากกว่าบัณฑิต ทำให้บัณฑิตยอมรับและเชื่อถือในตัวของช่างภาพ

ช่างภาพจึงสามารถถ่ายทอดแนวคิดและแสดงฝีมือการถ่ายภาพตามอัตลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับสุรเชษฐ์ หุ่นสะดี (2558 : 72) ที่พบว่า ช่างภาพมีความรู้ มีประสบการณ์ อำนาจการถ่ายภาพจึงเป็นของช่างภาพ อีกลักษณะหนึ่งคืออำนาจจากหน้าที่ เนื่องจากช่างภาพมีหน้าที่ควบคุมการถ่ายภาพ การแสดงออกของบัณฑิต การสั่งการบัณฑิตให้ทำหรือไม่ทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้ ภาพถ่ายทุกภาพจึงเกิดจากการเลือกสรรของช่างภาพ ถ่ายตามแนวคิดของช่างภาพ เมื่อช่างภาพถือกล้องก็เสมือนกับการมีอำนาจในการเล่าเรื่องราวผ่านรูปภาพ จึงทำให้ช่างภาพมีอำนาจในการกำหนดรูปแบบการมอง การถ่ายทอดความคิดและความเป็นตัวตนของตัวเองลงไปในภาพถ่ายอย่างเต็มที่

ตรวจสอบคุณภาพ ประกอบด้วย 2 วิธี ได้แก่ การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง = 1.00 และการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์จากผู้เชี่ยวชาญโดยใช้แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ เพื่อประเมินด้านเนื้อหา การดำเนินเรื่อง ภาษา ภาพ เสียง และเทคนิคการนำเสนอ เพื่อให้สื่อวีดิทัศน์มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด สอดคล้องกับชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556: 91) กล่าวว่า การทดสอบประสิทธิภาพช่วยประกันคุณภาพว่าสื่อมีประสิทธิภาพ เหมาะสมที่จะผลิตออกมาจำนวนมาก และได้สื่อการสอนที่มีคุณค่าตามเกณฑ์ที่กำหนด ผลการหาประสิทธิภาพพบว่าสื่อวีดิทัศน์มีคุณภาพระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อวีดิทัศน์นำข้อมูลปฐมภูมิจากการวิเคราะห์แนวคิดและรูปแบบการถ่ายภาพ และการสัมภาษณ์ช่างภาพมืออาชีพ ใช้ภาพถ่ายที่มีคุณภาพผ่านกระบวนการวิเคราะห์ความหมายเพื่อสื่อความหมายได้ตรงตามเนื้อหา ดูความเหมาะสมของภาษาที่ใช้โดยเฉพาะศัพท์เฉพาะของช่างภาพ และแบ่งกระบวนการเรียนรู้ตามลำดับขั้น ผลการทดสอบปรากฏว่า ค่าความสัมพันธ์ของคะแนนก่อนและหลังการชมสื่อวีดิทัศน์เท่ากับ .670 ซึ่งแสดงว่าคะแนนมีความสัมพันธ์กัน และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าค่าเฉลี่ยหลังการชมสื่อวีดิทัศน์มากกว่าค่าเฉลี่ยก่อนการชมสื่อวีดิทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญามีประสิทธิผลเพียงพอจึงทำให้คะแนนเฉลี่ยหลังการชมวีดิทัศน์สูงกว่าก่อนชมวีดิทัศน์อย่างแท้จริง สอดคล้องกับณัฐเขต สัจจะมโน และสมหญิง เจริญจิตรกรรม. (2556 : 208) ที่พบว่า สื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญาพบว่าทั้ง 3 ประเด็น รวม 40 ข้อที่สอบถามมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือการนำสื่อไปใช้ประโยชน์ รองลงมาคือประเด็นความเหมาะสมองค์ประกอบด้านเนื้อหา และประเด็นความเหมาะสมองค์ประกอบด้านสื่อตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อวีดิทัศน์นี้ผลิตขึ้นเพื่อช่างภาพมือสมัครเล่นที่ต้องการหารายได้จากการถ่ายภาพรับปริญญา เนื้อหาในสื่อจึงเน้นเทคนิค การนำไปใช้งาน และการแก้ปัญหาเฉพาะงานรับปริญญา หากพิจารณารายด้านทั้ง 9 ด้าน มีจุดเด่นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เช่น ด้านเนื้อหาคือความถูกต้องของเนื้อหา ด้านภาษาคือความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ด้านภาพคือคุณภาพของภาพ ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อวีดิทัศน์ผ่านกระบวนการผลิตอย่างเป็นขั้นตอน และมีวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสม ด้านแบบสอบถาม 40 ข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดมีจำนวน 20 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 50 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากจำนวน 20 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 50 เช่นเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อวีดิทัศน์การถ่ายภาพรับปริญญามีประสิทธิผลเพียงพอที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา.* กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ณัฐเขต สัจจะมโน และ สมหญิง เจริญจิตรกรรม. (2556). การพัฒนาบทเรียนวีดิทัศน์ เรื่อง การจัดองค์ประกอบภาพถ่ายสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย.* 5(1) 202-211.

ชัยยงค์ พรหมวงค์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. *วารสารศิลปกรศึกษาศาสตร์วิจัย*. 5(1) , 7-19.

ภควัต รัตนราช. (2563). *การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

รติมา อมันตกุล. (2559). การศึกษาองค์ประกอบภาพถ่ายเพื่อการออกแบบนิตยสารตกแต่งบ้าน. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์*. 8(2) ,122-143.

สุรกิจ จิรทรัพย์สกุล. (2556). *Eazy Pro ถ่ายภาพรับปริญญา*. นนทบุรี: ไอดีซีฯ.

สุรเชษฐ์ หุ่นสะดี. (2558). *การถ่ายภาพรับปริญญา: อำนาจ ความรู้ วาทกรรมของช่างภาพและการเจรจาต่อรองอำนาจของตัวแบบ.* การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Lester, P.M. (2014). Visual Communication : *Image with Messages*. (International Edition) Canada: Nelson Education.

Mowbray, P. (2021, October 20). *The 7 Formal Element in Photography.* Retreived from www.picfair.com/7-formal-element-in-photography.

Rose, G. (2011). *Visual Methodologies : An Introduction to Researching with Visual Materials*. (3rd edition). London: SAGE.

Shaughnessy, M. & Stadler, J. (2005). *Media and Society*. Melbourne: Oxford University press.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[กัลยกร, อานิก หน้า 132-139]

การศึกษาความรู้ด้านจิตวิทยาและอาชญาวิทยาเพื่อการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์

A STUDY OF PSYCHOLOGY AND CRIMINOLOGY FOR A SCREENPLAY TITLE I'M NOT A KILLER

กัลยกร นาวารัตน์. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

อานิก ทวิชาชาติ. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

Gunyagorn Navarat. *College of Communication Arts. Rangsit University.*

Anick Thavichachart. *College of Communication Arts. Rangsit University.*

Email: morocmole1990@gmail.com

Received: 13 April 2021 ; Revised: 5 June 2021 ; Accepted: 28 November 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิเคราะห์ความรู้ด้านจิตวิทยาและอาชญาวิทยาเพื่อการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ โดยมุ่งเน้นศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมความรุนแรงอันนำไปสู่การเป็นฆาตกรที่จะนำมาประกอบสร้างเป็นรายละเอียดของตัวละครหลัก รวมไปถึงแก่นสาระของภาพยนตร์ ผู้สร้างสรรค์ได้ใช้งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยารวมถึงนักอาชญาวิทยา โดยการนำแนวคิดทฤษฎีจิตวิเคราะห์และทฤษฎีอาชญาวิทยามาเป็นแนวทางในการศึกษาองค์ความรู้อีกทั้งยังสนับสนุนผลการวิเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้ได้อีกด้วย ทั้งนี้ผู้สร้างสรรค์ยังได้นำแนวคิดการเล่าเรื่องและแนวคิดภาพยนตร์สะท้อนสังคมมาร่วมศึกษาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ทั้งในส่วนของกระบวนการถ่ายทอดการเล่าเรื่องผ่านบทภาพยนตร์นำไปสู่การให้คุณค่าแก่สังคม

ผลการวิจัยพบว่า อาชญากรรมเกิดจากปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยที่ต้องอาศัยการเกิดปัจจัยเหล่านั้นร่วมกัน คือปัจจัยทางชีววิทยา ปัจจัยทางสังคมวิทยาและปัจจัยทางจิตวิทยา โดยปัจจัยแรกคือปัจจัยทางชีววิทยาที่มีสาเหตุจากสารเคมีในร่างกายหรือความผิดปกติทางพันธุกรรมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบประสาทและการทำงานในร่างกายที่มีผลต่อพฤติกรรมของยุวอาชญากร ยิ่งไปกว่านั้นในส่วนของปัจจัยทางสังคมวิทยานั้นพบว่าถ้าหากเยาวชนได้รับการ บ่มเพาะเลี้ยงดูที่ขาดความรักความเอาใจใส่ ผู้ปกครองไม่มีเวลาอบรมสั่งสอน เกิดปัญหาภายในครอบครัว การมีเรื่องทะเลาะวิวาทที่อาจสร้างบาดแผลในใจ ก่อให้เกิดความกดดัน บีบคั้นต่อจิตใจ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ส่งผลต่อสภาพจิตใจของเด็กมากขึ้นนำไปสู่การมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนและกระทำความผิดในที่สุด จึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทางจิตวิทยานั้นเกิดจากอาการบกพร่องทางสมองและสภาพแวดล้อมที่หล่อหลอมพฤติกรรมทางอาชญากร รวมถึงความผิดปกติทางด้านอารมณ์ที่ขัดแย้งแปรปรวนเป็นผลมาจากสภาพการกดดันและสภาวะทางจิตที่สะสมมาในวัยเด็ก

ทางด้านพฤติกรรมและบุคลิกภาพของยุวอาชญากรเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ได้รับจากปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นมาตั้งแต่เยาว์วัยไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมในสังคม สภาพความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อม ค่านิยม ทัศนคติ นิสัยใจคอ ความรู้สึกนึกคิดและลักษณะอื่น ๆ ที่เกิดจากการปะทะสัมพันธ์ระหว่างบุคคลล้วนก่อให้เกิดพฤติกรรมส่วนตัวของยุวอาชญากร
คำสำคัญ: ภาพยนตร์, อาชญาวิทยา, จิตวิทยา

Abstract

The main purpose of this research is to study psychology and criminology through the creation of film script which emphasize causes that lead to violent behaviors of a main killer including main idea of the movie by using qualitative research from psychology specialists and criminologist interviews. To support analysis result, psychoanalytic and criminology theories are also the study guidelines as well as narrative and social reflection in film theories through storytelling process which lead to social value.

Results show that there are 3 causes of crime that occurring at the same time which are biological, social and psychological theories. Firstly, biological theory arises from chemical in the body or genetic abnormality which produce the change of nervous system and body process that leads to criminal youth. Moreover, if young people growing up without feeling loved and cared for, not spending time much with parents, having family problems or feeling unforgettable deeply hurt and pressure from regular fighting in the family, these factors are social theory that can affect children's mental status and cause deviant behavior and crime in the end. In conclusion, brain impairment along with surroundings and mood disorder are psychological causes which came from pressure and mental stage since childhood.

Behaviors and personalities of criminal youth derive from experiences and causes mentioned above since childhood such as social behaviors, living conditions and surroundings, social values, attitude, characters, and feelings through interaction.
Keywords: Film, Criminology, Psychology

บทนำ

อาชญาวิทยา เป็นการศึกษาเกี่ยวกับอาชญากรรม โดยแบ่งประเด็นการศึกษาหลักๆ คือการศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุแรงจูงใจและการศึกษาถึงปัจจัยในการทำความผิดโดยมีสมมุติฐาน ว่าหากเราเข้าใจถึงสาเหตุที่เกิดขึ้นเราจะสามารถควบคุมการเกิดอาชญากรรม รวมถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้กระทำได้โดยใช้ปัจจัยที่เรียนรู้จากสาเหตุการทำความผิดตลอดจนการเรียนรู้ ผู้ที่ตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรม ซึ่งเป็นสาขาหนึ่งของสังคมวิทยาและส่งผลถึงกระบวนการยุติธรรม

Gibbons (1973) ได้กล่าวถึงทฤษฎีของอาชญากรรม หรือการกระทำความผิดว่าสามารถแบ่งออกเป็น 3 พวกใหญ่ๆ ได้ คือ ทางชีววิทยา ทางจิตวิทยาและทางสังคมวิทยา ทางชีววิทยา ได้หาคำตอบของสาเหตุนี้ว่าผู้ฝ่าฝืนกฎหมายเป็นบุคคลซึ่งกระทำผิด เพราะเป็นผลของความผิดปกติทางชีววิทยาผู้กระทำผิดเป็นผลลัพธ์ของความบกพร่องทางพันธุกรรม เช่นความไม่สมดุล ของระบบต่อมต่างๆ หรือพยาธิสภาพทางสมอง

โครงสร้างทางร่างการ หรืออารมณ์ซึ่งจะผลักดัน ให้เขาต้องกระทำความผิด ซึ่งทางจิตวิทยานั้นมีความเห็นแตกต่างออกไป กล่าวคือ ผู้กระทำความผิดแสดงพฤติกรรมเพราะเป็นผลของพยาธิสภาพทางจิตอย่างใดอย่างหนึ่งในทฤษฎีทางจิตวิทยาส่วนมากเด็กที่มีปัญหาในการปรับตัวมักจะถูกประเมินว่าเป็นผลของประสบการณ์ทางสังคมที่ใกล้ชิดกับตัวเขา

ซึ่งคือครอบครัว หรือสภาพการณ์อื่นที่คล้ายกัน ดังนั้นจึงไม่ให้ความสนใจผลขององค์กรทางสังคมเท่าใดนัก หากจะอธิบายการประกอบอาชญากรรม ตามแนวคิดจิตวิเคราะห์ ก็อาจจะกล่าวได้ว่าเด็กธรรมดาทั่วไปเกิดมาเพื่อเป็นอาชญากรเพราะชีวิตเริ่มต้นด้วยความไม่มีศีลธรรม และมีสัญชาตญาณที่เป็นปฏิปักษ์ต่อสังคมอยู่แล้ว หน้าที่ของอารยธรรมก็คือทำให้เด็กสลัดทิ้งสัญชาตญาณดั้งเดิมนี้เสีย ตามปกติก็จะกระทำได้โดยให้เด็กได้รับการถ่ายทอดค่านิยม จากพ่อแม่ ซึ่งจะช่วยให้เด็กพัฒนาสติสัมปชัญญะ (Superego) ขึ้นมาได้ ถ้าหากสติสัมปชัญญะไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเพียงพอแล้วก็อาจจะทำนายได้เลยว่าอาชญากรรมจะต้องบังเกิดขึ้นในทัศนะของจิตวิเคราะห์ยังมีอีกว่า อาชญากรรมอาจจะเกิดขึ้นเพราะพัฒนา (Superego) จนเกินขนาดกล่าวคือ ในช่วงที่คนเรากำลังเจริญเติบโตในสังคมนั้นแรงกระตุ้นในทางเพศ และความก้าวร้าวถูกเก็บกดเอาไว้ไม่ให้แสดงออกเต็มที่ อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่าแรงกระตุ้นสองอย่างนี้จะเหือดหายไปได้โดยง่าย มักจะถูกเก็บซ่อนไว้ในจิตไร้สำนึก (Unconscious Mind) เมื่อถูกปฏิเสธ หรือเก็บกดไว้นานๆ เข้าสันดานดิบมันก็จะแข็งแรงขึ้น สติสัมปชัญญะก็จะไร้ความหมาย อาชญากรรมก็อาจจะเกิดขึ้นได้

จะเห็นได้ว่าผู้กระทำ หรือผู้เลี้ยงดูเด็กนั้นมีบทบาทสำคัญต่อความคิด ทัศนคติและการเจริญเติบโตของเด็กซึ่งส่งผลกระทบ ต่อสังคมในอนาคต นับว่าเป็นปัญหาที่มีมาตั้งแต่สังคมไทยในอดีต โดยเฉพาะปัญหาความรุนแรงในครอบครัวที่ยังไม่ได้ถูกกล่าวขานถึงกันอย่างกว้างขวาง และเป็นจริงเป็นจังมากนัก ดังนั้นผู้สร้างสรรค์ได้ตระหนักถึงคุณค่าของการมีชีวิต และเห็นว่าน่าจะมีแนวทางในการป้องกันการฆ่ากันของคนในสังคม โดยศึกษาพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความรุนแรงของบุคลิกตัวละครสู่การสร้างสรรค์ผลงานวรรณกรรมประเภทบทภาพยนตร์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อสำรวจศึกษาแนวคิดจิตวิทยาและอาชญาวิทยา อาชญาวิทยาเป็นคำสมาสระหว่างคำว่า “อาชญา” กับ “วิทยา” คำว่า อาชญากรรม ซึ่งหมายถึง การกระทำที่ผิดกฎหมาย ก่อให้เกิดความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินเป็นเรื่องที่น่ากลัว มีความร้ายแรง เป็นสิ่งที่ทุกคนไม่ต้องการเข้าไปเกี่ยวข้อง โดยคำว่าอาชญาวิทยาจะเป็นเป็นสาขาวิชาที่มุ่งศึกษาถึงการอธิบายสาเหตุของการกระทำความผิดของอาชญากร (ผู้กระทำผิด) ซึ่งจะถูกแบ่งออกเป็น 3 สาเหตุหลักๆ คือ การกระทำความผิดที่เกิดจากปัจจัยทางชีวภาพ การกระทำความผิดที่เกิดจากปัจจัยทางจิต และการกระทำความผิดที่เกิดจากปัจจัยทางสังคม

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้

1. แนวคิดเรื่องภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม (The Social Problem Film) ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม หมายความถึง ภาพยนตร์ที่มีฉากเป็นเหตุการณ์ร่วมสมัย เนื้อหาจะต้องมุ่งเน้นไปที่ความขัดแย้งในประเด็นปัญหาสังคม ซึ่งมีการยอมรับแล้วว่าเป็นปัญหา ปัญหาดังกล่าวอาจเป็นปัญหาภายในประเทศ และปัญหาระหว่างประเทศ (กฤษดา เกิดดี, 2541) ดังที่ได้กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมเป็นภาพยนตร์ที่ถูกถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับปัญหาในช่วงนั้นๆ เพื่อให้ประชาชนหมู่มากได้รับรู้รับทราบถึงปัญหาที่ยังมีอยู่ และต้องการความร่วมมือร่วมใจเพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น

2.ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) ซิกมันด์ ฟรอยด์ (ค.ศ.1856-1939) ผู้สร้างสมมติฐานเกี่ยวกับจิตของมนุษย์ โดยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง Id Ego และ Superego ทั้ง 3 ระดับของสภาวะจิต ซึ่งได้แก่ จิตใต้สำนึก จิตกึ่งสำนึก และจิตสำนึก Id เป็นส่วนที่เป็นพื้นฐาน หรือเบื้องต้นของบุคลิกภาพ นั่นคือ เมื่อต้องการอะไรจะต้องได้เพื่อสนองตอบความต้องการนั้น เป็นส่วนที่แสดงถึง ความสุข (Pleasure Principle) ที่แสดงออกเหมือนเป็นปฏิกิริยาสะท้อน (Reflex) Ego เป็นตัวแทนของความเป็นจริง (Reality Principle) เพราะเป็นส่วนของทั้งจิตสำนึกและจิตใต้สำนึกการทำงานที่สำคัญของ Ego คือการพยายามหาทางเพื่อให้สนองความต้องการและให้ Id เกิดความพึงพอใจ

3.ทฤษฎีอาชญาวิทยา Cesare Lombroso, 1846 (อ้างถึงใน ประธาน วัฒนวาณิชย์, 2546) ได้แบ่งอาชญากรทั้งหมดออกเป็น 4 ประเภทคือ อาชญากรโดยกำเนิด (Born criminals) อาชญากรวิกลจริต (Insane criminals) อาชญากรตามโอกาส (Occasional criminals) และอาชญากรโดยอารมณ์ (Criminals by passion) โดยสาเหตุการประกอบอาชญากรรม พวงเพ็ญ ใจกว้าง (2542) ได้อธิบายสาเหตุของการประกอบอาชญากรรมไว้โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้ ลักษณะทางบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล, สภาวะทางจิตใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความรุนแรง และเหตุแห่งปัจจัยที่ทำให้เกิดฆาตกร โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องของการฆาตกรรม เพื่อนำมาเป็นแนวความรู้ของการสร้างตัวละครหลักอย่างมีประสิทธิภาพในการสื่อสารผ่านบทภาพยนตร์

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดยุวอาชญากรในสังคมไทย มาจากปัจจัย 3 ปัจจัย อันได้แก่

1. ปัจจัยทางชีววิทยา (Biology) เกิดจากสารเคมีในร่างกายหรือความผิดปกติทางพันธุกรรมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบประสาทหรือการทำงานในร่างกายสามารถส่งผลกระทบที่สำคัญต่อพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาอาชญากรรมซึ่งสอดคล้องกับ (ประธาน วัฒนวาณิชย์, 2546) แนวคิดทฤษฎีอาชญากรโดยกำเนิดของลอมโปรโซ โดยลอมโบโซ ที่เชื่อว่า ความผิดปกติต่าง ๆ ในร่างกายมนุษย์จะมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในทางที่จะประกอบอาชญากรรมโดยชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมทางอาชญากรเป็นผลมาจากความผิดปกติทางกายภาพและจิตใจ ซึ่งได้รับถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษทางกรรมพันธุ์ สรุปได้ว่าสารเคมีในร่างกายหรือความผิดปกติทางพันธุกรรมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบประสาทหรือการทำงานในร่างกายสามารถส่งผลกระทบที่สำคัญต่อพฤติกรรมหากผู้ป่วยได้รับการรักษาก็สามารถลดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาอาชญากรรม

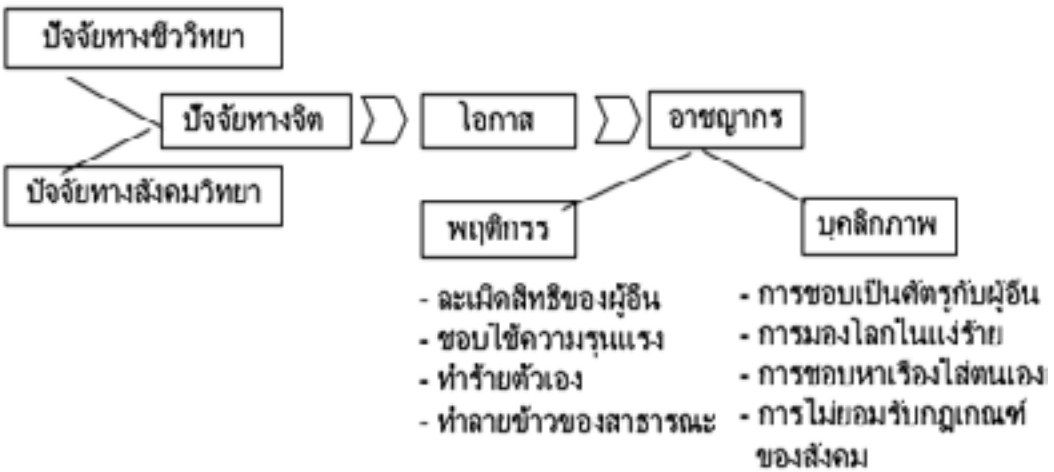
2. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychology) ครอบครัวและการเลี้ยงดูมีอิทธิพลต่อเด็กมากที่สุด เพราะเป็นสังคมแห่งแรกที่เป็นผู้สร้างประสบการณ์ มีผลต่อ ความรู้สึกนึกคิด บุคลิกภาพ ถ้าบุคคลได้รับการอบรมเลี้ยงดูตั้งแต่เด็กที่ดีและมีสิ่งแวดล้อมที่ดี ก็จะพัฒนา Superego ให้เข้มแข็งอยู่ตลอดเวลา แม้ว่าร่างกายจะบกพร่อง หรือต้องเผชิญกับสถานการณ์บีบคั้น กดดัน ก็จะอดกลั้นความรู้สึก ความต้องการไว้ได้ มีความยับยั้งชั่งใจ ไม่กระทำผิด

3. ปัจจัยทางสังคมวิทยา (Sociology) สังคมและสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวส่งผลโดยตรงต่อการเป็นอาชญากร โดยบิดามารดาเป็นผู้เริ่มกระบวนการขัดเกลาทางสังคมให้กับบุตรหากเป็นบิดามารดาแบบอย่างที่ไม่ดี จะทำให้ปัจจัยภายในเป็นส่วนที่โน้มให้ไปในทางกระทำผิด หมายความว่า ทั้งปัจจัยทางจิตวิทยาและปัจจัยทางสังคมมีส่วนส่งผลซึ่งกันและกันอย่างมีนัยสำคัญ สังคมภายนอกว่าด้วย สภาพแวดล้อมในชุมชน กลุ่มเพื่อน

กลุ่มคนรอบตัว ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพ วิถีชีวิต ล้วนเป็นการเรียนรู้และประสบการณ์ที่สำคัญต่อเด็กทั้งสิ้น

ในส่วนของพฤติกรรมและบุคลิกภาพของอาชญากร ความประพฤติที่แต่ละบุคคลแสดงออกมา เด็กและเยาวชนที่กระทำผิดหรือก่ออาชญากรรม เริ่มจากการมีบุคลิกภาพที่ผิดปกติ อันเป็นผลมาจากพันธุกรรมและการอบรมเลี้ยงดู และสภาพแวดล้อมตั้งแต่วัยเยาว์ ทำให้เด็กและเยาวชนนั้นมีการแสดงออก มีความประพฤติที่ไม่ดีคือพฤติกรรมเบี่ยงเบน เมื่อสะสมมีขึ้นและหากสถานการณ์เอื้ออำนวย หรือมีการชักนำให้ไปในทางไม่ดี ก็จะเกิดการกระทำผิดและกลายเป็นอาชญากร

การกระทำผิดของเด็กและเยาวชน มีสาเหตุจากปัจจัยต่างๆมากมาย ไม่ได้เกิดจากปัญหาใดปัญหาหนึ่งเพียงอย่างเดียว หากแต่ประกอบขึ้นจากปัญหาหลายอย่าง ซึ่งแต่ละคนได้สั่งสมมาตลอดชีวิต กล่าวคือ ประสบการณ์ที่ผ่านจะปั้นบุคลิกภาพของบุคคลนั้นให้มีความประพฤติทั้งในทางที่ดีและในทางที่ไม่ดี และหากความประพฤติในทางไม่ดีพอกพูนมากขึ้น ก็อาจจะกระผิดขึ้นได้ถ้าไม่มีการแก้ไขตั้งแต่ต้นมือ ก็จะกลายเป็นอาชญากรในที่สุด ซึ่งแสดงเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



จากแผนภูมินี้ แสดงให้เห็นว่า อาชญากรรมเกิดจากปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย คือปัจจัยทางชีววิทยา ปัจจัยทางสังคมวิทยาและปัจจัยทางจิตวิทยา มิใช่ปัจจัยใดเพียงปัจจัยเดียวที่ก่อให้เกิดอาชญากรรม แต่ต้องอาศัยปัจจัยร่วมกัน แต่ปัจจัยดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์และมีขั้นตอนในการผลักดันให้เกิดอาชญากรรมเป็นราย ๆ ไป แต่ถ้าหากสามารถตัดช่วงโอกาสได้ ปัญหาอาชญากรรมก็จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้

อภิปรายผล

ในการศึกษาสาเหตุของการกระทำผิด เป็นสิ่งที่กระทำได้ค่อนข้างยากทั้งนี้เพราะพฤติกรรมเหล่านี้เป็นผลของตัวแปรทั้งทางด้านบุคคลและสิ่งแวดล้อมหลายประการ การที่จะเข้าใจสาเหตุแห่งปัจจัยของพฤติกรรมเหล่านี้ได้ ก็แต่โดยการศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างลักษณะพฤติกรรมสภาพชีวิตความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนลักษณะนิสัยประจำตัวของผู้กระทำผิด ซึ่งได้แก่ทางร่างกาย หรือ สมองของผู้กระทำผิดและร่วมทั้งพิจารณาถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วย จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เป็นผลพอสรุปความเพื่อใช้อธิบายสาเหตุแห่งปัจจัยที่ทำให้เกิดยุวอาชญากร จากปัจจัยต่าง ๆ ที่สอดคล้องกัน มีดังนี้

1. ปัจจัยทางชีววิทยา (Biology)
2. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychology)
3. ปัจจัยทางสังคมวิทยา (Sociology)

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมความรุนแรงอันนำไปสู่การเป็นฆาตกร สามารถวิเคราะห์จากแนวคิดของสำนักอาชญาวิทยาต่าง ๆ พร้อมทั้งการศึกษาสภาพจิตและรวมถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม เพราะเป็นปัจจัยที่สอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลต่อการก่อให้เกิดยุวอาชญากร

จากการที่ผู้วิจัยได้สำรวจศึกษาแนวคิดจิตวิทยาและอาชญาวิทยา ส่งผลให้การสร้างตัวละคร (Character) บุคลิกภาพ ความนึกคิด จิตวิญญาณ ภูมิหลัง ตลอดจน ประเด็นปมขัดแย้ง ไปจนถึงบทสรุป ของเรื่องราวซึ่งมีตัวละครเป็นผู้ขับเคลื่อนเรื่องราว (Character-driven) เป็นไปตามองค์ความรู้ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ไม่ใช่เพียงแค่การสร้างตัวละครหลักแต่ยังสามารถนำไปสร้างสรรค์ตัวละครทุกตัวในเรื่องให้มีเสมือนเป็นมนุษย์จริง ๆ ที่มีหลากหลายด้าน อารมณ์ ความรู้สึก อีกทั้งยังส่งผลให้การสร้างสรรค์ฉาก บทสนทนา รวมไปถึงบรรยากาศของครอบครัวที่ขาดความอบอุ่น สภาพแวดล้อมในสังคมที่ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของตัวละคร การกระทำต่าง ๆ ล้วนส่งผลซึ่งกันและกัน และหากไม่ได้รับการแก้ไขก็จะก่อให้เกิดความเสียหายตามมา

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1.ควรศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและนำความรู้ที่ได้มาสร้างสรรค์ตัวละครเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาตั้งคำถามสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญได้เจาะลึกมากยิ่งขึ้น อาจส่งผลดีต่อการนำความรู้ที่ได้มาสร้างสรรค์บุคลิกภาพตัวละครรวมไปถึงการสร้างเรื่องราวอีกด้วย

2. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำความรู้ที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสร้างสรรค์ตัวละคร ควรมีแนวทางวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ชัดเจน เพื่อนำมาสู่การตั้งประเด็นคำถามการสัมภาษณ์ได้อย่างครอบคลุม แม่นยำ และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้สามารถมีอิสระทางความคิดต่อการเขียนบทภาพยนตร์

บรรณานุกรม

กฤษดา เกิดดี. (2541). *ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์: การศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ.*กรุงเทพฯ: พิมพ์คำ.

คมณัฏฐิกรณ คลี่สุวรรณ. (2559). *ผลกระทบของความรุนแรงในสังคม (Unpublished Master's thesis).* สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เฉลิมเกียรติ ผิวนวล. (2535). *จิตวิเคราะห์ของฟรอยด์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สมิต.

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2542). *วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์และความเป็นอื่น.* กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.

ไทยโพสต์. (2561). *เด็กก่อคดีเฉลี่ยวันละ 83 ราย กรมสุขภาพจิตเผยน่าห่วงยิ่งขึ้น 3 ปี พบก่อคดีซ้ำเพิ่ม 7%.* สืบค้นจาก https://www.thaipost.net/main/detail/16642

นพพร ประชากุล. (2552). *ยอกอักษร ย้อนความคิด เล่ม 1 ว่าด้วยวรรณกรรม.* กรุงเทพฯ: อ่าน.

นวลจันทร์ ทัศนชัยกุล. (2543). *บทบาทของบิดามารดาของเยาวชนที่กระทำผิดกฎหมาย.* กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นวลจันทร์ ทัศนชัยกุล. (2548). *อาชญากรรมการป้องกัน:การควบคุม.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เบส ชวลิตปรีชา. (2549). *ผู้หญิงกับการกระทำความผิดฐานฆ่าผู้อื่นโดยเจตนา: กรณีศึกษาทัณฑสถานหญิงธนบุรี (Unpublished Master's thesis).* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ประธาน วัฒนวาณิชย์. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอาชญาวิทยา.* กรุงเทพฯ: พิมพ์ประกายพรึก.

ปิยกุล เลาวัณย์ศิริ. (2526). *ความรู้ทั่วไปทางภาพยนต์.* กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปิยะวัฒน์ เข็มทอง. (2555). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเป็นยุวอาชญากรของเยาวชนชาย (Unpublished Master's thesis).* มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พรจันทร์ เสียงสอน. (2557). *การนำเสนอผู้หญิง และความรุนแรงในภาพยนตร์ไทย (Unpublished Master's thesis).* สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภัทรวดี สุพรรณพันธุ์. (2553). *ปัญหาในหนังสะท้อนปัญหาสังคมของท่านมุ้ย.* สืบค้นจาก https://www.sarakadee.com/2010/02/14/critic-about-film-of-chatreechalerm/

รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2550). *เอกลักษณ์ไทยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์งานอุตสาหกรรมสารัตถะ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย.* กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรเดช จันทรศร. (2522). *สาเหตุของอาชญากรรม: ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง.* กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.

วิจิตพาณี เจริญขวัญ. (2551). *ระบบและทฤษฎีทางจิตวิทยา.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมภพ แจ่มจันทร์. (2550). *ประสบการณ์ทางจิตใจของผู้ต้องขังหญิงคดีฆาตกรรม ใน ทัณฑสถานหญิงเชียงใหม่ (Unpublished Master's thesis).* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สาวิตรี ไพฑูรย์. (2533). *ปัจจัยที่นำมาสู่การกระทำผิดซ้ำของสตรี (Unpublished Master's thesis).* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกชัย ไชยอำพร. (2559). *รูปแบบและวิธีการควบคุมทางสังคมต่อความเป็นหนึ่งเดียวกัน:กรณีศึกษาชุมชนพฤกษา (Unpublished Master's thesis).* สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Gibbons, D. C. (1973). *Society Crime and Criminal Careers.* New Delhi: Prentice – Hall.

Goff, C. and Geis, G. (2008). *The Michael-Adler report (1933):* Criminology under the microscope. USA: Wiley Periodicals, Inc.

Mannheim, H. (1973). *Comparative Criminology*. Trowbridge: Redwood Press Limited.

Sutherland, E. H., & Cressey, D. R. (1978). *Criminology* (10th ed.). Philadelphia: Lippincott.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[จีณัฐชะญา, จิตราภรณ์ หน้า 140-154]

การประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด

The Construction of 21st Century's Women Spaces And Representation Together with Decoding the Meaning of Thai Women via Hollywood Films.

จีณัฐชะญา จีปณัฐิกาญจน์. *คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.*

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. *คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*

Jenutchaya Jeranutkan, *Faculty of Arts. Ubonratchathani University.*

Jittraporn Sutthseth, *Faculty of Communication Arts and Innovation,*

National Institute of Development Administration.

Email: jenutchaya.j@gmail.com, jittraporn.s@gmail.com

Received: 12 November 2021 ; Revised: 12 November 2021 ; Accepted: 26 November 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัย "การประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของสตรีไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด" มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) ศึกษาการประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ผ่านการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ฮอลลีวูด (2) ศึกษาลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่ปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร (3) ศึกษาการอ่านความหมายของผู้รับสารที่เป็นผู้หญิงไทยเกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่ถูกส่งผ่านมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดโดยศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาจากกลุ่มตัวอย่างภาพยนตร์ ที่ออกฉายในช่วงปี ค.ศ. 2001-2017 จำนวน 12 เรื่อง ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอภาพผู้หญิงกับผู้ชายที่อยู่ร่วมกันฉันท์คู่รักหรือสามีภรรยาของภาพยนตร์ในคริสต์ศตวรรษที่ 21 จะมีการประกอบสร้างพื้นที่ส่วนตัวให้ผู้หญิงมีอำนาจต่อรองเท่าเทียมกันกับผู้ชาย และน่าสังเกตว่าผู้หญิงมีแนวโน้มไม่ทำอาหาร ส่วนในเรื่องอำนาจต่อเรือนร่างของผู้หญิง ส่วนใหญ่ผู้หญิงมีอำนาจเหนือชีวิตและร่างกายตนเองโดยสมบูรณ์ ส่วนเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ

ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของความสุขความพอใจส่วนตัวของผู้หญิงเอง และไม่ได้ยึดติดกับพรหมจรรย์สำหรับการประกอบสร้างพื้นที่ทางสังคมของผู้หญิง ภาพยนตร์ส่วนใหญ่นำเสนออำนาจของผู้หญิงที่อยู่เหนือผู้ชายทั้งความเป็นผู้นำในสังคม และการทำงาน เริ่มมีการประกอบสร้างพื้นที่ใหม่ๆ เชิงสังคมให้ผู้หญิงเป็นทางเลือกมากขึ้น ที่สำคัญพบว่าผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 มีการต่อรองและช่วงชิงพื้นที่เชิงสังคมได้มากกว่าเดิม แม้ในสังคมที่มีวัฒนธรรมกระแสหลักสนับสนุนให้ผู้ชายเป็นใหญ่ ก็จะมีการสร้างวัฒนธรรมย่อยโดยเพศหญิงขึ้นมาต่อต้าน

ส่วนเรื่องของการประกอบสร้างภาพตัวแทนของผู้หญิงพบว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ได้นำเสนอภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงส่วนใหญ่ที่ตรงกันคือ ความสวย รูปร่างดีที่ค่อนไปทางผอม

มีความเป็นตัวของตัวเอง มั่นใจ เป็นผู้นำ กล้าหาญ กล้าพูด กล้าแสดงออก มีน้ำใจ ศรัทธาในตัวเอง ส่วนเรื่องของความสามารถ ต้องเป็นผู้หญิงที่เก่ง มีเป้าหมายชัดเจน มีความมุ่งมั่น ไม่ย่อท้อ อดทน เป็นนักสู้ และมีความพยายาม สำหรับการอ่านความหมายของผู้รับสารที่เป็นผู้หญิงไทยเกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่ถูกส่งผ่านมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดพบว่า ผู้ชมอ่านความหมายได้สอดคล้องกับผู้สร้างภาพยนตร์ ทั้งยังรู้เท่าทันอุดมการณ์ที่แฝงมากับภาพยนตร์อีกด้วย

คำสำคัญ : พื้นที่ของผู้หญิง, การประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิง, ภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิง,

Abstract

This study has three main objectives: (1) To study the construction of women's space in the 21st Century through Hollywood films, (2) To study the representation of women's images in the 21st Century through Hollywood films, and (3) To study how Thai women decode the meaning of women represented of women's images in the 21st Century through Hollywood films. Content analysis was conducted on 12 Hollywood films screened during 2001-2017, namely Legally Blonde, Charlie's Angels: Full Throttle, Million Dollar Baby, The Devil Wears Prada, Wanted, the Blind Side, the Twilight Saga: Eclipse, Zero Dark Thirty, The Hunger Games: Catching Fire, Begin Again, Room, and Wonder Woman (2017).

