

วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”



คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

www.jc.tu.ac.th

วารสารศาสตร์ ฉบับ “เรื่องเก่าๆ กับมุมมองใหม่ๆ”

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เดือน พฤษภาคม-สิงหาคม 2561

วารสารศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการรายสี่เดือน ด้านวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องกับแวดวงการสื่อสาร วางจำหน่ายปีละ 3 ฉบับ คือ ฉบับเดือนมกราคม-เมษายน, ฉบับเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม และฉบับเดือนกันยายน-ธันวาคม

กองบรรณาธิการ ประกอบด้วย ที่ปรึกษา

ศ.ดร.สุรพงษ์ โสธนะเสถียร

รศ.อรทัย ศรีสันติสุข

รศ.ดร.พีระ จิระโสภณ

รศ.ดร.กำจร หลุยยะพงศ์

รศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ

รศ.ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช

รศ.ดร.สรารุณ อนันตชาติ

รศ.ดวงพร คำคุณวัฒน์

ผศ.ดร.ธาดรี ใต้ฟ้าพูล

ผศ.ดร.นันทิยา ดวงกุ่มเมศ

ผศ.ดร.วนาวลัย ดาดี

ผศ.ดร.วรัญญู ครุจิต

ผศ.ดร.อริชัย อรรถอุดม

อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

อดีตคณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

อดีตคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บรรณาธิการบริหาร

บรรณาธิการเล่ม

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

เจ้าหน้าที่กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์

รศ.ดร.สมสุข หินวิมาน

อ.วารี ฉัตรอุดมผล

รศ.กัลยกร วรกุลลัญจนา

รศ.รุจน์ โกมลบุตร

ผศ.ดร.นิธิดา แสงสิงแก้ว

ผศ.ดร.วิภาดา พรสกุลวานิช

ผศ.อารดา ครุจิต

น.ส.สมล สร้อยสุมาลี

น.ส.จารุณี สุขสม

คณบดี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เลขที่ 99 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120

โทรศัพท์ 0-2696-6220

โทรสาร 0-2696-6218

อีเมล oilsumol@hotmail.com

เว็บไซต์ www.jc.tu.ac.th

ปก: Ryo Yamashita <ryoyamashita.com>

ISSN: 0125-8192

ราคา: 120 บาท

สารบัญ

บทบรรณาธิการ เรื่องเก่าๆ กับมุมมองใหม่ๆ	05
บทความพิเศษ ทฤษฎีจัด...จะปฏิบัติอย่างไร?: แนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในศาสตร์ความรู้ด้านสื่อสารศึกษา สมสุข หินวิมาน	08
การสื่อสารเชิงวัฒนธรรมกับการประกอบสร้างความหมาย ในรูปลักษณ์ “ร่างว” วิวัน สุขเจริญ เกษแก้ว และทิฆัมพร เอี่ยมเรไร	58
การนำเสนอภาพความเป็นแม่ในหนังสือเด็กในประเทศไทย เกศราพร ทองพุ่มพุกษา	113
จิตตคติทางการสื่อสารเรื่องการเรียนรู้สำหรับเด็กศตวรรษที่ 21 ในโลกออนไลน์ นิธิดา แสงสิงแก้ว	161
ผลกระทบของแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิ์ รุจน์ โกมลบุตร	200
โฆษณาหลอกเด็ก? กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์	237
การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์งานวิจัยฐานข้อมูลในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จ.ระยอง พัชรา เอี่ยมกิจการ และจิตติขวัญ กิจวิสาละ	267

เนื้อหารายการในโทรทัศน์ดิจิทัลที่ถูกเลือกรับชม
ภายใต้บริบทที่สื่อมีการผลิตเปลี่ยนแพลตฟอร์ม (Platform)
พรรษา รอดอาตม์ 300

บรรณนิทัศน์: *Data for the People: How to Make Our* 327
Post-Privacy Economy Work for You
ถมทอง ทองนอก

ทัศนะหรือข้อคิดเห็นในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่ทัศนะหรือข้อคิดเห็นของกองบรรณาธิการ หรือของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้ประสงค์จะขอข้อมูลใดจากวารสารฉบับนี้ไปเผยแพร่จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์เสียก่อน

บทบรรณาธิการ “เรื่องเก่าๆ กับมุมมองใหม่ๆ”

แวดวงวิชาการวารสารศาสตร์ก็เหมือนกับศาสตร์สาขาวิชาอื่นๆ ที่มีการผลิตและศึกษาวิจัยเพื่อ “ต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ๆ” อยู่อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และหากเราต้องการเล็งเห็นหลักกิโลของความรู้ด้านวารสารศาสตร์ว่า เดินทางมาถึงตำแหน่งแห่งที่ใดกันแล้ว แน่แน่นอนว่า วารสารวิชาการก็คือพื้นที่ที่สะท้อนให้เห็นเส้นทางและการพัฒนาองค์ความรู้ในขอบข่ายของวงวิชาการนี้

และเนื่องจากวารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* มีพันธกิจที่ไม่เพียงแค่การตีพิมพ์ผลงานวิชาการหรือแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์แห่งสถาบันการศึกษาต้นสังกัดเท่านั้น หากแต่วารสารที่มีอายุเกินกว่าทศวรรษเล่มนี้ ก็ยังเป็นเวทีแสดงออกซึ่งความก้าวหน้าแห่งความรู้ในสาขาวิชาด้านวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ดังนั้น วารสารวิชาการฉบับ “เรื่องเก่าๆ กับมุมมองใหม่ๆ” จึงเป็นความพยายามของผู้เขียนหลายคน ที่จะหยิบยก “เรื่องเก่าๆ” หรือหยิบเอาประเด็นเรื่องการสื่อสารที่เราคุ้นชินกันอยู่แล้ว มาพลิกให้เห็น “มุมมองใหม่ๆ” อันเป็นการเปิดช่องทางของการต่อยอดองค์ความรู้แห่งศาสตร์การสื่อสารในทัศนะที่ต่างออกไปจากเดิม

การพลิก “เรื่องเก่าๆ” ให้เกิดกลายเป็นคำถามใหม่ๆ ในวงวิชาการนั้น จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดทฤษฎีเป็นพื้นฐาน ดังนั้น ในบทความเรื่องแรกของเล่มวารสารนี้ สมสุข หินวิมาน จึงไม่เพียงอธิบายว่า ทฤษฎีและทฤษฎีการสื่อสารคืออะไร และสำคัญอย่างไร แต่ยังได้สาธิตให้เห็นด้วยว่า แม้จะเป็นเรื่องนามธรรม ซับซ้อน หรือ “แค่ได้ยินคำว่าทฤษฎี ก็ฟังดูศักดิ์สิทธิ์ชวนขนหัวลุกแล้ว” แต่ทว่า เราจะ “ผ่าตัด” อาการของพวก “ความรู้ทฤษฎีที่ท่วมหัว” ให้พลิกไปสู่ “การเอาตัวรอด” และเห็นแง่มุมแห่งการผลิตองค์ความรู้ใหม่ทางด้านสื่อสารศึกษากันได้อย่างไร