The findings show that for the couple relationship, the studied films in the 21st-century construct women's personal spaces with negotiated power to be equal to men. A tendency of women who do not cook is also presented. Most women are found to have power over their bodies completely, except in "the Devil Wears Prada," in which the social value of slim women has power over women, leading them to lose their weight. Besides, most women perceive sexual relations as their happiness and pleasure and do not adhere to the value of celibacy.

Regarding the construction of women's social space, most films present women's power over men as a leader in society and their work. Moreover, the construction of new social spaces as women's alternatives is found increasingly. Importantly, women in the 21st century negotiate and seize more social spaces. Even in the patriarchal society, sub-cultures are created by women to oppose the great traditional culture of the society. Other interesting issues found commonly in many films are the gigantic mobilizing power of motherhood, the perception of marriage as a major part of women's lives, and beauty with a good personality as a kind of women's power.

Furthermore, the representation of women found mostly in Hollywood films in the 21st century is women's beauty with a slim figure, despite an introduction of a plump heroine and Asian beauty in some films. The most presented characteristics of women are being themselves, self-confidence, leadership, bravery, extroversion, generosity, and faith in themselves, while the capable women are also presented with their clear goal, strong determination, persistence, patience, and being a fighter, including great endeavor.

From analyzing the decoding of the viewers who are Thai female receivers on the femininity in the 21st century through Hollywood films, it is found that mostly they have a dominant or preferred reading as intended by the filmmakers, and can also catch up with the latent ideologies presented in the films as well.

Keywords : women's space, the construction of women's space, the representation of women's images

บทนำ

"พลันที่ภาพเคลื่อนไหวปรากฏบนผืนผ้าสีขาว นอกจากเสียงหัวเราะ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ความหวาดกลัว และความเศร้าจะฉายขึ้นบนหน้าของมวลหมู่ผู้ชมหนังแล้ว นักวิชาการด้านภาพยนตร์ยังเสนอว่ามนต์มายาแห่งหนังยังเป็นเครื่องมืออันเยี่ยมยอดที่ช่วยหล่อหลอมอุดมการณ์บางอย่างให้กับผู้ชมอย่างไม่รู้เนื้อรู้ตัว" (กำจร หลุยยะพงศ์ และ สมสุข หินวิมาน, 2552)

สืบเนื่องจากผู้วิจัยสังเกตพบว่าภาพยนตร์เป็นพื้นที่ที่ทั้งประกอบสร้าง และสร้างภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงซึ่งมักจะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยผู้หญิงในอดีตมักเป็นผู้หญิงที่อยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน พื้นที่ของผู้หญิงมักจะอยู่ในบ้าน ในครัว อยู่ภายใต้การปกป้อง ขณะเดียวกับที่ก็ถูกกดขี่จากเพศชาย แล้วแต่สังคมจะชี้นำ อย่างผู้หญิงจากภาพยนตร์เรื่อง Titanic ที่จัดฉายในปี 1997 (พ.ศ.2540) เป็นเรื่องราวย้อนยุคไปในปี ค.ศ.1912 จะเห็นได้ว่า โรส เดวิท บูเกเตอร์ นางเอกของเรื่อง ซึ่งเป็นสาวงามจากครอบครัวชนชั้นสูง เธอถูกกำหนดชีวิตจากแม่ของเธอ ที่ต้องการบังคับให้แต่งงานกับคู่หมั้นหนุ่มชื่อ เซลดอน นาธาน ฮ๊อคลี่ย์ มหาเศรษฐีผู้เห็นแก่ตัว ทั้งแม่และคู่หมั้นของเธอต่างก็บังคับให้เธอใช้ชีวิตตามแบบแผนที่สังคมกำหนด ว่าสตรีสูงศักดิ์ควรตบแต่งกับบุรุษผู้เพียบพร้อมเสมอกัน ในภาพยนตร์นำเสนอภาพของผู้หญิงที่ถูกกดขี่ตั้งแต่การแต่งตัว ทั้งนี้คนชั้นสูงในศตวรรษที่ 19 นิยมให้ผู้หญิงสวมเดอะ คอร์ซิท (The Corset) ซึ่งเป็นเสื้อยกทรงรัดรูปของผู้หญิง โดยจะรัดช่วงลำตัว ให้สะโพกและหน้าอกดูเข้ารูปเข้าทรงขึ้น เนื่องจากในสมัยนั้นนิยมให้สตรีมีเอวคอดกิ่ว และอกตั้ง คอร์ซิทจึงถูกประดิษฐ์ขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว แม้จะก่อให้เกิดความเจ็บปวดก็ตาม

นอกเหนือจากการแต่งตัวที่ถือเป็นตัวอย่างของการถูกกดขี่ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนแล้ว ผู้หญิงยังไม่อาจเลือกคู่ครองได้ตามใจ และต้องทำตามคำสั่งฝ่ายชาย ปฏิบัติตัวอยู่ในกรอบมารยาทงามอย่างสตรี โดยเฉพาะเวลาเข้าสังคม ซึ่งเมื่อนางเอกของเรื่องพบกับ แจ็ค ดอร์สัน ชายหนุ่มยากไร้ ผู้ทำให้เธอรู้สึกมีชีวิตชีวา ด้วยการพาเธอไปทำความรู้จักกับการใช้ชีวิตที่เป็นอิสระ ในภาพยนตร์ได้นำเสนอฉากที่พระเอกของเรื่องสอนนางเอกให้ขากเสมหะ ซึ่งแน่นอนว่าเธอไม่เคยทำ นั่นเป็นหนึ่งในฉากเชิงสัญลักษณ์ที่ราวกับเป็นการปลดปล่อยเธอสู่อิสรภาพอย่างแท้จริง

อีกหนึ่งตัวอย่างจากภาพยนตร์ในยุค 80 คือภาพยนตร์เรื่อง Working Girl (1988) ซึ่งเป็นภาพยนตร์ร่วมสมัยที่พื้นที่ของผู้หญิงยุคนั้นจะเริ่มขยายจากในครัวในบ้าน สู่นอกบ้านมากขึ้น ด้วยการออกไปทำงาน แต่งานที่ได้รับก็ยังเป็นงานที่เป็นรองจากผู้ชายอยู่ดี อย่างตัวละครที่เป็นนางเอกในเรื่องนี้ เทส แม็คกิล เลขานุการสาวที่ทำงานเก่ง แต่ไม่เคยได้รับมอบหมายให้จับงานใหญ่ แม้เธอจะมีความสามารถ จนโอกาสมาถึงเธอเมื่อเจ้านายประสบอุบัติเหตุต้องเข้ารักษาตัวในโรงพยาบาล เธอจึงได้มีโอกาสในการใช้ความสามารถของเธอในที่สุด จากโครงเรื่องจะเห็นได้ว่า การต่อสู้ในหน้าที่การงานของเธอ อุปสรรคไม่ได้อยู่ที่ความสามารถ แต่เป็นเรื่องเพศต่างหาก

ยังมีภาพยนตร์อีกหลายเรื่องที่ทั้งสะท้อนให้เห็นความเป็นผู้หญิงในยุคสมัยที่ผ่านมา และขณะเดียวกับที่สะท้อนก็ทำหน้าที่ประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงที่ผู้สร้างต้องการเห็นให้เป็นตัวอย่างกับผู้หญิงในแต่ละยุคด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่นเรื่อง Titanic ที่กล่าวไปแล้วนั้น แม้จะสะท้อนภาพความเป็นผู้หญิงที่ถูกกดขี่ แต่ก็พยายามประกอบสร้างพื้นที่ใหม่ๆที่เป็นอิสระให้ผู้หญิงได้เลือกใช้เป็นแนวทาง ส่วนเรื่อง Working Girl ก็ได้สะท้อนให้เห็นภาพผู้หญิงทำงานนอกบ้านในยุค 80 ที่เริ่มมีให้เห็นกันมากขึ้น แต่โดยส่วนใหญ่ผู้หญิงมักจะได้ประกอบอาชีพบางอาชีพ ในขณะที่ยังถูกกีดกันจากบางอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นหัวหน้างาน แต่ก็เช่นเดียวกัน ภาพยนตร์ได้ประกอบสร้างพื้นที่ทางเลือกให้กับผู้หญิงด้วยการนำเสนอภาพของผู้หญิงเก่งที่สามารถประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานได้ไม่เฉพาะผู้ชาย

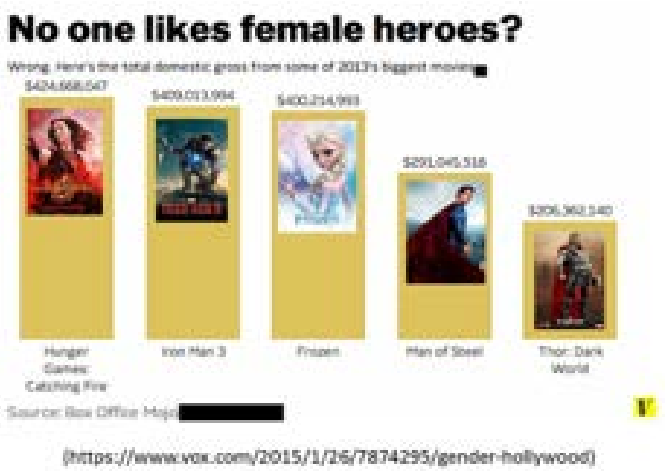
ครั้นถึงยุค คริสต์ศตวรรษที่ 21 ผู้หญิงเริ่มปรากฏกายในอาชีพที่เมื่อก่อนต่างก็สงวนไว้สำหรับผู้ชายมากขึ้น อาทิ อาชีพนักบิน อาชีพตำรวจ หรือแม้แต่นักบินอวกาศ เป็นต้น อย่างภาพยนตร์เรื่อง Gravity (2013) นักบินอวกาศที่รอดชีวิตก็เป็นผู้หญิง ส่วนเรื่อง Martian (2015) ที่แม้ตัวละครหลักจะไม่ใช่ผู้หญิง แต่ก็ได้นำเสนอภาพผู้หญิงในฐานะหัวหน้านักบินอวกาศที่ทั้งแกร่งและมีความเสียสละ และที่น่าสนใจไปกว่าคือ

เทพนิยายที่เป็นตำนานเล่าขานกันมานมนานอย่าง สโนไวท์ ตัวละครเจ้าหญิงสโนไวท์ที่ปรากฏในเรื่อง Snow White and the Huntsman (2012) กลับถูกพลิกบทบาทให้จับดาบ ขี่ม้า เป็นผู้นำทัพ ส่วนเรื่อง Beauty and the Beast (2017) แม่โฉมงามในเทพนิยายก็ถูกเปลี่ยนให้เป็นหญิงสาวที่มีความแปลก เป็นตัวของตัวเอง โดยเป็นผู้หญิงที่รักการอ่านหนังสือมาก จนถูกใครต่อใครมองว่าเป็นตัวประหลาด อีกทั้งเธอยังเป็นผู้หญิงที่ไม่ยอมแพ้ ที่สำคัญ fearless (การปราศจากความกลัว) กลับเป็นคุณสมบัติหลักของเธอที่ภาพยนตร์มุ่งนำเสนอเป็นแนวคิดหลักของเรื่อง ซึ่งภาพของเธอถูกนำเสนอออกมาจนอาจเรียกได้ว่าดูแกร่งกว่าเจ้าชายอสูรเสียอีก

และที่ไม่อาจเว้นจะกล่าวถึง คือตัวละคร Wonder Woman ที่ถูกเขียนไว้ในนิตยสาร Filmax นิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ ภายใต้ชื่อบทความ Rise Of The Feminist Heroine (กฤษฎิญา ไชยศรี, 2560) ว่าเธอได้กลายเป็นไอดอลหรือต้นแบบของผู้หญิงยุคใหม่ กฤษฎิญา ไชยศรี เจ้าของบทความยังได้กล่าวเน้นย้ำว่าตัวละคร Wonder Woman มีนัยยะสำคัญที่บ่งถึงขบวนการสิทธิสตรีว่ายังคงเคลื่อนไหวไม่หยุด หากยังเคลื่อนไหวผ่านภาพยนตร์ซึ่งเป็นสื่ออันทรงอิทธิพล ที่สามารถนำพาอุดมการณ์ด้านสตรีก้าวข้ามเขตแดนไปได้ทั่วโลก

และเมื่อ Wonder Woman ออกฉาย และได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นทั้งในแง่คำวิจารณ์หรือแม้แต่ตัวเลขรายได้ที่เกินความคาดหมาย จึงนำมาสู่การตั้งคำถามจากหลายฝ่ายว่า เป็นไปได้หรือไม่ว่า Wonder Woman อาจเป็นสัญญาณว่าคนดูอยากเห็นผู้หญิงบนแผ่นฟิล์มมากขึ้น ท่ามกลางความขัดแย้งในฮอลลีวูดเองในช่วงที่ผ่านมา กับทัศนะที่ว่า ภาพยนตร์ที่มีซุปเปอร์ฮีโร่เป็นผู้หญิงนั้นขายไม่ได้ ซึ่งแน่นอนว่าทัศนะดังกล่าวกำลังย้อนแย้งกับผลตอบรับบนตารางบ็อกออฟฟิศ ที่ตัวเลขรายได้เทให้กับภาพยนตร์ที่มีตัวละครนำเป็นผู้หญิง ไม่ใช่แต่เพียง Wonder Woman แต่รวมถึงภาพยนตร์ก่อนหน้าหลายต่อหลายเรื่องที่ตัวเลขล้ำหน้าภาพยนตร์ซุปเปอร์ฮีโร่ชาย

ภาพเปรียบเทียบรายได้ภาพยนตร์ที่มีตัวละครนำเป็นผู้หญิงและผู้ชาย



(https://www.vox.com/2015/1/26/7874295/gender-hollywood)

ภาพประกอบจาก https://www.vox.com/2015/1/26/7874295/gender-hollywood

ทั้งนี้ข้อมูลจากบทความ Rise of the feminist heroine ในนิตยสาร Filmax (กฤษฎิญา ไชยศรี, 2560) ยังได้กล่าวถึงถ้อยแถลงของ กลอเรีย สไตเนม นักสิทธิสตรีหญิงซึ่งเคยนำวันเดอร์วูแมนขึ้นปกนิตยสาร Ms. ฉบับปฐมฤกษ์ในปี 1972 ด้วยความศรัทธาว่า วันเดอร์วูแมนคือนักสู้สิทธิสตรีตัวจริง ทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ของคุณค่าของความเป็นหญิงที่นักสิทธิสตรีหลายคนพยายามผลักดันให้เกิดขึ้นในกระแสสังคม ไม่ว่าจะเป็นความเข้มแข็ง การพึ่งพาตัวเองของผู้หญิง ความเป็นพี่หรือน้องสาว การสนับสนุนในหมู่ผู้หญิงด้วยกันเอง ความสงบสุข หรือความเคารพในฐานะการเป็นมนุษย์ ทั้งการลดความอหังการของ “ความเป็นชาย” และความเชื่อที่ว่าความรุนแรงคือหนทางแห่งการแก้ปัญหา

นั่นเป็นอุดมการณ์เกี่ยวกับผู้หญิงที่กำลังถูกประกอบสร้างขึ้น แล้วบอกเล่าผ่านสื่อภาพยนตร์ จึงทำให้น่าศึกษาว่า โดยภาพรวมของภาพยนตร์ในยุคคริสต์ศตวรรษที่ 21 พยายามประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงและภาพแทนความเป็นผู้หญิงส่วนใหญ่ไปในทิศทางใด และผู้หญิงไทยที่ชมภาพยนตร์ได้ถอดรหัสความหมายรวมถึงรับรู้อุดมการณ์เกี่ยวกับผู้หญิงที่กำลังถูกประกอบสร้างขึ้น และบอกเล่าผ่านสื่อภาพยนตร์อย่างไร เพื่อที่ในอนาคตผู้สร้างภาพยนตร์ในฐานะสื่อผู้มีส่วนในการส่งผ่านอุดมการณ์เกี่ยวกับผู้หญิงจะได้ต่อยอดสิ่งที่ภาพยนตร์ในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ได้ปูพื้นฐานเอาไว้ อีกทั้งกลุ่มสตรีนิยมจะได้รู้ว่าควรใช้ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนและปฏิรูปความเป็นผู้หญิงอย่างไรต่อไป

นี่จึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่อง “การประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของสตรีไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อทำการศึกษาการประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ผ่านการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ฮอลลีวูด

2.เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่ปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร

3.เพื่อวิเคราะห์ถึงการอ่านความหมายของผู้รับสารที่เป็นผู้หญิงไทยเกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่ถูกส่งผ่านมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1.พื้นที่ของผู้หญิง หมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตในพื้นที่ต่างๆ ของผู้หญิง ซึ่งได้แก่ “พื้นที่ชีวิตส่วนตัว” และ “พื้นที่เชิงบทบาทหน้าที่ทางสังคม” โดยกลุ่มสิทธิสตรี (Feminist) พบว่ามีการแยก “ที่บ้าน” กับ “สาธารณะ” ออกจากกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2543) อันเป็นที่มาของขอบเขตพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่เชิงบทบาทหน้าที่ทางสังคม ดังนี้

พื้นที่ส่วนตัว

ทั้งนี้พื้นที่ภายในขอบเขตอาณาบริเวณบ้านทั้งหมด คือ พื้นที่ส่วนตัวในความหมายเชิงรูปธรรม ในขณะที่ความหมายในแง่นามธรรม หมายถึงตั้งแต่ในบ้าน ตลอดจนถึงชีวิตทางเพศด้วย สอดคล้องกับความคิดของนักคิดยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modernism) อย่าง M. Foucault ซึ่งสนใจแนวคิดเรื่องอำนาจว่าคนทุกคนเกี่ยวข้องกับอำนาจอยู่เสมอ ไม่ในฐานะ “ผู้ใช้” ก็ในฐานะ “ผู้ถูกใช้” (กาญจนา แก้วเทพ, 2554) และพื้นที่ที่ Foucault สนใจการใช้อำนาจ “ร่างกาย” (body) ของผู้หญิง อันเป็นพื้นที่ที่มองเห็นได้ชัดเจนในประเด็นของการมีอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันต่อ “ร่างกาย” ระหว่างชายและหญิง เห็นได้จาก การรัดเท้าตั้งแต่อดีตมาจนถึงการบังคับให้ร่างกายอ้วนผอมตามที่อำนาจในสังคมต้องการ หรือแม้แต่สิทธิในการใช้ร่างกายของผู้หญิง ซึ่งอุดมการณ์อนุรักษ์นิยมได้ใช้อำนาจควบคุมแทนเจ้าของร่างกายด้วยค่านิยมเรื่องการรักษาพรหมจรรย์ เป็นต้น

ดังนั้นแล้วพื้นที่ชีวิตส่วนตัวของผู้หญิงที่ผู้วิจัยจะศึกษา จึงหมายรวมตั้งแต่ในบ้าน ตลอดจนพื้นที่บนเรือนร่าง อันหมายรวมถึงชีวิตทางเพศด้วย

พื้นที่เชิงบทบาทหน้าที่ทางสังคม

สำหรับพื้นที่สาธารณะในความหมายเชิงรูปธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2543) คือ พื้นที่นอกบริเวณบ้านออกไปเป็นโลกนอกบ้านซึ่งยังมีความหมายในแง่นามธรรม คือ หมายรวมถึงที่ทำงาน ชีวิตทางเศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา ซึ่งผู้วิจัยเห็นควรเรียกว่าเป็น พื้นที่เชิงบทบาทหน้าที่ทางสังคม

2.ผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 หมายถึง ผู้หญิงที่อยู่ในช่วงสมัย ตั้งแต่ ค.ศ. 2001 – 2017 หรือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2544 – 2560

3.การประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิง หมายถึง การสร้างความหมายและตัวตนของผู้หญิงในแต่ละพื้นที่ที่ปรากฏในสื่อภาพยนตร์

4.ภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิง หมายถึง ภาพของผู้หญิงในยุค ปี ค.ศ.2001 – 2017 หรือปี พ.ศ. 2544 – 2560 ที่เป็นผลลัพธ์ของการถูกประกอบสร้างในภาพยนตร์ ทั้งลักษณะรูปร่างทางกายภาพ (Physical body) และรูปร่างทางสังคม (Social body) อาทิ ความเซ็กซี่ น่าเคารพบูชา น่าทะนุถนอม มีไว้รองรับความรุนแรง ทัศนคติต่อตนเอง ทัศนคติต่อความสัมพันธ์หญิงชาย ทัศนะคติต่อสังคม คุณค่า ค่านิยม ความเชื่อต่างๆ ตลอดจนอุดมการณ์ทางเพศ และบทบาทของผู้หญิงตั้งแต่ระดับครอบครัวจนถึงระดับสังคม

5.ภาพยนตร์ฮอลลีวูด หมายถึง ภาพยนตร์ของอเมริกาที่ผลิตภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจุบันรู้จักกันทั่วไปว่า ฮอลลีวูด (Hollywood) มีสถานที่ตั้งหลักนั้นอยู่ในนครลอสแอนเจลิส รัฐแคลิฟอร์เนียของสหรัฐฯ

6.การถอดรหัสความหมาย หมายถึง การตีความหมายของผู้รับสารเกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงที่พบในภาพยนตร์ ว่าผู้ส่งสารซึ่งในที่นี้ก็คือผู้สร้างภาพยนตร์ ต้องการจะสื่ออะไร โดยอาจมองเข้าไปถึงความตั้งใจของผู้ส่งสารว่า ตั้งใจสื่ออารมณ์ ความรู้สึก อุดมการณ์ ค่านิยม ความคิด ความเห็น และความหมาย ฯลฯ เกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงอย่างไร ซึ่งไม่จำเป็นต้องตรงกับความหมายของสารที่ผู้สร้างภาพยนตร์ต้องการสื่อ

7.ผู้หญิงไทย คือ ผู้หญิงไทยในยุคคริสต์ศตวรรษที่ 21 ซึ่งเคยใช้เวลาว่างไปกับการเข้าชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงหรือในรูปของหนังแผ่น โดยเลือกแบบเจาะจงบนแนวทางการศึกษาผู้รับสารตามคุณสมบัติของประชากร (Demographic categories) ให้มีอาชีพ วัย ระดับการศึกษา รายได้และภูมิลำเนาที่ต่างกัน จำนวนทั้งสิ้น 12 กลุ่มๆ ละ 12 คน รวม 74 คน (เนื่องจากมีผู้เข้าร่วมโฟกัสกรุ๊ปบางคนที่ดูภาพยนตร์หลายเรื่อง)

ขอบเขตการศึกษาและระเบียบวิธีวิจัย

1.ศึกษาเบื้องหลังภาพยนตร์ ตลอดจนบทวิจารณ์จากเอกสารหรือบทความทางอินเทอร์เนต เพื่อประกอบการวิเคราะห์ภาพยนตร์แต่ละเรื่อง

2.ศึกษาภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่มีตัวละครหลักเป็นผู้หญิง ที่ไม่ใช่ภาพยนตร์ย้อนยุค โดยไม่จำกัดว่าต้องเป็นภาพยนตร์ตระกูลใดเป็นการเฉพาะ

3.จากสื่อดีวีดีหรืออินเทอร์เนต จำนวนทั้งสิ้น 12 เรื่อง ที่เข้าฉายในประเทศไทย ตั้งแต่ วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2001 – 8 มิถุนายน 2017 หรือ ตั้งแต่ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2544 – 8 มิถุนายน 2560 โดยคัดเฉพาะภาพยนตร์ที่ทำรายได้ในลำดับต้นๆของแต่ละปี เมื่อเทียบกับภาพยนตร์ที่มีตัวละครหลักเป็นผู้หญิงด้วยกัน และเฉลี่ยให้มีสัดส่วนตระกูลภาพยนตร์ที่หลากหลาย จากทั้งหมด 17 ปี เลือกมาจำนวนทั้งสิ้น 8 เรื่อง และเลือกภาพยนตร์ที่มีชื่อเข้าชิงรางวัลออสการ์สาขาภาพยนตร์ยอดเยี่ยมในแต่ละปี โดยคัดเฉพาะเรื่องที่มีตัวละครหลักเป็นผู้หญิง 4 เรื่อง เนื่องจากตลอด 17 ปี นับจากปี ค.ศ. 2001-2017 พบว่ามีภาพยนตร์ที่

เข้าชิงรางวัลออสการ์ที่มีตัวละครหลักเป็นผู้หญิงมีทั้งหมดเพียงแค่ 10 เรื่อง รวมภาพยนตร์ที่จะศึกษาทั้งหมด 12 เรื่อง ได้แก่ Legally Blonde, Charlie's Angels: Full Throttle, Million Dollar Baby, The Devil Wears Prada, Wanted, The Blind Side, The Twilight Saga : Eclipse, Zero Dark Thirty, The Hunger Games : Catching Fire, Begin Again, Room, Wonder Woman (2017)

4.ศึกษาผู้รับสารที่เป็นผู้หญิงไทยในฐานะผู้ชมภาพยนตร์ โดยมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างคละเคล้ากัน ด้วยวิธีสัมภาษณ์กลุ่มเจาะจง (Focus Group Interview) 12 กลุ่ม ซึ่งรับชมกลุ่มละเรื่อง จำนวน 12 คนต่อกลุ่ม รวม 74 คน (เนื่องจากมีผู้เข้าร่วมโฟกัสกรุ๊ปบางคนที่ดูภาพยนตร์หลายเรื่อง)

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย

1.ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม (Construction of Social Reality) โดย Peter Ludwig Berger นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน และ Thomas Luckmann นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน-ออสเตรเลียน เป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่าผู้สร้างภาพยนตร์ประกอบสร้างความหมายของ "ความเป็นจริง" ในภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับผู้หญิงในแง่มุมใดบ้าง และประกอบสร้างในลักษณะใด

2.แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่ (Space) ในสื่อภาพยนตร์โดย นักสังคมวิทยา ชาวฝรั่งเศส ชื่อ อองรี เลอแฟบวร์ (Henri Lefebvre) มาเป็นกุญแจสำคัญในการช่วยอ่านความหมายตัวบท ประกอบกับการใช้แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบสร้างความจริงทางสังคม และแนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง มาเป็นกรอบในการร่วมวิเคราะห์การสร้างความหมายของพื้นที่

3.ทฤษฎีภาพตัวแทน (Representation)โดย Stuart Hall ผู้ร่วมก่อตั้ง "ศูนย์แห่งการศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย" ที่มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม เจ้าของผลงานด้านวัฒนธรรมศึกษาจำนวนมาก นำมาวิเคราะห์เรื่องภาพตัวแทนของผู้หญิงในงานวิจัยชิ้นนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีภาพตัวแทนเพื่อศึกษาเรื่อง "การประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงในศตวรรษที่ 21 ผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด" ที่อาจหนีไม่พ้นอำนาจแฝงของผู้สร้างภาพยนตร์ที่อยู่เบื้องหลังภาพที่ผู้ชมเห็น

4.แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ (Film Narration) โดย Nathan Abrams และ Ian Bell and Jan Udis มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์รูปแบบการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่มีภาพผู้หญิงในยุคคริสต์ศตวรรษที่ 21 ปรากฏอยู่ว่ามีโครงสร้างการเล่าเรื่องที่สามารถให้ความหมายเกี่ยวกับการประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงอย่างไร เพราะการศึกษาเรื่องการประกอบสร้างพื้นที่ จำเป็นต้องดูองค์ประกอบของเหตุการณ์และความสัมพันธ์ในพื้นที่ให้รอบด้าน

5.แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคทางภาพยนตร์กับการสื่อความหมาย โดย Berger เพื่อเป็นเครื่องมือมาใช้ตีความหมายทั้งทางตรงและความหมายเชิงนัยที่ผู้สร้างภาพยนตร์ต้องการนำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของประกอบสร้างความหมายทั้งในด้านพื้นที่และภาพตัวแทนของผู้หญิงในภาพยนตร์แต่ละเรื่องในระดับรายละเอียด

6.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชนและระบบของรหัสแห่งความหมาย โดย Stuart Hall หนึ่งในสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมแห่ง Birmingham มาใช้ในการหาระบบแบบแผน (pattern) ของการอ่านความหมายของผู้รับสาร ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยจัดหมวดหมู่ของความหมายอันหลากหลายออกเป็นชุดๆ แล้วจึงสังเคราะห์เป็น Stock of knowledge สำหรับการประกอบสร้างความหมายเกี่ยวกับผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 สำหรับหญิงไทยต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด" ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อวิเคราะห์การประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงที่แฝงเร้นอยู่ในสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่เข้าฉายในประเทศไทย โดยจะใช้เทคนิคแบบการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) โดยจะศึกษาทั้งจากภาพยนตร์กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยจะรวบรวมในรูปแบบวีดิทัศน์ และผู้รับสารที่ได้ชมภาพยนตร์ที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ผ่านการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ฮอลลีวูด

หัวใจหลักของการศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่เป็นเรื่องของการศึกษาเรื่องอำนาจโดยตรง เนื่องจาก (ธำรง จิตตะปะสาทะ, 2553). ทุกพื้นที่ในสังคมสามารถถูกประกอบสร้างขึ้นเป็นพื้นที่ทางสังคมได้ทั้งสิ้น หากมีปฏิบัติการทางสังคมต่างๆเกิดขึ้นในบริเวณดังกล่าว ซึ่งเราสามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน เช่น ใต้สะพานลอย ในห้างสรรพสินค้า ริมชายหาด เป็นต้น พื้นที่จึงไม่ได้เป็นเพียงลักษณะทางภูมิศาสตร์เท่านั้น แต่เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ถูกผลิตและผลิตซ้ำตามแต่อำนาจของกลุ่มผู้สร้าง ในแต่ละช่วงเวลา แต่ละยุคสมัย และแต่ละวัฒนธรรม เช่นครั้งหนึ่งร้านกาแฟ เคยเป็นเพียงร้านที่ขายกาแฟให้ผู้คนไปนั่งดื่ม ดื่มเสร็จก็จากไป แต่ปัจจุบัน ร้านกาแฟหลายๆร้านได้กลายเป็นสถานที่ใช้เวลาว่างแสดงตัวตนของคนรุ่นใหม่ที่มีฐานะ เป็นต้น ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการทางสังคมที่เกิดขึ้นโดยกลุ่มอำนาจต่างๆ ที่เข้ามาใช้พื้นที่เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไป การจะสรุปผลการวิจัยในประเด็นการประกอบสร้างพื้นที่ของผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ผ่านการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ฮอลลีวูด จึงต้องมุ่งเป้าไปที่เรื่องของอำนาจว่าผู้หญิงมีอำนาจอย่างไรในแต่ละพื้นที่ ซึ่งผลการวิจัยด้านการประกอบสร้างพื้นที่ในเชิงสังคม จะทำให้เห็นภาพชัดที่สุดในเรื่องของอำนาจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลวิจัยในส่วนของการประกอบสร้างพื้นที่ในเชิงสังคมมานำเสนอภาพรวมให้เห็นทั้งในด้านพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่ทางสังคม ดังนี้

พื้นที่ส่วนตัว

หากพื้นที่ส่วนตัวเป็นพื้นที่ในบ้านที่ผู้หญิงอยู่ในฐานะลูก อำนาจจะอยู่ที่พ่อหรือแม่ เท่าๆ กับที่พ่อกับแม่ให้อำนาจสุดท้ายในการตัดสินใจอยู่กับลูกสาว มีเพียง Room และ Hunger Game ที่อำนาจหลักอยู่ที่ลูกสาว แต่หากเป็นพื้นที่ส่วนตัวในลักษณะการอยู่ร่วมกันฉันท์คู่รักหรือสามีภรรยา จะอยู่ในลักษณะมีอำนาจต่อรองเท่าเทียมกัน และน่าสังเกตว่าผู้หญิงในยุคคริสศตวรรษที่ 21 ที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูดจะมีแนวโน้มไม่ทำอาหาร

ส่วนในเรื่องอำนาจต่อเรือนร่างของตนเอง ส่วนใหญ่มีอำนาจเหนือร่างกายตนเองโดยสมบูรณ์ ทุกตัวละครเอกที่เป็นหญิงจากทุกเรื่องต่างรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของชีวิตและร่างกาย ทั้งนี้มีเพียงเรื่อง Devil Wear Prada ที่อำนาจสังคมเกี่ยวกับรสนิยมเรื่องผู้หญิงผอมคือผู้หญิงสวย มีอำนาจให้ผู้หญิงในเรื่องต้องลดความอ้วน ส่วนเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศเป็นเรื่องของความพอใจของผู้หญิงเอง ยกเว้นเรื่อง Twilight ที่ซูประเด็นการรักษาพรหมจรรย์ และเรื่อง Room ซึ่งเป็นกรณีถูกคุกคามทางเพศ

พื้นที่ทางสังคม

ภาพยนตร์ส่วนใหญ่นำเสนออำนาจที่อยู่เหนือผู้ชายของผู้หญิง ทั้งความเป็นผู้นำในสังคม และการทำงานที่ผู้หญิงมีความสามารถไม่ด้อยไปกว่าผู้ชาย จะมีเพียง Twilight ที่ให้อำนาจผู้ชายอยู่เหนือผู้หญิงอย่างชัดเจน ส่วนเรื่อง Hunger Game และ Chalie's Angel ดูเผินๆ เหมือนผู้หญิงมีอำนาจเหนือผู้ชาย แต่สุดท้ายผู้ที่อยู่เบื้องหลังก็คือผู้ชาย ส่วนข้อสังเกตที่น่าสนใจที่ตรงกันหลายเรื่องคือ พลังขับเคลื่อนที่ยิ่งใหญ่ของอำนาจแห่งความเป็นแม่ การให้ความสำคัญกับการแต่งงานสำหรับชีวิตผู้หญิง และความสวยบุคลิกดีคืออำนาจอย่างหนึ่งของผู้หญิง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่ปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร

ภาพยนตร์ทั้ง 12 เรื่องได้นำเสนอภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงที่ตรงกันคือ ความสวย ซึ่งส่วนใหญ่ต้องมีรูปร่างดีที่ค่อนไปทางผอม จะมีเพียงตัวละครดีแลนจากภาพยนตร์เรื่อง Chalie's Angel และแคตนิส จาก Hunger Game ที่ค่อนข้างจะอวบ ซึ่งเป็นการนำเสนอความสวยที่หลากหลายมากขึ้น แม้แต่ความสวยแบบเอเชียของอเล็กซ์ใน Chalie's Angel ส่วนเรื่องนิสัยใจคอ จะมีความเป็นตัวของตัวเอง มั่นใจ มีความเป็นผู้นำ กล้าหาญ กล้าพูด กล้าแสดงออก มีน้ำใจ ศรัทธาในตัวเอง และรักในเพื่อนมนุษย์ ส่วนเรื่องของความสามารถ ต้องเป็นผู้หญิงที่เก่ง บางเรื่องอาจจะเป็นทำงานเก่ง บางเรื่องเก่งเรื่องการต่อสู้ และจุดที่เน้นย้ำอย่างเข้มข้นคือภาพตัวแทนของผู้หญิงจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดจะต้องเป็นคนที่มีเป้าหมายชัดเจน มีความมุ่งมั่น ไม่ย่อท้อ อดทน เป็นนักสู้ มีความพยายาม และประเด็นที่เสริมเข้ามาแม้จะเป็นไม่กี่เรื่องแต่ทรงพลังคือ การเป็นผู้หญิงที่ขับเคลื่อนชีวิตด้วยพลังแห่งความเป็นแม่

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ถึงการอ่านความหมายของผู้รับสารที่เป็นผู้หญิงไทยเกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่ถูกส่งผ่านมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด

จากการศึกษาว่าผู้ชมที่เป็นผู้หญิงได้ซึมซับอุดมการณ์และรับรู้เกี่ยวกับภาพตัวแทนของผู้หญิงที่ผู้สร้างภาพยนตร์ฮอลลีวูดสื่อสารส่งมาอย่างไร พบว่าผู้ชมมีการอ่านความหมายเกี่ยวกับภาพตัวแทนสอดคล้องกับภาพตัวแทนของผู้หญิงที่ค้นพบในวัตถุประสงค์ที่ 2 คือ สวย รูปร่างดีที่ค่อนไปทางผอม ส่วนเรื่องนิสัยใจคอ มีความเป็นตัวของตัวเอง มั่นใจ มีความเป็นผู้นำ กล้าหาญ กล้าพูด กล้าแสดงออก มีน้ำใจ ศรัทธาในตัวเอง และรักในเพื่อนมนุษย์ นอกจากนั้นต้องเป็นผู้หญิงที่เก่ง มีเป้าหมายชัดเจน มีความมุ่งมั่น ไม่ย่อท้อ อดทน เป็นนักสู้ และมีความพยายาม

ส่วนการอ่านความหมายด้านอุดมการณ์หรือสารที่ผู้ชมได้รับจากภาพยนตร์ เมื่อผู้ชมผู้หญิงไทยอ่านความหมายเกี่ยวกับ "ผู้หญิง" ผ่านภาพยนตร์ที่ได้รับชม แนวคิดเหล่านั้นก็จะถูกสังเคราะห์ให้กลายเป็น Stock of knowledge สำหรับการประกอบสร้างความหมายเกี่ยวกับผู้หญิง ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงโดยตรง และมีการนำเสนอที่สอดคล้องใกล้เคียงกันจากหลายๆ เรื่อง มาสรุปไว้ ดังนี้

1.ภาพยนตร์หลายเรื่องได้สะท้อนว่าสังคมให้ความสำคัญกับเรื่องที่ผู้หญิงจะต้องแต่งงาน ทั้งนี้ผู้ชมเห็นว่าการให้ความสำคัญกับเรื่องการแต่งงานในฐานะเป้าหมายสำคัญของชีวิต ผู้ชมไม่ได้เห็นคล้อย และมองว่าการแต่งงานไม่ใช่จุดสิ้นสุดของชีวิต ถ้าเจอคนดีคนที่ใช่ การแต่งงานก็เป็นเรื่องดี แต่ถ้ายังไม่เจอคนที่ดีก็ไม่ควรดิ้นรนจะแต่งให้ได้เพียงเพราะต้องการขึ้นชื่อว่าได้แต่งงาน และยังเห็นว่าการแต่งงานไม่ใช่เรื่องสำคัญสำหรับผู้หญิง ถ้ามีงานมีเงิน ก็หาความสุขอย่างอื่นให้ตัวเองได้ หรือแม้แต่การมีคนรักก็ไม่ใช่เรื่องจำเป็น แต่ควรมีเพื่อน ไม่ควรอยู่อย่างโดดเดี่ยว

ทั้งนี้ในเรื่องการแต่งงานอีกเช่นกันที่มีภาพยนตร์บางเรื่องนำเสนอว่าการแต่งงานไม่ใช่เครื่องการันตีของความรักแบบชั่วนิรันดร์ โดยผู้ชมก็เห็นด้วยอย่างมาก และมองว่าคำว่าตลอดไปไม่ใช่สูตรตายตัวของความรัก เพราะสุดท้ายก็ต้องตายจากกัน ที่สำคัญผู้หญิงไม่ควรเอาความสุขของตัวเองไปขึ้นอยู่กับผู้ชาย รักใครก็ควรรักตัวเองด้วย และมองว่าความรักหนึ่งเมื่อจบลงด้วยความไม่สมหวัง ก็เป็นเพียง Chapter หนึ่ง หรือช่วงชีวิตคนเราบทหนึ่งที่จบลงเท่านั้น ผู้ชมมีความเห็นว่า "ไม่มีก็อยู่ได้ ถ้ามีแล้วไม่ดี สู้อยู่คนเดียวดีกว่า" แค่รักตัวเองและเดินหน้าต่อไป ความโสดทำให้ผู้หญิงเป็นอิสระ ทำให้มีโอกาสเป็นตัวของตัวเอง ได้มีเวลาทำอะไรที่ต้องการทำมากมาย และเชื่อว่าผู้หญิงสามารถใช้ชีวิตลำพังได้

นอกจากนี้ยังเห็นว่าการหย่าร้างเป็นเรื่องธรรมดา หากไปกันไม่ได้ และการมีครอบครัวใหม่ของผู้หญิงก็เป็นเรื่องธรรมดาอีกเช่นกัน นอกจากนั้นยังได้ตัวอย่างการมีครอบครัวใหม่พร้อมกับชีวิตที่ดีขึ้นจากในภาพยนตร์

2.ผู้ชมได้ข้อคิดว่าบางทีความรู้สึกแรกที่ว่าใช่อาจจะไม่ใช่ก็ได้ เหมือนกับหลายๆเรื่องได้นำเสนอว่าคนแรกที่ชอบและคิดว่าใช่ ต่อมาอาจจะไม่ใช่ ไม่ได้หมายความถึงคนรักอย่างเดียว อาจเป็นเรื่องอื่นๆ ด้วย

3.ผู้หญิงก็สามารถเป็นผู้นำได้ ไม่ต้องพึ่งพาผู้ชาย

4.ผู้ชมได้รับอุดมการณ์ที่เกี่ยวกับการสู้เพื่อฝัน ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน แม้จะมีอุปสรรคมากมายแค่ไหน ก็ต้องไม่ท้อแท้ ต้องไม่หยุดสู้ อย่างไรก็ตามผู้ชมเห็นว่าผู้หญิงไม่ควรมีเป้าหมายอย่างเดียวในชีวิตและยึดมั่นถือมั่นจนลืมจัดสมดุลชีวิต ควรให้ความสำคัญของทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวไปพร้อมกัน ที่สำคัญควรมีเป้าหมายหลักเป้าหมายรองไว้ด้วย

5.ผู้ชมได้รับสารเรื่องการที่ผู้ชายทำกับข้าว ผู้หญิงไม่ทำกับข้าวว่าเป็นเรื่องปกติของปัจจุบันนี้ และมองว่าการที่ผู้หญิงไม่ทำกับข้าวไม่ใช่เรื่องของความบกพร่องแต่อย่างใด นอกจากนี้ยังมองว่า “ผู้หญิงยุคใหม่” ควรจะมีการงานที่ดี ดูแลครอบครัวได้ดี แต่ต้องไม่ใช่ช้างเท้าหลัง ดูแลครอบครัวแต่ไม่จำเป็นต้องทำกับข้าวหรืองานบ้าน โดยเฉพาะประเด็นการทำกับข้าว ผู้ชมเห็นว่า “เรื่องทำกับข้าว ควรเป็น Activity ไม่ใช่หน้าที่”

6.ผู้ชมสตรีไทยได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องรอยสักว่า เมื่ออยู่บนเรือนร่างของผู้หญิงในภาพยนตร์อาจดูสวยงาม แต่ยังเห็นว่าผู้หญิงไม่ควรมีรอยสัก ดูไม่เรียบร้อย ดูรกและแรงเกินไป เยอะจนน่ากลัว ไม่คิดจะสักตาม

7.ผู้ชมเห็นว่าการมีรูปร่างผอม จะทำให้แต่งตัวสวย แต่ก็ไม่ใช่ความจำเป็น อวบก็สวยได้ โดยมองว่าผู้หญิงเป็นเพศที่มีส่วนเว้าส่วนโค้งสวยงามอยู่แล้ว และหากมีการแต่งกายที่เปิดเผยเนื้อหนังก็เห็นว่าเป็นการอวดความงามแห่งเพศ ไม่ได้มองว่าเป็น male gaze หรือเป็นการเอาใจสายตาผู้ชาย

นอกจากนี้จากการชมภาพยนตร์ทำให้ผู้ชมคิดได้ว่าผู้หญิงควรดูแลตัวเองให้ดูดีดูสวยตลอด ไม่ใช่แค่เพื่อตัวเอง แต่ลูกและสามีก็น่าจะภูมิใจว่ามีแม่หรือภรรยาดูดี ที่สำคัญการมีบุคลิกดี แต่งตัวสวยเป็นอำนาจอย่างหนึ่งของผู้หญิง

8.อีกประเด็นหนึ่งที่ผู้ชมให้ความสนใจหลังจากชมภาพยนตร์คือ มุมมองต่อความบริสุทธิ์ของผู้หญิง ผู้ชมรู้สึกชื่นชมเห็นเป็นเรื่องน่ารัก หากแต่ไม่คิดจะยึดมั่น หรือมองว่าเป็นสิ่งกำหนดคุณค่าของผู้หญิง ทั้งยังมีความเห็นว่าในโลกความเป็นจริง ผู้หญิงควรได้มีโอกาสลองอยู่ด้วยกัน ลองใช้ชีวิตด้วยกันก่อน ถ้าไปกันได้ ค่อยร่วมชีวิตกัน

9.ผู้ชมได้รับสารเกี่ยวกับความเป็นแม่ที่แข็งแกร่ง ตลอดจนพลังแห่งความเป็นแม่ที่ขับเคลื่อนให้ชีวิตเป็นไปในทิศทางที่ดี

10.ผู้ชมเห็นว่าภาพยนตร์หลายเรื่องหลุดออกจากวาทกรรมชายเป็นใหญ่แล้ว แต่ก็ยังมีบางเรื่องที่ยังมีแนวความคิดแบบปิตาธิปไตยอยู่ ได้แก่ เรื่อง Chalie’s Angle , Hunger Game และ Twilight

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจ ที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1.ด้านพื้นที่ส่วนตัว เมื่อเทียบกับเมื่อก่อนที่ภาพยนตร์มักสื่อสารให้เห็นว่าที่ทางของผู้หญิงคือในบ้านและในครัว ตัวละครหญิงในอดีตมักเป็นผู้หญิงที่อยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน พื้นที่ของผู้หญิงมักจะ อยู่ภายใต้การปกป้องและถูกกดขี่จากเพศชาย แต่จากผลการศึกษาการประกอบสร้างพื้นที่ส่วนตัวของผู้หญิงในยุคคริสศตวรรษที่ 21 ที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด กลับพบว่าการอยู่ร่วมกันฉันท์คู่รักหรือสามีภรรยาในบ้าน จะอยู่ในลักษณะมีอำนาจต่อรองเท่าเทียมกันทั้งชายและหญิง สวนทางกับแนวคิดสังคมแบบชายเป็นใหญ่ (Partriarchal Society) อย่างในอดีต และพบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่าผู้หญิงในยุคคริสศตวรรษที่ 21 ที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูดจะมีแนวโน้มไม่ทำอาหาร หรือแม้แต่ทำงานบ้าน อย่างภาพยนตร์เรื่อง Blind Side ลีห์แอนน์จะซื้ออาหารเข้ามาจัดจานเท่านั้น แคตนิสใน The Hunger Game ก็ออกไปล่าสัตว์มาให้แม่และน้องประกอบอาหาร เบลล่าจาก The Twilight ไม่ทำงานบ้าน แต่เป็นพ่อของเธอที่เป็นฝ่ายทำหรือแม้กระทั่งแอนเดรียจาก Devil Wear Prada นอกจากไม่ทำอาหารแล้ว ผู้ที่ทำอาหารคือเนท ชายคนรักของเธอ เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการนำเสนอภาพของผู้หญิงด้านพื้นที่ส่วนตัวต่างไปจากอดีตที่ผ่านมา

2.ด้านพื้นที่บนเรือนร่างของผู้หญิง จากภาพยนตร์ทั้ง 12 เรื่อง พบว่าภาพยนตร์ส่วนใหญ่ ผู้หญิงมีอำนาจเหนือร่างกายตนเองโดยสมบูรณ์ ทุกตัวละครเอกที่เป็นหญิงต่างรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของชีวิตและร่างกาย โดยเฉพาะเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ จะเห็นได้ว่าผู้หญิงจะอยู่ในฐานะ “ผู้ใช้” ร่างกายด้วยการมองว่าผู้หญิงมีสิทธิ์ในการใช้ร่างกายในการมีเพศสัมพันธ์เพื่อความสุขและความพอใจของผู้หญิงเอง ยกเว้นเรื่อง The Twilight เรื่องเดียวที่ยังคงนำเสนออุดมการณ์อนุรักษ์นิยมที่ใช้อำนาจควบคุมแทนเจ้าของร่างกายด้วยค่านิยมเรื่องการรักษาพรหมจรรย์ ทั้งนี้ไม่นับเรื่อง Room ซึ่งถือเป็นกรณีถูกคุกคามทางเพศ

ส่วนเรื่อง Devil Wear Prada ก็ถือเป็นเรื่องเดียวที่ยังอยู่ภายใต้อำนาจสังคมเกี่ยวกับรสนิยมเรื่องผู้หญิงผอมคือผู้หญิงสวย จนอาจเรียกได้ว่าสังคมบังคับให้ร่างกายของแอนเดรียต้องผอม จึงจะได้รับการยอมรับจากผู้คนรอบข้าง

อย่างไรก็ตาม ถือได้ว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดในคริสต์ศตวรรษที่ 21 มีแนวโน้มนำเสนออำนาจของผู้หญิงเหนือเรือนร่างตนเองมากขึ้น จนอาจเรียกได้ว่าเท่าเทียมกับผู้ชาย ที่ในอดีตมีอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันต่อการใช้ “ร่างกาย” ระหว่างชายและหญิง โดยร่างกายผู้หญิงมักจะอยู่ในฐานะ “ผู้ถูกใช้” มากกว่า “ผู้ใช้”

ส่วนมุมมองการนำเสนอเนื้อหนังของผู้หญิงตามทฤษฎีภาพยนตร์ของ Laura Mulvey ว่าด้วยเรื่อง The Male Gaze Theory หรือการจ้องมองของผู้ชายผ่านสื่อภาพยนตร์ ที่มีการวิเคราะห์บนฐานคิดที่ว่าภาพยนตร์เป็นสื่อที่ผลิตโดยผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการเล่าเรื่องด้วยภาพผ่านภาพยนตร์ จึงเป็นการสะท้อนภาพในมุมมองของผู้ชายในฐานะที่เป็นผู้ผลิตสื่อ โดยมีผู้หญิงเป็นวัตถุแห่งการจับจ้อง (The object of the gaze) ยังคงมีให้เห็นจากภาพยนตร์เรื่อง Chalie’s Angel ที่กำกับโดย แม็กจี ผู้กำกับชาย ที่มีการนำเสนอเรือนร่างของนาตาลี และเมดิสันด้วยการ Close Up และเน้นท่วงท่าการเคลื่อนไหวด้วยภาพ Slow Motion แต่ก็เป็นเพียงเรื่องเดียวที่พบ ส่วนอีกเรื่องคือเรื่อง Wonder Woman ที่ชุดของชาวอเมซอน โดยเฉพาะไดอาน่ามีการเปิดเผยเนื้อหนัง เป็นไปได้เป็นเพียงการเคารพต่อต้นฉบับที่เป็นการ์ตูนที่ถูกวาดโดยผู้ชายเท่านั้น

3.ด้านพื้นที่เชิงสังคม จากภาพยนตร์ในยุค 80 อย่างเรื่อง Working Girl (1988) ซึ่งเป็นภาพยนตร์ร่วมสมัยที่พื้นที่ของผู้หญิงยุคนั้นจะเริ่มขยายจากในครัวในบ้าน สู่นอกบ้านมากขึ้น ด้วยการออกไปทำงาน แต่งานที่ได้รับก็ยังเป็นงานที่เป็นรองจากผู้ชายอยู่ดี โดย เทส แม็คกิล นางเอกในเรื่องทำงานเป็นเลขานุการที่ทำงานเก่ง

แต่ไม่เคยได้รับมอบหมายให้จับงานใหญ่ แม้เธอจะมีความสามารถ จะเห็นได้ว่าภาพยนตร์ในยุค 80 เริ่มมีการประกอบสร้างพื้นที่ใหม่ๆ เชิงสังคมให้ผู้หญิงได้เลือกใช้เป็นแนวทาง ด้วยการสะท้อนภาพผู้หญิงทำงานนอกบ้านที่เริ่มมีให้เห็นกันมากขึ้นก็จริง แต่โดยส่วนใหญ่ผู้หญิงมักจะได้ประกอบอาชีพบางอาชีพ ในขณะที่ยังถูกกีดกันจากบางอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นหัวหน้างาน แต่ถ้าเปรียบเทียบกับผลการวิจัยเรื่องการประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่าผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 มีการต่อรองและช่วงชิงพื้นที่เชิงสังคมได้มากกว่า ทั้งที่แบบแผนพฤติกรรมและวัฒนธรรมกระแสหลักสนับสนุนให้ผู้ชายเป็นใหญ่ ก็จะมีการสร้างวัฒนธรรมย่อยโดยเพศหญิงขึ้นมาต่อต้าน เพื่อให้เพศชายยอมรับวัฒนธรรมของเพศหญิง โดยมีการแสดงพฤติกรรมตอบโต้วัฒนธรรมกระแสหลักที่ครอบงำอยู่ผ่านภาพยนตร์หลายเรื่อง อาทิ เรื่อง Million Dollar Baby ก็ได้มีการประกอบสร้างพื้นที่ทางเลือกให้กับผู้หญิงมากขึ้น อย่างการที่แม็กกี้นางเอกของเรื่องพยายามช่วงชิงพื้นที่เชิงสังคมที่มองว่าผู้หญิงไม่เหมาะกับอาชีพนักมวย ซึ่งในเรื่องแม็กกี้ต้องต่อสู้ตอบโต้กับกระแสสนับสนุนชายเป็นใหญ่อยู่เกือบตลอดทั้งเรื่อง หรืออย่างเรื่อง Zero Dark Thirty มายานางเอกของเรื่องก็แสดงพฤติกรรมตอบโต้วัฒนธรรมชายเป็นใหญ่ด้วยความเชื่อมั่น แล้วอำนาจของเธอก็อยู่เหนือผู้ชายที่เป็นทั้งเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน จนเธอประสบความสำเร็จพิชิตภารกิจได้ในที่สุด หรือแม้แต่เรื่อง Legally Blonde ที่แอลวูดส์นางเอกของเรื่องสามารถเปิดพื้นที่ใหม่ของผู้หญิงด้วยการเป็นทนายความเทียบเท่าผู้ชาย ทั้งยังทำลาย Stereo Type เรื่องที่คนมักมองว่าผู้หญิงสวยจะโง่ลงได้ ส่วนเรื่องการเป็นหัวหน้างาน ภาพยนตร์เรื่อง Devil Wear Prada ก็สะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงก็เป็นหัวหน้างานได้ แม้จะไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องส่วนตัวก็ตาม

เหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นว่าตัวละครหญิงในหลายๆเรื่องพยายามหนีจากข้อจำกัดต่างๆ และพยามค้นหาพื้นที่ทางสังคมในการสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งต่างไปจากความคาดหวังที่วัฒนธรรมกระแสหลักแบบชายเป็นใหญ่กำหนด เป็นการต่อต้าน ต่อรอง การช่วงชิงพื้นที่เพื่อสร้างความหมายและตัวตนที่ต่างออกไปของผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่มีแนวโน้มจะมีการเปิดพื้นที่ใหม่ๆเชิงสังคมให้กับผู้หญิงมากขึ้นในหลายๆ บทบาท โดยภาพยนตร์ส่วนใหญ่ที่นำมาศึกษาได้นำเสนออำนาจที่อยู่เหนือผู้ชายของผู้หญิง ทั้งความเป็นผู้นำในสังคม และการทำงาน

4.ด้านภาพตัวแทน จากผลการวิจัยเรื่องการประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด ชิ้นนี้ที่มีการศึกษาภาพยนตร์ถึง 12 เรื่องในหลากหลายตระกูล พบว่าภาพตัวแทนของความเป็นผู้หญิงนั้นทั้งสวยและเก่ง มีความเป็นตัวของตัวเอง มั่นใจ มีความเป็นผู้นำ กล้าหาญ กล้าพูด กล้าแสดงออก มีน้ำใจ ศรัทธาในตัวเอง มีเป้าหมายชัดเจน มีความมุ่งมั่น ไม่ย่อท้อ อดทน เป็นนักสู้ มีความพยายาม ที่สำคัญมีแนวโน้มไม่พึ่งพาและไม่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ต่อเพศชาย ทั้งเรื่อง Legally Blonde ที่แม้จะเริ่มเรื่องด้วยการวิ่งตามผู้ชาย แต่ด้วยความมั่นใจและเป็นตัวของตัวเองก็ทำให้เธออยู่เหนือผู้ชาย Million Dollar Baby ที่สามารถช่วงชิงพื้นที่อาชีพนักมวยที่มักเป็นอาชีพของเพศชายมาได้ The Devil Wear Prada ที่หัวหน้างานเป็นผู้หญิงตลอดทั้งเรื่อง Wanted ที่มีนักฆ่าผู้หญิงที่เก่งกว่าผู้ชาย The Blind Side ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำครอบครัวและมีบทบาทต่อสังคม Zero Dark Thirty ที่ผู้หญิงสามารถต่อรองอำนาจกับผู้ชายในชีวิตการทำงาน และอยู่เหนือผู้ชายที่เป็นหัวหน้า Begin Again ที่ผู้หญิงไม่ตัดสินใจเลือกผู้ชายซักคนเพื่อคงความเป็นตัวของตัวเอง Wonder Woman ที่เหนือกว่าผู้ชายทั้งรูปลักษณ์ภายนอกและพละกำลัง แม้ในตอนท้ายเธอจะให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ต่อเพศชาย แต่นั่นไม่ใช่เรื่องหลักของชีวิต ทั้งยังมีความสัมพันธ์ทางเพศด้วยความรู้สึกเท่าเทียมทางกายและความรู้สึก มีเพียงแค่ 3 เรื่องใน 12 เรื่องที่ยังหนีไม่พ้นจากแบบแผนของแนวคิดปิตาธิปไตย (patriarchal stereotypes) หรือยังคงถูกครอบงำด้วยความหวังของสังคมแบบชายเป็นใหญ่ (male-dominated society) ทั้งนี้ไม่อาจนับเรื่อง Room เพราะเป็นกรณีถูกคุกคามทางเพศ

ผลการวิจัยดังที่กล่าวมาสวนทางกับงานวิจัยเรื่อง “Behind the curtain: women’s representation in contemporary Hollywood” ในปี 2014 ที่ศึกษาพบว่า ขณะที่ในความเป็นจริงผู้หญิงมีความก้าวหน้าในทุกแง่มุมของชีวิต แต่ภาพตัวแทนของผู้หญิงบนหน้าจอภาพยนตร์กลับยังติดอยู่กับแบบแผนของแนวคิดปิตาธิปไตย (patriarchal stereotypes) เนื่องด้วยการศึกษาภาพยนตร์เพียงสามเรื่องคือ The Avenger, Harry Potter and the Deathly Hallow Part 2 และ Toy Story 3 มีเพียง Natasha Romanoff ตัวละครหญิงจากภาพยนตร์ The Avenger เพียงเรื่องเดียวที่แสดงออกถึงความผู้หญิงที่มีความมั่นใจ เป็นอิสระ พึ่งพาตัวเองได้ ไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องความสัมพันธ์ต่อเพศชาย ทั้งยังมีลักษณะทางกายภาพที่งดงาม ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวเห็นว่าลักษณะของ Natasha อาจได้รับอิทธิพลจากการเป็นภาพยนตร์ประเภทแอคชั่น ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการกำหนดบทบาทของตัวละคร แต่อีกสองเรื่องเป็นแบบฉบับของผู้หญิงดั้งเดิมที่ยึดมั่นในเรื่องอารมณ์และความรัก ยอมจำนนต่อโครงสร้างปิตาธิปไตย ทำให้ Reema Dutt เห็นว่าภาพยนตร์เพียงเรื่องเดียวหรือตระกูลภาพยนตร์แนวแอคชั่นเพียงตระกูลเดียว ไม่อาจเพียงพอที่จะแบกภาระของผู้หญิงทุกคนในการช่วยนำเสนอภาพแทนของผู้หญิงที่ฉีกออกไปจากแบบแผนเดิมๆ ได้ (Dutt, 2014)

ทั้งนี้ ผลการวิจัยเรื่อง การประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด ชิ้นนี้ที่มีการศึกษาภาพยนตร์ถึง 12 เรื่องจากภาพยนตร์หลากตระกูลกลับพบว่า ภาพตัวแทนของผู้หญิงในภาพยนตร์ที่ศึกษาส่วนใหญ่หนีจากการครอบงำของแนวคิดปิตาธิปไตย (patriarchal stereotypes) และไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ภาพยนตร์ในตระกูลแอคชั่น หากแต่กระจายไปในหลากหลายตระกูลภาพยนตร์ ซึ่งเพียงพอต่อการแบกรับภาระในการนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงที่ฉีกออกไปจากแบบฉบับของผู้หญิงดั้งเดิมที่ถูกครอบงำด้วยสังคมแบบชายเป็นใหญ่ (male-dominated society) เป็นความหวังใหม่ต่อการนำเสนอภาพของผู้หญิงยุคใหม่ในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ผ่านสื่อประเภทภาพยนตร์

5. ด้านผู้รับสาร ผลการวิจัยเรื่อง การประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่าผู้ชมสตรีไทยส่วนใหญ่ในฐานะผู้รับสารไม่เพียงแต่อ่านความหมายสอดคล้องกับผู้สร้างภาพยนตร์ในฐานะผู้ส่งสารได้ตรงกันเท่านั้น ผู้ชมยังรู้เท่าทันอุดมการณ์ความเป็นผู้หญิงที่แฝงมากับภาพยนตร์อีกด้วย สอดคล้องกับความคิดของ Stuart Hall หนึ่งในสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมแห่ง Birmingham ที่ได้ศึกษาวิจัยด้านสื่อมวลชนเกี่ยวกับเรื่องกลยุทธ์ของการใส่รหัสและการถอดรหัส (Encoding & Decoding) ที่อยู่ในงานสื่อมวลชน ว่าถึงแม้ว่าจะมี ช่องว่างด้านความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอยู่เสมอ กล่าวคือ ผู้รับสารจะไม่สามารถถอดรหัสความหมายออกได้ถูกต้องตามที่ผู้ส่งต้องการ แต่ Hall ก็เห็นว่าสำหรับเรื่อง “ความหมายหลักๆ หรือใจความสำคัญๆ” แล้ว ผู้รับสารจะสามารถถอดรหัสตามที่ผู้ส่งสารได้ใส่รหัสเอาไว้ได้

ที่สำคัญจากการที่ผู้ชมสตรีไทยรู้เท่าทันอุดมการณ์ที่แฝงมากับภาพยนตร์ ยังสะท้อนให้เห็นว่าผู้รับสารนั้นไม่ได้มีลักษณะเป็นเพียงผู้ตั้งรับ (Passive) เท่านั้น ยังมีความเห็นและทัศนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับอุดมการณ์ต่างๆที่แฝงมาอันจะเป็นประโยชน์ในการเลือกรับอุดมการณ์มาเป็น Stock of Knowledge ในการกำหนดวิธีการมองโลกเกี่ยวกับผู้หญิง

อนึ่ง ยังมีข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ ผู้ชมหลายคนแสดงทัศนะว่าถ้าดูภาพยนตร์เหล่านี้ในสมัยที่ยังเป็นวัยรุ่นอาจจะเห็นคล้อยและอยากแต่งงาน ขณะที่ผู้ชมคนหนึ่งที่มีประสบการณ์ชีวิตครอบครัวในวัยเด็กที่แตกแยก ขาดความอบอุ่น แต่ค้นพบความสุขและประสบความสำเร็จจากการมีชีวิตคู่เมื่อโตขึ้น แสดงความคิดเห็นว่าผู้หญิงควรจะมีคู่ชีวิตที่คอยประคับประคองกัน เพราะพ่อแม่พี่น้องไม่อาจอยู่กับเราได้ตลอดชีวิต ซึ่งผลของการตีความสารในประเด็นนี้จะสวนทางกับความคิดของ S. Hall แต่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการเลือกรับรู้ ของกลุ่ม Selective Perception ซึ่งกล่าวว่าผู้รับสารนั้นจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ เนื่องจากภูมิหลังและปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้รับสารแต่ละราย และเห็นว่ากระบวนการถอดรหัสจากตัวสารออกมาเป็นความหมายนั้นเป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ (natural) แต่ Hall คิดว่ากระบวนการนี้เป็นเรื่องที่ถูกสร้างขึ้น (being constructed) จากระบบการสื่อสารในสังคมนั้นๆ เรียกว่าเป็นกลุ่มของความหมายอันหลากหลายชุด (Polysemic)

6. ด้านประโยชน์ทางวิชาการ ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่องการประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด ชิ้นนี้ สามารถวิเคราะห์สังเคราะห์เกี่ยวกับหน้าที่สื่อต่อสังคมออกมาได้ว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดในคริสต์ศตวรรษที่ 21 สวมบทบาทบนทางสามแพร่งแห่งการปฏิบัติหน้าที่สื่อต่อสังคมในเรื่องผู้หญิงทั้งในด้านการประกอบสร้างพื้นที่ และการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิง ในสัดส่วนดังต่อไปนี้

1)ธำรงรักษาระบบหรือสภาพที่เป็นอยู่ตามแบบแนวคิดปิตาธิปไตย (patriarchal stereotypes) น้อยลง ดังจะเห็นได้จากการมีภาพยนตร์เพียง 3 เรื่องใน 12 เรื่องที่หนีไม่พ้นจากแบบฉบับของผู้หญิงดั้งเดิมที่ถูกครอบงำด้วยสังคมแบบชายเป็นใหญ่ (male-dominated society) คือเรื่อง Chalie’s Angel, The Twilight และ The Hunger Game อย่างไรก็ตามเมื่อลงรายละเอียดจะพบว่าภาพยนตร์ 3 เรื่องนี้มีความพยายามที่จะหลีกหนีแนวคิดเรื่องชายเป็นใหญ่ ถึงแม้ที่สุดจะหนีไม่พ้นก็ตาม

2)นำเสนอภาพหนทางปรับปรุงแก้ไขสภาพสังคมที่ถูกครอบงำด้วยแนวคิดปิตาธิปไตย (patriarchal stereotypes) มากขึ้น อาทิ ความเป็นตัวของตัวเองทำให้ประสบความสำเร็จในสิ่งที่ฝัน อย่างภาพยนตร์เรื่อง Million Dollar Baby หรือความเป็นตัวของตัวเองจะทำให้อยู่เหนืออำนาจชายเป็นใหญ่ แม้แต่ผู้ชายที่เป็นหัวหน้า อย่างภาพยนตร์เรื่อง Zero Dark Thirty หรือแม้แต่ความสวยของผู้หญิงคืออำนาจ อย่างภาพยนตร์เรื่อง The Devil Wear Prada, Wanted, The Twilight และ Wonder Woman เป็นต้น

3)นำเสนอทางเลือกใหม่ในการปฏิรูประบบให้แก่สังคมมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากที่เริ่มมีการประกอบสร้างพื้นที่ใหม่ๆ เชิงสังคมให้ผู้หญิงได้เลือกใช้เป็นทางเลือกที่หลากหลาย ทั้งอาชีพที่ต่างออกไป เช่น อาชีพทนายความ อาชีพนักมวย อาชีพสายลับ หรือแม้แต่การเป็นหัวหน้างาน ตลอดจนการเป็นซุปเปอร์ฮีโร่หญิง

แนวโน้มเกี่ยวกับการทำหน้าที่สื่อต่อสังคมในแง่นี้ น่าจะเป็นประโยชน์ต่อทางวิชาการที่จะชี้ให้เห็นว่าสัดส่วนการทำหน้าที่ของสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดในคริสต์ศตวรรตที่ 21 มีการปรับเพิ่มบทบาทในการประกอบสร้างพื้นที่ใหม่ๆ ให้กับผู้หญิงมากขึ้นเพื่อช่วงชิงพื้นที่จากสังคมกระแสหลักแบบปิตาธิปไตย (patriarchal stereotypes) ชายเป็นใหญ่มากเพียงพอที่จะแบกภาระในการช่วยนำเสนอภาพแทนของผู้หญิงที่ฉีกออกไปจากแบบแผนเดิมๆ ได้

7.ด้านแนวโน้มความเป็นผู้หญิงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ที่สื่อผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด จะเห็นได้ว่าในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 ผู้หญิงมีบทบาทและเก่งกล้ามากขึ้น แต่ก็จะเป็นความเก่งที่อยู่ท่ามกลางผู้หญิงด้วยกัน อย่างเช่นภาพยนตร์เรื่อง Chalie's Angel หรือ Devil Wears Prada แต่เมื่อสังเกตดูในช่วยหลังๆ ของคริสต์ศตวรรษที่ 21 พบว่า ผู้หญิงเก่งกล้าสามารถแม้จะอยู่ท่ามกลางผู้ชายไม่ว่าจะเป็นเรื่อง Zero Dark Thirty, The Hunger Game, Begin Again และ Wonder Woman

8.ภาพยนตร์ในฐานะสื่อที่ขับเคลื่อนการปฏิรูป จะเห็นได้ว่าภาพยนตร์เป็นสื่อส่วนหนึ่งที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนการปฏิรูปสิทธิสตรีและบทบาทความเป็นผู้หญิงไม่ใช่แต่เพียงในคริสต์ศตวรรษที่ 21 หากแต่เป็นส่วนหนึ่งในการเรียกร้องและปฏิรูปอย่างต่อเนื่องมาตลอดทั้งก่อนหน้าและในปัจจุบัน และหากมองดูในสถานการณ์ปัจจุบันของสังคมจะพบว่านอกจากสิทธิสตรีและบทบาทความเป็นผู้หญิงที่มีการเรียกร้องกันผ่านสื่อ ณ ปัจจุบันยังมีการพยายามจะปฏิรูปสิทธิของ Generation ใหม่ในสังคม อย่างการออกมาเรียกร้องสิทธิของเด็กยุคใหม่ที่เห็นกันอยู่ตามหน้าสื่อ และหนึ่งในสื่อที่มีส่วนในการขับเคลื่อนปฏิรูปก็คือสื่อภาพยนตร์

ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะสำหรับการประยุกต์ใช้

1.1สำหรับผู้ผลิตสื่อ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าภาพยนตร์บางเรื่องเมื่อพิจารณาลงรายละเอียด จะมีความพยายามหนีจากแนวคิดปิตาธิปไตย (patriarchal stereotypes) ชายเป็นใหญ่ แต่หนีไม่พ้น ซึ่งเป็นไปได้ว่าเกิดจากการที่ผู้สร้างภาพยนตร์เสพสื่อเดิมส่วนใหญ่ที่ผลิตโดยผู้ชาย ซึ่งมีการเล่าเรื่องสะท้อนภาพในมุมมองของผู้ชายในฐานะที่เป็นผู้ผลิตสื่อ ที่มีผู้หญิงเป็นวัตถุแห่งการจับจ้อง (The object of the gaze) จึงเป็นการชมภาพยนตร์ด้วยมุมมองแบบ Male Gaze เป็นประจำ จนถูกครอบงำโดยอำนาจของฝ่ายชายที่พยายามจะใช้สื่อภาพยนตร์แสดงอำนาจของตน และซึมซับ สายตาแบบมุมมองเดิมๆ ของผู้ชายไปโดยปริยาย ด้วยอำนาจของมุมกล้องที่ถูกกำหนดโดยผู้ชายจากภาพยนตร์ที่เคยดู จึงทำให้เผลอใช้มุมมองแบบ Male Gaze ในการสร้างภาพยนตร์ที่แม้ตั้งใจจะเชิดชูพลังหญิง แต่ไม่สามารถแกะมุมมองที่ครอบงำโดยธรรมชาติได้ ภาพยนตร์จึงยังอยู่ภายใต้กระแสหลักแบบเดิมๆ หากต้องการผลิตสื่อภาพยนตร์ให้พ้นจากอำนาจเก่า ควรจะต้องพิจารณาให้รอบด้านมากขึ้น

1.2สำหรับผู้รับสื่อที่เป็นผู้หญิงไทย เนื่องจากการศึกษาพบว่า ผู้ชมสามารถอ่านความหมายได้สอดคล้องกับผู้สร้าง และมีทั้งเห็นด้วย ไม่เห็นด้วยต่ออุดมการณ์ที่แฝงมากับภาพยนตร์ แต่จะเห็นได้ว่ามีมุมที่เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งน่าจะเป็นอำนาจของภาพยนตร์ในฐานะสื่อมวลชนที่สามารถใช้อำนาจในการใช้ภาษาภาพยนตร์อันประกอบด้วยภาพและเสียง "สถาปนาสถานภาพของความเป็นผู้หญิง" ให้เป็นไปในแบบที่ผู้สร้างต้องการได้ เพราะขณะที่ชมภาพหน้าจอ ผู้ชมไม่ได้ตีความจากภาพหน้าจอเท่านั้น แต่ในกระบวนการรับสาร ผู้ชมได้เรียนรู้ (หรือได้รับการติดตั้ง) รหัสที่มีอยู่ไปด้วย ดังนั้นในการเสพสื่อของผู้ชมควรฝึกตั้งคำถามกับสื่อทุกครั้งเมื่อมีการเปิดรับสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใด

1.3สำหรับองค์กรที่เกี่ยวข้องในการเรียกร้องสิทธิสตรี เนื่องจากการศึกษาพบว่าภาพยนตร์เริ่มมีการประกอบสร้างพื้นที่ใหม่ๆ เชิงสังคมให้ผู้หญิงได้เลือกใช้เป็นทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น จาก 12 เรื่องมีเพียง 3 เรื่องที่หนีไม่พ้นจากอำนาจปิตาธิปไตยชายเป็นใหญ่ จึงอาจเรียกได้ว่าสื่อภาพยนตร์เป็นความหวังใหม่ที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการช่วงชิงพื้นที่จากอำนาจกระแสหลัก

2.ข้อเสนอแนะสำหรับทางวิชาการ

2.1 ด้านการศึกษา จากกระบวนการวิจัยในการหาผู้ร่วมสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group) พบว่า นอกจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดแล้ว ภาพยนตร์เกาหลีประเภทซีรีส์ได้รับความสนใจและคลั่งไคล้อย่างมากจากผู้ชมสตรีไทย ดังนั้นแล้ว น่าจะมีการศึกษาเพิ่มเติมเรื่องการประกอบสร้างพื้นที่และภาพตัวแทนผู้หญิงยุคใหม่ กับการถอดรหัสความหมายของผู้หญิงไทยผ่านภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลี

2.2 ด้านสังคม การวิจัยครั้งนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงโอกาสทางสังคมของสตรีที่จะก้าวพ้นจากอำนาจปิตาธิปไตย (patriarchal stereotypes) ชายเป็นใหญ่ได้ด้วยการส่งเสริมให้มีการสร้างสรรค์สื่อที่เปิดพื้นที่ใหม่ๆให้กับผู้หญิงเป็นทางเลือกมากขึ้นในอนาคต

บรรณนานุกรม

กฤษฎิญา ไชยศรี. (2560) . Rise of The Feminist Heroine. *วารสารสนเทศศาสตร์* (118), 104-112.