จากนั้น ในกลุ่มของบทความชุดถัดมา เป็นบรรดางานเขียนที่เลือกหยิบ “เรื่องเก่าๆ” หรือโลกของสื่อที่เราคุ้นเคยกันอยู่ทุกวี่วัน มาส่องผ่านเลนส์ของ “แนวคิดทฤษฎีใหม่ๆ” และได้คำตอบที่แตกต่างไปจากความรู้เดิมๆ โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาวิจัยกรณีของสื่อประเพณีรางวัล อันมีจุดกำเนิดจากสื่อพื้นบ้านในยุครำไท่น และวิวัฒน์เรื่อยมาสู่ยุคของรางวัลมาตรฐานที่กำกับโดยรัฐ และยุคร่างพาณิชย์และรางวัลประยุกต์ที่กำกับโดยภาคธุรกิจ วิวัน สุขเจริญ เกษแก้ว และทิมมพร เอี่ยมโร ก็ได้เลือกใช้แนวคิด

ทฤษฎีใหม่เรื่อง “ประเพณีในการเลือกสรร” (tradition of selection) ของนักวิชาการสำนักวัฒนธรรมศึกษาอย่าง Raymond Williams มาชวนให้เห็นถึงกระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดและปรับตัวของสื่อร่วาง ภายใต้บริบทของการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจทางสังคมในแต่ละช่วงยุค

ตามมาด้วย เกศราพร ทองพุ่มพุกษา ที่ตั้งคำถามกับสื่อมวลชนอย่างหนังสือ นิตานภาพ ที่เป้าหมายเบื้องต้นคือการให้สาระและบันเทิงแก่เด็กและเยาวชน แต่เพราะผู้เขียนอาศัยมุมมองของแนวคิดเรื่อง “อุดมการณ์” (ideology) และทฤษฎีสายสตรีนิยมแนววิพากษ์ (critical feminism) มาวิเคราะห์ภาพตัวแทนความเป็นแม่ในสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าว และให้คำตอบกับเราว่า “เด็กผู้หญิงในวันนี้จะกลายเป็นแม่ที่ดีในวันหน้า” ก็เพราะหนังสือ นิตานภาพช่วยกรุยทางติดตั้งกรอบความคิดเรื่องเพศสภาพให้กับเยาวชนตัวน้อยๆ ด้วยนั่นเอง ในขณะที่ นิธิดา แสงสิงแก้ว ซึ่งแม้จะหยิบเรื่องการเรียนรู้ของเด็ก อันเป็นหัวข้อที่สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาสนใจศึกษากันมาอย่างต่อเนื่องยาวนานแล้ว แต่ผู้เขียนได้ขยี้มุมมองมาใช้แนวคิดด้วย “การสะท้อนย้อนคิด” (reflexivity) ของ Anthony Giddens เพื่อตั้งโจทย์ใหม่ขึ้นมาว่า เมื่อสถานการณ์ความเสี่ยงของศตวรรษที่ 21 แตกต่างไปจากในยุคอดีต พ่อแม่ชนชั้นกลางในยุคสมัยนี้ก็ได้อาศัยความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในโลกออนไลน์ มาสะท้อนย้อนก่อร่างตัวตนและแบบแผนการสร้างการเรียนรู้ของลูกๆ หลานๆ กันผ่านท่วงทำนองใด

ในกลุ่มของบทความชุดถัดมา ได้เลือกหยิบ “เรื่องเก่าๆ” ในโลกของสื่อแต่ซุ่มเข้าไปวิเคราะห์ “ประเด็นใหม่ๆ” เพื่อเผยให้เห็นเหลี่ยมมุมของพื้นที่การสื่อสารที่ต่างออกไปจากเดิม บทความของ รุจน์ โกมลบุตร ได้ศึกษาวิจัยกรณีของสื่อเก่าอย่างเช่นข่าว อันเป็นสื่อและสารซึ่งนำเสนอจะสู่สาธารณะ โดยขยี้โฟกัสมาเฉพาะในกรณีของแหล่งข่าว และสรุปให้เห็นว่า บรรดาบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวไม่เพียงแต่จะมีบทบาทสร้างความชอบธรรมให้กับเนื้อหาสารในข่าวต่างๆ เท่านั้น หากทว่าบ่อยครั้งการมองข้ามสิทธิของคนกลุ่มนี้ก็ไม่ต่างจากการละเมิดสิทธิของแหล่งข่าวได้เช่นกัน ตามมาด้วยบทความของ กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์ ที่ใช้กรณีศึกษาของสื่อโฆษณา ซึ่งถูกพิจารณาว่าเป็นทั้งผลงานสร้างสรรค์ และเป็นกลไกของการส่งเสริมการตลาดของภาคธุรกิจ หากแต่ผู้เขียนก็ชี้ให้เห็นด้วยว่า เมื่อ “เหรียญยังมีสองด้าน” ในพลัการสร้างสรรค์ของงานโฆษณาก็มี “อีกด้านของเหรียญ” ที่เป็นกลยุทธ์แห่งการล่อลวงระดับมวลชน (mass deception) โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้บริโภคที่อาจมีภูมิคุ้มกันน้อยอย่างเด็ก

และเยาวชน และปิดท้ายของบทความกลุ่มนี้กับ พัชรา เอี่ยมกิจการ และชจิตขวัญ กิจวิสาละ ที่เลือกสนใจกรณีการสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นหัวข้อที่ทีมงานวิจัยศึกษากันอย่างมากมาย แต่ผู้เขียนก็เผยให้เห็นว่า ยังอาจมีบางมุมบางประเด็นที่ถูกลืมมองข้ามไปจากขอบข่ายความรู้ในเรื่องดังกล่าว ซึ่งก็คือเรื่องการสื่อสารกับการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลท่องเที่ยว และด้วยความเข้าใจแง่มุมใหม่ๆ เช่นนี้ จะนำไปสู่การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

และในบทความกลุ่มสุดท้ายที่เล็งเห็นว่า “เพราะการสื่อสารเปลี่ยนแปลงบ่อย” การทำความเข้าใจ “เรื่องเก่าๆ” ของการสื่อสารใน “สภาพการณ์ใหม่ๆ” ก็อาจจะเป็นอีกวิธีการตั้งใจใหม่ในสื่อสารศึกษาได้ด้วยเช่นกัน ในแง่นี้ พรชารอดอาตม์ ได้เลือกศึกษาสื่อมวลชนดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ ที่ผันผ่านมาสู่บริบทใหม่ โดยเฉพาะการขยายตัวของแพลตฟอร์มล่าสุดของโทรทัศน์ยุคดิจิทัล บทความวิจัยดังกล่าวจึงได้สำรวจสภาพความเป็นจริงในเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้เห็นว่า โทรทัศน์ไทยกำลังเปลี่ยนผ่านรูปแบบนิมมพรณในต้นศตวรรษที่ 21 กันเช่นไร

เพราะ “เรื่องเก่าๆ” ในโลกวิชาการ อาจพลิกเป็นความรู้และ “มุมมองใหม่ๆ” อันเป็นส่วนหนึ่งของการต่อยอดองค์ความรู้ของศาสตร์แขนงต่างๆ ที่รวมถึงแขนงวิชาการวารสารศาสตร์เช่นกัน วารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับ “เรื่องเก่าๆ กับมุมมองใหม่ๆ” จึงคัดสรรตัวอย่างสรรนิพนธ์บทความหลากหลายมาฉายให้เห็นว่าภารกิจของนักสื่อสารศึกษายุคนี้ จะลองพลิกหาเหลี่ยมมุมและสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ๆ บ่อนให้กับพรมแดนทางวิชาการกันได้แบบไหนและอย่างไร