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์

กำจร หลุยยะพงศ์. (2556). *ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม: ผู้คน ประวัติศาสตร์ และชาติ.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2555). *ภาพยนตร์ศิลปะ สตรีนิยมในสายตาชาย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

สมสุข หินวิมาน (2548). ทฤษฎีสำนักวัฒนธรรมศึกษา. *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร(หน่วยที่ 13).* นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สรารักษ์ โรจนพฤกษ์. (2557). *การวิเคราะห์ภาพตัวแทนความเป็นสตรีในสื่อภาพยนตร์การ์ตูน วอลท์ ดิสนีย์.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,

Dutt, R. (2014). *Behind the curtain: women's representation in contemporary Hollywood.* London.: Blackwall

Foucault, M., (1982).*The Subject and Power*. Brighton: Harvester.

Hall, Stuart, (1997). *The Spectacle of the Other*.London: Sage.

Lefebvre, H. I. (1998). *The Production of Space*.Oxford, UK: Blackwell.

Peter L. Berger and Thomas Luckmann (1966). *The Social Construction of reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge.* U.S.A.:Prentice-Hall.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[ธวัชชัย หน้า 155-166]

นวัตกรรมการจัดการผ่านแอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

Innovative Management Utilizing Applications As Communication Tools For Smog and Wildfire Prevention and Solution in Northern Thailand

ธวัชชัย ดวงไทย. *โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.*

Thawatchai Doungthai. *Communication Program (New Media Communication) .*

Chiang Rai Rajabhat University

email: thawatchai_2525@hotmail.com

Received: 22 July 2021 ; Revised: 4 November 2021 ; Accepted: 25 November 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้เขียนขึ้นเพื่อนำเสนอนวัตกรรมการจัดการหมอกควันและไฟป่าที่เกิดขึ้นทุกปีบริเวณภาคเหนือของไทย อันมีสาเหตุมาจาก 1.) การเผาจากครัวเรือน 2.) การเผาเพื่อทำการเกษตร 3.) การเผาเพื่อสร้างแนวกันไฟ และ 4.) การเผาเพื่อการหาของป่า ซึ่งปัญหาหมอกควันและไฟป่าได้สร้างผลกระทบต่อ 1.) สุขภาพของประชาชน 2.) การจราจรและการท่องเที่ยว และ 3.) ผลผลิตจากธรรมชาติ ซึ่งนวัตกรรมการจัดการหมอกควันและไฟป่ามีหลากหลาย เช่น 1.) Burn Check แอปพลิเคชั่นเพื่อการบริหารจัดการปัญหาหมอกควันในพื้นที่ 2.) FireD เป็นแอปพลิเคชั่นจัดเก็บข้อมูลชุมชนเพื่อการตัดสินใจในการกำจัดเชื้อเพลิงในเวลาที่เหมาะสม 3.) เชียงราย Hotspot แอปพลิเคชั่นตรวจจับจุดความร้อนแบบใกล้เวลาจริงสำหรับพื้นที่จังหวัดเชียงราย 4.) iPollution ระบบแจ้งเตือนหมอกควันไฟป่าที่แสดงข้อมูลมลภาวะหรือมลพิษ โดยผู้ดูแลระบบสามารถส่งข้อมูลเพื่อแจ้งเตือนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการดับไฟเข้าดำเนินการ 5.) Forest Fire แอปพลิเคชั่นแจ้งเตือนและเฝ้าระวังไฟป่าในพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งจะแสดงภาพจุดความร้อนบนแผนที่ และผู้ใช้งานสามารถส่งข้อมูลไฟป่าสู่ระบบได้ เช่น รูปภาพ วีดีโอ จากนั้น ผู้ดูแลระบบจะส่งต่อไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบ และ 6.) air4thai แอปพลิเคชั่นแสดงข้อมูลคุณภาพอากาศแบบเวลาจริงจากสถานีตรวจวัดคุณภาพอากาศ ซึ่งการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันไม่ติดลำดับความนิยมของประชาชนไทย ซึ่งอาจเนื่องมาจาก 1.) ขาดการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักแอปพลิเคชั่น 2.) ขาดการอบรมการใช้งานแอปพลิเคชั่นแก่กลุ่มเป้าหมาย 3.) แอปพลิเคชั่นมีการใช้ภาษาที่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย 4.) การไม่ยอมรับนวัตกรรม

คำสำคัญ: นวัตกรรม, แอปพลิเคชั่น, หมอกควัน, ไฟป่า

Abstract

This paper aims to propose innovations to monitor smog and forest fires that occur in northern Thailand every year caused by 1.) the burning of household rubbish, 2.) open crop burning, 3.) burning for creating firebreaks, and 4.) burning for the haunting and finding forest products. Smog and forest fires have impacted several aspects: 1.) population health, 2.) traffic and tourism, and 3.) natural products. There are various innovations for smog and forest fire management, including 1.) Burn Check, an application to support the management of smog problems in the area, 2.) FireD is a community-based data application for timely fuel disposal decisions, 3.) Chiang Rai Hotspot, a real-time heat detector application for the Chiang Rai area, 4.) IPollution, a wildfire and smog alert system showing air quality data, 5.) Forest Fire, a wildfire notification and caution application for northern Thailand, and 6.) Air4thai, an application reporting real-time air quality measured by AQM (Ambient Air Quality Monitoring System) from throughout the country. Nowadays, applications involving smog and wildfire prevention and solution are not popular among Thai citizens. It may result from 1.) Lack of public relations to the target audience to know the application. 2.) Not training to use the application for the target audience. 3.) The application uses language inconsistent with the target audience. 4.) Reject innovation

Keywords: innovation, application, smog, forest fire

บทนำ

ปัญหาหมอกควันและไฟป่าในเขตพื้นที่ภาคเหนือยังคงวิกฤติ ค่า PM 2.5 ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พบผู้ป่วยทางเดินหายใจ ผิวหนังอักเสบ และตาอักเสบสูงกว่า 3 หมื่นคน (ประชาชาติธุรกิจ, 2564) จากข่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาหมอกควันและไฟป่าในเขตภาคเหนือของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นทุกปีและส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน ได้แก่ ผลกระทบต่อสุขภาพโดยเฉพาะผู้ที่มีภูมิต้านทานต่ำ เช่น ผู้สูงอายุ เด็ก และผู้ป่วยโรคทางเดินหายใจ สร้างความเสียหายแก่บ้านเรือน บดบังทัศนวิสัยทางการคมนาคมและการขนส่ง รวมทั้ง ผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการอันเป็นระบบเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคเหนือ จึงจำเป็นที่ทุกภาคส่วนจะต้องช่วยกันแก้ไขปัญหาผ่านการประชาสัมพันธ์ การลงมือปฏิบัติในพื้นที่ เพื่อป้องกันและควบคุมการเกิดหมอกควันอย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์ (ธวัชชัย ดวงไทย และวริษฐา อุเทศนันท์, 2560) ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้สร้างแอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาหมอกควันและไฟป่าก็ยังไม่สามารถแก้ไขให้หมดไปได้ ซึ่งผู้เขียนคิดว่าปัญหานี้เกิดจากหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดการประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ให้รู้จักแอปพลิเคชั่น และขาดการอบรมให้ความรู้ในการใช้งานแอปพลิเคชั่นแก่กลุ่มเป้าหมาย และแอปพลิเคชั่นมีการใช้ภาษาที่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มคนตามช่วงเวลาในการยอมรับนวัตกรรมแต่ละกลุ่มมีการยอมรับนวัตกรรมเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าแตกต่างกัน ซึ่งบทความนี้จะนำเสนอข้อมูลและนำเสนอทางออกของปัญหาดังกล่าว

สาเหตุของหมอกควันและไฟป่า

สถานการณ์หมอกควันและไฟป่าในเขตภาคเหนือของประเทศไทย เรียกได้ว่าเป็น “ฤดูที่สี่ของพื้นที่” หรือ “ฤดูหมอกควัน” เนื่องจากผู้คนในพื้นที่มีความเคยชินกับปัญหาดังกล่าว ซึ่งจะเกิดขึ้นในช่วงรอยต่อของฤดูหนาวและฤดูร้อน (ศิวัช พงษ์เพียจันทร์ และคณะ, 2562) ซึ่งสาเหตุของหมอกควันและไฟป่ามี ดังนี้

1.การเผาใบไม้ กิ่งไม้ เศษวัสดุตามบ้านเรือนหรือตามแนวถนนและเขตทาง ซึ่งการเผาเช่นนี้สร้างผลกระทบแก่ผู้สัญจร และไฟยังมีโอกาสลุกลามเข้าไปในพื้นที่ป่า

2.การเผาเพื่อเปิดพื้นที่ทำการเกษตร โดยเกษตรกรมักใช้การเผาในที่เปิดโล่งเพื่อทำลายเศษวัสดุทางการเกษตรก่อนทำการเกษตร เช่น ตอซังข้าวโพด ซังข้าว ซังต้นหอม กระเทียม เป็นต้น

3.การเผาโดยสร้างแนวกันไฟ วิธีการนี้เกษตรกรบนที่สูงนิยมทำโดยมีการเผาพืชไร่ของชุมชนซึ่งมีระบบการควบคุมทางกายภาพของพื้นที่ไร่ที่มีการเผาไม่ให้ลุกลามออกไปสู่เขตป่า

4. การหาของป่าและการเผาโดยไม่มีแนวกันไฟ ซึ่งการหาของป่าเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีพของชาวเขาและเกษตรกร เช่น การก่อไฟเพื่อทำให้เกิดควันเพื่อให้เอารังมดแดงหรือรังผึ้ง อีกทั้งยังเชื่อว่าการเผาจะทำให้เห็ดถอบและผักหวานเกิดขึ้น

ผลกระทบจากปัญหาหมอกควันและไฟป่า

1.ผลกระทบต่อสุขภาพ

ปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการรับมลพิษจากหมอกควันไฟป่ามีทั้งอาการเฉียบพลันทันทีในลักษณะเป็นปัญหาต่อทางเดินหายใจในเด็กและมีโอกาสเป็นโรคเรื้อรังที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดมะเร็ง นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนที่อยู่บริเวณโล่งนาน ๆ จะทำให้เกิดอาการแสบตา ตาแดง น้ำตาไหล คอแห้ง ระคายคอ หายใจติดขัด เหนื่อยง่าย และแน่นหน้าอก เป็นต้น

2. ผลกระทบต่อการจราจรและการท่องเที่ยว

ปัญหาหมอกควันและไฟป่ายังส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจ การท่องเที่ยว และธุรกิจบริการต่าง ๆ เนื่องจากในช่วงที่เกิดปัญหาสายการบินได้มีการงดเที่ยวบินเพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร รวมถึง ส่งผลกระทบต่อการสัญจรจราจรบนเส้นถนนหลวงระหว่างจังหวัดและภายในจังหวัด รวมทั้ง ข่าวสารเกี่ยวกับปริมาณหมอกควันและฝุ่นละอองที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของอากาศจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวงดการเดินทางหรือเลื่อนแผนการท่องเที่ยวออกไป

3. ผลกระทบต่อผลผลิตจากธรรมชาติ

ไฟป่าทำให้ผลผลิตจากป่าที่เคยอุดมสมบูรณ์เกิดการล้มตายหรือสูญเสียสมดุลทางธรรมชาติไป เช่น สัตว์ป่า หน่อไม้ ไข่มดแดงตามยอดไม้ ต้นกล้าจากพันธุ์ไม้ต่าง ๆ เป็นต้น

นวัตกรรมเพื่อการสื่อสารในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่า

จากปัญหาหมอกควันและไฟป่าในเขตภาคเหนือของไทยทำให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมุ่งสร้างนวัตกรรมเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหามาอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบตรวจวัดคุณภาพอากาศผ่านโดรน เครื่องดูดควันไฟป่า เครื่องมือตรวจวัดและแจ้งเตือนปริมาณฝุ่นละอองในอากาศด้วยระบบเซ็นเซอร์แสง โมบายแอปพลิเคชั่นแจ้งเตือนจุดเกิดไฟป่า เป็นต้น

ซึ่งโมบายแอปพลิเคชั่น ประกอบด้วยคำว่าโมบาย (Mobile) และคำว่าแอปพลิเคชั่น (Application) ซึ่งหมายถึง อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพาที่มีซอฟต์แวร์เพื่อช่วยในการทำงานของผู้ใช้ โดยซอฟต์แวร์ดังกล่าวจะต้องมีส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface) หรือที่นิยมเรียกว่า UI เพื่อเป็นตัวกลางในการใช้งานต่าง ๆ โดยแอปพลิเคชั่นที่ทำงานบนโทรศัพท์มือถือแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1.แอปพลิเคชั่นระบบ เป็นซอฟต์แวร์ระบบสำหรับการใช้งานของโปรแกรมและแอปพลิเคชั่นต่าง ๆ ซึ่งมีระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ได้แก่

- Symbian OS มีรูปแบบส่วนติดต่อผู้ใช้งานที่ใช้งานง่าย มีฟังก์ชั่นการใช้งานพื้นฐาน มีไฟล์สื่อต่าง ๆ เช่น เพลง วีดีโอ และรูปภาพ มีหน่วยความจำภายในเครื่องที่มีประสิทธิภาพ จุดเด่นของระบบคือความง่ายในการติดตั้งโปรแกรม และรองรับการใช้งานที่หลากหลาย

- Windows Mobile พัฒนาโดยบริษัทไมโครซอฟท์ เป็นระบบปฏิบัติการในคอมพิวเตอร์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ประกอบด้วยชุดแอปพลิเคชั่นพื้นฐาน ถูกออกแบบให้มีระบบปฏิบัติการคล้าย Windows บนเครื่องคอมพิวเตอร์ PC ทั่วไป ทำงานบน Microsoft Win 32 โดยจุดเด่นของระบบในทุกเวอร์ชั่น คือ หน้าจอโชว์วันที่ปัจจุบัน ข้อความ อีเมล เป็นต้น

- BlackBerry OS พัฒนาโดยบริษัท RIM เพื่อรองรับแอปพลิเคชั่นบนโทรศัพท์ BlackBerry เน้นการทำงานด้านอีเมลเป็นหลัก เมื่อมีอีเมลเข้าสู่ระบบระบบจะส่งข้อมูลมายัง BlackBerry โดยจะมีการเตือนบนหน้าจอผู้ใช้งาน และมีความปลอดภัยสูงด้วยการเข้ารหัสข้อมูล

- iOS พัฒนาโดยบริษัท Apple เพื่อรองรับแอปพลิเคชั่นบน iPhone ซึ่งผู้ที่นิยมใช้ iPhone จะเป็นผู้ที่ชอบงานด้านมัลติมีเดีย เช่น ฟังเพลง รับชมภาพยนตร์ หรือ เล่นเกม เป็นต้น ซึ่งบริษัทเกมส่วนใหญ่มุ่งพัฒนาแอปพลิเคชั่นเกมที่รองรับการทำงานบน iPhone เพียงอย่างเดียว

- Android พัฒนาโดยบริษัท Google รองรับการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตแบบเรียลไทม์เพื่อใช้บริการจาก google ได้อย่างเต็มที่ จุดเด่นคือเป็นระบบปฏิบัติการแบบ Open Source ทำให้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีโปรแกรมให้ทดลองใช้งานจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันประชาชนไทยส่วนใหญ่นิยมใช้สมาร์ทโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการ iOS และระบบปฏิบัติการ Android ซึ่งทั้งสองระบบปฏิบัติการมีจุดเด่นและจุดด้อย ดังนี้

โดยประสิทธิภาพของระบบปฏิบัติการ iOS จะดีกว่าระบบปฏิบัติการ Android เช่น ความเร็วในการสัมผัสและภาพตอบสนองต่อคำสั่ง ซึ่งระบบปฏิบัติการ iOS สามารถประมวลผลด้วยความเร็วที่สูงกว่าเนื่องจากบริษัท Apple เป็นผู้พัฒนาระบบปฏิบัติการด้วยตนเอง

ทางด้านการแสดงผลระบบปฏิบัติการ Android จะดีกว่าระบบปฏิบัติการ iOS โดยผู้ใช้งานสามารถปรับแต่งการแสดงผลได้อิสระ เช่น เปลี่ยนธีม เปลี่ยนตัวอักษร และเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานแอปพลิเคชั่น (Widget) ซึ่งระบบปฏิบัติการ iOS จะเปลี่ยนได้เพียงภาพพื้นหลังเท่านั้น

ในด้านความปลอดภัยระบบปฏิบัติการ iOS จะมีความปลอดภัยมากกว่าเนื่องจากเป็นระบบปิด การติดตั้งแอปพลิเคชั่นจะต้องดำเนินการผ่าน App Store เท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากระบบปฏิบัติการ Android ที่สามารถติดตั้งแอปพลิเคชั่นจากไฟล์ที่ดาว์นโหลดภายนอกมาได้ (Tadoo, 2564 ; Deksamrong, 2564)

2.แอปพลิเคชั่นที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ เป็นแอปพลิเคชั่นที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่แตกต่างตามความต้องการ ปัจจุบันมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชั่นใหม่ ๆ หลากหลายประเภท เช่น

- แอปพลิเคชั่นเกม เนื่องจากมีผู้นิยมเล่นเกมบนโทรศัพท์จำนวนมาก ผู้ผลิตเกมจึงคิดค้นเกมใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดมากขึ้น

- แอปพลิเคชั่นเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถรับทราบข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลา หรือใช้สำหรับติดต่อกับกลุ่มเพื่อน หรือนำเสนอข้อมูลของตนเองให้เพื่อนรับรู้ ปัจจุบันมีแอปพลิเคชั่นกลุ่มนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เช่น Line, Facebook, Twitter, Facebook Messenger, WhatsApp เป็นต้น

- แอปพลิเคชั่นมัลติมีเดีย เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้ข้อมูลมัลติมีเดียรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ เพลง รูปภาพ บนโทรศัพท์มือถืออย่างรวดเร็วและสะดวก

- แอปพลิเคชั่นอรรถประโยชน์ เพื่อให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชั่นให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตและเกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันด้านต่าง ๆ เช่น แอปพลิเคชั่นด้านการเงิน ด้านสุขภาพ ด้านการศึกษา หรือแอปพลิเคชั่นแจ้งจุดเกิดหมอกควันและไฟป่า เป็นต้น

แอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่า

แอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าเป็นนวัตกรรมทางเทคโนโลยีหนึ่งที่สามารถช่วยป้องกันและแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี โดยแอปพลิเคชั่นแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1.) แอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารสภาพภูมิอากาศ เช่น การแจ้งข้อมูลคุณภาพอากาศ การแจ้งจุดความร้อน ฯลฯ 2.) แอปพลิเคชั่นเพื่อการบริหารจัดการหมอกควันและไฟป่า เช่น การยื่นคำร้องขอเผา การส่งข้อมูลสถานที่เกิดไฟป่า ฯลฯ ซึ่งแต่ละแอปพลิเคชั่นมีจุดเด่นและจุดที่น่าสนใจ ดังนี้

1.Burn Check แอปพลิเคชั่นเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการปัญหาหมอกควันในพื้นที่ โดยผู้ใช้งานสามารถส่งคำขอการเผาโดยการส่งข้อมูลพิกัด พื้นที่เผา ขนาดพื้นที่ในการเผา จุดประสงค์ในการเผา รูปภาพการเผาก่อนดำเนินการ จากนั้น ผู้ดูแลระบบจะทำการพิจารณาอนุมัติให้ดำเนินการเผา และหากไม่ได้รับการอนุมัติทางแอปพลิเคชั่นจะมีการแจ้งเหตุผล เช่น วันที่ยื่นคำขอเผามีการเผาจำนวนมากซึ่งอาจทำให้เกิดผลกระทบของ PM 2.5 ซึ่งผู้ใช้งานควรเปลี่ยนวันดำเนินขอเผาใหม่ ซึ่งจุดเด่นของแอปพลิเคชั่นนี้คือการยื่นขอการเผาเพื่อจำกัดปริมาณการเผาต่อพื้นที่นั้น ๆ

2.FireD เป็นแอปพลิเคชั่นจัดเก็บข้อมูลชุมชนเพื่อการตัดสินใจในการกำจัดเชื้อเพลิงในเวลาที่เหมาะสม โดยการทำงานจะแบ่งออกเป็นสองส่วน กล่าวคือ ส่วนแรกเป็นส่วนลงทะเบียน สำหรับชุมชนหรือเจ้าหน้าที่ในการบริหารจัดการเชื้อเพลิงเพื่อยื่นคำร้องต่อเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นเพื่อที่จะระบุข้อมูลต่าง ๆ ภายในแอปพลิเคชั่น เช่น ประเภทควัน ประเภทเชื้อเพลิง ขนาดพื้นที่ในการจัดการเชื้อเพลิง และส่วนที่สองเป็นส่วนตัดสินใจ โดยคำร้องจากส่วนลงทะเบียนจะถูกนำมาพิจารณาโดยศูนย์บัญชาการป้องกันและแก้ไขปัญหาไฟป่าเพื่อการอนุมัติ (Greennews, 2564) โดยจุดเด่นของแอปพลิเคชั่นนี้คือการยื่นขอการเผาเพื่อการบริหารจัดการการเผาในเขตพื้นที่นั้น ๆ

ภาพที่ 1 แอปพลิเคชั่น Burn Check

ภาพที่ 2 แอปพลิเคชั่น FireD

3. เชียงราย Hotspot แอปพลิเคชั่นที่ทำการตรวจจับจุดความร้อน (Hotspot) ที่เกิดขึ้นในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงรายแบบใกล้เวลาจริง โดยมีการแสดงผลข้อมูลแผนที่ การวิเคราะห์ทางสถิติ และระบบโทรศัพท์สายด่วน ข้อมูลหลักที่ใช้ภายในระบบนี้ได้จากเว็บไซต์ Fire Information for Resource Management System (FIRMS) ของหน่วยงาน Earth Science Data and Information System (ESDIS) ที่อยู่ภายใต้การดูแลขององค์การนาซ่า โดยข้อมูลที่ได้จะผ่านกระบวนการคัดกรองเพื่อเลือกเอาจุดความร้อนที่อยู่ในจังหวัดเชียงรายมาจัดแบ่งตามระดับอำเภอและตำบล แอปพลิเคชั่นดังกล่าวยังมีความสามารถในการคำนวณระยะห่างแบบเส้นตรงจากจุดที่เกิดไฟมายังตำแหน่งของผู้ใช้งาน

โดยแอปพลิเคชั่นนี้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำงานของเจ้าหน้าที่ส่วนควบคุมไฟป่าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้เป็นสื่อกลางในการสร้างเครือข่ายเพื่อติดตามการเผาในระดับชุมชน ซึ่งแอปพลิเคชั่นนี้มีจุดเด่นคือการตรวจจับจุดความร้อนแบบใกล้เวลาจริงในจังหวัดเชียงราย

4.IPollution ระบบแจ้งเตือนหมอกควันไฟป่าซึ่งในส่วนแรกจะแสดงข้อมูลมลภาวะหรือมลพิษต่าง ๆ ส่วนที่สองเป็นส่วนของข้อมูลข่าวสารเป็นส่วนที่แยกออกจากการตรวจสอบซึ่งหน่วยงานหรือผู้เกี่ยวข้องจะเป็นผู้ป้อนข้อมูลข่าวสารเข้าไป และส่วนสุดท้ายเป็นส่วนงานสำหรับหน่วยงานหรือผู้เกี่ยวข้อง หากระบบตรวจวัดค่าหมอกควันได้เกินมาตรฐานที่ผู้ใช้งานกำหนดจะมีการแจ้งเตือนไปที่เจ้าหน้าที่ดูแลระบบ และเจ้าหน้าที่จะส่งข้อความแจ้งเตือนไปยังผู้เกี่ยวข้อง เช่น พนักงานดับเพลิง ผู้ควบคุมไฟป่า หรือเจ้าหน้าที่ในเขตนั้น ๆ เพื่อให้เข้าไปดำเนินการได้อย่างทันท่วงที รวมถึงประชาชนในพื้นที่ในการเตรียมความพร้อม (9rmutkn, 2559) ซึ่งจุดเด่นของแอปพลิเคชั่นนี้คือการแสดงข้อมูลมลพิษแก่ประชาชนและการแจ้งเตือนบุคลากรเพื่อ การจัดการไฟป่าเมื่อพบค่าหมอกควันเกินกำหนด

ภาพที่ 3 แอปพลิเคชั่นเชียงราย Hotspot

ภาพที่ 4 แอปพลิเคชั่น IPollution

5.Forest Fire แอปพลิเคชั่นแจ้งเตือนและเฝ้าระวังไฟป่าในเขตพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย น่าน พะเยา ลำปาง ลำพูน แพร่ ตาก และ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นจังหวัดที่พบปัญหาหมอกควัน และพบค่าฝุ่นละอองเกินค่ามาตรฐานจากไฟป่าเกือบทุกปี เมื่อลงทะเบียนสำเร็จจะพบแผนที่แสดงกลุ่มจุดความร้อนที่แยกเป็นสีต่าง ๆ เช่น รูปเปลวไฟสีแดงแทนจุดเกิดเหตุไฟป่าที่เกิดขึ้นภายใน 24 ชั่วโมง รูปเปลวไฟสีเทาที่แทนเหตุไฟป่าที่มีการดำเนินการดับโดยเจ้าหน้าที่เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้ใช้งานสามารถแจ้งเหตุไฟป่าได้โดยเพิ่มรูปถ่าย วีดีโอ และพิกัดของสถานที่เกิดเหตุพร้อมระบุระดับความรุนแรงของไฟได้ จากนั้น ทีมงานจะคัดกรองการแจ้งเหตุแล้วส่งข้อมูลจะไปที่ศูนย์อำนวยการเฉพาะกิจป้องกันและแก้ปัญหาไฟป่าและหมอกควันระดับจังหวัดต่อไป อีกทั้ง เจ้าหน้าที่ยังสามารถแจ้งเหตุไฟป่าและรับแจ้งเหตุไฟป่าจากประชาชนได้ และสามารถใช้ระบบนำทางของแอปพลิเคชั่นเพื่อนำทางไปยังสถานที่เกิดเหตุได้ด้วยการประมวลผลจากดาวเทียม โดยแอปพลิเคชั่นนี้มีจุดเด่นคือการแสดงจุดความร้อนและประชาชนสามารถแจ้งเหตุไฟป่าได้

6.Air4thai แอปพลิเคชั่นจากกรมควบคุมมลพิษที่ให้ข้อมูลคุณภาพอากาศแบบเวลาจริง (Real-Time) จากสถานีตรวจวัดคุณภาพอากาศกว่า 60 แห่งทั่วประเทศ ทั้งค่า PM10 คือ ปริมาณฝุ่นละอองขนาดไม่เกิน 10 ไมครอน ก๊าซโอโซน ก๊าซคาร์บอนมอนออกไซด์ ก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ และก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์

ซึ่งทั้งหมดรวมเรียกว่า ดัชนี AQI โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ สีฟ้า หมายถึง คุณภาพดี ไปจนถึง สีแดง หมายถึง อันตราย โดยแสดงผ่านใบหน้าของตัวการ์ตูน รวมถึงมีการแสดงข้อมูลคุณภาพอากาศในพื้นที่แบบรายชั่วโมง สามารถตรวจสอบคุณภาพอากาศในพื้นที่ที่ต้องการได้ มีการแสดงสถิติในรูปแบบกราฟภายใน 7 วัน และสามารถดาวน์โหลดบทความองค์ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมได้ ซึ่งจุดเด่นของแอปพลิเคชั่นนี้คือการแสดงคุณภาพอากาศแบบเวลาจริงจากสถานีตรวจวัดคุณภาพอากาศ

ภาพที่ 5 แอปพลิเคชั่น Forest Fire

ภาพที่ 6 แอปพลิเคชั่น Air4thai

การยอมรับแอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่า

We are Social รายงานพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของประชาชนไทย พบว่าประชาชนไทยมีการใช้งานอินเตอร์เน็ต จำนวน 52 ล้านคน และมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียจำนวน 2.3 ล้านคน (Bltbangkok, 2563) ซึ่งแอปพลิเคชั่นที่นิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ 1.) Facebook, Youtube ร้อยละ 94 2.) Line ร้อยละ 85 3.) Facebook Messenger ร้อยละ 76 4.) Instagram ร้อยละ 65 5.) Twitter ร้อยละ 55 6.) Tiktok ร้อยละ 36 7.) Pinterest ร้อยละ 32 8.) Linkedin, We Chat, What App ร้อยละ 27 9.) Twitch, Skype ร้อยละ 25 และ 10.) Snapchat ร้อยละ 23 (Ourgreenfish, 2563) ซึ่งแอปพลิเคชั่นที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่เป็นแอปพลิเคชั่นด้านการติดต่อสื่อสารและความบันเทิง

จะเห็นได้ว่าการเลือกใช้งานแอปพลิเคชั่นที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าไม่ติดลำดับความนิยมของประชาชนไทย ซึ่งผู้เขียนบทความมีความคิดเห็นว่าการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นดังกล่าวมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ได้แก่ 1.) ปัจจัยแวดล้อม ซึ่งหากไม่ถึงช่วงระยะเวลาที่เกิดปัญหาหมอกควันและไฟป่าก็จะมีผู้ใช้งานเลือกใช้งานแอปพลิเคชั่น 2.) ภูมิประเทศ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นจะไม่เลือกใช้งานแอปพลิเคชั่น หากตนเองไม่ได้อยู่ในสถานที่ที่เกิดปัญหาหมอกควันและไฟป่า และ 3.) การยอมรับนวัตกรรม ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีอย่างแอปพลิเคชั่นของกลุ่มคนประเภทต่าง ๆ จะมีการยอมรับที่แตกต่างกันซึ่งจะทำให้มีจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นแตกต่างกันไปด้วย โรเจอร์และชูเมคเกอร์ (Everett M. Rogers & F. Floyd Shoemaker, 1971) ได้เสนอว่าโดยปกติในสถานการณ์ทั่วไปแล้วสามารถแบ่งกลุ่มคนตามช่วงเวลาในการยอมรับนวัตกรรมที่เผยแพร่ออกได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1.กลุ่มคนหัวก้าวหน้า (Innovators) กลุ่มนี้จะมีประมาณร้อยละ 2.5 ของสมาชิกทั้งหมด ลักษณะเด่นของคนกลุ่มนี้ คือ ชอบทดลองของใหม่ มีความกล้าเสี่ยง กล้าได้กล้าเสีย มีโลกทัศน์กว้างขวาง ก้าวไกล มีความสามารถที่จะเข้าใจและนำความรู้ใหม่ที่ซับซ้อนมาประยุกต์ใช้ได้

2.กลุ่มคนยอมรับเร็ว (Early Adopters) กลุ่มนี้จะมีประมาณร้อยละ 13.5 ของสมาชิกทั้งหมด เป็นกลุ่มที่ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่นเป็นจำนวนมากในท้องถิ่น เป็นกลุ่มที่มีความสุขุมรอบคอบ ประสบความสำเร็จในการใช้นวัตกรรมและไม่ก้าวหน้าเกินไปจากบุคคลทั่วไป

3.กลุ่มคนยอมรับก่อน (Early Majority) กลุ่มนี้จะมีประมาณร้อยละ 34.0 ของสมาชิกทั้งหมด คนกลุ่มนี้จะยอมรับความคิดใหม่ ๆ ก่อนสมาชิกทั่วไปในสังคม เป็นกลุ่มที่ชอบติดต่อกับเพื่อนฝูงแต่ไม่ค่อยได้เป็นผู้นำ จะคิดอย่างรอบคอบและใช้เวลาในการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมนานกว่า 2 กลุ่มแรก และจะยอมรับก็ต่อเมื่อคนกลุ่มเดียวกันได้ยอมรับแล้ว

4.กลุ่มคนยอมรับทีหลัง (Late Majority) กลุ่มนี้จะมีประมาณร้อยละ 34.0 ของสมาชิกทั้งหมด การยอมรับนวัตกรรมของคนกลุ่มนี้มักจะเกิดจากความจำเป็นทางเศรษฐกิจและเป็นความกดดันทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงกดดันจากเพื่อนฝูง ลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ เป็นคนชอบสงสัยหวาดระแวง ต้องรอให้นวัตกรรมนั้นเป็นที่ยอมรับ เป็นบรรทัดฐานของสังคมก่อนจึงยอมรับ

5.กลุ่มล้าหลัง (Laggards) กลุ่มนี้จะมีประมาณร้อยละ 16.0 ของสมาชิกทั้งหมด คนกลุ่มนี้มีลักษณะเป็นพวกอนุรักษ์นิยมรุนแรง หัวเก่า เปลี่ยนแปลงได้ยาก มีความน่าเชื่อถือผูกพันอยู่กับของเก่า ๆ และจะแสดงเด่นชัดว่าไม่ไว้วางใจต่อนวัตกรรม หรือต่อผู้นำการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น กลุ่มบุคคลนี้จะยอมรับนวัตกรรมนั้นก็ถูกใช้ไปอย่างสมบูรณ์จนกลายเป็นของเก่าและมักจะมีนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นซ้อนมาแล้ว

นอกเหนือจากการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มคนตามช่วงเวลาแล้ว ผู้เขียนมีความคิดเห็นว่า ภาษาที่ใช้ภายในแอปพลิเคชั่นควรมีภาษาชาติพันธุ์ร่วมด้วย เนื่องจากพื้นที่ที่เกิดปัญหาหมอกควันและไฟป่าส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่กลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ ซึ่งมีความหลากหลายทางภาษาเพราะหากใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาไทยเพื่อการสื่อสารภายในแอปพลิเคชั่นเพียงอย่างเดียวอาจทำให้กลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นทั้งชาวบ้านและเจ้าหน้าที่ดูแลไฟป่าไม่สะดวกในการใช้งานและไม่ยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชั่นได้ ดังนั้น การป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าในปัจจุบันที่ประสบความสำเร็จเพียงบางจังหวัดอาจเกิดจากการที่กลุ่มประชาชนภายในจังหวัดนั้น ๆ มีการยอมรับแอปพลิเคชั่นที่ไม่เท่ากัน

การใช้แอปพลิเคชั่นในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่า

ภาครัฐมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่ามาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีมาตรการบริหารจัดการโดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้บังคับบัญชาตามระบบแบบเบ็ดเสร็จ (Single Command) มาตรการสร้างความตระหนักโดยการให้ประชาชนรู้ถึงอันตรายและผลกระทบ มาตรการลดปริมาณเชื้อเพลิงโดยการจัดทำแนวกันไฟและการควบคุมการเผา มาตรการประชารัฐโดยการบูรณาการทุกภาคส่วนให้มีส่วนร่วมกับภาคราชการ กำลังทหาร เจ้าหน้าที่ อาสาสมัคร องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคธุรกิจเอกชน เพื่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

อาทิ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน นายศิริวัฒน์ บุปผาเจริญ รองผู้ว่าราชการจังหวัด ได้จัดอบรมการใช้แอปพลิเคชั่น Burn Check เพื่อการบริหารจัดการเชื้อเพลิงในพื้นที่ทำกิน เพื่อให้ทุกภาคส่วนเกิดความเข้าใจในการใช้งาน จากนั้นนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ต่อยังหน่วยงานปฏิบัติอื่น ๆ ต่อไป เนื่องจากจังหวัดแม่ฮ่องสอนประสบกับปัญหาหมอกควันและไฟป่าจำนวนมากซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชน โดยมีอำเภอปางมะผ้านำร่องในการอบรมก่อนจะขยายผลสู่อำเภออื่น ๆ ต่อไป เพื่อความยั่งยืนในอนาคต (จามจุรี ยรรยง, 2564)

ในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้แอปพลิเคชั่น Fire D เพื่อการแก้ไขปัญหาซึ่งในช่วงวิกฤติหมอกควันและไฟป่าที่ผ่านมาสามารถลดจุดความร้อนได้ถึงร้อยละ 60 และลดพื้นที่เผาไหม้ร้อยละ 50 แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์จบได้มีการถอดบทเรียนในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เนื่องจากแอปพลิเคชั่นเป็นเพียงเครื่องมือในการบริหารจัดการเชื้อเพลิงเท่านั้น ดังนั้น จึงมีการประชุมเชิงลึกและเชิงปฏิบัติการร่วมกับอาสาสมัคร ชาวบ้าน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เพื่อร่วมจัดทำแผนการจัดการเชื้อเพลิงในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ (Greennews, 2564)

ทางด้าน อาจารย์นิอร สิริมงคลเลิศกุล จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ (เชียงราย) กล่าวว่า เริ่มแรกของการทำงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าได้ร่วมทำงานกับเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบจุดความร้อน (Hotspot) ว่าเกิดสถานการณ์ไฟป่าจริงหรือไม่ เมื่อพบจุดความร้อนจะเข้าไปดำเนินการตรวจสอบโดยทันที หากถูกต้องจะทำให้เข้าถึงจุดไฟป่าได้อย่างรวดเร็วลดการลุกลามของไฟป่าได้ ซึ่งอาจารย์กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า จากการทำงานแอปพลิเคชั่นเพียงอย่างเดียวไม่สามารถดับไฟป่าได้ แต่การแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าต้องแก้ไขที่สาเหตุหลัก คือ เรื่องการใช้ประโยชน์ที่ดิน การสร้างอาชีพ เป็นต้น ดังนั้น อาจารย์นิอร จึงให้ความสำคัญต่อการสร้างเครือข่าย (สถานีโทรทัศน์ ThaiPBS, 2561) โดยจัดการอบรมการใช้งานแอปพลิเคชั่นสำหรับชาวบ้านที่เป็นเครือข่ายในการดับไฟป่า หรือการจัดอบรมแก่นักศึกษาผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้รับกลับไปเผยแพร่แก่ครอบครัว ญาติ และบุคคลที่ใกล้ชิด

เช่นเดียวกันกับที่สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศได้จัดอบรมการใช้งานแอปพลิเคชั่นแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่า โดยสำนักข่าว NBT นำเสนอข่าวว่า “...เพื่อให้การแก้ไขปัญหาหมอกควันใน 9 จังหวัดทางภาคเหนือดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน GISDA จึงได้ร่วมกันกับกรมบรรเทาสาธารณภัย จัดโครงการทีมประชารัฐเฝ้าระวังไฟป่าและหมอกควันประจำปี 2561 ขึ้น เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ร่วมเป็นเครือข่ายสมาชิกในการแจ้งข่าวสารสาธารณภัย พร้อมทั้งฝึกอบรมการใช้งานแอปพลิเคชั่น Forest Fire ให้กับอาสาสมัครและเครือข่าย ซึ่งเป็นประชาชนในพื้นที่ที่จะช่วยเป็นหูเป็นตาในการแจ้งเหตุไฟป่าหรือพื้นที่ที่ถูกไฟเผาไหม้ส่งข้อมูลให้กับภาครัฐที่รับผิดชอบเข้าไปตรวจสอบและป้องกันเหตุได้อย่างทันท่วงที ซึ่งเป็นการปรับกลยุทธ์การเข้าถึงสถานการณ์ของหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนในการทำงานเชิงรุกที่เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม” (สถานีโทรทัศน์ NBT, 2561)

แต่อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรู้จักแอปพลิเคชั่นและการอบรมใช้แอปพลิเคชั่นเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าส่วนใหญ่จะดำเนินการเพียงผู้นำทางความคิด เช่น ผู้นำชุมชน อาสาสมัครดับไฟป่า บุคลากรของรัฐ กลุ่มผู้นำนักศึกษา เป็นต้น แต่ยังขาดการสื่อสารให้ครอบคลุมไปยังกลุ่มเป้าหมายทุกคน ซึ่งอาจทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ไม่รู้จักแอปพลิเคชั่นต่าง ๆ ได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากการที่พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีได้กล่าวแนะนำให้หน่วยงานของรัฐนำเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นการดับไฟป่ามาใช้ ในคราวที่มาเป็นประธานการประชุมเตรียมความพร้อมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาไฟป่าและหมอกควันพื้นที่ภาคเหนืออีกด้วย (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2563) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานของรัฐยังขาดการใช้แอปพลิเคชั่นในการบริหารจัดการปัญหา

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ปัญหาหมอกควันและไฟป่าในเขตภาคเหนือยังคงเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในหลายมิติ ดังนั้น ประชาชนทุกคนควรร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา หากแต่ประชาชนเพียงกลุ่มเดียวหมู่บ้านเดียวไม่อาจจะแก้ไขปัญหาให้หมดไปได้ ผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าทุกภาคส่วนควรช่วยกันสร้างความตระหนักให้ประชาชนรับรู้ว่าหมอกควันจากไฟป่ามีอันตรายต่อสุขภาพถึงขั้นเสียชีวิตได้และไฟป่าจะสร้างผลกระทบตามมาอย่างมหาศาล

ผู้นำในการจัดการปัญหาควรสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ไขปัญหาและสร้างกระบวนการแก้ไขปัญหาด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งจะทำให้เกิดการสื่อสารเพื่อการระดมพลังจากทุกภาคส่วนในการแก้ไขปัญหาไม่ใช่เป็นการสื่อสารทางเดียวซึ่งจะทำให้การสื่อสารเกิดความล่าช้าไม่ทันการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขมลพิษทางอากาศจากหมอกควันในจังหวัดแม่ฮ่องสอน (ณัฐชยา อุ่นทองดี, 2556) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ความตระหนักและความมีจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจและการได้รับผลกระทบจากมลพิษทางอากาศและหมอกควัน ปัจจัยด้านการจัดการ ได้แก่ ศักยภาพของชุมชนและการสนับสนุนจากหน่วยงาน อีกทั้ง สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน ควรมีการนำเสนอเรื่องแอปพลิเคชั่นเพื่อการแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ประชาชนรับรู้ว่ามีเทคโนโลยีที่สามารถแจ้งเตือนจุดเกิดหมอกควันและไฟป่าและใช้ในการบริหารจัดการการเผา และควรสร้างความรู้และความเข้าใจในการใช้งานแอปพลิเคชั่น นอกจากนั้น ผู้นำทางความคิดต่าง ๆ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ นายกองค์บริหารส่วนจังหวัด ครู อาจารย์ พระสงฆ์ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ตำรวจ ฯลฯ ควรช่วยกันประชาสัมพันธ์ว่ามีแอปพลิเคชั่นเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าที่ใช้งานง่ายและน่าสนใจ ซึ่งหากผู้นำความคิดใช้งานเป็นตัวอย่างก็จะทำให้บุคคลที่อยู่รอบตัวใช้งานแอปพลิเคชั่นตามไปด้วย ดังนั้น ผู้นำทางความคิดเหล่านี้จะต้องเป็นคนกลุ่มหัวก้าวหน้าที่ยอมรับนวัตกรรมอย่างแอปพลิเคชั่นนี้ไปใช้งาน หรืออาจเป็นกลุ่มคนที่ยอมรับเร็วในการใช้แอปพลิเคชั่นนี้ไปทดลองใช้งานซึ่งจะทำให้ประชาชนซึ่งเป็นทั้งกลุ่มคนที่ยอมรับก่อนและกลุ่มคนที่ยอมรับนวัตกรรมทีหลังทดลองใช้แอปพลิเคชั่นนี้ตามได้ไม่ยาก ดังเช่น งานวิจัยเรื่องการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงค์กิ้งแอพพลิเคชั่น (ปวิตรา สอนดี, 2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 40-60 ปี ร้อยละ 33 ยังไม่ใช้บริการโมบายแบงค์กิ้งแอพพลิเคชั่น และมีระดับความคิดเห็นปานกลางที่จะใช้บริการนี้ในอนาคต และแสดงความคิดเห็นว่าบุคคลรอบตัวมองว่าผู้ที่ใช้บริการดังกล่าวเป็นบุคคลที่มีความทันสมัยและดูดี และประการสำคัญประชาชนไทยจะต้องมีความตระหนักในการแก้ไขปัญหาโดยไม่ละเลยให้ประชาชนที่อยู่ใกล้กับบริเวณที่เกิดหมอกควันและไฟป่าแก้ไขเพียงกลุ่มเดียวเพราะปัญหานี้ต้องใช้ความร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา รวมไปถึงการกำหนดมาตรการทางกฎหมายที่มีบทลงโทษเพิ่มมากขึ้น

ทางด้านข้อเสนอเชิงนโยบายต่อประเด็นนวัตกรรมการจัดการผ่านแอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่า ผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าประเทศไทยควรตั้งวัตถุประสงค์ (Policy objective) ต่อปัญหาดังกล่าว คือ ประเทศไทยควรใช้แอปพลิเคชั่นเพิ่มมากขึ้นทั้งในระดับหน่วยงานและระดับปัจเจกบุคคล ดังนั้น แนวการดำเนินงานของนโยบาย (Policy means) คือ รัฐควรให้การส่งเสริมสนับสนุน ในการใช้งานแอปพลิเคชั่น เช่น สนับสนุนงบประมาณเพื่อการพัฒนานวัตกรรมด้านการตรวจสอบหมอกควันและไฟป่าที่มีประสิทธิภาพ สนับสนุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานและประชาชนรู้จักแอปพลิเคชั่นในการแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าเพิ่มมากขึ้น และให้หน่วยงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าส่งเสริมให้ประชาชนเลือกใช้งานแอปพลิเคชั่นเพื่อสนับสนุนภารกิจของหน่วยงาน และกลไกของนโยบาย (Policy mechanism) คือ รัฐควรออกกฎ ระเบียบ ข้อบังคับในการใช้งานแอปพลิเคชั่นเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่า เช่น บังคับให้หน่วยงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่าต่าง ๆ ใช้แอปพลิเคชั่นในการบริหารจัดการหมอกควันและไฟป่าอย่างบูรณาการ

บรรณนานุกรม

จามจุรี ยรรยง. (2564). *จ.แม่ฮ่องสอน เตรียมนำร่องใช้แอปพลิเคชัน Burn Check ใน อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน และอำเภอปางมะผ้า แก้ไขปัญหาไฟป่า หมอกควัน และฝุ่นละออง อย่างความยั่งยืน* สืบค้นจาก : https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210512125049853.

ณัฐชยา อุ่นทองดี. (2556). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขมลพิษทางอากาศจากหมอกควันในจังหวัดแม่ฮ่องสอน.* วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธวัชชัย ดวงไทย และวริษฐา อุเทศนันท์. (2560). *บทบาทเชิงสังคมของสื่อใหม่ในการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควัน : กรณีศึกษาสื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ในจังหวัดเชียงราย.* เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

นิอร สิริมงคลเลิศกุล. (2561). *การสร้างเครือข่ายเพื่อการป้องกันและติดตามการเผาในพื้นที่ต้นแบบ 5 ชุมชนในจังหวัดเชียงรายด้วยระบบติดตามการเผาผ่านระบบโทรศัพท์อัจฉริยะ* สืบค้นจาก : http://www.thaiexplore.net/file_upload/submitter/file_doc/5260d0a9a0bafc4616c1363573a9da47.pdf.

ประชาชาติธุรกิจ. (2564). *ไฟป่า-หมอกควันภาคเหนือยวิกฤตหนัก ยอดผู้ป่วยเชียงใหม่พุ่ง 3 หมื่นคน* สืบค้นจาก : https://www.prachachat.net/local-economy/news-626644.

ปวิตรา สอนดี. (2560). *การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงค์กิ้งแอพพลิเคชั่น.* กรุงเทพ : การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิทยาศักดิ์ รุจิวรกุล. (2564). *Burn Check Application* สืบค้นจาก : https://www.youtube.com/watch?v=wtzmXvHU0Hk.

ศิวัช พงษ์เพียจันทร์ และคณะ (2562). *PM 2.5 มัจจุราชเงียบ.* กรุงเทพ : สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์.

สถานีโทรทัศน์ NBT. (2561). *App แจ้งเหตุติดตามสถานการณ์หมอกควัน* สืบค้นจาก : https:// www.youtube.com/watch?v=HvXnFKy0fdA.

สถานีโทรทัศน์ ThaiPBS. (2561). *The North องศาเหนือ : เชียงรายเมืองไร้ควัน* สืบค้นจาก : https:// www.youtube.com/watch?v=ffuRbEA6exU&t=345s.

สยามรัฐ. (2564). *ยกเลิกแล้ว 11 เที่ยวบินจากพิษควันไฟป่า.* สืบค้นจาก: https://siamrath.co.th/n/228789.

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2563). *นายกรัฐมนตรีมอบนโยบายป้องกันแก้ไขปัญหาไฟป่าและหมอกควันพื้นที่ภาคเหนือ ตั้งเป้าลดจุดความร้อนต่อเนื่อง เพิ่มประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนประชาชนในพื้นที่.* สืบค้นจาก : https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/35372.

9rmutkn. (2559). i*Pollution ระบบแจ้งเตือนหมอกควันไฟป่า* สืบค้นจาก : https://9rmutkn.wordpress.com/2016/07/24/ipollution-ระบบแจ้งเตือนหมอกควัน.

Bltbangkok. (2563). *วิจัยชี้วิกฤตโควิด-19 ส่งผลให้ชาวไทยใช้เวลาในแอปฯหาคู่เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 21%* สืบค้นจาก : https://www.bltbangkok.com/news/18972/.

Deksamrong. (2562). *เปรียบเทียบระหว่างระบบปฏิบัติการ Android กับ iOS ต่างกันอย่างไร* สืบค้นจาก : https://www.maclolz.com/2019/07/android-ios.html.

Greennews. (2564). *"FireD" แอพจัดการไฟป่า-PM2.5 เจียงใหม่ "ดีจริง ควรใช้ต่อ"* สืบค้นจาก : https://greennews.agency/?p=23771.

Ourgreenfish. (2563). *สถิติดิจิทัลของประเทศไทย จาก Digital Thailand ประจำปี 2020* สืบค้นจาก : https://blog.ourgreenfish.com/สถิติดิจิทัล-ของประเทศไทยจาก-digital-thailand-ประจำปี-2020.

Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of innovation : A cross-cultural approach*. New York : The Free Pree.

Tadoo. (2564). *Android VS iOS เมื่อจะเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือสักเครื่องจะเลือกระบบปฏิบัติการอะไรดี* สืบค้นจาก : https://tadoo.co/อินเทอร์เน็ต/คู่มือ/android-vs-ios/. เมื่อ 20 พฤศจิกายน 2564

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[สุธาวัลย์, สันทัด หน้า 167-177]

กลยุทธ์การนำเสนอข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์

Strategies for presenting news via Facebook used by the District 7 Public Relations Department Office

สุธาวัลย์ โอสถเจริญ, *สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*

สันทัด ทองรินทร์, *สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*

Suthawan Osodcharoen, *Communication Arts, Sukhothai Thammathirat University*

Santat Thongrin, *Communication Arts, Sukhothai Thammathirat University*

email : suthosod@gmail.com, santat.t@gmail.com

Received: 8 October 2021 ; Revised: 30 November 2021 ; Accepted: 10 December 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระบวนการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร 3) ความพึงพอใจของสมาชิกแฟนเพจและเฟซบุ้กกลุ่ม 4) ความต้องการข้อมูลข่าวสารของสมาชิกแฟนเพจและเฟซบุ้กกลุ่ม ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานฝ่ายประชาสัมพันธ์สื่อเฟซบุ้กสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จำนวน 4 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสรุปความ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจและเฟซบุ๊กกลุ่มของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จำนวน 413 คน เลือกตัวอย่างแบบสมัครใจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อเฟซบุ้กสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน คือ (1) การคัดเลือกข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ (2) การวิเคราะห์ประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจจากประชาชน โดยยึดโยงกับนโยบายของรัฐบาลและภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ (3) การวิเคราะห์เนื้อหา สรุปใจความสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กระชับและเข้าใจได้ง่าย (4) การเลือกรูปแบบในการนำเสนอ (5) การดำเนินการผลิตตามรูปแบบการนำเสนอที่วางไว้ (6) การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร (7) การดำเนินการไลค์ และ แชร์ ไปยังหน้าเฟซบุ๊กบุคคล และเฟซบุ๊กกลุ่ม ตามกลุ่มเป้าหมายของข่าวสาร (8) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการนำเสนอเพื่อปรับปรุงและแก้ไข 2) กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ด้านผู้ส่งสาร โดยใช้ความน่าเชื่อถือความเป็นหน่วยงานภาครัฐ การสร้างการจดจำในตัวบุคคลผ่านผู้ประกาศ

(2) กลยุทธ์ด้านสาร โดยนำเสนอข้อมูลข่าวสารหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย การกำหนดประเด็นข้อมูลข่าวสารในเรื่องนโยบายและสวัสดิการของทางภาครัฐที่กำลังได้รับความนิยม เพื่อสร้างตลาดที่มีความเฉพาะกลุ่ม (3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการสื่อสาร ทางสื่อเฟซบุ๊กเนื่องจากมีระบบการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึงที่ทำให้ทราบถึงข้อมูล ของประเด็นข่าวสารที่เป็นที่สนใจ รวมถึงสามารถวัดผลและประสิทธิภาพของข้อมูลข่าวสารที่ทำการเผยแพร่ไปออกมาเป็นตัวเลขทางสถิติที่เป็นรูปธรรมได้ 3) สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความพึงพอใจด้านเนื้อหา วิธีการนำเสนอ เทคนิค และการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก 4) ความต้องการเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ด้านเทคนิค การมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: กลยุทธ์ การนำเสนอข่าวสาร สื่อเฟซบุ๊ก สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the process of presenting news on Facebook used by the Public Relations Department's District 7 Office; 2) the office's strategies for presenting news via Facebook; 3) satisfaction of members of the Facebook fanpage and Facebook group; 4) members' demand for news from District 7 Public Relations Department Office.

This was a mixed methods research. For the qualitative part, 4 administrators and PR workers of the Public Relations Department District 7 Office were interviewed using an interview form. Data were analyzed by summarizing. For the quantitative part, 413 members of the Public Relations Department District 7 Office Facebook fanpage and Facebook group were surveyed using a questionnaire. The samples were chosen through voluntary sampling. Data were analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that 1) there were 8 steps to the process of presenting news on Facebook used by the Public Relations Department's District 7 Office: (1) selecting news and information from different kinds of media; (2) considering the relevance of the news based on public interest at the time, government policies and the Public Relations Department's mission; (3) analyzing the content, summarizing the main points, and concentrating it into an easy-to-understand concise message; (4) choosing the presentation format; (5) producing the media in the selected format; (6) presenting the news; (7) liking and sharing to the target audience (individuals and Facebook groups); (8) deep analysis of the reception of the news in order to improve. 2) The office used 3 main strategies for presenting news on Facebook: (1) the message sender strategies were utilizing the Public Relations Department's credibility as a government agency and building public recognition of newscasters; (2) message strategies were presenting news in several formats to meet the needs of diverse groups of target viewers and putting emphasis on government policies and services that are currently popular to create a niche market; and (3) the media strategy was to use Facebook because it has a built in data analysis system that enables you to know which news items are most popular and to track viewer numbers and statistics like likes and shares in concrete terms. 3) Members of the Public Relations Department District 7 Office Facebook fanpage and Facebook group had a high level of satisfaction with the office's Facebook

content, presentation methods, technical aspects and avenues for participation. 4) Members had a high level of demand for content, presentation methods, technical aspects and participation.
Keywords: communication strategies, District 7 Public Relations Office, Facebook, news presentation

บทนำ

สื่อโซเชียลมีเดีย ถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากในประเทศไทย เพราะประชาชนส่วนใหญ่นิยมติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย จากสถิติคนไทยใช้สื่อออนไลน์มากถึงร้อยละ 86.9 โดยส่วนใหญ่โพสต์ข้อความ ภาพและคลิปต่างๆ เพื่อสร้างกระแสรับรู้ ทั้งที่มีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ (สสส., ออนไลน์, 2561) และหากพูดถึงสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยมากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง นั่นคือ เฟซบุ๊ก (Faceboook) โดยข้อมูลจาก สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2563) ผ่านการสำรวจของผู้ตอบแบบสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2563 จำแนกตามแพลตฟอร์ม/ชุมชนออนไลน์ (Online community) ที่ใช้ Social Media พบว่าผู้ตอบแบบสำรวจฯ นิยมใช้ Social ผ่านเฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็น 98.2% จึงทำให้เห็นว่าสื่อเฟซบุ๊กเป็นช่องทางสื่อสารที่มีอิทธิพลอย่างมากในสังคมไทย จึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจที่สามารถใช้ในการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง โดยมีประเภทการใช้งานของเฟซบุ๊กขั้นพื้นฐาน ว่ามี 3 รูปแบบหลักๆ คือ Personnel (ส่วนตัว) เป็นการสร้างบัญชีส่วนตัว Group (กลุ่ม) เป็นการสร้างบัญชีในลักษณะกลุ่มที่สามารถเข้ามาเป็นสมาชิกได้ และ Fanpage (แฟนเพจ) เป็นการสร้างบัญชีในลักษณะของหน่วยงาน องค์กร เพื่อสร้างการติดตามจากผู้ที่สนใจ (เกศริน รัตนพรรณทอง, 2555)

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานภาครัฐ ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นจริง ตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความหน้าเชื่อถือทางด้านการนำเสนอข่าวให้แก่ประชาชน จากเดิมอาศัยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อหลัก คือ วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์เท่านั้น แต่ด้วยความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสาร ที่ให้ความสำคัญกับสื่อสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ และเพื่อให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จึงให้ความสำคัญกับช่องทางสื่อสังคมเฟซบุ๊กในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้แก่ประชาชนเทียบเท่ากับช่องทางสื่อหลัก โดยใช้กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อการเข้าถึงและสร้างภูมิคุ้มกันให้ประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ ไม่ตกเป็นเครื่องมือในการส่งต่อข่าวบิดเบือนจากผู้ไม่หวังดี ที่อาจจะก่อให้เกิดผลกระทบในสังคมได้ นอกจากนี้ยังสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวัดผลความสำเร็จของการเข้าถึงข้อมูลของประชาชนได้อีกด้วย ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบที่เป็นรูปธรรมมากกว่าสื่อหลัก ซึ่งสามารถอ้างอิงข้อมูลการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้เผยแพร่ผ่านสื่อเฟซบุ๊กสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายรัฐบาล คือ โครงการคนละครึ่ง ที่ได้มีการเผยแพร่ในรูปแบบของข่าวสารและอินโฟกราฟฟิก เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2563 ซึ่งมียอดเข้าถึง มากกว่า 4,400,000 ครั้ง และยอดการมีส่วนร่วมมากกว่า 390,000 ครั้ง (สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 https://www.facebook.com/prd.region7) จึงทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของขั้นตอนและกระบวนการดังกล่าวที่จะสามารถต่อยอดในการผลิตข้อมูลข่าวสารของภาครัฐและเผยแพร่ข้อมูลนั้นๆ ให้ไปสู่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเกิดเป็นการวิจัยชิ้นนี้ขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกแฟนเพจและเฟซบุ๊กกลุ่ม ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7
4. เพื่อศึกษาความต้องการข้อมูลข่าวสารของสมาชิกแฟนเพจและเฟซบุ๊กกลุ่ม ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล

1) สื่อสังคม (Social Media)

สื่อสังคม หรือ Social Media คือรูปแบบและช่องทางในการส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับความนิยม โดย Noonbgle (2559 อ้างใน บรรพต วรธรรมบัณฑิต 2559) ได้สรุปความหมายของ Social Media ไว้ว่า เป็นสื่อสังคมที่ใช้ส่งต่อข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และสามารถสื่อสารได้ 2 ทาง โดยผู้ส่งสารทำหน้าที่ในการส่งต่อเรื่องราวรูปภาพและวิดีโอที่เชื่อมโยงกันความสนใจของผู้ที่อยู่ในเครือข่ายของตน และขณะเดียวกันผู้ที่อยู่ในเครือข่ายก็สามารถแสดงความคิดเห็นตอบกลับมายังต้นทางได้ จึงทำให้เกิดแรงจูงใจให้องค์กรต่างๆ นำสื่อสังคมมาใช้เนื่องจากจะก่อให้เกิดการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานและกลุ่มเป้าหมาย สร้างเครือข่ายสื่อสังคม เพิ่มการรับรู้ และยอดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (ภัทราพร ศิริไพบูลย์, 2559) โดยสื่อสังคมมีหลากหลายประเภทและมีการใช้งานในวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้สื่อสังคมประเภทหนึ่งที่ได้รับการยอมรับและนิยมใช้งานกันอย่างกว้างขวางคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งถูกนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน และเฟซบุ๊กมีการแบ่งประเภทการใช้งานขั้นพื้นฐานใน 3 รูปแบบหลักๆ คือ แบบบัญชีส่วนตัว (Personnel) การสร้างบัญชีในลักษณะกลุ่ม (Group) เป็นที่สามารถเข้ามาเป็นสมาชิกได้ และแบบแฟนเพจ (Fanpage) เป็นการสร้างบัญชีในลักษณะของหน่วยงาน องค์กร เพื่อสร้างการติดตามจากผู้ที่สนใจ (เกศริน รัตนพรรณทอง 2555) ซึ่งลักษณะใช้งานเฟซบุ๊กตามลักษณะข้างต้น สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จึงได้นำมาเป็นแนวทางในการใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารต่างๆ ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ที่สนใจการเข้าใช้บริการในรูปแบบการใช้งานของเฟซบุ๊กที่ชื่นชอบ เพื่อให้สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสมและตรงต้องความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

2.แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัล

1) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ จากพฤติกรรมของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไป เพราะการนำเสนอและส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็ว และเพื่อการสื่อสารมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการคิดค้นวิธีในการสร้างความน่าสนใจในตัวเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ ที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารเกิดความสนใจ เกิดการตอบสนอง และเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดย Kallier (2017 อ้างใน ภัศรา ศรีสุโข, 2563) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีรายละเอียด คือ 1) การสื่อสารการตลาดแบบทันท่วงเวลา (Real-Time Marketing) คือ การให้ความสำคัญกับการติดตามประเด็นที่กำลังเป็นที่ความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อให้สามารถตอบสนองให้สอดคล้องกับความต้องการ ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ผ่านช่องทางที่มีประสิทธิภาพ ทั้งข้อความอัตโนมัติเพื่อเตรียมตอบสนองกลุ่มเป้าหมายในการเข้าถึงทันที (Automated Real-Time Marketing) รวมทั้งการสื่อสารแบบให้สิทธิพิเศษเป็นรายบุคคลในรูปแบบของสมาชิก (Personalized Marketing) นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารเชิงการตลาด โดยการสร้างข้อความทางการตลาดเนื่องในโอกาสพิเศษ และเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ในช่วงเวลานั้นๆ (Marketing Campaign) และ 2) การสื่อสารการตลาดแบบไวรัส (Viral Marketing) คือ การส่งต่อข้อมูลทางการตลาดแบบเป็นทอดๆ เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารเป็นวงกว้าง

รวมทั้งการสร้างข้อมูลทางการตลาด ที่สามารถง่ายต่อความเข้าใจ สั้น กระชับ เพื่อให้ง่ายต่อการส่งต่อข้อมูลหรือผลิตซ้ำ สอดคล้องกับแจงจูงใจและพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ที่ขับเคลื่อนด้วยอารมณ์ความรู้สึก เช่น ความรัก ความเข้าใจ ความโลภ ความปรารถนา และความหิวโหย เพื่อนำมาวิเคราะห์สร้างสรรเป็นชิ้นงานเพื่อสื่อสารออกไปผ่านเครือข่ายออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ข้อความ ตัวอักษร อินโฟกราฟฟิก คลิปวิดีโอ

ซึ่งที่กล่าวมานี้ สามารถใช้ในการอธิบายกลยุทธ์ในการนำเสนอข่าวสารทางสื่อเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ที่เน้นการนำเสนอประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจ ให้แก่สมาชิกที่ติดตามสื่อเฟซบุ๊กของหน่วยงานได้ทราบ ผ่านการนำเสนอด้วยถ้อยคำและภาษาที่ง่ายต่อความเข้าใจ ผ่านรูปแบบนำเสนอที่หลากหลาย

2) กลยุทธ์การสื่อสารด้วยการใช้สื่อดิจิทัล สื่อสังคมกลายมาเป็นช่องทางที่ถูกนำมาใช้เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กร เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว และเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการวางแผนการตลาดในปัจจุบัน ดังที่ กัญชลี สำลีรัตน์ (2559 อ้างใน บรรพต วรธรรมบัณฑิต, 2559) ได้สรุปเหตุผลที่มีการใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ ว่าเกิดขึ้นเพราะคนไทยส่วนใหญ่ใช้งานบนสื่อสังคม เนื่องจากไม่จำเป็นต้องเสียงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ เพราะสามารถสร้างความสนใจจากการพูดถึง บอกต่อ หรือแม้กระทั่ง การกดชื่นชอบ การกดส่งต่อ การตอบกลับ ซึ่งถือว่าเป็นการตลาดที่ดีที่สุด (Earned Media) สำนักประชาสัมพันธ์ 7 จึงเห็นความสำคัญของช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ในการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถือว่ามีประสิทธิภาพ และสามารถดำเนินการตามเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

3) กลยุทธ์การสื่อสารผ่านเครือข่ายดิจิทัล ในธุรกิจด้านสื่อนั้นมีการนำโซเชียลมีเดียมาใช้ เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง นอกจากนี้จำเป็นต้องให้ความสำคัญในการบริหารการสื่อสาร เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดความชื่นชอบ และสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่กลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ดังเช่นที่ พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2558) กล่าวไว้ใน กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อบริหารแบรนด์และสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล ว่า หากต้องการให้องค์กรประสบความสำเร็จในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้เป็นที่สนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้อง มีการติดตามและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย สร้างประเด็น เรื่องราว ให้มีคุณภาพที่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการส่งต่อข่าวสาร (แชร์) นั้นๆ สร้างความน่าสนใจ ส่งผลบวกแก่องค์กร

3. กลยุทธ์เกี่ยวกับการออกแบบเนื้อหา การสร้างสารให้มีประสิทธิภาพนั้นต้องอาศัยทักษะการสื่อสารของผู้สร้างสารและผู้รับสาร ด้วยทักษะการคิด การเขียน การอ่าน การฟัง การสังเกต เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสารตรงกัน ดังนั้นเนื้อหาและการออกแบบนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้รับสาร ยิ่งถ้าสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายยิ่งมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Gibson and Hanna (1992) ที่ถูกกล่าวถึงโดย นนทญา หงษ์รัตน์ (2550) ว่าด้วยเรื่องสิ่งจำเป็นที่ผู้สร้างสารควรคำนึงถึง นั่นคือ เนื้อหาและคุณภาพของสาร มีคุณค่า มีเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหรือไม่ เป็นสารที่ผู้รับสารกำลังได้สนใจหรือไม่ และเนื้อหามีความเหมาะสมตรงตามกลุ่มผู้รับสารหรือไม่ ซึ่งเจ้าหน้าที่บุคลากรที่มีบทบาทในการผลิตข่าวสารเพื่อเผยแพร่ในสื่อเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์ประเด็นข่าวที่กำลังเป็นที่สนใจ สรุปใจความสำคัญ และบอกเล่าเรื่องราวให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้อย่างง่ายดาย เพื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็ว เข้าใจง่าย และได้เป็นความจริง

4. แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

โดยปัจจัยที่สามารถนำไปสู่การนิยามคำว่า ข่าว ตามที่ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545 อ้างใน ศิรดา เหรียญวิทยากุล, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, 2559) ได้มีการรวบรวมนิยามคำว่าข่าวจากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทั้งในและต่างประเทศ ออกมาเป็น 3 ปัจจัยหลัก คือ 1. ข้อเท็จจริง (Fact) เหตุการณ์ (Event) ความคิด (Idea) ที่เพิ่งได้รับการค้นพบ หรือมีการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า 2. มีความสำคัญ (Significantly) เป็นที่สนใจ (Interesting) ของกลุ่มคนบางกลุ่ม หรือกลุ่มคนส่วนใหญ่ของสังคม และ 3. ได้รับการหยิบยกขึ้นมานำเสนอ (Reporting) ผ่านช่องทางสื่อมวลชนที่เป็นทางการและเป็นที่ยอมรับ

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้เห็นว่า คำว่าข่าวนั้น จำเป็นที่จะต้องเป็นการรายงานข้อเท็จจริง โดยต้องเป็นข้อมูลและเหตุการณ์ที่มีความสำคัญ โดย นรินทร์ นำเจริญ (2549 อ้างใน ศิรดา เหรียญวิทยากุล, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, 2559) ได้กล่าวว่า เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ที่ชัดเจนและถูกต้อง จำเป็นที่จะต้องมีการแสวงหาข้อเท็จจริง ผ่านการศึกษาค้นคว้า หรือการลงพื้นที่เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์และรับรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ให้ความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ผ่านการตรวจสอบข้อเท็จจริงจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ เพื่อนำมาเผยแพร่ให้เกิดการรับรู้ที่ถูกต้อง สร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix methods) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายการบริหารงาน วางแผน สั่งการ ปฏิบัติ และประเมินผล ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อสังคมเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์ และ นายช่างไฟฟ้าชำนาญงาน 2 คน รวมผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสิ้น 4 คน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์ คือ ความเป็นมาของเฟซบุ๊กสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมเฟซบุ๊ก กระบวนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางสื่อเฟซบุ๊ก กลยุทธ์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางสื่อ เฟซบุ๊กปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 วิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปประเด็นตามวัตถุประสงค์ การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มสมาชิกสื่อเฟซบุ๊กสำนัก ประชาสัมพันธ์เขต 7 ประกอบด้วยสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจและเฟซบุ๊กกลุ่มของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 โดยมี จำนวนสมาชิก ณ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 คือ 325,865 คน (สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ https://www.facebook.com/prd.region7, 2564) กำหนดขนาดตัวอย่างสูตร Yamane (1970) จำนวน 400 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบสมัครใจ (สำหรับการวิจัยครั้งนี้มีผู้สมัครใจตอบแบบสอบถาม 413 คน) และใช้แบบสอบถาม ออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีคำถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด 4 ส่วน คือ ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอ เทคนิคการนำเสนอ และการมีส่วนร่วม ส่วนความต้องการของสมาชิกประกอบด้วยด้านต่างๆ คือ ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านเทคนิค และด้านการมีส่วนร่วม และข้อเสนอแนะ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ สามารถ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1.กระบวนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรม ประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ตามหลัก 3Ps ของการผลิตสื่อ ซึ่งมี 8 ขั้นตอนย่อย ได้ดังต่อไปนี้ ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-production) ประกอบด้วย 1) การคัดเลือกข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภท ต่างๆ 2) การวิเคราะห์ประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจจากประชาชน โดยยึดโยงกับนโยบายของรัฐบาลและภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ 3) การวิเคราะห์เนื้อหา สรุปใจความสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กระชับและเข้าใจได้ ง่าย 4) การเลือกรูปแบบในการนำเสนอ เช่น คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก การถ่ายทอดสด หรือ ไลฟ์ ขั้นการผลิต (Production) ประกอบด้วย 5) เนินการผลิตตามรูปแบบการนำเสนอที่วางไว้ ขั้นหลังการผลิต (Post- production) ประกอบด้วย 6) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเฟซบุ๊ก 7) การดำเนินการไลค์ และ แชร์ ไปยังหน้าเฟซบุ๊กบุคคล และเฟซบุ๊กกลุ่มตามกลุ่มเป้าหมายของข่าวสารนั้นๆ และ 8) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการ นำเสนอข้อมูลข่าวสารในแต่ละครั้งเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขในครั้งต่อไป

2. กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 นั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังต่อไปนี้ 1) กลยุทธ์ผู้ส่งสาร โดยกลยุทธ์นี้อาศัยความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน นั่นคือ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการที่จะต้องนำเสนอแต่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เป็นจริง ถูกต้อง และเชื่อถือได้ 2) กล ยุทธ์สาร โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนโยบายภาครัฐที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ประเด็นใกล้ตัว ประเด็นที่กำลังเป็นที่ โดยผ่านกระบวนการสรุปสาระสำคัญและสื่อสารด้วยประโยคและภาษาที่เข้าใจได้ง่าย และ 3) กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร โดยสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ได้นำสื่อเฟซบุ๊กมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านทางช่องทางนี้ อีกทั้งสื่อเฟซบุ๊กยังมี ระบบการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึง (Data Analytics) ที่ช่วยทำให้ทราบถึงข้อมูลของผู้ที่ติดตาม เพื่อใช้ในการเก็บเป็นสถิติ สามารถวัดผล และนำมาปรับปรุงแก้ไขชิ้นงานในครั้งต่อไปได้

3.ความพึงพอใจและความต้องการของสมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 โดยผลการศึกษาพบว่าสมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ คือ 1) ด้านเนื้อหา พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีการอ้างอิงแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ด้านการนำเสนอ พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความพึงพอใจในด้านวิธีการนำเสนอโดยการใช้ข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก มีความเหมาะสมกับเนื้อหา และเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด 3) ด้านเทคนิค พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความพึงพอใจในด้านเทคนิคของวิดีโอคลิปที่มีความยาวไม่มากจนเกินไป และมีความชัดเจนทั้งภาพและเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด 4) ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความพึงพอใจในด้านการมีส่วนร่วมโดย สามารถส่งต่อ (แชร์) ข้อมูลข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ได้ อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับความต้องการของสมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 พบว่า มีความต้องการด้านต่างๆ คือ 1) ด้านเนื้อหา พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความต้องการในด้านเนื้อหาของ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับนโยบายรัฐบาล เช่น บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เบี้ยผู้สูงอายุ โครงการคนละครึ่ง และข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหามีความทันต่อเหตุการณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด

สำหรับความต้องการของสมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 พบว่า มีความต้องการด้านต่างๆ คือ 1) ด้านเนื้อหา พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความต้องการในด้านเนื้อหาของ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับนโยบายรัฐบาล เช่น บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เบี้ยผู้สูงอายุ โครงการคนละครึ่ง และข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหามีความทันต่อเหตุการณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ด้านการนำเสนอ พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความต้องการในด้านการนำเสนอ ที่มีการแจ้งเตือน เมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด 3)ด้านเทคนิค พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความต้องการในด้านเทคนิค ในการจัดทำคลิปวิดีโอสั้น ที่มีการอธิบายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านการใช้ภาษาและถ้อยคำที่สามารถเข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด และ 4) ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า สมาชิกแฟนเพจและกลุ่มเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความต้องการในด้านการมีส่วนร่วม โดยสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ อยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในเรื่องของกระบวนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ ทำให้เห็นถึงกระบวนการในการผลิตข้อมูลข่าวสารเพื่อเตรียมนำเสนอในสื่อเฟซบุ๊กของหน่วยงาน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้น ตามหลัก 3Ps คือ ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-production) ขั้นการผลิต (Production) และ ขั้นหลังการผลิต (Post-production) ที่ กัณฐ์ทัพ เลิศฤทธิเศรษฐ์ (2562) กล่าวไว้ใน กระบวนการนำเสนอข่าวและการคัดกรองข่าวปลอมของรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD ในหัวข้อ แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอรายการข่าว โดยเริ่มจาก การคัดเลือกข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ การวิเคราะห์ประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจจากประชาชน โดยยึดโยงกับนโยบายของรัฐบาลและภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์เนื้อหา สรุปใจความสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กระชับและเข้าใจได้ง่าย การเลือกรูปแบบในการนำเสนอ เช่น คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก การไลฟ์ ฯลฯ ซึ่งอยู่ใน ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-production) จากนั้นเข้าสู่ การดำเนินการผลิตตามรูปแบบการนำเสนอที่วางไว้ อยู่ในขั้นการผลิต (Production) นำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเฟซบุ๊ก การดำเนินการไลค์ และ แชร์ ไปยังหน้าเฟซบุ๊กบุคคลและเฟซบุ๊กกลุ่มตามกลุ่มเป้าหมายของข่าวสารนั้นๆ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในแต่ละครั้ง เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขในครั้งต่อไป ซึ่งเป็นขั้นหลังการผลิต (Post-production)