สมสุข หินวิมาน

บรรณาธิการ

ทฤษฎีจัด...จะปฏิบัติอย่างไร?: แนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในศาสตร์ความรู้ด้าน สื่อสารศึกษา

สมสุข หินวิมาน¹

บทคัดย่อ

ทฤษฎีเป็นกรอบวิธีคิดในการอธิบายโลกแวดล้อมรอบตัว และใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความรู้ในโลกวิชาการ ดังนั้น บทความนี้จึงเขียนขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะอธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีกับการศึกษาด้านวารสารศาสตร์และนิเทศศาสตร์ โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและเงื่อนไขของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารทั้งในบริบทของชีวิตประจำวันและโลกวิชาชีพด้านสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของโลกวิชาการนั้น บทความนี้จะแสดงให้เห็นถึงแนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร และข้อพึงระวังต่างๆ ในการนำทฤษฎีไปใช้ในโครงการวิจัยเพื่อสร้างความรู้ด้านสื่อสารศึกษา

Abstract

Theory is a conceptual framework that we use to make sense of reality around ourselves. We adopt theories to generate new knowledge in the academic world. Thus this article aims to illustrate a relationship between theories and the sciences of journalism and communication arts. It indicates necessities and conditions of how we utilise communication theories both in our daily life and in the media professional context. Particularly in the intellectual world, the article explains approaches to the application of communication theories as well as remarks on the uses of theories in a communication studies research project.

คำสำคัญ: ทฤษฎี ทฤษฎีการสื่อสาร การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำกลุ่มวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เปิดเรื่อง

ในการทำวิจัยเพื่อสร้างความรู้ด้านวารสารศาสตร์และนิเทศศาสตร์นั้น หลายคนอาจสงสัยว่า แล้วทำไมแค่มีปัญหามานำการวิจัยหรือเก็บข้อมูลมาแล้วยังไม่พอ หากแต่ต้องมีการทบทวนแนวคิดทฤษฎีควบคู่กันไปด้วย แล้วถ้าโลกของทฤษฎีเป็นจักรวาลความรู้อันกว้างใหญ่ไพศาล ทฤษฎีแบบใดกันหรือที่เราควรจะทบทวนมาใช้ในงานวิจัย เราต้องเข้าใจทฤษฎีการสื่อสารแต่ละสำนักกัน อย่างลุ่มลึกกันเพียงไร และเหนือสิ่งอื่นใด เมื่ออ่านทบทวนบรรดาแนวคิดทฤษฎีแล้ว เราจะนำมาประมวลและประกอบการใช้ในโครงงานวิจัยด้านสื่อสารศึกษา (communication studies) ดังกล่าวอย่างไร

กับข้อสงสัยมากมายดังกล่าว และกับปัญหาเรื่องการมี “ความรู้ (ทฤษฎี) ท่วมหัว” จะ “เอาตัว (งานวิจัย) ให้รอด” ได้อย่างไรนั้น บทความนี้จึงประมวลขึ้นทั้งจากประสบการณ์ที่ผู้เขียนได้เป็นผู้บรรยายวิชาทฤษฎีการสื่อสารในระดับบัณฑิตศึกษา จากการอ่านค้นคว้าตำราทั้งไทยและต่างประเทศ และจากประสบการณ์อีกด้านที่ผู้เขียนได้ทำโครงงานวิจัยเอง และได้ดูแลควบคุมวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโทและเอกด้านสื่อสารศึกษามาหลายปี บทความชิ้นนี้จึงมุ่งหมายที่จะชี้ให้เห็นความสำคัญและเงื่อนไขของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร บริบทและเป้าหมายของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีที่แตกต่างหลากหลายกันไป แนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการวิจัยด้านวารสารศาสตร์และนิเทศศาสตร์ ตลอดจนข้อพึงระวังในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในศาสตร์ด้านสื่อสารศึกษา

ทฤษฎีช่วยให้เราเห็นในสิ่งที่คนทั่วไปมองไม่เห็น

เมื่อกล่าวถึงสิ่งที่เรียกว่า “ทฤษฎี” (theory) นั้น ผู้คนจำนวนมากมีแนวโน้มจะรับรู้ว่าเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก มีความซับซ้อน เป็นเรื่องไกลตัว จำกัได้อยู่แต่เฉพาะในแวดวงวิชาการ หรือแม้แต่ไม่รู้ว่าความเข้าใจทฤษฎีต่างๆ จะเกิดประโยชน์หรือนำไปใช้กันอย่างไร แต่ทว่าจริงๆ แล้ว ไม่ว่าจะเกี่ยวข้องกับการกระทำหรือปรากฏการณ์ทางการสื่อสารใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์เรา ความ

เข้าใจทฤษฎีถือเป็นสิ่งจำเป็นและเราจำต้องรู้ถึงแนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีอย่างถูกต้อง

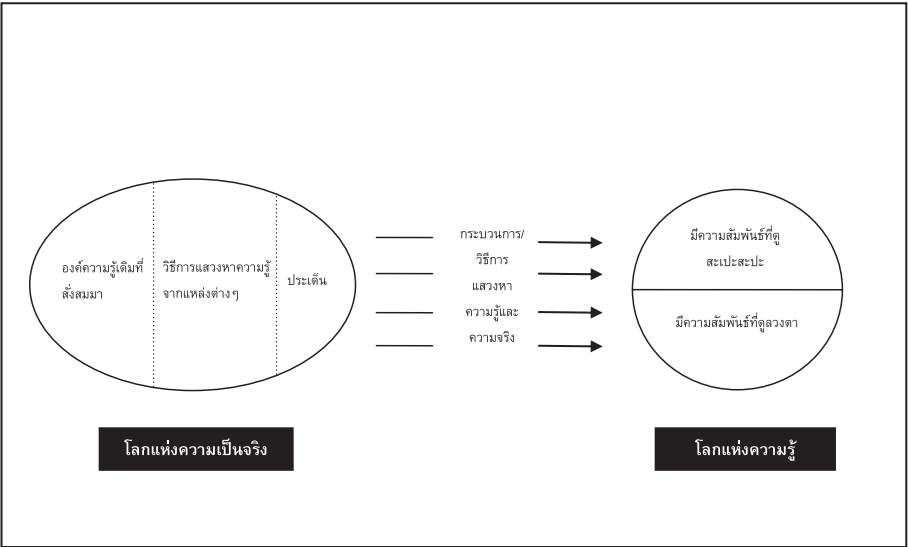
โดยความหมายเบื้องต้นแล้ว ทฤษฎีถือเป็นกรอบวิธีคิด (way of thinking) ที่เป็นระบบและซับซ้อนเกินกว่าความคิดทั่วไป (thinking) ที่เราเข้าใจกันอยู่ในชีวิตประจำวัน (Laughey, 2007) ทั้งนี้ ผู้เขียนจะลองเทียบเคียงให้เข้าใจง่ายขึ้นกับการขับรถยนต์ของคนเรา ถ้าเราจะเรียนรู้วิธีการขับรถ เราก็อาจจะคิดง่ายๆ แต่เพียงแค่ว่า การขับรถก็น่าจะเกี่ยวข้องกับคำถามที่ว่าเราจะสตาร์ทรถเมื่อไร จะขับตรงไป ถอยหลัง เลี้ยวซ้ายหรือเลี้ยวขวาตอนไหน จะหยุดจอดที่ใด จะเหยียบเบรคช่วงไหน จะขับผ่านเส้นทางใดบ้าง อันเป็นการตอบคำถามแบบง่ายๆ แคเพียง “อะไร” “ที่ไหน” หรือ “เมื่อไร” โดยไม่ต้องคิดอะไรให้ยุ่งยากเกินไปกว่านั้น