นอกจากนี้ยังต้องอาศัยกลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊ก ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จึงทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ที่ได้นำมาใช้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์ นั่นคือ กลยุทธ์ผู้ส่งสาร นั่นคือ หน่วยงานสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ ที่มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอต้องเป็นความจริง ตรวจสอบได้ จึงทำให้ผู้ที่เป็นสมาชิกของสื่อสังคมเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 มีความเชื่อมั่นในหน่วยงานว่าสิ่งที่นำเสนอมีความถูกต้อง รวดเร็ว และเชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ อิริยาพร อุดทา และ อริชัย อรรคอุดม (2560) ซึ่งกล่าวใน “กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท” ว่า กลยุทธ์หนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของเฟซบุ๊กแฟนเพจโรงพยาบาลพญาไท นั่นคือ การนำเสนอข้อมูลต่างๆ ผ่านทางแฟนเพจของโรงพยาบาลโดยตรง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและ

ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่กลุ่มเป้าหมาย จนก่อให้เกิดทัศนคติในเชิงบวก ดังนั้น ความน่าเชื่อถือขององค์กรจึงถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้สื่อสังคมเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ได้รับความนิยม นอกจากนี้ยังมี กลยุทธ์สาร ที่มีความน่าสนใจเพราะนำเสนอในหลากหลายรูปแบบ เน้นประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ และนำเสนอด้วยข้อความที่กระชับ เข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเนื้อหาสาร กลยุทธ์การ creative content ของ Power (1995 อ้างใน นนทญา หงษ์รัตน์, 2550) ที่ว่า ปัจจัยสำคัญของความสำเร็จหรือประสิทธิภาพในการสื่อสารนั้น ขึ้นอยู่กับ สาร (Message) ไม่ว่าจะเป็นสารในรูปแบบใด เช่น ข้อความ ภาพ เสียง ก็จำเป็นที่จะต้องออกแบบตัวสารให้ง่าย ชัดเจน และสื่อสารแบบตรงไปตรงมา เพื่อให้สามารถสื่อไปยังผู้รับสารให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นๆ เช่นเดียวกับ วีระวัฒน์ รุ่งวัฒนะกิจ (2561) ที่ได้ศึกษาใน “กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสารของเฟซบุ๊กแฟนเพจประเภทข่าวหลักล้านในประเทศไทย”ที่ได้กล่าวไว้ว่า ในด้านของภาษาที่ใช้ในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจประเภทข่าวหลักล้าน มักมีการใช้ข้อความ สั้น กระชับ กระตุ้นความสนใจของผู้อ่าน เช่นเดียวกับการพาดหัวข่าว อีกทั้งเนื้อหาในข่าวจำเป็นจะต้อง มีความรวดเร็ว ใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมาย โดดเด่นและกำลังอยู่ในความสนใจของสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับ กลยุทธ์สาร ของสื่อสังคมเฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ที่ได้มีการนำมาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอีกด้วย และกลยุทธ์สุดท้าย คือ กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร ที่มีการนำช่องทางของสื่อเฟซบุ๊กมาใช้ เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและมีอิทธิพลในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ง่าย สร้างการมีส่วมรวมเนื่องจากเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง สอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมของ Noonbgle (2559 อ้างใน บรรพต วรธรรมบัณฑิต 2559) ที่ได้สรุปความหมายของ Social Media ไว้ว่า เป็นสื่อสังคมที่ใช้ส่งต่อข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

และสามารถสื่อสารได้ 2 ทาง โดยผู้ส่งสารทำหน้าที่ในการส่งต่อเรื่องราวรูปภาพและวิดีโอที่เชื่อมโยงกันความสนใจของผู้ที่อยู่ในเครือข่ายของตน และขณะเดียวกันผู้ที่อยู่ในเครือข่ายก็สามารถแสดงความคิดเห็นตอบกลับมายังต้นทางได้ นอกจากนี้เฟซบุ๊กที่ยังมีระบบการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึง ที่สามารถวัดผลคำนวณออกมาเป็นตัวเลขทางสถิติ ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ที่ได้มีการเผยแพร่ออกไปได้ เพื่อใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่นที่ กัญชลี สำลีรัตน์ (2559 อ้างใน บรรพต วรธรรมบัณฑิต, 2559) ได้สรุปกลยุทธ์ของการใช้โซเชียลมีเดียในประเทศไทยไว้ว่า มีความสามารถในการหาข้อมูลเชิงลึก เพื่อทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการวางแผนสำหรับการสร้างเนื้อหา หาช่องทางเพื่อใช้ในการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และยังสามารถประเมินผลจากข้อมูลที่ได้รับจากการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย และความพึงพอใจของสมาชิกแฟนเพจและเฟซบุ๊กกลุ่ม ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ในด้านเนื้อหาที่นำเสนอนั้น พึงพอใจข้อมูลข่าวสารมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีการอ้างอิงแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ เช่นเดียวกับ การศึกษาของ อิริยาพร อุดทา และ อริชัย อรรคอุดม (2560) ที่กล่าวว่า รูปแบบการสื่อสารที่ชัดเจน ถูกต้อง ผ่านแฟนเพจของโรงพยาบาลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่กลุ่มเป้าหมาย ส่วนวิธีการนำเสนอนั้นมีความพึงพอใจการใช้ข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก ที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหา และเข้าใจง่ายโดย Power (1995 อ้างใน นนทญา หงษ์รัตน์, 2550) ได้กล่าวไว้ว่า ไม่ว่าจะเป็นสารในรูปแบบใด เช่น ข้อความ ภาพ เสียง ก็จำเป็นที่จะต้องออกแบบตัวสารให้ง่าย ชัดเจน และสื่อสารแบบตรงไปตรงมาเพื่อให้สามารถสื่อไปยังผู้รับสารให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นๆ ได้ อีกทั้งยังพึงพอใจเทคนิคในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เน้นการใช้เทคนิคในการตัดต่อวิดีโอคลิปที่มีความยาวไม่มากจนเกินไป และมีความชัดเจนทั้งภาพและเสียง

ซึ่ง วีระวัฒน์ รุ่งวัฒนะกิจ (2561) ได้กล่าวว่า สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญในกการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร คือ การใช้ข้อความสั้น กระชับ กระตุ้นความสนใจ และต้องโดดเด่นและกำลังอยู่ในความสนใจของสังคม นอกจากนี้ในด้านการมีส่วนร่วมยังพึงพอใจที่สามารถส่งต่อ (แชร์) ข้อมูลข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ได้อีกด้วย เพราะพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไป จากผู้รับสาร ที่อยู่ในฐานะของ ผู้ฟัง ผู้ชม ผู้อ่าน ไม่ได้กลายเป็น ผู้รับสาร เพียงอย่างเดียว แต่กลายเป็นผู้ ผลิตสารและส่งสาร User Generate content (UGC) ไปด้วย (มนวิภา วงรุจิระ และคณะ, 2560)

สำหรับความต้องการข้อมูลข่าวสารของสมาชิกแฟนเพจและเฟซบุ๊กกลุ่ม ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ในด้านเนื้อหาพบว่า ต้องการ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับนโยบายรัฐบาล เช่น บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เบี้ยผู้สูงอายุ โครงการคนละครึ่ง เป็นต้น เพราะกลุ่มเป้าหมายเชื่อมั่นว่าจะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ในเรื่องนั้นๆ จากหน่วยงานซึ่งเป็นการสร้างตัวตนขององค์กร ว่าเป็นหน่วยงานรัฐที่มีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภัทราพร ศิริไพบูลย์ (2559) ที่กล่าวว่า ในการสร้างตัวตนของเฟซบุ๊กแฟนเพจ จะต้องโพสต์สิ่งที่กำลังได้รับความนิยมหรือกำลังเป็นกระแส ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐาน ที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ติดตาม เพื่อให้ผู้ติดตามรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับเพื่อนำไปปฏิบัติและส่งต่อข้อมูลไปยังบุคคลรอบข้าง ในส่วนของความต้องการในด้านการนำเสนอนั้น ต้องการให้มีการแจ้งเตือน เมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เพราะเมื่อกลุ่มเป้าหมายเชื่อมั่นในตัวองค์กรย่อมอยากติดตามความเคลื่อนไหว เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับที่ ภัทราพร ศิริไพบูลย์ (2559) กล่าวว่า องค์กรที่ไม่แสวงหากำไรนำสื่อสังคมมาใช้เพื่อสร้าเครือข่ายสื่อสังคม เพิ่มการรับรู้ และยอดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สำหรับในด้านเทคนิค มีความต้องการให้จัดทำคลิปวิดีโอสั้น ที่มีการอธิบายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านการใช้ภาษาและถ้อยคำที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ดังนั้นการจัดทำข้อมูลข่าวสารต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างรายละเอียดของเนื้อหาสารให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย Gibson and Hanna (1992 อ้างใน นนทญา หงษ์รัตน์, 2550) และสำหรับด้านการมีส่วมร่วมที่ต้องการมากที่สุด คือ การสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ ตามพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากการใช้สื่อเฟซบุ๊ก ที่มิใช่เป็นผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียวแต่ยังสามารเป็นผู้ผลิตสื่อ ส่งต่อ ไปยังบุคคลอื่นๆ ได้ เช่นเดียวกับที่ ภิเษก ชัยนิรันดร์ (2554 อ้างใน บรรพต วรธรรมบัณฑิต 2559) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อสังคม คือ การแพร่กระจายของสื่อเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) สามารถแพร่กระจายของข้อมูลแบบหลายคนได้ และเปลี่ยนแปลงการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคเนื้อหาสามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้

ข้อเสนอแนะทั่วไปสำหรับองค์กร

1.เพื่อให้สามารถนำเสนอข่าวสารในสื่อเฟซบุ๊กให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ควรนำข้อมูลเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพของสมาชิกสื่อเฟซบุ๊กของหน่วยงานมาวิเคราะห์เพิ่มเติม

2.เพื่อให้สามารถผลิตข่าวสารที่มีคุณภาพ ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย และเชื่อถือได้ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรในการวิเคราะห์ประเด็นข่าวสาร คลี่ประเด็น และนำเสนอให้เข้าใจได้ง่าย

3.เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ควรเพิ่มช่องทางในการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อสังคมอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้จัดทำเฟซบุ๊ก ควรมีการศึกษาในประเด็นเชิงนโยบายองค์กรที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานอื่นๆ ในสังกัดของกรมประชาสัมพันธ์ด้วย

2.เพื่อให้เป็นประโยชน์สำหรับผู้จัดทำเฟซบุ๊กและสมาชิกควรมีการศึกษาในประเด็นการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานร่วมกันของทั้งผู้จัดทำและสมาชิก

บรรณานุกรม

กัณฐ์ทัพ เลิศฤทธิเศรษฐ์. (2562). *กระบวนการนำเสนอข่าวและการคัดกรองข่าวปลอมของรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD.* สืบค้นจาก : http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4591/3/gunthap_lert.pdf.

เกศริน รัตนพรรณทอง. (2555). *การวิเคราะห์เนื้อหาสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ.* สืบค้นจาก : http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/45135.

นนทญา หงษ์รัตน์. (2550). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรในโรงเรียนชาวนา จังหวัดสุพรรณบุรี.* สืบค้นจาก : https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/37644.

บรรพต วรธรรมบัณฑิต. (2559). *กลยุทธ์การใช้การตลาดด้านเนื้อหา (Content Marketing) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของสื่อโทรทัศน์ไทยในปี 2560.* สืบค้นจาก : http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2971.

บุญชม ศรีสะอาด. (2561). *การแปรผลเมื่อใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า.* สืบค้นจาก : https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemmsu/article/view/154477

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2558). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อบริหารแบรนด์และสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล (พิมพ์ครั้งที่ 1).* กรุงเทพฯ : สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย.

ภัทราพร ศิริไพบูลย์. (2559). การวิเคราะห์เนื้อหาของการสร้างตัวตนบนเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ส่งผลให้เกิดการแบ่งปันของผู้ติดตาม. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB)*, 2(4), 70-81.

ภัศรา ศรีสุโข. (2563). *การสื่อสารการตลาดบนทวิตเตอร์ของผลิตภัณฑ์ความงาม และผู้บริโภคเจเนอเรชันวาย.* สืบค้นจาก https://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/76103/1/6280031928.pdf

มนวิภา วงรุจิระ. (2560). *ประมวลสาระชุดวิชา ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 1).* นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วีระวัฒน์ รุ่งวัฒนะกิจ. (2561). *กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสารของเฟซบุ๊กแฟนเพจประเภทข่าวหลักล้านในประเทศไทย.* มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ

ศิรดา เหรียญวิทยากุล, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (2559). วัฒนธรรมการทำข่าวออนไลน์ ผ่านเฟซบุ๊คแฟนเพจโพสต์ทูเดย์ กรณีศึกษา อาการป่วยปอ ทฤษฎี สหวงษ์. *วารสารสหวิทยาการ.* 13(2), 79-110.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2561). *จิตแพทย์ เตือน โรคดิจิทัลจาก 6 พฤติกรรม.* สืบค้าจาก : https://www.thaihealth.or.th/Content/42935-จิตแพทย์เตือนโรคดิจิทัลจากพฤติกรรม.html .

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2563). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563.* สืบค้าจาก : https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx

อิริยาพร อุดทา, อริชัย อรรคอุดม. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,* 5(2), 145-156.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[พัทธ์ หน้า 178-188]

เทคนิคทางภาพยนตร์แนวอาวองการ์ด ในภาพยนตร์สั้นของ เคนเนธ แองเกอร์

Avant-Garde Cinematic Techniques in Kenneth Anger's Short Films

พัทธ์ สุวรรณกุล. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*

Pat Suwanagul, *College of Communication Arts. Rangsit University*

email : patsuwanagul@gmail.com

Received: 19 August 2021 ; Revised: 12 December 2021 ; Accepted: 14 December 2021

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายเทคนิคทางภาพยนตร์ในภาพยนตร์สั้นแนวอาวองการ์ดของ เคนเนธ แองเกอร์ จำนวน 4 เรื่อง ดังต่อไปนี้ 1. Scorpio Rising 2. Invocation of My Demon Brother 3. Eaux d'artifice 4. Puce Moment ผลการศึกษาพบว่า แองเกอร์นำเสนอเรื่องราวผ่านการบรรยายภาพที่สร้างความไม่ต่อเนื่องของเวลาและสถานที่ ทำให้ภาพยนตร์มีความกำกวมเสมือนภาพความฝัน กล่าวคือแองเกอร์ได้นำเอาเทคนิคทางภาพยนตร์พื้นฐานมาทดลองใช้เพื่อสร้างรูปแบบการเล่าเรื่องที่แปลกใหม่ และเป็นต้นแบบของการเล่าเรื่องด้วยเทคนิคทางภาพยนตร์ให้กับผู้กำกับในยุคต่อไป

คำสำคัญ: อาวองการ์ด เทคนิค ภาพยนตร์สั้น

Abstract

This article aims to examine cinematic techniques used in four of the Avant-Garde short films by Kenneth Anger: 1) Scorpio Rising 2) Invocation of My Demon Brother 3) Eaux d'artifice 4) Puce Moment. The findings indicate that Anger sets forth storytelling of discontinuous time and places which establishes the sense of ambiguity and dreamlike perspective. Furthermore, Anger implements fundamental cinematic techniques to create a new narrative and pave the way for the next generation of filmmakers.

Keywords: Avant-Garde, Techniques, Short Film

บทนำ

ความเคลื่อนไหวของศิลปะตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 แสดงให้เห็นว่าภาพยนตร์และความเป็นอาวองการ์ดมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือศิลปะแขนงต่าง ๆ ที่ถือว่าเป็นจุดกำเนิดของอาวองการ์ดมีอิทธิพลต่อการสร้างและเปลี่ยนแปลงมุมมองของผู้ชมที่มีต่อสื่อ “ภาพยนตร์” (Film as a Medium) (Tavares, 2010) กลุ่มศิลปินจากแขนงต่าง ๆ ที่กล้าทดลองและท้าทายขนบธรรมเนียมในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะของตนเองมองสื่อภาพยนตร์ว่าเป็นอนาคตของ “ศิลปะ” และเป็นช่องทางใหม่ในการทดลองเพื่อสร้างสรรค์ศิลปะของตนเอง (Marienetti, Corra, Settimelli, Ginna, Bella & Chiti, 1916) เริ่มตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 ถึงแม้ว่าภาพยนตร์จะถูกคิดค้นขึ้นมาได้เพียงไม่นาน กลุ่มศิลปิน บาศกนิยม (Cubists) ดาดา (Dada) ลัทธิเหนือจริง (Surrealism) และ อนาคตนิยม (Futurist) ใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อในการผลักดันวิสัยทัศน์ทางศิลปะของตัวเอง (Tavares, 2010: 45) ตรงข้ามกับผู้ผลิตภาพยนตร์ในอุตสาหกรรมฮอลลีวูดที่มุ่งเน้นแต่การผลิตภาพยนตร์บันเทิงเพื่อการสร้างผลกำไรเท่านั้น (Hagener, 2007: 52)

ทั้งนี้ สื่อในการเล่าเรื่องของภาพยนตร์มีพัฒนาการได้จนทุกวันนี้เนื่องจากการการทดลองสร้างสรรค์เทคนิคการเล่าเรื่องแบบใหม่โดยผู้กำกับอาวองการ์ด เนื่องจากผู้กำกับภาพยนตร์อาวองการ์ดมีวิธีในการเล่าเรื่องหรือบรรยายภาพโดยการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ที่แปลกใหม่อยู่เสมอ (Tavares, 2010: 45) ในบางครั้งผู้กำกับอาวองการ์ดอาจถึงขั้นทดลองกับสื่อภาพยนตร์ด้วยการบรรยายภาพเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีการเล่าเรื่องแต่อย่างใด (non-narrative) อิสรภาพของการเป็นผู้กำกับอาวองการ์ดที่ไม่ต้องคำนึงถึงผลตอบแทนทางการเงินเปิดโอกาสให้ผู้กำกับอาวองการ์ดสามารถทดลองกับเทคนิคทางภาพยนตร์อย่างไม่มีข้อจำกัด

ในยุค 50 ผู้กำกับอเมริกากลุ่มหนึ่งได้รับอิทธิพลความเป็นอาวองการ์ดมาจากผู้กำกับอาวองการ์ดในยุคเริ่มต้น เช่น ฌอง ก๊อกโต (Jean Cocteua) และ ลุยส์ บุญญูเอล (Luis Bunuel) เป็นต้น หนึ่งในผู้กำกับอาวองการ์ดชาวอเมริกันที่สร้างชื่อเสียงให้กับการเคลื่อนไหวของภาพยนตร์อาวองการ์ดในอเมริกาคือ เคนเนธ แองเกอร์ (Kenneth Anger) แองเกอร์สร้างแต่เพียงภาพยนตร์สั้นเท่านั้นเพราะไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ อันเป็นเหตุที่ทำให้ภาพยนตร์หลายเรื่องของแองเกอร์ไม่สามารถสร้างได้สำเร็จตามที่ต้องการ อย่างไรก็ดี ภาพยนตร์สั้นทุกเรื่องของแองเกอร์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของความเป็นอาวองการ์ด กล่าวคือ แองเกอร์มีรูปแบบการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ที่พิเศษและแตกต่างจากผู้กำกับคนอื่นในยุคเดียวกัน เพราะเหตุนี้ภาพยนตร์สั้นของแองเกอร์จึงมีอิทธิพลต่อแนวคิดการสร้างภาพยนตร์กลุ่มอื่น ๆ และถูกมองว่าเป็นสัญลักษณ์ของจุดเริ่มต้นของกลุ่มผู้กำกับอาวองการ์ดในอเมริกา (Sitney, 1974)

ความเป็นอาวองการ์ดในภาพยนตร์

อาวองการ์ดเป็นภาษาฝรั่งเศสที่มีความหมายตรงตัวคือ ทหารกองหน้าที่เป็นแนวหน้าของกองทัพ ทหารในสนามรบ หน้าที่หลักของทหารกองหน้าคือการนำทางให้กับกองทัพ เช่น การวางแผนการรบล่วงหน้า ในการนี้ ทหารกองหน้ามีหน้าที่สำรวจพื้นที่ด้านหน้าและรอบข้างอย่างระมัดระวังเพื่อตรวจหาหรือเฝ้าระวังอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่อกองทัพ กล่าวคือ ทหารกองหน้าคือผู้เป็นแนวหน้าที่มีความสามารถในการมองการไกลและมีทักษะในการวิเคราะห์ยุทธวิธีสูง อย่างไรก็ตามคำว่า “อาวองการ์ด” ยังมีความหมายอีกนัยยะเมื่อแปลความหมายจากการแยกคำว่า “อาวอง” กับคำว่า “การ์ด” อาวองมีนิยามว่า “ด้านหน้า” หรือ “ล้ำหน้า” ส่วนคำว่า “การ์ด” (ซึ่งมีรากศัพท์มาจากคำว่าแวนการ์ด) มีนิยามว่า “กองหน้า” หรือ “ผู้นำ” ดังนั้นคำว่าอาวองการ์ดจึงมีความหมายอีกอย่างหนึ่งว่า “ผู้เป็นแนวหน้า” (Verrone, 2011: 9)

Verrone (2011) กล่าวว่า ผู้กำกับภาพยนตร์หรือศิลปินที่ผลิตผลงานที่มีความเป็นอาวองการ์ดเปรียบเหมือนทหารแนวหน้า หรือผู้นำในการคิดค้นรูปแบบการเล่าเรื่องแบบใหม่ผ่านการทดลองใช้องค์ประกอบเทคนิคทางภาพยนตร์หรือเครื่องมือทางภาพยนตร์ (Cinematic Devices) เช่น การถ่าย (Cinematography) การตัดต่อ (Editing) มิสอองแซน (Mise-en-scene) เสียง (Sound) และ สี (Color) ซึ่งเป็นแนวทางสร้างสรรค์ผลงานแก่ผู้กำกับทุกแขนง

ความเป็นอาวองการ์ดในภาพยนตร์ไม่เพียงแต่มีความสำคัญต่อการผลิตงานภาพยนตร์ในแง่ความเป็นศิลปะเท่านั้น ภาพยนตร์อาวองการ์ดได้ถูกตั้งบทบาทให้เป็นต้นแบบในการพัฒนารูปแบบการเล่าเรื่องของสื่อภาพยนตร์อีกด้วย กล่าวคือ วัฒนธรรมของความเป็นภาพยนตร์กระแสหลักต้องการผลจากการทดลองใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ของภาพยนตร์อาวองการ์ดมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหารูปแบบการเล่าเรื่องที่ไม่ซ้ำเดิม และเช่นเดียวกันนั้น ผู้กำกับภาพยนตร์อาวองการ์ดก็ต้องพึ่งภาพยนตร์กระแสหลักเป็นตัวเปรียบเทียบ เพื่อค้นหาวิธีการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์รูปแบบใหม่ ๆ สำหรับการสร้างภาพยนตร์ (Hagener, 2007)

Hagener (2007) กล่าวต่อว่า เพราะจิตวิญญาณความเป็นศิลปินของผู้กำกับอาวองการ์ดที่ไม่กลัวที่จะเล่าเรื่องที่แตะประเด็นศีลธรรมหรือประเด็นทางการเมืองจึงทำให้ผลงานภาพยนตร์อาวองการ์ดถูกมองว่ามีความท้าทายและอันตรายเกินกว่าที่สังคมจะรับได้ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าเพราะเหตุผลนี้ภาพยนตร์อาวองการ์ดจึงทำหน้าที่เป็นผู้นำในการเล่าเรื่อง ในขณะที่ภาพยนตร์ประเภทอื่นได้แต่เดินตามหลัง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผู้กำกับอาวองการ์ดจะมองไกลถึงอนาคตที่ภาพยนตร์ควรจะเป็น และทำหน้าทดลองและค้นหารูปแบบการเล่าเรื่องแบบใหม่ ผู้กำกับอาวองการ์ดยังคงต้องพึ่งเทคนิคทางภาพยนตร์ที่เคยมีมาก่อนแล้วอยู่ดี กล่าวคือ เทคนิคทางภาพยนตร์พื้นฐานที่ผู้กำกับอาวองการ์ดนำมาประยุกต์กลับกลายเป็นการเปิดช่องทางในการเล่าเรื่องแบบใหม่ให้กับผู้กำกับแขนงอื่นในยุคนั้น ๆ

ผู้กำกับอาวองการ์ดมีจุดยืนและมุมมองต่อภาพยนตร์ที่แตกต่างจากผู้กำกับกลุ่มอื่น เนื่องจากผู้กำกับอาวองการ์ดไม่ได้มีประสงค์ในการสร้างภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงหรือการสร้างผลกำไร ดังนั้นรูปแบบในการนำเสนอผลงานจึงมีความแตกต่างจากภาพยนตร์ที่ผลิตโดยอุตสาหกรรม ภาพยนตร์อาวองการ์ดอาจถูกนำเสนอในรูปแบบภาพยนตร์สั้นที่มีความยาวแล้วแต่ประสงค์ของผู้กำกับ หรืออาจถูกนำเสนอในรูปแบบของภาพยนตร์ (Feature Film) หรือสารคดีที่มีความยาวเกินกว่า 250 นาทีก็ได้ ทั้งนี้ ผู้กำกับภาพยนตร์อาวองการ์ดมีประสงค์ที่จะทดลองหรือคิดค้นรูปแบบการนำเสนอเรื่องราวในแบบของตัวเอง เพื่อทำลายกติการูปแบบการเล่าเรื่องที่ถูกตั้งไว้ว่าสื่อภาพยนตร์ควรจะเป็นอย่างไรโดยอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Verrone, 2011)

เคนเนธ แองเกอร์ และการทดลองกับเทคนิคภาพยนตร์แนวอาวองการ์ด

เคนเนธ แองเกอร์เป็นหนึ่งในตัวอย่างของผู้กำกับอาวองการ์ดที่มีจุดยืนในการสร้างภาพยนตร์ที่มีความท้าทายต่อขนบการสร้างภาพยนตร์ในยุค 50 ภาพยนตร์ของแองเกอร์ถูกวิพากวิจารณ์อย่างกว้างขวางโดยสังคมและวงการณ์ภาพยนตร์ เพราะการนำเสนอเนื้อหาที่ขัดต่อบรรทัดฐานของสังคมในยุคนั้น และรูปแบบการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ที่ทำลายกฎการเล่าเรื่อง เพราะเหตุนี้ ผลงานส่วนใหญ่ของแองเกอร์จึงถูกเผาและไม่สามารถหารับชมได้ (Sitney, 1974: 83) อย่างไรก็ตาม ภาพยนตร์ที่ยังเหลืออยู่ของแองเกอร์แสดงให้เห็นว่าแองเกอร์ได้ทดลองกับเทคนิคทางภาพยนตร์ในหลากหลายรูปแบบแม้ว่าผลงานภาพยนตร์ของแองเกอร์จะมีความยาวไม่มากก็ตาม

ผลงานของแองเกอร์ได้กลายเป็นที่สนใจในกลุ่มผู้สนใจศิลปะ ไม่ใช่แค่เพราะตัวเนื้อหาแต่เพราะรูปแบบวิธีในการนำเสนอเนื้อหาผ่านมุมมองที่มีความเป็นเอกลักษณ์ซึ่งแสดงออกถึงทัศนะวิสัยเชิงศิลปะที่มีความเป็นอาวองการ์ดของแองเกอร์อีกด้วย (Verrone, 2011: 39)

ภาพยนตร์สั้นของแองเกอร์มีความยาวระหว่าง 6 นาทีถึง 50 นาที ทุกเรื่องบรรยายด้วยภาพโดยไม่มีการใช้บทสนทนา (Dialogue) หรือเสียงบรรยาย (Voice Over) ดังนั้นภาพยนตร์สั้นของแองเกอร์จึงมีการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ในการบรรยายภาพและขับเคลื่อนเรื่องเพียงอย่างเดียว โครงเรื่อง (Plot) จะปรากฏในภาพยนตร์อย่างคลุมเครือ และในบางเรื่องอาจไม่มีโครงเรื่องหรือแม้แต่เนื้อเรื่อง (Story) จุดร่วมที่ภาพยนตร์ของแองเกอร์มีเหมือนกันคือการทำลายกฎแนวคิดการเล่าเรื่อง (Narration) เช่นแนวคิดโครงสร้างสามองค์ (Three-act Structure) เป็นต้น กล่าวคือภาพยนตร์สั้นของแองเกอร์ไม่ได้มีประสงค์หลักในการส่งสารที่มีความหมายชัดเจนสู่ผู้ชม เพียงแต่ทดลองการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์เพื่อแสดงถึงทัศนะเชิงศิลปะของตัวเองซึ่งเป็นคุณลักษณะของความเป็นอาวองการ์ดในภาพยนตร์ (Verrone, 2011: 18)

ภาพยนตร์ 4 เรื่องของแองเกอร์ที่ยกมานี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงทักษะในการทดลองใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ของแองเกอร์ที่หลากหลายจนปฏิเสธไม่ได้ว่าภาพยนตร์ของแองเกอร์มีความเป็นอาวองการ์ดที่ล้ำกว่าผู้กำกับกระแสหลักในยุคเดียวกัน ภาพยนตร์ 4 เรื่องที่ยกมาศึกษามีดังต่อไปนี้

1.Scorpio Rising (1963) ความยาวประมาณ 28 นาที

ภาพยนตร์สั้นเรื่อง Scorpio Rising (1963) มีเส้นเรื่องหลัก (Main Storyline) เกี่ยวกับกลุ่มนักขับมอเตอร์ไซค์ลัทธินาซีที่มารวมกลุ่มกัน สอดแทรกด้วยภาพที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องและภาพสัญลักษณ์จากลัทธิจากจินตนาการของแองเกอร์

1.1 การตัดต่อและการถ่าย

ช่วงครึ่งแรกของเรื่อง แต่ละฉากแสดงการเตรียมตัวของสมาชิกในกลุ่มนาซีด้วยจังหวะการดำเนินเรื่อง (Pacing) และการเคลื่อนกล้อง (Pan) ที่ช้าโดยมีการตัดต่อแบบขนานเวลา (Parallel Editing) ในแต่ละฉากมีการใช้ภาพขนาดแคบ (Close-Up Shot) วัตถุที่แสดงสัญลักษณ์ของลัทธิและภาพกว้าง (Medium Shot) เครื่องแต่งกาย ตัวละคร และมอเตอร์ไซค์ผ่านการใช้ภาพโฟกัสแบบชัดลึก (Deep Focus) เพื่อเน้นย้ำความหมายขององค์ประกอบศิลป์หลัก (Subject) ของภาพ การเกริ่นเรื่องในลักษณะนี้เป็นการบอกผู้ชมว่าเรื่องจะไม่ได้ถูกขับเคลื่อนด้วยตัวละครหลัก (Main Character) เหมือนภาพยนตร์เล่าเรื่องทั่วไป ซึ่งเป็นการตัดองค์ประกอบโครงสร้างการเล่าเรื่องที่ถูกใช้ในภาพยนตร์ทุกประเภท

ช่วงครึ่งหลังของเรื่อง แองเกอร์เปลี่ยนจังหวะการดำเนินเรื่องอย่างฉับพลันด้วยการตัดต่อแฟสต์คัตติ้ง (Fast Cutting) ซึ่งเป็นการตัดต่อที่เชื่อมต่อแต่ละช็อตด้วยระยะเวลารวดเร็ว โดยขนาดภาพจะเปลี่ยนเป็นภาพกว้าง (Wide Shot) เสียส่วนใหญ่ เราเห็นกลุ่มนาซีขี่มอเตอร์ไซค์สลับกับภาพการร่วมกลุ่มกันของกลุ่มที่ย้อนเวลาไปมา ทำให้ผู้ชมไม่สามารถบอกเวลาและสถานที่ได้อย่างแน่ชัด นอกจากนี้แองเกอร์ยังแทรกช็อตที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับภาพที่เราเห็นก่อนหน้าด้วยภาพกลุ่มคนในชุดที่มาจากต่างยุค การแทรกช็อตเหล่านี้อย่างต่อเนื่องเป็นการใช้การตัดต่อแบบมอนทาจ (Montage) เพื่อเป็นการเปลี่ยนข้ามเวลาและสถานที่อย่างรวดเร็วเพื่อให้เกิดความรู้สึกโกลาหล (Sitney, 1974) ยิ่งไปกว่านั้น ในบางช่วงยังมีการเชื่อมต่อ (Transition) ของแต่ละช็อตด้วยการใช้แมทคัท (Match Cut) อีกด้วย

รูปที่ 1 กับรูปที่ 2 แสดงภาพสองช็อตที่เชื่อมต่อกัน จากภาพยนตร์เรื่อง Scorpio Rising (1963)

รูปที่ 1 กับรูปที่ 2 แสดงสองช็อตที่เชื่อมต่อกันด้วยการใช้แมทคัท ช็อตแรกมีองค์ประกอบศิลป์หลักของภาพเป็นมอเตอร์ไซค์ ซึ่งเชื่อมต่อกับช็อตที่สองซึ่งใช้สัตว์เป็นองค์ประกอบศิลป์หลักของภาพ นอกจากจังหวะการดำเนินเรื่องจะรวดเร็วแล้ว แองเกอร์ยังเพิ่มความสับสนด้วยการเปลี่ยนอัตราส่วนของภาพ (Aspect Ratio) ไม่ใช่แค่เพื่อเป็นการสื่อถึงยุคเวลาที่เปลี่ยนไปเท่านั้น สังเกตได้จากในบางช็อตที่เป็นภาพจากเวลาปัจจุบันก็ถูกเปลี่ยนอัตราส่วนของภาพไปด้วย

ทั้งนี้ เพราะจังหวะการดำเนินเรื่องในช่วงครึ่งแรกของเรื่องที่ช้ามีความตรงข้ามกับการดำเนินเรื่องที่รวดเร็วในช่วงครึ่งหลังของเรื่อง ซึ่งใช้เทคนิคทางภาพยนตร์อย่างการตัดต่อด้วยแฟสต์คัตติ้ง การแทรกช็อตที่ข้ามเวลาและสถานที่ด้วยการใช้มอนทาจ การเชื่อมต่อของช็อตด้วยแมทคัท และการเปลี่ยนอัตราส่วนภาพอย่างฉับพลัน ทำให้ภาพยนตร์เกิดความไม่ต่อเนื่องของเวลาและสถานที่ (Temporal and Spatial Discontinuity) และยังสร้างความรู้สึกที่โกลาหล เป็นการจงใจของแองเกอร์ให้ผู้ชมรู้สึกว่าเรื่องมีความกำกวมและทำให้ผู้ชมเหมือนกำลังชมภาพความฝันอยู่ (Verrone, 2011: 6)

1.2. สี (มิสออองแซน)

แองเกอร์มีเหตุผลในการใช้สีที่หลากหลาย แม้บางครั้งดูเหมือนตั้งใจจะสื่อถึงสารบางอย่างหรืออาจเหมือนไม่มีเหตุผลในเชิงตรรกะสำหรับผู้ชมก็ตาม สีปรากฏในหลายรูปแบบ เช่น สีจากการจัดแสง สีของฉากพื้นหลัง สีของอุปกรณ์ประกอบฉาก และการใส่สีฟิลเตอร์ในภาพ เป็นต้น

ในช่วงครึ่งแรกของเรื่อง เปิดด้วยภาพที่ใช้การจัดแสงด้วยสีฟ้า ตามด้วยภาพฉากพื้นหลังสีแดง ภาพหนึ่งในสมาชิกชายกลุ่มนาซีกำลังเช็ดมอเตอร์ไซค์ที่มีสีม่วง (สีม่วงเป็นผลลัพธ์ของการผสมระหว่างสีฟ้าและสีแดง) และภาพการจัดแสงสีส้มภายในห้องนอนของหนึ่งในสมาชิกกลุ่มนาซี การใช้แสงที่เปลี่ยนแปลงตลอดสื่อถึงการเปลี่ยนแปลงของสถานที่แต่ไม่ได้สื่อถึงการเปลี่ยนแปลงของเวลาตามรูปแบบการใช้สีของภาพยนตร์เล่าเรื่องทั่วไป นอกจากนี้ การใช้สียังสร้างขั้วตรงข้ามและความย้อนแย้งภายในองค์ประกอบภาพอีกด้วย เช่น การใช้สีม่วงกับมอเตอร์ไซค์ที่โดดออกมาในฉากอย่างชัดเจนกับตัวละครผู้ชายที่ใส่เสื้อหนังสีดำกับอุปกรณ์เครื่องมือช่างที่เป็นเหล็ก การจัดองค์ประกอบภาพในลักษณะนี้จงใจให้ผู้ชมมององค์ประกอบศิลป์หลักของภาพที่สีของมอเตอร์ไซค์ซึ่งอาจบ่งบอกถึงภาวะจิตใต้สำนึกของตัวละครก็เป็นได้ เช่นเดียวกันอุปกรณ์ประกอบฉากภายในห้องของตัวละครถูกตกแต่งไปด้วยรูปภาพสัญลักษณ์ลัทธินาซีแต่มีภาพของนักแสดงเจมส์ ดีน (James Dean) ที่ติดอยู่ตรงกลางของผนังซึ่งดึงดูดความสนใจของผู้ชมอย่างเห็นได้ชัด การจัดวางอุปกรณ์ประกอบฉากในลักษณะนี้ยิ่งแสดงให้เห็นถึงความย้อนแย้งของตัวละคร กล่าวคือ

แองเกอร์ใช้สีและอุปกรณ์ประกอบฉากให้เป็นองค์ประกอบศิลป์หลักของภาพเพื่อสื่อถึงภาวะจิตใต้สำนึกของตัวละคร (Tavares, 2010: 46)