แต่หากเป็นการตั้งคำถามในเชิง “ทฤษฎี” แล้ว แม้แต่เรื่องของการขับรถยนต์เหมือนกัน เราก็จะเริ่มมีกรอบวิธีคิดที่จะถามซับซ้อนและลุ่มลึกขึ้นไปในทำนองว่า ทำไมรถยนต์จึงกลายเป็นเทคโนโลยีที่สำคัญของการคมนาคมขนส่งในสังคมสมัยใหม่ เหตุใดท่ามกลางระบบการขนส่งสาธารณะของรัฐนั้น มนุษย์จึงยังเลือกใช้การขับรถยนต์ส่วนบุคคลเพื่อเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ทำไมต้องถนนจึงต้องมีการกำหนดกฎระเบียบต่างๆ ในการกำกับควบคุมผู้ขับขี่ ยวดยานพาหนะ หรือเราอาจมีทางเลือกอื่นที่เหมาะสมในการเดินทางจากบ้านไปสู่สถานที่ต่างๆ โดยไม่ใช้รถยนต์ส่วนตัวได้อย่างไร คำถามที่เริ่มยากและซับซ้อนในทำนองนี้ ต้องอาศัยทฤษฎีเป็นเครื่องมือช่วยตั้งโจทย์ และเป็นตัวอย่างที่น่าจะชี้ให้เห็นว่า การมีอยู่ของทฤษฎีจะช่วยทำให้มนุษย์เราเกิดคำถามต่อการมองโลกหรือปรากฏการณ์รอบตัวที่ลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น

สำหรับในโลกวิชาการนั้น ทฤษฎีเป็นส่วนหนึ่งในการจัดความสัมพันธ์ระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกแห่งความรู้/ความคิด ในขณะที่ความเข้าใจทั่วไปมักเห็นว่า ทฤษฎีคือชุดของคำอธิบายที่จัดระเบียบเอาไว้เป็นอย่างดีแล้ว กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้อธิบายขยายความว่า ในโลกรอบตัวคนเรานั้น แท้จริงประกอบด้วยโลก 2 โลกด้วยกัน โดยโลกส่วนแรกเป็น “โลกแห่งความ

เป็นจริง” (the world of reality) กับอีกโลกหนึ่งซึ่งเป็น “โลกแห่งความรู้” (the world of knowledge) หรือ “โลกแห่งความคิด” (the world of thinking) ดังแสดงไว้ในภาพที่ 1

ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกแห่งความรู้/ความคิด



ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ (2552: 7)

จากภาพที่ 1 นี้ ในขณะที่โลกแห่งความเป็นจริงมีลักษณะที่ดูสะอาดสะเปะสะปะของบรรดาวัตถุ/สสาร/สรรพสิ่ง แต่ในโลกแห่งความรู้กลับเชื่อกันว่า ในความสัมพันธ์ที่ดูไม่ปะติดปะต่อหรือกระจัดกระจายนั้น แต่แท้จริงแล้ว มี “ความสัมพันธ์” (relationship) บางชุดที่แฝงฝังอยู่เบื้องหลังเสมอ ดังเช่น ประโยคที่พูดกันว่า “เด็ดดอกไม้สะเทือนถึงดวงดาว” ที่ดูผิวเผินแล้ว ดอกไม้กับดวงดาวซึ่งอยู่ไกลกันก็ไม่น่าจะมีความสัมพันธ์กันแต่อย่างใด แต่ทว่า ประโยคดังกล่าวก็สะท้อนเป็นนัยว่า แม้แต่สิ่งที่ดูแล้วไม่(น่าที่จะ)มีความสัมพันธ์กันได้ แต่ก็

ความเกี่ยวข้องหรือกำหนดกันและกันไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง และเพราะทฤษฎีเป็นชุดของคำอธิบายที่ผ่านการจัดระเบียบเอาไว้เป็นอย่างดี การมีอยู่ของทฤษฎีจึงช่วยให้เรามองเห็น “ความสัมพันธ์” ของสรรพสิ่งที่เหมือนจะอยู่กันอย่างสะเปะสะปะและมนุษย์เราไม่เคยตระหนักถึงมาก่อน

ตัวอย่างเช่น หากเราเข้าไปสังเกตการณ์บรรยากาศการนั่งดูโทรทัศน์ในครัวเรือนแห่งหนึ่ง เราก็อาจจะพบว่า ในห้องนั่งเล่นนั้น มีเครื่องรับโทรทัศน์ตั้งอยู่ในตำแหน่งกลางห้อง โดยมีอุปกรณ์ประกอบการรับชมต่างๆ จัดวางอยู่ในตำแหน่งที่ต่างกันไป มีสมาชิกครัวเรือนนั่งกันกระจัดกระจายอยู่ในแต่ละมุมของห้อง สมาชิกบางคนได้เป็นเจ้าของถือรีโมตคอนโทรลเอาไว้ในมือ สมาชิกบางคนเดินเข้าเดินออกในห้อง แต่บางจังหวะสมาชิกทั้งหมดก็จะมาดูนั่งดูโทรทัศน์พร้อมๆ กันบ้าง หรือแยกย้ายกันดูโทรทัศน์เพียงลำพังบ้าง โลกแห่งความเป็นจริงของห้องนั่งเล่นแบบนี้ดูแล้วไม่น่าจะมีความหมายใดๆ เพราะเป็นเพียงภาพความจริงที่สะเปะสะปะและเป็นไปตามวัตรปฏิบัติของครัวเรือนดังกล่าวที่เกิดขึ้นปกติทุกวันเท่านั้น

หากทว่า ถ้าเรามีทฤษฎีหรือกรอบวิธีคิดบางอย่างเพื่อทำความเข้าใจบรรยากาศการรับชมโทรทัศน์ที่กล่าวมาข้างต้น ห้องนั่งเล่นที่สมาชิกนั่งกันอยู่สะเปะสะปะกระจัดกระจายเยี่ยงนั้น ก็จะมีคามหมายบางอย่างขึ้นมา เช่น หากเราใช้คำอธิบายตามแนวคิดที่ว่าด้วย “ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ” (power relations) ของสำนักวัฒนธรรมศึกษาแห่งอังกฤษ (British cultural studies) เราก็จะพบว่า ห้องนั่งเล่นเป็นภาพจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ที่มีโทรทัศน์เป็นศูนย์กลางของอำนาจดังกล่าว (centre of the structure of power) และท่ามกลางสมาชิกครัวเรือนที่มาอยู่รวมตัวกันในบรรยากาศของการรับชม อำนาจก็มักจะรวมศูนย์ (centralised) อยู่ในมือของสมาชิกที่ถือรีโมตคอนโทรล และกำกับทิศทางการควบคุมอุปกรณ์ต่างๆ ในขณะที่ดูโทรทัศน์อยู่นั้น เนื่องจากรีโมตคอนโทรลเป็นสัญลักษณ์เทคโนโลยีเชิงอำนาจ (technology of power) ที่ผู้ถือครองสามารถกำกับการเปิดปิด เปลี่ยนช่อง ปรับเสียง และปรับสัญญาณภาพ เพื่อควบคุมความเป็นไปในกิจวัตรการรับชมของทั้งตัวเขาและสมาชิกคนอื่นได้ในเวลาเดียวกัน

จากตัวอย่างข้างต้นนี้เอง จะเห็นได้ว่า ทฤษฎีเป็นกรอบวิธีคิดที่เราใช้ทำความเข้าใจและเห็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในปรากฏการณ์รอบตัว โดยหากขาดซึ่งทฤษฎีเสียแล้ว ปรากฏการณ์นั้นก็จะเพียงแค่การมีอยู่ของสรรพสิ่งที่กระจัดกระจายและไม่มี ความหมายแต่อย่างใด ดังที่ Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss (2004) สรุปไว้ว่า “ทฤษฎีช่วยให้เราเห็นในสิ่งที่คนทั่วไปมองไม่เห็น” นั่นเอง

ทฤษฎีเป็นประหนึ่งตาข่าย, เลนส์, แผนที่...

ในขณะที่ทฤษฎีเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มนุษย์เรามองเห็นโลกแห่งความเป็นจริงอย่างมีความหมายลุ่มลึกขึ้นนั้น Em Griffin (2012) ได้อธิบายว่า เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกทฤษฎีใดๆ มาใช้อธิบายปรากฏการณ์การสื่อสารนั้น เราควรพิจารณาสถานะของทฤษฎีที่จะนำมาประยุกต์ใช้อย่างน้อยใน 3 สถานะด้วยกัน ดังนี้

(1) **ทฤษฎีในฐานะของตาข่าย (Theories as Nets)** ทศณะการมองสถานะของทฤษฎีแบบนี้มาจากนักปรัชญาชาวออสเตรียที่ชื่อ คาร์ล พ็อพเพอร์ (Karl Popper) ซึ่งกล่าวว่า “ทฤษฎีก็คือตาข่าย (net) ที่ใช้จับสิ่งที่คนเราเรียกว่า โลกรอบตัว” เพราะฉะนั้น การมีทฤษฎีจึงไม่ต่างจากการมีเครื่องมือที่ใช้ “จับ” หรืออธิบายทุกสิ่งทุกอย่างให้มีความหมายขึ้นมา แบบเดียวกับที่โลกวิชาการมักใช้ลึप्तว่า “การใช้ทฤษฎีเข้าไปจับปรากฏการณ์” (catching the world) อุปมาอุปไมยกับการจับปลาแต่ละชนิดนั้น ก็จำเป็นต้องเลือกใช้เครื่องมือหรือตาข่ายที่จับให้เหมาะสม

ดังนั้น กับปรากฏการณ์การสื่อสารที่แตกต่างกัน ก็จำเป็นต้องเลือกประยุกต์ใช้ทฤษฎีที่เหมาะสมและต่างกันมาใช้ตีความอธิบาย เช่น หากเราสนใจวิเคราะห์อิทธิพลของสื่อโฆษณาที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร เราก็ต้องเลือกใช้ทฤษฎีในกลุ่มพฤติกรรมนิยม (behaviourism) มา “จับ” กับกรณีรูปธรรมนั้น แต่หากเราเปลี่ยนความสนใจมาที่อิทธิพลของโฆษณาในการกำหนดโลกทัศน์/วิธีคิดของผู้คน เราก็ต้องเปลี่ยนมา

เลือกใช้ทฤษฎีในกลุ่มสำนักวิพากษ์ (critical theory) ที่เน้นเรื่องการสื่อสารกับมิตอดมการณ์ เพื่อเป็นเครื่องมือ “จับ” ปรากฏการณ์ดังกล่าวได้เหมาะสมกว่า

(2) **ทฤษฎีในฐานะเลนส์ (Theories as Lenses)** ตามทัศนะของนักวิชาการทั่วไป เห็นพ้องกันว่า ทฤษฎีมีสถานะประหนึ่ง “เลนส์” (lens) ที่ใช้ส่องโลก เพราะฉะนั้น หากคนแต่ละคนใช้เลนส์ของทฤษฎีที่ต่างกันในการพิจารณาไปทีปรากฏการณ์การสื่อสารเดียวกัน พวกเขาก็อาจจะได้คำตอบต่อความเข้าใจนั้นๆ แตกต่างกันไป

ตัวอย่างเช่น ถ้าเราสนใจวิเคราะห์การสื่อสารความหมายที่ซุกซ่อนอยู่ในภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง *Titanic* แล้วเราเลือกใช้เลนส์ของทฤษฎีกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง (political economy) ที่มีหัวใจหลักอยู่ที่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจกับชนชั้น เราก็จะได้คำตอบว่า ภาพยนตร์เรื่องนี้เผยให้เห็นความขัดแย้งและการต่อสู้ระหว่างชนชั้นที่แตกต่างกันในสังคมอังกฤษผ่านภาพจำลองของตัวละครกลุ่มต่างๆ ที่ดำเนินชีวิตอยู่บนเรือไททานิก (อาทิ พระเอกของเรื่องอย่างแจ็กเป็นตัวแทนของชนชั้นล่าง ในขณะที่นางเอกโรสและคู่หมั้นคือสัญลักษณ์แทนชนชั้นสูง ฯลฯ) แต่หากเราเปลี่ยนมาประยุกต์ใช้เลนส์ของทฤษฎีกลุ่มสตรีนิยม (feminism) ภาพยนตร์เรื่องเดียวกันก็อาจจะกำลังสะท้อนภาพการต่อสู้ของตัวละครผู้หญิงอย่างโรส ผู้อยู่ท่ามกลางอำนาจของสังคมที่บุรุษเพศเป็นใหญ่ และเข้ามากำกับควบคุมร่างกายและจิตวิญญาณของเธอ และในเวลาเดียวกัน หากเราปรับเปลี่ยนมาใช้แนวคิดทฤษฎีที่ว่าด้วย “มนุษย์เป็นศูนย์กลางของโลก” (anthropocentrism) เราก็อาจจะได้คำตอบที่ต่างออกไปว่า ภาพยนตร์เรื่องนี้กำลังตั้งคำถามเพื่อต่อต้านลัทธิความเชื่อที่ว่ามนุษย์มีอำนาจสูงสุดในจักรวาล (human supremacy) เพราะแม้แต่สัญลักษณ์ของเรือที่ถูกสร้างขึ้นให้เชื่อว่า “ไม่มีวันจม” (unsinkable) แต่ก็ยังพ่ายแพ้เพียงแค่อน้ำแข็งก้อนเล็กๆ อันเป็นสัญลักษณ์พลังของธรรมชาติที่ยิ่งใหญ่เกินกว่าอหังการแห่งมนุษย์ ดังนั้น การเลือกใช้ทฤษฎีที่ต่างกันไป ก็จะส่องให้เราเห็นคำตอบของความเป็นจริงที่แตกต่างกันไปด้วยนั่นเอง