จุดเด่นของการใช้สีในช่วงครึ่งหลังของภาพยนตร์คือการใช้ฟิลเตอร์สีฟ้าในภาพหลายช็อต โดยจุดประสงค์ในการใช้ฟิลเตอร์สีฟ้าไม่ได้ทำหน้าเพียงแค่ช่วยบอกการเปลี่ยนแปลงของเวลา (เช่น จากกลางวันเป็นกลางคืน หรือการเปลี่ยนยุคสมัย) ในบางช็อตที่แสดงภาพชายในกลุ่มขับมอเตอร์ไซค์มีการเพิ่มฟิลเตอร์สีฟ้าเข้ามาด้วย เช่นเดียวกับภาพกลุ่มคนในต่างยุค ตลอดทั้งเรื่องแองเกอร์ได้สอดแทรกภาพที่มีฟิลเตอร์สีฟ้าโดยไม่มีใครสามารถทราบถึงประสงค์ที่แท้จริงของแองเกอร์ได้ (Sitney, 1974: 104) อย่างไรก็ดี การใช้ฟิลเตอร์สีฟ้าย้ำแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ทำให้การเชื่อมต่อของแต่ละช็อตในภาพยนตร์เกิดความไม่ต่อเนื่องของเวลา ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ชมให้เกิดความสงสัย แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนว่าความฝันที่กำลังรับชมอยู่อาจเป็นสีใดก็ได้ตามที่แองเกอร์ประสงค์

2.Invocation of My Demon Brother (1969) ความยาวประมาณ 12 นาที

ภาพยนตร์สั้นเรื่อง Invocation of My Demon Brother (1969) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการรวมตัวของกลุ่มตัวละครลึกลับเพื่อทำพิธีกรรมในการปลุกซาตาน (Lucifer) ตลอดทั้งเรื่องแองเกอร์ประยุกต์ใช้เทคนิคภาพยนตร์ที่ต่างจากเดิมเพื่อสร้างเส้นเรื่องที่เป็นนอนลิเนียร์ในการเล่าภาพที่เสมือนฝัน

2.1 การตัดต่อและการถ่าย

แองเกอร์เกริ่นเรื่อง (Foreshadow) ด้วยการเคลื่อนกล้องขึ้น (Tilt Up) จากเท้าของรูปปั้นซาตานขึ้นมาจนเห็นหน้าเพื่อเป็นนิมิตบอกล่วงหน้าของการกำเนิดขึ้นของซาตาน ต่อมาเราเห็นภาพขนาดแคบของหน้าตัวละครนิรนามที่ค่อย ๆ หันไปทางด้านขวาเพื่อเป็นการกำหนดการรับรู้ของผู้ชมว่าช็อตต่อไปจะเล่าแทนสายตา (Point of View) ของตัวละครนิรนามผ่านการใช้การตัดตัดต่อแบบไอน์ไลน์แมท (Eyeline Match) กล้องค่อย ๆ เคลื่อนไปทางด้านขวา (Pan Right) ตามสายตาของตัวละครนิรนามที่หันไปมองกลุ่มผู้ชายที่นั่งเปลือยกายซึ่งอยู่คนละสถานที่ ตัวอย่างนี้ชี้ให้เห็นถึงการเชื่อมต่อสองช็อตที่ไม่ความต่อเนื่องของสถานที่ซึ่งสร้างความกำกวมต่อการรับรู้ของผู้ชม แองเกอร์ใช้การเคลื่อนของกล้องตลอดทั้งเรื่องโดยแทบไม่มีช็อตที่ใช้การถ่ายแบบตั้งกล้องนิ่ง (Static Shot) การเคลื่อนไหวของกล้องทำหน้าที่หลักในการขับเคลื่อนเรื่อง เช่น เมื่อไหร่ที่กล้องเคลื่อนภาพไปทางขวาเพื่อเปลี่ยนช็อต ผู้ชมจะเห็นเหตุการณ์หรือการกระทำ (Action) ของตัวละครในช็อตต่อมา นอกจากนี้แองเกอร์ยังใช้การตัดต่อแบบซ้อนภาพ (Dissolve) ในการเชื่อมต่อช็อตเพื่อสร้างอารมณ์ความรู้สึกของภาพยนตร์ให้เหมือนฝัน การประยุกต์ใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ในลักษณะนี้แสดงให้เห็นว่าแองเกอร์ต้องการเล่าเรื่องผ่านจิตใต้สำนึกของตัวละครที่เป็นนามธรรม

รูปที่ 3 กับรูปที่ 4 ภาพยนตร์เรื่อง Invocation of My Demon Brother (1969)

จังหวะการดำเนินเรื่องในภาพยนตร์เรื่องนี้มีความแตกต่างจากภาพยนตร์เรื่องอื่นของแองเกอร์ เพราะจังหวะการดำเนินเรื่องของนี้มีการเริ่มต้นอย่างช้า ๆ และค่อย ๆ เร็วขึ้นพร้อมเสียงประกอบที่ช่วยสมทบ ในบางซีเควนซ์ แองเกอร์แทรกภาพสัญลักษณ์อย่างกะทันหันด้วยการตัดต่อแบบแฟลชคัท (Flash Cut) ซึ่งทำให้ภาพปรากฏเพียงแค่ในระยะเวลาสั้น ๆ โดยภาพสัญลักษณ์เผยข้อมูลให้ผู้ชมในลักษณะที่เป็นโมทีฟ (Motif) เพื่อย้ำแก่นของเรื่อง (Theme) บางครั้งเทคนิคการตัดต่อซ้อนภาพยังนำภาพสัญลักษณ์มาใช้ในการแสดงพัฒนาการของตัวละคร (Character Development) ซึ่งเป็นการทำลายกติกาการพื้นฐานของการสร้างตัวละคร (Characterization) ดังตัวอย่างในรูปที่ 3 กับรูปที่ 4 ซึ่งปรากฏในช่วงท้ายของเรื่อง

ทั้งนี้ ภาพยนตร์เรื่อง Invocation of My Demon Brother (1969) เป็นภาพยนตร์เล่าเรื่องแนวอาวองการ์ดที่มีเส้นเรื่องแบบนอนลิเนียร์ โดยมีรูปแบบการนำเสนอที่ใช้เทคนิคทางภาพยนตร์เป็นการดำเนินเรื่อง เทคนิคการถ่ายแบบพื้นฐานอย่างการเคลื่อนกล้องถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนเรื่องแทนที่การทำงานของระบบโครงเรื่อง (Plot Devices) เช่นเดียวกัน การประยุกต์ใช้เทคนิคการตัดต่อแบบซ้อนภาพของแองเกอร์ที่สร้างอารมณ์ความรู้สึกของภาพยนตร์ให้เหมือนความฝันยังถูกนำมาใช้ให้เกิดผลลัพธ์ที่ใหม่และแตกต่างอีกด้วย

2.2. สีและอุปกรณ์ประกอบฉาก (มิสอองแซน)

การเลือกใช้สีในภาพยนตร์เรื่อง Invocation of My Demon Brother (1969) นอกจากสีจะทำหน้าที่ในการสร้างอารมณ์ความรู้สึก (Mood and Tone) ให้เรื่องแล้ว สียังมีความสอดคล้องกับสารของเรื่อง เช่นการใช้สีแดงแทนพลังงานและวิญญาณของซาตาน ทุกครั้งที่กลุ่มลัทธิใกล้ที่จะปลุกซาตานให้เกิดขึ้นมา เมื่อไหร่สีแดงก็จะปรากฏชัดและบ่อยขึ้นผ่านการจัดแสง สีของเครื่องแต่งกาย และฟิลเตอร์สีแดงที่ถูกซ้อนกับภาพ กล่าวคือ การใช้สีช่วยให้ผู้ชมทำความเข้าใจสารของเรื่องได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ การเลือกใช้สีดำในรูปร่างของเงายังช่วยทำหน้าที่เป็นการบอกถึงลางร้ายล่วงหน้าเพื่อปลุกอารมณ์ผู้ชมให้เกิดความระทึก (Suspense) กับภาพที่จะตามมา การใช้สีดำกับสีแดงที่ตัดกันทำให้ผู้รับสารสามารถมีอารมณ์ร่วมกับเรื่องได้ง่ายขึ้น ในขณะเดียวกันเทคนิคทางภาพยนตร์ที่ทำให้จังหวะการดำเนินเรื่องที่ค่อย ๆ เร็วขึ้นกับการใช้แฟลชคัททำให้สีมีผลกระทบต่อผู้ชมมากขึ้น เช่นเดียวกัน การใช้อุปกรณ์ประกอบฉากเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในภาพยนตร์ เพราะอุปกรณ์ประกอบฉาก รวมถึงเสื้อผ้า ทำหน้าที่ในการสร้างบริบทให้ผู้ชมเข้าใจว่าเรื่องมีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร เช่นการใช้อุปกรณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับเวทมนตร์ดำ หรือวัตถุที่มีตราสัญลักษณ์ลัทธิ เป็นต้น

3. Eaux d'artifice (1953) ความยาวประมาณ 12 นาที

ภาพยนตร์สั้นเรื่อง Eaux d'artifice (1953) เป็นภาพยนตร์ที่ไม่เล่าเรื่อง (Non-Narrative Story) ภาพยนตร์ถูกบรรยายด้วยภาพซีเควนซ์ของผู้หญิงเดินวนไปมาภายนอก Villa d'Este ที่ตั้งอยู่ที่เมือง Tivoli โดยมีน้ำพุประกอบอยู่รอบตัวเธอ ท่ามกลางเสียงเพลงบรรเลงของ Vivaldi Sitney (1974) กล่าวว่าภาพยนตร์เรื่องนี้ แองเกอร์ทดลองกับการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ที่แตกต่างจากภาพยนตร์เรื่องอื่นของแองเกอร์

รูปที่ 5 กับรูปที่ 6 แสดงภาพซีเควนซ์ที่ใช้เปิดเรื่อง จากภาพยนตร์เรื่อง Eaux d'artifice (1953)

จากรูปที่ 5 แสดงให้เห็นภาพน้ำพุที่พุ่งขึ้นสูงจากรูปปั้นน้ำพุในภาพขนาดกว้าง (Wide Shot) ตามด้วยภาพขนาดแคบของน้ำที่พุ่งขึ้น และกระจายออกในรูปที่ 6 ซีเควนซ์ที่ถูกเรียงต่อกันนี้ เมื่อประกอบกับเพลงบรรเลงที่นุ่มนวลแล้วจึงสร้างอารมณ์ความรู้สึกของภาพยนตร์ให้กับผู้ชม การนำเสนอภาพของน้ำเป็นองค์ประกอบศิลป์หลักของภาพในเชิงสัญลักษณ์และโมทีฟของเรื่อง นอกจากการใช้ภาพน้ำที่เปลี่ยนแปลงลักษณะและทิศทางตลอดทั้งเรื่องจะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ทางอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชม น้ำยังทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมต่อ (Transition) ของแต่ละช็อตให้เกิดเป็นซีเควนซ์ แต่ละช็อตของภาพน้ำมีขนาดภาพที่แตกต่างกันออกไปทำให้บางครั้งผู้ชมไม่สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าคือน้ำ เช่นน้ำที่กระจายออกในภาพขนาดกว้างเป็นต้น

ผลลัพธ์ของการสร้างซีเควนซ์ในลักษณะนี้ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมได้โดยที่ไม่ต้องมีเพลงประกอบช่วย

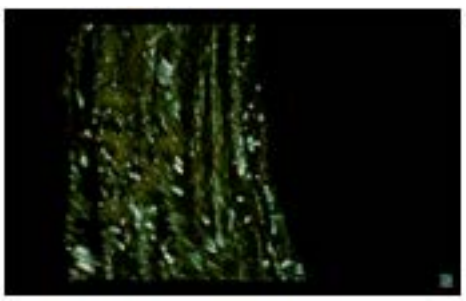
รูปที่ 7 กับรูปที่ 8 แสดงภาพหญิงคนหนึ่งที่เดินลงบันได จากภาพยนตร์เรื่อง Eaux d'artifice (1953)

รูปที่ 7 กับรูปที่ 8 แสดงช็อตที่ถูกแทรกสลับกับช็อตน้ำ โดยที่ผู้กำกับประสงค์ให้ขนาดภาพของหญิงที่เดินลงบันไดมีขนาดกว้าง และจัดองค์ประกอบภาพให้ตัวละครอยู่ในระยะที่ห่างจากกล้องเพื่อไม่ให้ผู้ชมได้เห็นถึงการแสดงออกถึงความรู้สึกของตัวละคร แรงขับเคลื่อนของตัวละคร (Motivation) และจุดประสงค์ของตัวละคร (Character's Objective) ในการนี้ เป็นการตัดการทำงานของความเป็นศิลปะการละครออก (Dramatic Device) เพื่อรื้อโครงสร้างของการเล่าเรื่อง แทนด้วยภาพอย่างเต็มรูปแบบด้วยการผสานภาพของน้ำและผู้หญิงจากมุมมองเฝ้ามองวัตถุ (Objective Perspective) ซึ่งคือการให้กล้องทำหน้าที่แทนสายตาผู้ชมที่สังเกตการณ์โดยไม่มีส่วนร่วม ไม่ว่าผู้ชมจะพยายามหาความหมายหรือวิเคราะห์ภาพยนตร์

เรื่อง Eaux d'artifice (1953) ด้วยสัญญะวิทยาหรือการวิเคราะห์โครงสร้างภาพยนตร์แค่ไหน ผู้ชมก็ไม่อาจหาความหมายแท้จริงที่แองเกอร์ต้องการสื่อได้เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอภาพที่มีความเป็นส่วนตัวผ่านการใช้ภาพเดี่ยว (Single-Image) ของน้ำในหลากหลายลักษณะให้เกิดความกำกวมต่อผู้รับสาร (Sitney, 1974: 93) อย่างไรก็ตาม แองเกอร์ได้เคยกล่าวถึงภาพยนตร์เรื่อง Eaux d'artifice (1953) อย่างสั้นว่า ภาพยนตร์เรื่อง Eaux d'artifice (1953) คือการนำเสนอภาพของหญิงที่เดินวกวนเพื่อตามหาผีเสื้อกลางคืนที่ส่องแสงสว่าง (Sitney, 1974: 22) ถึงแม้คำอธิบายของแองเกอร์จะมีความกำกวมและไม่ได้ให้คำตอบที่แน่ชัด แต่สิ่งที่เด่นชัดคือภาพที่แองเกอร์นำเสนอเป็นภาพที่มีความหมายส่วนตัวสำหรับแองเกอร์ โดยแองเกอร์ประสงค์ที่จะส่งสารในรูปแบบที่มีความกำกวมสู่ผู้รับสาร โดยรูปแบบการนำเสนอภาพความฝันที่กำกวมของแองเกอร์มีอิทธิพลต่อผู้กำกับภาพยนตร์ทดลองและสื่อของภาพเคลื่อนไหวจนทุกวันนี้ (Verrone, 2011: 7)

4.Puce Moment (1949) ความยาวประมาณ 6 นาที

ภาพยนตร์สั้นเรื่อง Puce Moment (1949) เป็นตัวอย่างของการแสดงภาพความจริงที่มีความกำกวมของแองเกอร์ ภาพยนตร์เปิดด้วยภาพชุดเดรสหลากสีหลากเนื้อผ้าที่แขวนอยู่ต่อกันบนราวที่ค่อย ๆ ถูกดึงออกทีละชุด ตามด้วยหญิงสาวที่สวมใส่ชุดเดรสและนอนลงบนเตียงของเธอ และจบลงเมื่อเตียงของเธอถูกเคลื่อนออกไปนอกระเบียง ภาพซีเควนซ์ที่กล่าวมานี้นำเสนอสิ่งของที่มีอยู่จริงทั้งหมด แต่รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพผ่านเทคนิคทางภาพยนตร์ของแองเกอร์สร้างความกำกวมให้ผู้ชมได้ตั้งคำถาม



รูปที่ 9 กับรูปที่ 10 แสดงภาพซีเควนซ์ จากภาพยนตร์เรื่อง Puce Moment (1949)

สีที่มีความหลากหลายและความพลิ้วไหวของเสื้อผ้า (มิสอองแซน) เป็นการวางอารมณ์ความรู้สึกของเรื่องและเป็นการเกริ่นนำเรื่อง นอกจากการใช้เทคนิคการตัดต่อแบบแมทคัทกับขนาดภาพที่ไม่เปลี่ยนแปลงในซีเควนซ์เดียวที่แสดงความต่อเนื่องของเวลาแล้ว สีของเสื้อผ้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลายังทำหน้าที่สำคัญในการช่วยให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมกับโลกความฝันของตัวละครอีกด้วย

รูปที่ 11 รูป 12 และรูปที่ 13 แสดงภาพจากภาพยนตร์เรื่อง Puce Moment (1949)

ตัวละครหญิงจากรูปที่ 11 นอนลงบนเตียงในขณะที่เตียงของเธอค่อย ๆ เคลื่อนออกจากเฟรม เป็นการนำเสนอภาพความจริงเสมือนฝันที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะเซอร์เรียลลิซึม (Surrealism) (Ferreira, 2013) ช็อตในรูปที่ 11 เชื่อมกับช็อตในรูปที่ 12 ด้วยการใช้เทคนิคการเชื่อมภาพแบบจางซ้อน เพื่อให้เกิดความรู้สึกเหมือนตัวละครกำลังฝัน การจัดแสงที่มืดสลับกับแสงสว่างออกแดงสร้างความกำกวมของเวลา (Temporal Ambiguity) เพื่อสื่อถึงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงแต่ผู้ชมไม่สามารถบอกได้อย่างแน่ชัดว่าในขณะนั้นตัวละครกำลังอยู่ในช่วงเวลาไหน การจัดแสงและขนาดภาพแคบยังทำให้ผู้ชมสงสัยว่าตัวละครอยู่ในสถานที่จริงหรือตัวละครกำลังฝันอยู่ ช็อตจากรูปที่ 13 แสดงให้เห็นว่าตัวละครตื่นขึ้นมาบนเตียงเดิมที่ค่อย ๆ ถูกเคลื่อนเข้ามาในเฟรมที่วางนิ่ง (Static Frame) การจัดองค์ประกอบแสงที่เป็นแสงธรรมชาติเป็นครั้งแรกยิ่งเน้นถึงความกำกวมเพื่อให้ผู้ชมถามตัวเองว่าตัวละครตื่นขึ้นจากความฝันหรือที่ผู้ชมเห็นมาตั้งแต่แรกคือความฝันทั้งหมด

จุดเด่นของภาพยนตร์เรื่อง Puce Moment (1949) คือการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ที่เรียบง่ายให้เกิดซีเควนซ์ภาพความจริงที่เสมือนฝัน ตั้งแต่การใช้ภาพแคบชุดเดรสที่ถูกดึงออกจากราวทีละชุด การเชื่อมต่อช็อตด้วยการตัดต่อด้วยภาพซ้อน และการใช้เฟรมนิ่งก่อนที่เตียงจะถูกเคลื่อนเข้ามา นอกจากนี้มิสอองแซนยังช่วยทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนเรื่องอีกด้วย เช่นจะเห็นได้จากการจัดแสงที่ทำให้เกิดความกำกวมของเวลาและสถานที่ซึ่งตัดกับแสงธรรมชาติในช็อตสุดท้าย และการใช้สีของชุดเดรสในการวางอารมณ์ความรู้สึกของเรื่อง เป็นต้น

บทสรุป

ภาพยนตร์สั้น 4 เรื่องของเคนเนธ แองเกอร์นำเทคนิคทางภาพยนตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดวิธีการเล่าเรื่องรูปแบบใหม่และมีความหลากหลาย โดยที่ภาพยนตร์ทั้ง 4 เรื่องไม่ใช้ตัวละครหลัก (Protagonist) ในการดำเนินเรื่อง ไม่มีการใช้บทสนทนา และไม่มีการใช้เสียงบรรยาย ภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ในการประกอบสร้างดังตัวอย่างภาพยนตร์ต่อไปนี้ ภาพยนตร์เรื่อง Scorpio Rising (1963) 1. ใช้การตัดต่อแบบแฟสต์คัทติ้งและมอนทาจเพื่อขับเคลื่อนเรื่องและกำหนดจังหวะการดำเนินเรื่อง 2. การใช้แมทคัทเพื่อเชื่อมต่อช็อตและการเปลี่ยนอัตราส่วนภาพอย่างฉับพลันเพื่อกำหนดอารมณ์ความรู้สึกของเรื่อง 3. การใช้สีเพื่อสร้างความย้อนแยงและความกำกวมของเวลาและสถานที่ 4. การใช้สีและอุปกรณ์ประกอบฉากเพื่อแสดงถึงภาวะจิตใต้สำนึกของตัวละคร ภาพยนตร์เรื่อง Invocation of My Demon Brother (1969) 1. ใช้เทคนิคการถ่ายแบบเคลื่อนกล้องเพื่อบรรยายเรื่อง กำหนดอารมณ์ความรู้สึกของเรื่อง และกำหนดจังหวะของการดำเนินเรื่อง 2. ใช้การตัดต่อแบบซ้อนภาพเพื่อเชื่อมต่อช็อตและสร้างบรรยากาศของเรื่องให้เหมือนฝัน 3. ใช้แฟลชคัทในการแทรกภาพสัญลักษณ์ที่ทำหน้าที่เป็นโมทีฟของเรื่อง 4. การใช้สีเพื่อนำอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชม ภาพยนตร์เรื่อง Eaux d'artifice (1953) 1. ใช้ภาพน้ำหลายรูปร่างเป็นภาพเดียวและเชื่อมต่อช็อตเพื่อสร้างความไม่ต่อเนื่องของเวลา 2. การใช้ภาพขนาดกว้างในลักษณะที่ทำให้ผู้ชมมองตัวละครและน้ำเป็นวัตถุเพื่อตัดการใช้เครื่องมือการทำงานของการละครออก และภาพยนตร์เรื่อง Puce Moment (1949) 1. ใช้การจัดแสงหลากหลายสีและแสงธรรมชาติเพื่อทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องของเวลาและสถานที่ 2. ใช้การตัดต่อแบบซ้อนภาพในการเชื่อมต่อช็อตเพื่อเพิ่มให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกเสมือนฝัน ทั้งนี้จุดร่วมของภาพยนตร์ทั้งสี่เรื่องที่มีเหมือนกันคือการทดลองใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ของแองเกอร์ที่สร้างเส้นเรื่องที่ไม่มีความต่อเนื่องของเวลาและสถานที่เพื่อนำเสนอภาพที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมให้เสมือนความฝัน

เทคนิคทางภาพยนตร์แนวอาวองการ์ดจากตัวอย่างภาพยนตร์สั้น 4 เรื่องของแองเกอร์แสดงให้เห็นว่า แองเกอร์นำเทคนิคทางภาพยนตร์พื้นฐานมาประยุกต์ใช้ให้เกิดวิธีการเล่าเรื่องที่มีรูปแบบใหม่และมีความหลากหลาย กล่าวคือเทคนิคทางภาพยนตร์ที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ล้วนเป็นเทคนิคภาพยนตร์พื้นฐานที่สร้างผลลัพธ์ต่อการรับรู้ของผู้ชมในรูปแบบใหม่

ซึ่งคือการดำเนินเรื่องด้วยภาพผ่านการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์เท่านั้น กล่าวคือ แองเกอร์ทำลายกติกาการประกอบสร้างโครงเรื่องพื้นฐานที่ใช้แนวคิดการเล่าเรื่องแบบสามองค์และการตัดเครื่องมือการทำงานของศิลปะการละครออกโดยสิ้นเชิง เมื่อเทคนิคทางภาพยนตร์ทำหน้าที่หลักในการประกอบโครงสร้างภาพยนตร์ ผู้ชมจึงไม่จำเป็นต้องทำความเข้าใจเนื้อหาของเรื่องผ่านการใช้ตรรกะในการเรียบเรียงลำดับเหตุการณ์อีกต่อไป การทดลองเทคนิคทางภาพยนตร์ของแองเกอร์แสดงถึงจุดยืนทัศนะทางศิลปะอย่างชัดเจน จึงทำให้ผู้ชมเหมือนกำลังรับชมภาพความฝันที่บางครั้งอาจดูมีเหตุผลหรือไม่มีเหตุผล

Verrone (2011) กล่าวว่า เพราะเหตุนี้เทคนิคทางภาพยนตร์ของแองเกอร์จึงมีความเป็นอาวองการ์ดที่มีความล้ำหน้าและมีอิทธิพลต่อภาพยนตร์และสื่อภาพเคลื่อนไหวอื่น ๆ จนถึงทุกวันนี้

ทั้งนี้ นอกจากแองเกอร์จะเป็นต้นแบบให้แก่ผู้กำกับยุคหลังที่ท้าทายขนบธรรมเนียมการเล่าเรื่องด้วยเทคนิคภาพยนตร์ที่แปลกใหม่แล้ว ผลงานภาพยนตร์สั้นของแองเกอร์ยังเป็นตัวอย่างให้ผู้กำกับหรือนักศึกษาด้านการผลิตภาพยนตร์มีความกล้าที่จะทดลองหรือประยุกต์เทคนิคทางภาพยนตร์พื้นฐานเพื่อนำมาสร้างรูปแบบการเล่าเรื่องที่แปลกใหม่อีกด้วย

บรรณานุกรม

Anger, K. (1963). *Scorpio Rising* [Films]. USA: Puck Film Productions.

Anger, K. (1969). *Invocation of My Demon Brother* [Films]. USA: Cinédoc Paris Films Coop.

Anger, K. (1953). *Eaux d'artifice* [Films]. USA: Library of Congress

Anger, K. (1949). *Puce Moment* [Films]. USA: Puck Film Productions.

F.T. Marinetti, B. Corra, E. Settimelli, A. Ginna, G. Balla & R. Chiti. (1916). *L'Italia futurista*. Kunsthistorisches Institut in Florenz: Discourse

Hagener, P. (2007). *Moving Forward, Looking Back: The European Avant-garde and the Invention of Film Culture, 1919-1939*. New York: Amsterdam University Press.

Sitney, P. (1974). *Visionary Film.* New York: Oxford University Press.

Tavares, N. (2010). Understanding Cinema: the Avant-gardes and the Construction of Film. *Scientific Journal of Media Literacy 34(XVIII)*; 43-51.

Verrone, W. (2011). *The Avant-Garde Feature Film: A Critical History.* New York: McFarland.

วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2565)

[กฤษดา หน้า 189-200]

การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ เหตุผล และวิธีการปิดกั้นการสื่อสาร ใน ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนด ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศไทย

An Analysis of Objectives, Justifications and Methods of Censorship in Declarations, Orders and Regulations Related to the Covid-19 Pandemic Situation in Thailand

กฤษดา เกิดดี. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*

Krisda Kerddee. *College of Communication Arts. Rangsit University*

email : kkrisda.k@gmail.com

Received: 2 November 2021 ; Revised: 30 November 2021 ; Accepted: 13 December 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ วัตถุประสงค์ เหตุผล และวิธีการปิดกั้นการสื่อสารที่ปรากฏในประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทฤษฎีการครองความเป็นเจ้าของสื่อ หรือกล่าวอย่างเจาะจงก็คือ แนวคิดกลไกของรัฐด้านอุดมการณ์ และกลไกของรัฐด้านการปราบปรามของ หลุยส์ อัลธูแซร์ แนวคิดการปิดกั้นการสื่อสาร และแนวคิดระบบอบการปกครองกับการปิดกั้นการสื่อสารของ พีเล็ก เป็นแนวคิดหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในฐานะที่เป็นการวิเคราะห์เอกสาร แหล่งข้อมูลที่ถูกนำมาใช้วิเคราะห์ประกอบด้วย ประกาศ คำสั่ง ข้อกำหนด กฎ รวมถึงระเบียบ กฎหมาย มติที่ประชุม มติที่ประชุมคณะรัฐมนตรีที่ประกาศและบังคับใช้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้ 1) วัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสาร มีทั้งวัตถุประสงค์มหภาค และวัตถุประสงค์จุลภาค วัตถุประสงค์มหภาคคือ เพื่อรักษาความมั่นคงของชาติ วัตถุประสงค์จุลภาคคือ เพื่อรักษาศีลธรรมอันดี 2) เหตุผลที่ใช้ในการปิดกั้นการสื่อสาร ได้แก่ สาธารณสุข ความมั่นคงของชาติ สิทธิของผู้อื่น ความสงบเรียบร้อย ข่าวปลอม และศีลธรรม 3) วิธีการปิดกั้นการสื่อสาร มีทั้งการห้ามบุคคล การควบคุมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การจำกัดเสรีภาพขององค์กรหรือสมาคม การปิดกั้นสถานประกอบการ และการเซ็นเซอร์ตัวเอง

ผลการศึกษาแสดงให้ทราบว่า การปิดกั้นการสื่อสารที่พบในประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีวัตถุประสงค์และเหตุผลอื่นนอกเหนือจากด้านสาธารณสุข และเมื่อพิจารณาที่การปิดกั้นการสื่อสารกับระบอบการปกครอง พบว่าสถานการณ์โควิด-19 ทำให้มีการใช้เหตุผลและวิธีการการปิดกั้นการสื่อสารที่ใช้ในระบอบเผด็จการ รวมถึงเผด็จการเบ็ดเสร็จ นอกจากนั้น จากการวิเคราะห์ ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 พบว่าเป็นการทำให้ปรากฏถึงการใช้กลไกของรัฐด้านอุดมการณ์อีกด้วย

คำสำคัญ: การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ วิธีปิดกั้นการสื่อสาร การแพร่ระบาดของโควิด-19

Abstract

This is a qualitative research. The objectives of this research are to analyze objectives, justifications and methods of censorship in Thailand amidst the COVID-19 pandemic situation in Thailand. Hegemonic theory of media, specifically speaking, Louis Althusser's concept of Ideological State Apparatuses (ISA) and Repressive State Apparatus (RSA), concepts of censorship and Peleg' s concept of censorship and regime types are used for analyzing.

As a document analysis, documents used as main sources of this research included declarations, orders, rules, procedures, regulations, laws, resolutions of meetings and resolutions of the cabinet's meetings related to Covid-19 and issued amidst the Covid-19 Pandemic Situation in Thailand.

The findings of this research are as follows: 1) the objectives of censorship included both macro-objective and micro-objective namely to maintain national security and to maintain morality; 2) justifications of censorship included public health, national security, rights of others, public order, fake news and morality: 3) methods of censorship include banning of individuals, restrictions on access to information, restrictions on freedom of assembly and association, closure of media outlets and self-censorship.

The finding mentioned above manifests that public health is not a main justification in censorship amidst the COVID-19 pandemic situation. It can be noted that in the situation, some of the justifications and methods found in Thailand were justifications and methods used in authoritarian regime and totalitarian regime. Moreover, it can be concluded that declarations, orders and regulations manifested using state apparatuses for ideological purposes.
Keyword: Analysis of Objectives, Methods of censorship, Covid-19 Pandemic

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ต้นเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 มีรายงานการพบผู้ป่วยโรคปอดอักเสบไม่ทราบสาเหตุที่เมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเปย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังจากนั้นไม่กี่สัปดาห์ คือในช่วงสิ้นเดือนธันวาคม 2562 มีรายงานพบผู้ป่วยโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เป็นครั้งแรก จำนวน 27 ราย (ศรัณย์ ทองปาน, 2563: 81)

และเมื่อถึงสิ้นเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 องค์การอนามัยโลก ก็ได้ประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระดับนานาชาติ (ศรัณย์ ทองปาน, 2563: 83) และหลังจากนั้นไม่ถึง 2 สัปดาห์ องค์การอนามัยโลกได้ประกาศชื่อที่เป็นทางการของไวรัสนี้ว่า "โควิด-19" (COVID-19) ซึ่งย่อมาจาก Coronavirus disease 2019 โดยเหตุผลอันเป็นที่มาของชื่อคือ ชื่อเรียกนั้นต้องเกี่ยวข้องกับโรคและต้องไม่อ้างอิงถึงสถานที่ สัตว์ บุคคล หรือกลุ่มบุคคล (ศรัณย์ ทองปาน, 2563: 84)

เพียงแค่ 4 เดือนต่อมา มีรายงานการติดเชื้อทั่วโลกกว่า 4.72 ล้านคน และเสียชีวิตกว่า 3 แสนราย (ศรัณย์ ทองปาน, 2563: 99)

เมื่อนับถึงกลางเดือนตุลาคม พ.ศ. 2564 ทั่วโลกมีรายงานผู้ติดเชื้อสะสม มากกว่า 239 ล้านคน และเสียชีวิตมากกว่า 4.88 ล้านคน (worldometer.info สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2564)

ในประเทศไทย มีรายงานการพบผู้ป่วยคนไทยรายแรกเมื่อ 31 มกราคม 2563 เป็นคนไทยที่ไม่มีประวัติการเดินทางไปประเทศจีน โดยเป็นคนขับรถแท็กซี่ที่เคยรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ศรัณย์ ทองปาน, 2563: 83)

Worldometer ได้ทำการบันทึกและรายงานข้อมูลการติดเชื้อโควิด-19 ในประเทศไทย ผ่านทางการใช้กราฟ ซึ่งบนเส้นกราฟนั้น ได้แสดงจำนวนผู้ติดเชื้อตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 จนกระทั่งถึงวันที่ผู้วิจัยกำลังดำเนินการการวิจัย

ต่อไปนี้ เป็นตัวเลขแสดงจำนวนผู้ติดเชื้อ โควิด-19 ที่ได้จากเส้นกราฟของ Worldometer

13 มีนาคม 2563	จำนวนผู้ติดเชื้อ	75	คน
20 เมษายน 2563	จำนวนผู้ติดเชื้อ	2,792	คน
28 มิถุนายน 2563	จำนวนผู้ติดเชื้อ	3,162	คน
24 ธันวาคม 2563	จำนวนผู้ติดเชื้อ	5,829	คน
24 มกราคม 2564	จำนวนผู้ติดเชื้อ	13,500	คน
3 มีนาคม 2564	จำนวนผู้ติดเชื้อ	26,108	คน
30 เมษายน 2564	จำนวนผู้ติดเชื้อ	65,153	คน
7 มิถุนายน 2564	จำนวนผู้ติดเชื้อ	179,886	คน
5 สิงหาคม 2564	จำนวนผู้ติดเชื้อ	693,305	คน
1 กันยายน 2564	จำนวนผู้ติดเชื้อ	1,219,531	คน
6 ตุลาคม 2564	จำนวนผู้ติดเชื้อ	1,667,097	คน

(www.worldometer.info, สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2564)

เพื่อการจัดการปัญหาการแพร่ระบาดของ โควิด-19 มีการจัดตั้ง “ศูนย์บริหารสถานการณ์ โควิด-19” (ศบค.) เมื่อ 12 มีนาคม พ.ศ. 2563 (ศรัณย์ ทองปาน, 2563: 86)

และหลังจากนั้นเพียง 5 วัน คณะรัฐมนตรีก็มีมติเห็นชอบให้ปิดสถานศึกษา สถานบันเทิง และโรงมหรสพในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นเวลา 14 วัน รวมถึงให้งดกิจกรรมที่มีการรวมตัวของคนจำนวนมาก และ 7 วันต่อมา รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ศรัณย์ ทองปาน, 2563: 89-90)

เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ประกาศ หรือ คำสั่ง ดังกล่าวนั้น มุ่งจำกัดการรวมตัว การชุมนุม และการเปิดรับข่าวสาร เช่น การดูภาพยนตร์ (ด้วยการปิดโรงภาพยนตร์) ซึ่งสามารถมองได้ว่าเป็นการปิดกั้นการสื่อสาร หรือทำให้เกิดการปิดกั้นการสื่อสาร หรือทำให้เกิดคำถามในขอบเขตของการปิดกั้นการสื่อสาร

นอกจากนั้น ในช่วงเวลาที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้เกิดการชุมนุมหลายครั้ง อาทิ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2563 ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย วันที่ 10 สิงหาคม 2563 ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต 19 กันยายน 2563 ที่สนามหลวง 14 ตุลาคม 2563 ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย 15 ตุลาคม ที่แยกราชประสงค์ 16 ตุลาคม 2563 ที่แยกปทุมวัน และ 25 พฤศจิกายน 2563 ที่ หน้าสำนักงานใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ (สุเจน กรรพฤทธิ์, 2564: 55-58) และการเกิดและขยายตัวของการชุมนุม มาเกือบพร้อม ๆ กับ โควิด-19 (ดู การเขียนถึงการชุมนุมและ/หรือโควิด-19 ใน มติชนสุดสัปดาห์ อาทิ งานเขียนของ หนุ่มเมืองจันท์ (2563: 24) ทวีศักดิ์ บุตรตัน (2563: 46) และ จริงตนาการ (2563: 103) และ มติชนสุดสัปดาห์ในเล่มถัดไป อาทิ งานเขียนของ ศิโรตม์ คล้ามไพบูลย์ (2563: 19) สุรชาติ บำรุงสุข (2563: 50-51) วารี วิไล (2563: 94) และ วงค์ ตาวัน (2563: 106) ซึ่งครอบคลุมส่วนหนึ่งหรือทั้ง 2 ส่วน)

ในขณะเดียวกันกับความพยายามควบคุมโควิด-19 ทางการของไทย พยายามใช้มาตรการทางกฎหมายผ่านทาง ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนด เพื่อควบคุม หรือ จำกัด หรือ ห้ามมิให้มีการชุมนุม ซึ่งทำให้เกิดประเด็นในขอบเขตของการปิดกั้นการสื่อสารเช่นกัน

เมื่อพิจารณาที่มาตรการต่าง ๆ ที่รัฐบาลได้นำมาใช้เพื่อป้องกัน ควบคุม และหยุดยั้งการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมถึงการป้องกัน ควบคุม และห้ามการชุมนุม แน่นอนทีเดียวว่าได้ทำให้เกิดคำถาม หรือ นำเข้าไปสู่ขอบเขตของการปิดกั้นการสื่อสาร ตามที่ได้กล่าวไป คำถามที่ติดตามมาก็คือ ในการปิดกั้นการสื่อสารนั้นมีวัตถุประสงค์อะไร การปิดกั้นการสื่อสารนั้น มีเหตุผลหรือข้ออ้างใด เป็นไปได้หรือไม่ที่อาจมีเหตุผลอื่นนอกเหนือจากเหตุผลด้านสาธารณสุข ในมาตรการเหล่านั้น แสดงถึงวิธีการปิดกั้นการสื่อสารวิธีใด และอย่างไร