(3) **ทฤษฎีในฐานะแผนที่ (Theories as Maps)** ในการใช้ความเปรียบเทียบนี้ ทฤษฎีการสื่อสารเป็นเสมือนแผนที่เดินทาง (maps) สำหรับความคิด

และการกระทำต่างๆ ของมนุษย์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การมีทฤษฎีและประยุกต์ใช้ทฤษฎีได้นั้น ก็ช่วยเป็น “แผนที่” นำทางให้เราตัดสินใจหรือกระทำการใดๆ ได้อย่างเหมาะสมเหมาะสม เมื่อเทียบกับการตัดสินใจหรือการกระทำที่ปล่อยให้ เป็นไปแบบไร้ทิศทางตามยถากรรม

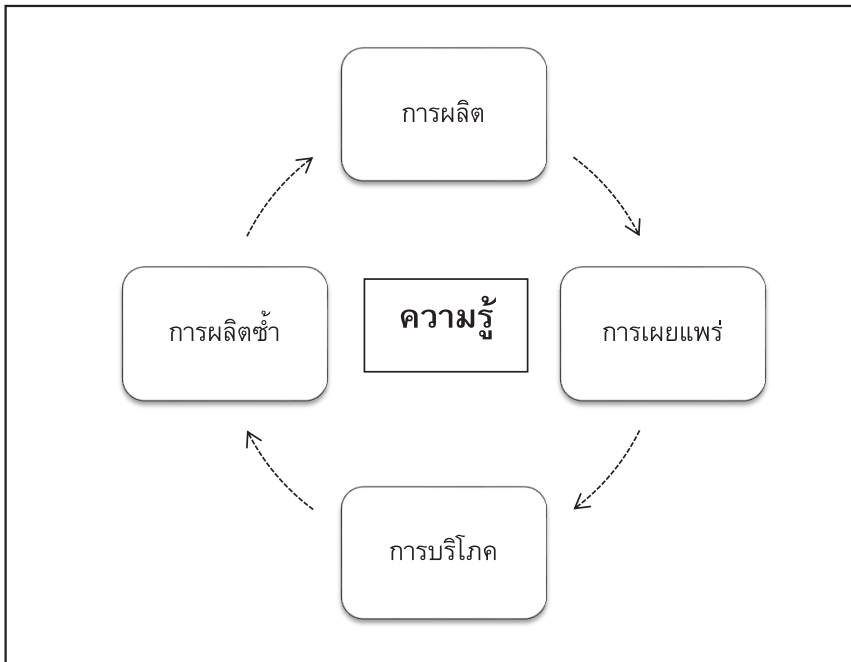
ตัวอย่างเช่น หากเราวางแผนจะออกแบบโครงการการสื่อสารรณรงค์ เรื่องสุขภาพขึ้นมาหนึ่งโครงการ ถ้าเรามีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ สื่อ (media strategies) กำกับอยู่เบื้องหลัง กระบวนการทำงานของเราก็จะไม่ เลื่อนลอยหรือเป็นไปตามยถากรรม เพราะแนวคิดดังกล่าวเห็นว่าคุณลักษณะของ สื่อแต่ละชนิดที่ต่างกัน ก็เหมาะสมเหมาะสมกับการเลือกใช้เพื่อเป้าหมายการ ทำงานที่แตกต่างกันด้วย โดยในกรณีที่เราต้องการให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ กระจายตัวในวงกว้างและรวดเร็ว เราก็จะเลือกใช้สื่อมวลชนประเภทวิทยุและ โทรทัศน์ หรืออาจใช้สื่อใหม่และโซเชียลมีเดียต่างๆ แต่หากเราต้องการให้ผู้รับสาร ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดและลุ่มลึกขึ้น คุณสมบัติของสื่อสิ่งพิมพ์ก็จะ ตอบโจทย์การทำงานในลักษณะนี้ได้ดีกว่า และถ้าหากเราจะเน้นให้ข้อมูลข่าวสาร ดูมีความน่าเชื่อถือในการรับรู้ของผู้คน เราก็อาจต้องปรับมาเลือกใช้สื่อบุคคลเป็น ตัวกลางส่งผ่านเนื้อหาต่างๆ ไปสู่ผู้รับสารแทน ในขณะเดียวกัน ถ้าเราเลือกใช้ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร (message strategies) มาประกอบการทำงาน โครงการรณรงค์ดังกล่าวเพิ่มเติม เราก็จะพบว่า แคกลยุทธ์การเลือกและใช้สื่อ ที่ต่างกันอาจไม่เพียงพอ หากต้องรวมถึงการเลือกและออกแบบสารที่เหมาะสม ลงตัวด้วย การสื่อสารเพื่อรณรงค์สุขภาพก็จะสัมฤทธิ์ผลมากยิ่งขึ้น

ในวงจรแห่งความรู้ มีทฤษฎีดำรงอยู่เสมอ

ทุกวันนี้ภายใต้ระบบเศรษฐกิจสังคมแบบใหม่ที่ขับเคลื่อนไปโดยอาศัย ความรู้เป็นพื้นฐาน หรือที่เรียกกันว่าการก้าวเข้าสู่ “knowledge-based society” นั้น กระบวนการทางความรู้ถูกมองว่ามีความสำคัญยิ่งในระบบเศรษฐกิจสังคม แบบนี้ กล่าวคือ ความรู้ไม่เพียงจะมีสถานะเป็นทุนชนิดหนึ่ง (capital) ของสังคม เพราะมีมูลค่าแลกเปลี่ยนหรือสามารถสั่งสมเพิ่มพูนมูลค่าขึ้นได้เท่านั้น หากแต่

กระบวนการทางความรู้จะมีลักษณะเป็นวงจร (cycle) ดังแสดงไว้ในภาพที่ 2 ต่อไปนี้

ภาพที่ 2 วงจรแห่งความรู้



จากภาพที่ 2 นี้ วงจรแห่งความรู้จะเริ่มต้นจากขั้นตอนของการผลิต (production) ซึ่งสำหรับในโลกวิชาการแล้ว การผลิตความรู้ดังกล่าวมักถูกสร้างขึ้นผ่านกระบวนการทำวิจัย (research) และเมื่อได้ผลผลิตของความรู้ออกมา ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการเผยแพร่ (distribution) ผ่านช่องทางของสื่อต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้ความรู้ ที่อยู่ในลำดับขั้นตอนของการบริโภค (consumption) อาทิ การนำความรู้ไปเผยแพร่ในรูปของเอกสารและสิ่งตีพิมพ์ การจัดทำเป็นหลักสูตรหรือเผยแพร่ความรู้ในสถาบันการศึกษา การนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติ ขับเคลื่อนนโยบาย หรือผลักดันขบวนการเคลื่อนไหวต่างๆ ตลอดจนการนำความรู้ไปขยายผลใน

วาระโอกาสที่ต่างกันไป และเมื่อมีการใช้หรือบริโภคความรู้แล้ว วงจรก็ย้อนกลับมาสู่กระบวนการผลิตซ้ำ (reproduction) หรือการสร้างความรู้ใหม่ๆ เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ที่มีมาแต่เดิม (ดังตัวอย่างรูปธรรมของการทบทวนวรรณกรรมและองค์ความรู้ที่มีมาก่อน แล้วจึงค่อยลงมือทำวิจัยเพื่อสร้างชุดความรู้ใหม่ๆ ป้อนสู่โลกวิชาการนั่นเอง) ทั้งนี้ก็เพราะว่า โลกแห่งความรู้เป็นสิ่งที่ไม่เคยหยุดนิ่ง หากแต่มีการเคลื่อนไหวไปตามความเปลี่ยนแปลงของโลกแห่งความเป็นจริงรอบตัวนั่นเอง ดังนั้น กระบวนการทางความรู้จึงเป็นวงจรที่ดำเนินไปอย่างไม่สิ้นสุด

และที่สำคัญ หากวงจรแห่งความรู้ต้องมีการผลิตและผลิตซ้ำเพื่อสร้างความรู้ใหม่ๆ แบบต่อเนื่องไม่สิ้นสุด “ทฤษฎี” ก็คือเครื่องมือสำคัญในวงจรการผลิตความรู้ดังกล่าว เพราะทฤษฎีเป็นประหนึ่งองค์ความรู้ที่ “อบนักร้อนมาก่อน” โดยถูกสร้างมาแล้วในยุคหนึ่งๆ และ “ผ่านร้อนผ่านหนาว” มาด้วยการวิจัยพิสูจน์จนเป็นชุดความรู้ที่ตกตะกอนมาถึงรุ่นหลังๆ ความเข้าใจและรู้จักประยุกต์ใช้ทฤษฎีจึงทำให้เราเกิดคำถามใหม่ๆ ในการสร้างความรู้และแสวงหาความจริง แต่ในขณะเดียวกัน องค์ความรู้ที่เคยถูกสร้างมาเป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์สังคมยุคหนึ่งสมัยหนึ่ง ก็จำเป็นต้องมีการพัฒนาและสร้างทฤษฎีขึ้นมาใหม่เพื่อตอบโจทย์ต่อความเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งความเป็นจริง

ตัวอย่างเช่น ในยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่สองที่สื่อมวลชนอย่างวิทยุและภาพยนตร์มีพลังอำนาจมหาศาล นักวิชาการได้ลงมือศึกษาและพัฒนาความรู้ออกมาเป็น “ทฤษฎีกระสุนปืน” (magic bullet theory) ที่เชื่อว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตั้งแต่ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ ไปจนถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร แต่มาภายหลังสงครามโลกสิ้นสุดลง นักวิชาการรุ่นหลังเริ่มทำวิจัยตั้งคำถามกับทฤษฎีกระสุนปืน และทำความเข้าใจปรากฏการณ์เกี่ยวกับผู้รับสาร จนพัฒนามาเป็นทฤษฎีกลุ่ม “กระบวนการทัศนผลกระทบอันจำกัดของสื่อ” (limited effect paradigm) ซึ่งเห็นว่า สื่อมวลชนอาจไม่ได้มีพลังมหาศาล ประหนึ่งกระสุนปืนที่ยิงเข้าสู่ผู้รับสารโดยเฉียบพลัน แต่กลับเป็นสื่อบุคคลที่เรียกว่า “ผู้นำทางความคิดเห็น” (opinion leader) ต่างหากที่มีอิทธิพลต่อผู้คนมากกว่า จนกระทั่งเข้าสู่ทศวรรษ 1970 เมื่อนักวิชาการชาวอเมริกันอย่างจอร์จ

เกิร์บเนอร์ (George Gerbner) ได้รื้อฟื้นความเข้าใจเรื่องอิทธิพลของสื่อ และลงมือทำวิจัยศึกษาศักยภาพของโทรทัศน์ในการติดตั้งโลกทัศน์ความรุนแรงให้กับผู้คน โลกวิชาการก็ได้เกิดชุดความรู้ใหม่ในชื่อของ “ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะผ่านสื่อ” (cultivation theory) ซึ่งเชื่อมั่นในพลังของสื่อมวลชนที่เข้ามากำหนดโลกทัศน์/ภาพความจริงในสำนึกของผู้คน ที่แม้จะไม่ใช่ว่าโดยเฉียบพลันแบบกระสุนปืน แต่ก็ใช่ว่าเป็นอิทธิพลแบบสั่งสมวันต่อวัน จนในบางครั้งผู้รับสารเองก็มีแนวโน้มจะเห็นคล้อยกับภาพของสื่อมากกว่าประสบการณ์จริงของตนเสียด้วยซ้ำ

การวิวัฒนาการไปของกระบวนการผลิตและผลต่อความรู้ของมนุษย์เช่นนี้เอง ทำให้ทฤษฎีเข้ามามีบทบาทสำคัญ ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือช่วยทำความเข้าใจโลก และให้คำตอบต่อข้อสงสัยของผู้คน หากแต่ยังเป็นผลลัพธ์ของชุดความรู้ที่ถูกผลิตขึ้นมาเป็นทฤษฎีใหม่ๆ ออกไปไม่สิ้นสุด

รู้ทฤษฎีไว้ใช้ว่า ใส่บาแบ่งทาน

ทฤษฎีเป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการทางความรู้ โดยเฉพาะในการทำโครงการวิจัย (research) ซึ่งจำเป็นต้องมีการทบทวนและประยุกต์ใช้ทฤษฎี เพื่อนำไปสู่คำตอบต่อข้อสงสัย/ปัญหาที่นักวิจัยแต่ละคนได้กำหนดเอาไว้ ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้ประมวลให้เห็นประโยชน์ของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในกระบวนการวิจัยเพื่อสร้างความรู้ไว้อย่างน้อย 5 ประการด้วยกัน ดังนี้

(1) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีช่วยตีกรอบการตั้งประเด็นปัญหา เนื่องจากโลกความเป็นจริงรอบตัวคนเรานั้น ปกติจะมีหลายเหลี่ยมหลายมุม แต่การรู้จักประยุกต์ใช้ทฤษฎีจะช่วยให้เราสามารถเลือกหยิบเหลี่ยมมุมที่แยกคายของโลกความเป็นจริงนั้นมาปรับเป็นประเด็นปัญหามาวิจัยได้คมชัดยิ่งขึ้น เช่น ถ้าเราสนใจตั้งคำถามเรื่องการสื่อสารกับการรู้เท่าทันสื่อของเด็กและเยาวชน หากเราเลือกใช้ทฤษฎีในกลุ่มผลกระทบของสื่อ (media impact theory) เราก็อาจจะตั้งคำถามได้แต่เพียงว่า เด็กเป็นผู้ถูกกระทำจากสื่อต่างๆ (อาทิ โฆษณา สื่อออนไลน์ หนังสือรุนแรง) หรือเป็นผู้รับสารเชิงรับ (passive audience) และอาจมีสถานะตกเป็น “เหยื่อ” ผู้ที่ไม่รู้เท่าทันสื่อแต่อย่างใด แต่หากเราหยิบมาใช้มุมมองของทฤษฎี