และด้วยความที่ การปิดกั้นการสื่อสาร ส่งผลกระทบโดยตรงต่อเสรีภาพในการแสดงออกและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานของระบอบประชาธิปไตย การใช้มาตรการต่าง ๆ จึงย่อมกระทบต่อความเป็นประชาธิปไตยอย่างมิอาจหลีกเลี่ยงได้ จากจุดนี้ นำไปสู่การพยายามมองตามกรอบแนวคิดระบอบการปกครองกับการปิดกั้นการสื่อสาร ซึ่งมาตรการดังกล่าว การอ้างวัตถุประสงค์เหตุผลและวิธีการปิดกั้นการสื่อสารต่าง ๆ เหล่านั้น มีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องระบอบการปกครองกับการปิดกั้นการสื่อสารหรือไม่ อย่างไร

ด้วยความสำคัญตามที่ได้บรรยายไปข้างต้น การค้นคว้าด้วยระเบียบวิธีการวิจัย จึงเป็นหนทางที่ผู้วิจัยเลือกและหวังว่าจะได้พบคำตอบและคำอธิบายที่เป็นประโยชน์

ปัญหานำการวิจัย

1.การปิดกั้นการสื่อสาร ใน ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์อะไร

2.อะไรเป็นเหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสาร ใน ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

3.วิธีการใดบ้างที่มีการใช้ในการปิดกั้นการสื่อสาร ใน ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย และใช้อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสารใน ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

2.เพื่อศึกษาเหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสารใน ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

3.เพื่อศึกษาวิธีการปิดกั้นการสื่อสารใน ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ทำให้ตระหนักถึงการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อการปิดกั้นการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

2.จากข้อ 1 ทำให้ตระหนักถึงการใช้มาตรการต่าง ๆ ในสถานการณ์โควิด-19 ที่มีผลกระทบต่อ สิทธิเสรีภาพ การสื่อสาร และการแสดงออกของประชาชนและสื่อมวลชนในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

1.ศึกษาเฉพาะ ประกาศ คำสั่ง กฎ ระเบียบ ข้อกำหนดที่ออกโดย ศบค. มติที่ประชุม และมติที่ประชุมคณะรัฐมนตรี ที่บังคับใช้ในระดับประเทศเท่านั้น รวมถึงข่าวและข่าวสารที่เกี่ยวข้องที่เผยแพร่โดยสื่อมวลชนที่เผยแพร่ ข่าวและข่าวสารในระดับประเทศเช่นกัน ไม่รวมการบังคับใช้ และการเผยแพร่ในระดับจังหวัดหรือระดับท้องถิ่น หรือการบังคับใช้ หรือเผยแพร่ข่าวสารเฉพาะที่ อาทิ ประกาศของสถานศึกษา หรือถ้าเป็นการบังคับใช้ในจังหวัด ต้องออกโดยนายกรัฐมนตรี

2.ศึกษา ประกาศ คำสั่ง กฎ ระเบียบ ข้อกำหนด และมติที่ประชุม ทั้งที่ยังบังคับใช้อยู่ และที่ยกเลิกไปแล้ว

3.ประกาศ คำสั่ง กฎ ระเบียบ ข้อกำหนด และมติที่ประชุม ที่มีอยู่ก่อน และบังคับใช้อยู่ก่อนแล้ว อาทิ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ให้ถือว่าอยู่นอกขอบเขตการศึกษา

4.การศึกษานี้ครอบคลุมการสื่อสารและสื่อสารมวลชนในทุกส่วน

นิยามศัพท์

การปิดกั้นการสื่อสาร

หมายถึง การห้าม ระงับ ยุติ ตัดทอน บดบัง ถอดออก ลบทิ้ง ใช้วัตถุหรือสิ่งอื่นแทน ใช้ภาษาอื่นแทน ทำให้เข้าไม่ถึง ทำให้ไม่ชัด หรือไม่ครบถ้วนในส่วนหนึ่งส่วนใด หรือทั้งหมดของการสื่อสาร

ประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนด

หมายถึง ประกาศ คำสั่ง ข้อกำหนด กฎ ระเบียบ กฎหมาย มติที่ประชุม และ มติที่ประชุมคณะรัฐมนตรี

สถานการณ์โควิด-19

หมายถึง การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัสในประเทศไทย โดยเริ่มตั้งแต่ 12 มีนาคม 2563 จนถึง 14 ตุลาคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษา คือ ทฤษฎีการครองความเป็นเจ้าของสื่อ (hegemonic theory of media) ซึ่งเป็นสายหนึ่งของทฤษฎีวิพากษ์แห่งสื่อ (critical theories of media) โดยผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดกลไกของรัฐด้านอุดมการณ์ และกลไกของรัฐด้านการปราบปรามของ หลุยส์ อัลธูแซร์ (Louis Althusser) เป็นหลัก

อัลธูแซร์ ชี้ให้เห็นว่ากลไกของรัฐ มี 2 ประเภท ได้แก่ กลไกด้านการปราบปราม และกลไกด้านอุดมการณ์ กลไกด้านการปราบปรามใช้ผ่านทาง กองทัพ ทหาร ตำรวจ ส่วนกลไกด้านอุดมการณ์ ใช้ผ่านทางสถาบันต่าง ๆ ในสังคม

อัลธูแซร์ อธิบายเพิ่มเติมว่า กลไกทางอุดมการณ์อาจทำงานผ่าน ศาสนา ระบบการศึกษา กฎหมาย การสื่อสารมวลชน และ วัฒนธรรม (Althusser, 1993: 17)

ปิยบุตร แสงกนกกุล ยังได้บรรยายขยายความว่า กลไกรัฐทางด้านอุดมการณ์กฎหมาย มองทั้งในแง่มุมกฎหมายสร้างอุดมการณ์ และอุดมการณ์ครอบงำกฎหมาย (ดู ปิยบุตร แสงกนกกุล, 2563: 96-97)

ในส่วนของ อัลธูแซร์ นอกจากสถาบันต่าง ๆ ที่เป็นกลไกของรัฐทางอุดมการณ์แล้ว อัลธูแซร์ยังได้ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การปิดกั้นการสื่อสาร หรือ censorship ก็เป็นหนึ่งในกลไกรัฐทางอุดมการณ์ด้วยเช่นกัน

อีกแนวคิดที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษา คือ แนวคิดการปิดกั้นการสื่อสาร (censorship) โดยแยกพิจารณาการปิดกั้นการสื่อสารเป็น 3 ส่วน ได้แก่ วัตถุประสงค์ (objectives) เหตุผล (justifications) และวิธีการ (methods) ที่ใช้ในการปิดกั้นการสื่อสาร

ส่วนแรก คือ วัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสาร ผู้วิจัยอาศัยหนังสือ Patterns of Censorship around the World เป็นหลัก ในหนังสือเล่มดังกล่าว แยกวัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภท คือ วัตถุประสงค์มหภาค (macro-objectives) อาทิ เพื่อรักษาความมั่นคงของชาติ และวัตถุประสงค์จุลภาค (micro-objectives) อาทิ เพื่อปกป้องบุคคล (Peleg, 1993: 114 อ้างถึงใน กฤษดา เกิดดี, 2563: 41-42)

ส่วนที่สอง ผู้วิจัยนำแนวคิดมาจากหนังสือ Information, Freedom and Censorship: World Report 1991 ซึ่งได้บรรยายเกี่ยวกับเหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสารว่ามีมากมาย ได้แก่ ข้อมูลที่เป็น ความลับ ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา การทุจริต ภาษาและการครอบงำทางวัฒนธรรม ความลำเอียงของสื่อ ความมั่นคงของชาติ การโฆษณาชวนเชื่อ แหล่งข่าว สาธารณสุข ศีลธรรม ความสงบเรียบร้อย การเหยียดผิว การลบหลู่ศาสนา สิทธิของผู้อื่น การดูหมิ่นทางเพศ ความรุนแรง สาธารณประโยชน์ และสถานการณ์พิเศษ (Article 19, 1991: 411-420, อ้างถึงใน กฤษดา เกิดดี, 2563: 43-50)

นอกจากที่กล่าวไป จากการสำรวจและศึกษาเพิ่มเติม พบว่ายังมีเหตุผลที่ใช้ในการปิดกั้นการสื่อสารอีกหลายข้อ ได้แก่ เกียรติภูมิของประเทศ สิ่งแวดล้อม สถาบันกษัตริย์ การละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ลบหลู่ความเชื่อ เหตุการณ์ หรือ บุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือบิดเบือนประวัติศาสตร์ การพนัน และข่าวปลอม (กฤษดา เกิดดี, 2563: 61-65)

ส่วนแนวคิดสุดท้าย เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการปิดกั้นการสื่อสารกับระบอบการปกครอง นำมาจากบทความ Censorship in Global and Comparative Perspective: An Analytical Framework ซึ่งเป็นบทนำในหนังสือ Patterns of Censorship Around the World (Peleg, 2019, เข้าถึงทาง www.books.google.co.th โดยผู้เขียนบทความ (Ilan Peleg)
ได้ชี้ให้เห็นว่า มีการกำหนดวัตถุประสงค์ ใช้เหตุผล และวิธีการปิดกั้นการสื่อสารที่แตกต่างกันในระบอบการปกครอง 3 ระบอบ ได้แก่ เผด็จการเบ็ดเสร็จ เผด็จการ และ เสรีนิยมประชาธิปไตย

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยอาศัยงาน 2 เรื่องของผู้วิจัย เป็นฐานในการศึกษาค้นคว้าและช่วยชี้นำ ได้แก่เรื่อง การปิดกั้นการสื่อสารที่สะท้อนและปรากฏในร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ 9 ฉบับ และในพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 (กฤษดา เกิดดี, 2551: 83-97) และเรื่อง เหตุผลของการจำกัดการชมและตระกูลภาพยนตร์ ของ ภาพยนตร์ที่ห้ามผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีดู (กฤษดา เกิดดี, 2559: 34-46)

นอกจาก 2 เรื่องที่กล่าวไป การศึกษาเรื่อง ปฐมบทการปิดกั้นการสื่อสาร การศึกษาว่าด้วยอำนาจในการห้ามในสมัยสุโขทัยและอยุธยา (กฤษดา เกิดดี, 2564) ก็เป็นอีกเรื่องที่จะช่วยทำความเข้าใจการปิดกั้นการสื่อสาร ในสถานการณ์โควิด-19 ได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องอีกเรื่อง ก็คือ การศึกษาการปิดกั้นการสื่อสาร ผ่านทางการบังคับใช้กฎหมายของ สาวตรี สุขศรี และคณะ

สาวตรี สุขศรี และคณะ (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลกระทบจากพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และนโยบายของรัฐกับสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น” ซึ่งเป็นการศึกษาผลกระทบจากการใช้ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ที่มีต่อการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร และการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการศึกษากฎหมายที่ปิดกั้นการสื่อสารนั่นเอง โดยจากผลการวิจัย เนื้อหาที่ดูหมิ่นหมิ่นประมาท พระมหากษัตริย์ เป็นเนื้อหาที่มีจำนวนการถูกปิดกั้นมากที่สุด

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล เป็น ประกาศ คำสั่ง กฎ ระเบียบ ข้อกำหนด กฎหมาย มติที่ประชุม มติที่ประชุมคณะรัฐมนตรี รวมถึงประกาศมาตรการผ่อนปรน ได้แก่ 1) ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน ที่มีความร้ายแรงในเขตท้องที่กรุงเทพมหานคร 2) ข้อกำหนดออกตามความตามมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ฉบับที่ 29 3) ประกาศหัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน ในส่วนที่เกี่ยวกับความมั่นคง 4) มาตรการผ่อนปรนระยะต่าง ๆ อาทิ ระยะที่ 2 ระยะที่ 3 และ ระยะที่ 4 5) ประกาศขององค์กรสื่อ หรือองค์กรธุรกิจด้านการสื่อสารมวลชน 6) ประกาศของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการสำรวจ และเก็บรวบรวม ประกาศ คำสั่ง กฎ ระเบียบ ข้อกำหนด กฎหมาย มติที่ประชุม และมติที่ประชุมคณะรัฐมนตรี จากการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์เป็นหลัก มีทั้งรวบรวมจากแหล่งเผยแพร่โดยตรง ผ่านทางเว็บไซต์ของผู้ออกประกาศ คำสั่ง ฯลฯ และผ่านทางการรวบรวมจากการนำเสนอของสื่อมวลชน ซึ่งส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมด เป็นการเข้าถึงผ่านสื่อออนไลน์ เมื่อเก็บรวบรวมแล้วได้นำมาทำการแยกหมวดหมู่ และทำการอ่านสำรวจเนื้อหาเบื้องต้น เพื่อจะได้วิเคราะห์ ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดให้คำ หรือข้อความเป็นหน่วยการวิเคราะห์ โดยมุ่งวิเคราะห์คำหรือข้อความที่ทำให้เข้าใจว่าเป็นการปิดกั้นการสื่อสาร อาทิ คำว่า ห้าม ห้ามมิให้ มิอาจกระทำได้ ยุติ หยุด ระงับ โดยวิเคราะห์ทั้งความหมายโดยตรงและความหมายแฝง นั่นหมายความว่า ผู้วิจัยอาจจำเป็นต้องใช้สัญญาณวิทยา (semiology) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

การนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยโดยการบรรยาย มีการเรียงหัวข้อ วัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสาร เหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสาร และวิธีการปิดกั้นการสื่อสาร ตามลำดับ

ผลการวิจัย

1.วัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสารในสถานการณ์โควิด-19 เป็นวัตถุประสงค์ “เพื่อรักษาความมั่นคง” โดยพิจารณาที่ ประกาศหัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน ในส่วนที่เกี่ยวกับความมั่นคง ฉบับที่ 6 และฉบับที่ 7 เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2564 และ 20 กรกฎาคม 2564 และในประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตท้องที่กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563 มีข้อความระบุชัดเจนตอนหนึ่งว่า “มีการกระทำที่มีความรุนแรง กระทบต่อความมั่นคงของรัฐ” (บรรทัดที่ 4 ของประกาศ)

นอกจากนั้น ในข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 29) มีการระบุคำว่า “กระทบต่อความมั่นคงของรัฐ” (ย่อหน้าที่สอง บรรทัดที่สาม) และยังมีการเขียนด้วยว่า “ศีลธรรมอันดีของประชาชน” ในบรรทัดต่อมา ซึ่งทำให้พบวัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสารอีกข้อหนึ่ง และยังเป็นวัตถุประสงค์อีกประเภทหนึ่ง นั่นคือ เป็นวัตถุประสงค์จุลภาค (เพื่อรักษาศีลธรรมอันดี) ในขณะที่วัตถุประสงค์ที่พบก่อนหน้านั้น (เพื่อรักษาความมั่นคง) เป็นวัตถุประสงค์มหภาค

2.เหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสาร

เมื่อวิเคราะห์ ประกาศ หัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินในส่วนที่เกี่ยวกับความมั่นคง พบว่ามีการระบุเหตุผล เป็น “การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ” ซึ่งพิจารณาว่าเป็นเหตุผลด้านสาธารณสุข

ในประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตท้องที่กรุงเทพมหานคร พบว่านอกเหนือจากเหตุผลที่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อ ซึ่งเป็นเหตุผลด้านสาธารณสุขแล้ว ยังมีเหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสารอีกหลายเหตุผล ได้แก่ ความสงบเรียบร้อย ความมั่นคงของชาติ และสถาบันกษัตริย์ (จากข้อความที่ว่า “มีการกระทำที่กระทบต่อขบวนเสด็จ” ในบรรทัดที่ 4 และ 5)

ใน ข้อกำหนด ออกตามความใน มาตรา 9 แห่งพระราชกำหนด การบริหารราชการแผ่นดินในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 29) ย่อหน้าที่ 2 เขียนว่า

> โดยที่มีการแพร่โดยทั่วไปซึ่งข้อความอันเป็นเท็จที่อาจทำให้ประชาชนเกิดความหวาดกลัว หรือข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือน เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดหรือสับสน ปฏิบัติตนไม่ถูกต้อง จนเกิดความเสียหายหรืออาจเกิดการณ์ร้ายแรงมากขึ้น ในสถานการณ์ฉุกเฉิน จนกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ การละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น การรักษาความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือการรักษาสุขภาพของประชาชนโดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต อันเป็นการซ้ำเติมสถานการณ์ฉุกเฉินให้วิกฤติยิ่งขึ้น จำเป็นต้องมีมาตรการที่กำหนดให้การใช้สิทธิหรือเสรีภาพในการแสดงออกเป็นไปอย่างมีเหตุผล ถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง และมีความรับผิดชอบต่อความสงบสุขของสังคมส่วนรวมในสถานการณ์ฉุกเฉินเช่นนี้ตามหลักที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยกำหนด

ข้อความที่ยกมา พบเหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสาร หลายเหตุผล ได้แก่ ข่าวปลอม (ผู้วิจัยจัดให้การบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร เป็นเหตุผลด้านข่าวปลอม) ความมั่นคงของชาติ สิทธิของผู้อื่น ความสงบเรียบร้อย ศีลธรรม และ สาธารณสุข

ใน มาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2563 (dmsic.moph.go.th, สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2564) และมติที่ประชุม คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ครั้งที่ 14/2564 เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2564 (amarintv.com, สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2564) ไม่พบการกล่าวถึงเหตุผลอื่น นอกเหนือจากเหตุผลด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ จึงกล่าวได้ว่า ไม่พบเหตุผลอื่นนอกจากเหตุผลด้านสาธารณสุข

และเมื่อสำรวจวิเคราะห์มาตรการผ่อนปรน เช่น ระยะ 2 ที่สรุปโดย สุพัฒน์ ศิวะพรพันธ์ จาก The Standard (the standard.co, 19 พฤษภาคม 2020) ระยะ 3 สรุปโดย BBC News (bbc.com, 29 พฤษภาคม 2020) และระยะ 4 BBC News (bbc.com, 12 มิถุนายน 2020) ก็ไม่พบเหตุผลอื่น นอกเหนือจากเหตุผลด้านสาธารณสุขด้วยเช่นกัน

3.วิธีการปิดกั้นการสื่อสาร

จากการวิเคราะห์ ประกาศหัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินในส่วนที่เกี่ยวกับความมั่นคง ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตท้องที่กรุงเทพมหานคร และ ข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ฉบับที่ 29 พบวิธีการปิดกั้นการสื่อสาร อย่างน้อย 3 วิธี คือ การห้ามบุคคล (ห้ามไม่ให้ชุมนุมหรือรวมกันทำกิจกรรม) การควบคุมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการจำกัดเสรีภาพขององค์กรสมาคม หรือชมรม

ใน มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2563 ได้ระบุวิธีการปิดกั้นการสื่อสารอีกวิธีหนึ่ง นั่นคือ การปิดสถานประกอบการ โดยมีมติให้ปิดโรงมหรสพ เช่น โรงภาพยนตร์ ซึ่งมีผลทำให้ โรงภาพยนตร์เครือใหญ่ 2 เครือ คือ เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ และ เอสเอฟ ซีเนมา ประกาศปิดโรงภาพยนตร์ในเครือตามมติดังกล่าว (ไทยรัฐออนไลน์, thairath.co.th, 17 มีนาคม 2563)

ใน มาตรการผ่อนปรนระยะที่ 2 ตามประกาศของ ศบค. ที่มีผลบังคับใช้เมื่อ 17 พฤษภาคม 2563 นอกจากการจำกัดจำนวนทีมงานในกองถ่ายทำภาพยนตร์ ไม่เกิน 50 คนแล้ว ยัง “ห้ามบุคคลที่เดินทางมาจากต่างประเทศเข้ากองถ่ายโดยเด็ดขาด” ซึ่งบอกถึงการใช้วิธีห้ามบุคคล เช่นกัน (ดู สุพัฒน์ ศิวะพรพันธ์, the standard.co, 19 พฤษภาคม 2020)

นอกจากนั้น ยังพบวิธีการปิดกั้นการสื่อสารที่เป็นการเซ็นเซอร์ตัวเอง (self-censorship) โดยสมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย ได้ขอความร่วมมือกองถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร ซีรีย์ และโฆษณา หยุดพักการถ่ายทำเป็นเวลา 14 วัน ตั้งแต่ 18 มีนาคม 2563 ถึง 31 มีนาคม 2563 (สยามรัฐ ออนไลน์, 18 มีนาคม 2563)

สรุป อภิปราย ผล และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเป็น 3 ประเด็นดังนี้

วัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสารในสถานการณ์โควิด-19 มีทั้งวัตถุประสงค์มหภาค และวัตถุประสงค์จุลภาค วัตถุประสงค์มหภาค ได้แก่ เพื่อรักษาความมั่นคง ส่วนวัตถุประสงค์จุลภาค คือ เพื่อรักษาศีลธรรมอันดี

เหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสารในสถานการณ์โควิด-19 มีทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ สาธารณสุข ความสงบเรียบร้อย ความมั่นคงของชาติ และสถาบันกษัตริย์

วิธีการปิดกั้นการสื่อสารที่พบในสถานการณ์โควิด-19 มีทั้งหมด 5 วิธี ได้แก่ การห้ามบุคคล การควบคุมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การจำกัดเสรีภาพขององค์กร สมาคม หรือชมรม การปิดสถานประกอบการ และ การเซ็นเซอร์ตัวเอง

วิธีการปิดกั้นการสื่อสาร ที่เป็นการห้ามบุคคลนั้น เป็นวิธีการที่ประกอบด้วยวิธีการปิดกั้นย่อยหลายวิธี อาทิ การห้ามบุคคลไม่ให้ทำการชุมนุมทำกิจกรรม ซึ่งมีทั้งการห้ามทำกิจกรรมที่เป็นการแสดงออกทางการเมือง การห้ามทำกิจกรรมที่เป็นการผลิตงานสื่อสารมวลชน เช่น ห้ามถ่ายทำภาพยนตร์ การห้ามบุคคลไม่ให้เข้าไปในกองถ่ายทำภาพยนตร์ ในช่วงที่มีมาตรการผ่อนปรน การห้ามบุคคลมิให้เดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ (อาทิ ห้ามเดินทางข้ามจังหวัด) และการห้ามบุคคลไม่ให้ออกนอกเคหสถาน ตามเวลาที่กำหนด

ซึ่งการห้ามบุคคลไม่ให้ออกนอกเคหสถาน นั้น อาจเป็นการห้ามมิให้บุคคลทำการสื่อสารด้วย เนื่องจากในการออกนอกเคหสถาน เป็นไปได้ว่าอาจมีการติดต่อ พบปะ สื่อสาร หรือสนทนาในช่วงเวลาดังกล่าว

เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ เหตุผล และวิธีการปิดกั้นการสื่อสาร ที่สรุปไปข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า ทั้ง วัตถุประสงค์ เหตุผล และวิธีการดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแนวคิดการปิดกั้นการสื่อสาร หรือกล่าวได้อีกอย่างว่า ไม่พบวัตถุประสงค์ เหตุผล และวิธีการที่แตกต่างไปจากแนวคิดการปิดกั้นการสื่อสาร ตามแนวคิดที่นำเสนอโดย Peleg (1993: 114, อ้างถึงใน กฤษดา เกิดดี, 2563: 41-42) Aritcle 19 (1991: 411-420, อ้างถึงใน กฤษดา เกิดดี, 2563: 43-50) และ Aritcle 19 (1991: 420-426, อ้างถึงใน กฤษดา เกิดดี, 2563: 61-65)

แต่ก็มีบางประเด็นที่ต้องพิจารณาเป็นพิเศษ ก็คือ แม้สถานการณ์โควิด-19 เป็นสถานการณ์ด้านสาธารณสุข แต่ก็เป็นสถานการณ์ที่กระทบต่อความมั่นคงของชาติด้วย ประกอบกับการมีการชุมนุมทางการเมืองเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความมั่นคงของชาติ จึงกลายเป็นเหตุผลที่มีทั้งสาธารณสุข และความสงบเรียบร้อยรวมอยู่ด้วยกัน หรืออาจพิจารณาว่าเป็น “สถานการณ์พิเศษ” ก็ได้

เมื่อพิจารณาการปิดกั้นการสื่อสารกับระบอบการปกครอง ตามกรอบแนวคิดของ Ilan Peleg (Peleg, 2019: introduction) พบว่า วัตถุประสงค์ เหตุผล และวิธีการปิดกั้นการสื่อสารที่พบในสถานการณ์โควิด-19 สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

Peleg ได้ชี้ให้เห็นว่า ระบอบเผด็จการเบ็ดเสร็จ มักกำหนดวัตถุประสงค์ เป็น เพื่อรักษาความมั่นคงของชาติ เพื่อปกป้องรักษาความบริสุทธิ์ของอุดมการณ์ เหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสาร มีอาทิ ความมั่นคงของชาติ และการโฆษณาชวนเชื่อ และวิธีการที่ใช้ก็มีทั้ง การใช้กำลัง ขมขู่ คุกคาม และคุมขัง การห้ามบุคคล และการกดดันทางเศรษฐกิจ

ระบอบเผด็จการ มักกำหนดวัตถุประสงค์เป็น เพื่อรักษาความมั่นคงของชาติ และเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อย เหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสาร ก็มีอาทิ ความมั่นคงของชาติ ความสงบเรียบร้อย และศีลธรรม และวิธีการที่ใช้ มีทั้งการตรวจพิจารณา การห้ามบุคคล และการใช้กำลัง

ส่วนระบอบเสรีนิยมประชาธิปไตย มักกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องบุคคลและศีลธรรม เหตุผลของการปิดกั้นการสื่อสารมักเป็น สิทธิของผู้อื่น ศีลธรรม และการเหยียดผิว ในส่วนของวิธีการปิดกั้นการสื่อสาร มีความโน้มเอียงที่ใช้การออกข้อกำหนดเพื่อการควบคุมตัวเองของสื่อเป็นวิธีการปิดกั้น

ผลการศึกษา ทำให้อภิปรายได้ว่า มีการปิดกั้นการสื่อสารในสถานการณ์โควิด-19 โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาที่วัตถุประสงค์ของการปิดกั้นการสื่อสาร พบว่าวัตถุประสงค์ที่พบเป็นเหตุผลที่ใช้ในประเทศที่ปกครองระบอบเผด็จการ และเผด็จการเบ็ดเสร็จ หรืออาจกล่าวเชิงตั้งข้อสังเกตได้ว่า สถานการณ์โควิด-19 ได้ผลักให้ประเทศไทยกลายเป็นประเทศที่ปิดกั้นการสื่อสาร คล้ายกับประเทศเผด็จการ และเผด็จการเบ็ดเสร็จ และเมื่อมองที่วิธีการปิดกั้นการสื่อสาร ก็พบว่ามีหลายวิธีที่พบในระบอบเผด็จการ และเผด็จการเบ็ดเสร็จ เช่นกัน เมื่อกล่าวอย่างถึงที่สุด แม้ระบอบการปกครองของไทยยังถูกตั้งคำถามและมีข้อโต้แย้งว่าเป็นประชาธิปไตยหรือไม่ แต่เมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิดการปิดกั้นการสื่อสารกับระบอบการปกครอง ประเทศไทยในสถานการณ์โควิด-19 ได้เข้าไปอยู่ในอาณาเขตของระบอบเผด็จการ และเผด็จการเบ็ดเสร็จ อย่างมิอาจปฏิเสธได้

เมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิด กลไกของรัฐ ทางด้านอุดมการณ์ของ อัลธูแซร์ สามารถมองการปิดกั้นการสื่อสารใน 2 ประเด็น ประเด็นแรก ประกาศ คำสั่ง หรือ ข้อกำหนดที่บังคับใช้ ถือว่าเป็นกลไกของรัฐทางด้านอุดมการณ์ หรือกล่าวอีกอย่างว่าเป็นกลไกทางด้านกฎหมาย ประเด็นที่สอง การปิดกั้นการสื่อสารนั้น ก็เป็นกลไกของรัฐทางอุดมการณ์เช่นกัน ในกรณีนี้ มองเห็นว่ามีกลไกของรัฐทางด้านอุดมการณ์ซ้อนกัน 2 ชั้น กล่าวคือ กฎหมายนับว่าเป็นกลไกชั้นที่หนึ่ง และกฎหมายที่เป็นการปิดกั้นการสื่อสารก็เป็นกลไกที่ซ้อนอยู่อีกชั้น

ตัวอย่างหลักฐานที่ชัดเจนที่สะท้อนการทำงานของกลไกของรัฐด้านอุดมการณ์ ก็คือ ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตท้องที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งบ่งบอกความหมายว่าการชุมนุมที่เป็นการและการแสดงออกนั้น ส่งผลกระทบ กับ อุดมการณ์หลัก ด้วยเหตุนี้ การชุมนุม ที่เป็นการสื่อสารและการแสดงออกนั้น จึงจำเป็นต้องถูกควบคุม หรือถูกระงับโดยกฎหมาย

ถึงแม้ว่ามีการระบุถึงเหตุผลทางด้านสาธารณสุขไว้ในประกาศดังกล่าว แต่การออกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน “ที่มีความร้ายแรง” ทำให้มิอาจมองเป็นอย่างอื่น นอกจากเหตุผลด้านอุดมการณ์

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากผู้วิจัยมิได้แยกศึกษาการปิดกั้นการสื่อสาร ออกเป็นในมิติของโรคระบาด และมิติการเมือง ซึ่งการวิจัยที่เหมาะสำหรับดำเนินการต่อไป คือการปิดกั้นการสื่อสารทางการเมืองในสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งเน้นที่การปิดกั้นการสื่อสาร ในการแสดงออกทางการเมืองเป็นหลัก

บรรณานุกรม

กฤษดา เกิดดี (2551)การปิดกั้นการสื่อสารที่สะท้อนและปรากฏในร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ 9 ฉบับ และในพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวิดีทัศน์ พ.ศ. 2551 *นิเทศศาสตรปริทัศน์* 12(1), 83-97.

กฤษดา เกิดดี (2559) เหตุผลของการจำกัดการชม และตระกูลภาพยนตร์ของภาพยนตร์ที่ห้ามผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีดู *นิเทศศาสตรปริทัศน์.* 20 (พิเศษ), 37-46.

กฤษดา เกิดดี (2563) *การปิดกั้นการสื่อสาร.* ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต.

กฤษดา เกิดดี (2564) *ปฐมบทการปิดกั้นการสื่อสาร: การศึกษาว่าด้วยอำนาจในการห้ามในสมัยสุโขทัยและอยุธยา*, ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต.

จริงตนาการ (2563,28 กุมภาพันธ์ – 5 มีนาคม) โตเกียว 2020 vs. โควิด-19 5 เดือนแห่งการต่อสู้เพื่อกีฬาโลก *มติชนสุดสัปดาห์.* 40(2063),103.

ทวีศักดิ์ บุตรตัน (2563,28 กุมภาพันธ์ – 5 มีนาคม) โควิด-19 กระทบแรง *มติชนสุดสัปดาห์* 40 (2063), 46.

ไทยรัฐออนไลน์ (2563) *ประกาศปิดโรงภาพยนตร์ชั่วคราว ป้องกันการระบาดไวรัสโควิด-19* สืบค้นจาก http://www.thairath.co.th.

ปิยบุตร แสงกนกกุล (2563) *ราชมัลลงทัณฑ์ บัลลังก์ ปฏิรูป,* กรุงเทพฯ: ไชน์ พับลิชชิ่ง เฮาส์.

ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตท้องที่กรุงเทพมหานคร (2563, 15 ตุลาคม) *ราชกิจจานุเบกษา* เล่ม 137 เล่ม 137 ตอนพิเศษ 241 ง หน้า 1 สืบค้นจาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th.

ประกาศ หัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน (2564, 20 กรกฎาคม) *ราชกิจจานุเบกษา* เล่ม 138 เล่ม 138 ตอนพิเศษ 165 ง หน้า 16 สืบค้นจาhttp://www.ratchakitcha.soc.go.th.

ประกาศข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนด การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2548 (2564,29 กรกฎาคม) *ราชกิจจานุเบกษา* เล่ม 138 ตอนพิเศษ 170 ง หน้า 1 สืบค้นจาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th.

มาตรการในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (2564, 17 มีนาคม) *มติคณะรัฐมนตรี* สืบค้นจาก http://www.dmsic.moph.go.th

มติที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ 12/2564 สืบค้นจาก http://www.amarintv.com

วงค์ ตาวัน (2563,6-12 มีนาคม) จุดติดแล้วจะไปจุดไหน *มติชนสุดสัปดาห์* 40 (2064), 106.

วารี วิไล (2563,6-12 มีนาคม) เพลงประท้วงแฟลชม็อบ 2020 *มติชนสุดสัปดาห์* 40 (2064), 94.

ศรัณย์ ทองปาน (2563,มิถุนายน) ลำดับเหตุการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย *สารคดี* 36, (423), 80-99.

ศิโรตม์ คล้ามไพบูลย์ (2563,6-12 มีนาคม) แฟลชม็อบและการปฏิวัติทางอุดมการณ์ของนักศึกษาสู่อนาคต *มติชนสุดสัปดาห์.* 40(2064), 19.

สาวตรี สุขศรี และคณะ (2555) *ผลกระทบจากพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และนโยบายของรัฐ กับสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น*. กรุงเทพฯ: โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw).

สุเจน กรรพฤทธิ์ (2564,กันยายน) วิกฤตการเมืองไทย '49-'64 ทศวรรษที่หายไป *สารคดี* 37, (438), 28-59.

สุรชาติ บำรุงสุข (2563, 6-12 มีนาคม) โรคระบาด 2020 ความมั่นคงด้านสุขภาพ *มติชนสุดสัปดาห์* 40 (2064), 50-51.

สยามรัฐออนไลน์ (2563) สืบค้นจาก http://www.siamrath.co.th.

สุพัฒน์ ศิวะพรพันธ์ (2020) 5 *ข้อสรุปสำคัญเรื่องมาตรการผ่อนปรนเปิดกองถ่ายด้านภาพยนตร์และวิดีทัศน์ ใน The Standard*, สืบค้นจาก http://www.thestandard.co.th,

หนุ่มเมืองจันท์ (2563,28 กุมภาพันธ์ – 5 มีนาคม) ม็อบทวิตเตอร์ *มติชนสุดสัปดาห์* 40 (2063), 24.

Althusser, Louis (1993) *Essays on Ideology.* London: Verso.

BBC News (2020) Retrieved from http://www.bbc.com

Peleg, Ilan (2019) *Censorship in Global and Comparative Perspective: An Analytical Framework in Patterns of Censorship Around the World* Retrieved From http://www.books.google.co.th.

Worldometer.info (2564) Retrieved From http://www.worldometer.info

Worldometer.info (2564) *Covid 19 Case in Thailand.* Retrieved From http://www.worldometer.info, COVID-19 cases in Thailand.

หลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อพิมพ์ในวารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์

1. เป็นบทความวิชาการหรือบทความวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับสาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารมวลชนและสาขาที่เกี่ยวข้อง

2. เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ในกรณีที่เป็นภาษาอังกฤษต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาก่อนส่งบทความมายังกองบรรณาธิการ

3. ต้องระบุชื่อบทความ และชื่อ-นามสกุลจริงของผู้เขียนบทความภายในบทความให้ชัดเจน

4. ต้องกรอกข้อมูลในแบบเสนอขอส่งบทความเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ มหาวิทยาลัยรังสิตให้ครบถ้วนและส่งมาพร้อมกับตัวบทความ

5. ต้นฉบับบทความต้องมีความยาวไม่เกิน 15 หน้ากระดาษ A4 ขนาดตัวอักษร Cordia 16 โดยส่งบทความจำนวน 1 ชุด ในรูปแบบไฟล์ Microsoft Word มาที่ เว็บไซต์วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ http://jca.rsu.ac.th

6. บทความที่เสนอพิมพ์ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อน

7. บทความต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความยาวอย่างละไม่เกิน 1 หน้า กระดาษ A4

8. บทความที่ส่งตีพิมพ์จะได้รับการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 ท่าน ในลักษณะ Double-blind peer review

9. บทความที่ไม่ผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบ แต่จะไม่ส่งต้นฉบับคืนผู้เขียน

10. หากเป็นงานแปลหรือการเรียบเรียงจากภาษาต่างประเทศต้องมีหลักฐานการอนุญาตให้ตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์

11. การอ้างอิง ใช้วิธีการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา โดยวงเล็บเฉพาะชื่อ – สกุลผู้แต่ง ปีที่พิมพ์และหน้าของเอกสารที่อ้างถึงต่อท้ายข้อความที่ต้องการอ้าง ดังนี้ (ชื่อ-สกุลผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์ : เลขหน้า)

12. รูปแบบบรรณานุกรม ให้ผู้ส่งบทความจัดทำรูปแบบบรรณานุกรมแบบ APA ในลักษณะ ดังนี้

ผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อหนังสือ/เอกสาร*. สถานที่พิมพ์ : โรงพิมพ์.

ผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). “ชื่อบทความในหนังสือ” ใน ผู้แต่งหนังสือ/บรรณาธิการ. *ชื่อหนังสือ*. สถานที่พิมพ์ : โรงพิมพ์. หน้าที่พิมพ์

ผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). “ชื่อบทความในวารสาร” *ชื่อวารสาร* ปีที่, ฉบับที่ (เดือน) : หน้าที่พิมพ์.

13. ผู้นิพนธ์บทความต้องชำระค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญพิจารณาบทความ 3,000 บาท (สามพันบาท) ต่อ 1 บทความและให้ยึดถือผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญและบรรณาธิการเป็นที่สุด โดยชำระที่บัญชีธนาคารทหารไทย ชื่อบัญชี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต เลขที่บัญชี 0992332684