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (uses and gratifications theory) เราอาจจะตั้งคำถามต่างออกไปว่า แม้แต่เด็กก็เป็นผู้รับสารเชิงรุก (active audience) ที่ไม่ได้ถูกระงับ แต่เป็นผู้ที่เลือกใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อสนองความต้องการของตนในแต่ละเงื่อนไข อย่างไรก็ตามก็ดี หากเราเปลี่ยนมาใช้แง่มุมที่ซับซ้อนขึ้นของทฤษฎีสำนึกวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies theory) เราก็จะเกิดคำถามขึ้นใหม่ว่า เด็กอาจไม่ได้เป็นผู้รับสารที่ถูกกระทำหรือเป็นผู้กระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เราควรพิจารณาว่า ในเงื่อนไขใดที่เด็กจะรู้เท่าทันสื่อ และในเงื่อนไขแบบไหนที่เด็กมีแนวโน้มจะเชื่อฟังคล้อยตามสื่อ เป็นต้น การมีตัวเลือกของทฤษฎีการสื่อสารที่หลากหลายเช่นนี้ ทำให้นักวิจัยสามารถปรับความชัดเจนของการตั้งประเด็นปัญหานั้นวิจัยได้เหมาะสมกับความเป็นจริงของปรากฏการณ์มากยิ่งขึ้น

(2) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีจะช่วยกำหนดขอบเขตของสิ่งที่ศึกษาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ ถ้าเราสนใจตั้งโจทย์วิจัยว่า “คนแต่ละคนใช้สื่อออนไลน์เพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง” เราก็อาจต้องเริ่มต้นจากการกำหนดขอบเขตของการศึกษาว่า “การใช้สื่อ” (media use) ในกรณีนี้จะวัดอย่างไร โดยหากเราเลือกใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (uses and gratifications theory) ทฤษฎีดังกล่าวก็จะกำหนดตัวแปรเอาไว้แล้วว่า ต้องเริ่มต้นจากการศึกษา (1) สภาวะทางจิตใจและสังคมของบุคคล ที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของผู้รับสารในอันที่จะเกิดขึ้น (3) ความคาดหวังที่จะใช้สื่อออนไลน์ และภายหลังจาก (4) การเลือกใช้สื่อดังกล่าวแล้ว (5) ผลที่เกิดขึ้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ อย่างไร หรือ (6) เกิดผลอื่นๆ ตามด้วยหรือไม่ อย่างไร เป็นต้น การประยุกต์ใช้ทฤษฎีจึงช่วยกำหนดขอบเขตของตัวแปรที่จะวัดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น หรือที่เรียกว่าเป็นกระบวนการสร้าง “นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ” (operational definition)

(3) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีช่วยลดอคติในการออกแบบงานวิจัย เนื่องจากทฤษฎีมีบทบาทสำคัญในการทำให้นักวิจัยมองโลกได้รอบด้าน ดังนั้นเพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรที่หลากหลาย และเอื้อให้การทำงานผลิตความรู้ลดอคติในการศึกษาลง จำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีเข้ามาเป็นเครื่องมือช่วยเหลือ เช่น หากนักวิจัยสนใจศึกษาการสื่อสารของกลุ่มคนตาบอดว่าเป็นอย่างไร การทบทวน

แนวคิดเกี่ยวกับความพิการทางสายตาก็จะช่วยให้นักวิจัยลดอคติที่เลือกศึกษา กลุ่มตัวอย่างคนตาบอดไม่ให้เกิดอคติเฉพาะในบางกลุ่มเท่านั้น ทั้งนี้เพราะแม้แต่ในกลุ่มคนตาบอดด้วยกันเอง ก็มีความแตกต่างกันในเชิงระดับ (difference in degree) ตั้งแต่คนตาบอดแต่กำเนิด คนตาบอดในภายหลัง คนตาบอดสนิท คนตาบอดสี คนสายตาเลือนราง เป็นต้น การควบคุมความแตกต่างหลากหลายของตัวแปรเกี่ยวกับความพิการทางสายตาเช่นนี้ จะช่วยให้ลดทอนอคติและสร้างความน่าเชื่อถือกับงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

(4) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีจะช่วยให้การตีความข้อมูลชัดเจนยิ่งขึ้น ในการทำวิจัยเพื่อผลิตความรู้นั้น แม้ว่าเราจะออกแบบวิธีวิทยาเพื่อเก็บรวบรวมหรือจัดระบบข้อมูลได้แล้วก็ตาม แต่ข้อมูลที่จัดระบบเอาไว้จะไม่มีคามหมายใดๆ หากเราปราศจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีมาตีความ เช่น หากเราต้องการตีความการปรากฏตัวของ “แหวน” ตั้งแต่ฉากเริ่มต้นเรื่องจนถึงฉากจบเรื่องของภาพยนตร์เรื่อง *The Lord of the Rings* ว่ามีความหมายอย่างไร เราก็อาจต้องอาศัยทฤษฎีสัญวิทยา (semiology) เพื่อมาวิเคราะห์ให้เห็นว่า แหวนในภาพยนตร์เรื่องนี้ไม่ได้หมายถึงเครื่องประดับที่ใช้สวมใส่นิ้วมือ หากแต่เป็นสัญลักษณ์ (sign) ที่มีความหมายโดยนัยที่ซับซ้อนไปกว่านั้นว่า เป็นตัวแทนของ “อำนาจ” ที่มนุษย์และสรรพชีวิตร่วมกันสร้างขึ้น และก็เข้ามาครอบงำความคิดและการกระทำของมนุษย์อีกชั้นหนึ่ง

(5) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีจะช่วยให้เห็นช่องว่างของความรู้ที่ยังมีอยู่ เนื่องจากความรู้ของมนุษย์นั้นวิวัฒนาการไปไม่สิ้นสุด และหากจะทำให้เรามองเห็นช่องว่างของความรู้ออกมาได้ ก็ต้องอาศัยทฤษฎีมาใช้เพื่อตั้งคำถามต่อยอดขึ้นไป ตัวอย่างของการใช้ทฤษฎีเพื่อมาตั้งโจทย์วิจัยต่อยอดอย่างต่อเนื่องในทำนองนี้ได้แก่ งานวิจัยของ ณัฐสุพงศ์ สุขใสต์ (2548) ที่ศึกษาการรวมตัวเป็นชุมชนวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนฟุตบอลสโมสรต่างประเทศ นักวิจัยเริ่มต้นจากการอ่านทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ซึ่งในที่นี้ก็คืองานวิจัยของ ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร (2546) ซึ่งใช้ทฤษฎีสังคมมวลชน (mass society) มาตั้งคำถามเพื่อศึกษาการรับชมฟุตบอลในหลายๆ พื้นที่ และพบว่า นอกจากการชมฟุตบอลผ่านสื่อ

โทรทัศน์แล้ว ผู้ชมยังมีการรวมตัวกันมาดูฟุตบอลมหกรรมใหญ่ๆ (อาทิ มหกรรมฟุตบอลโลก) ในพื้นที่นอกบ้าน (อาทิ ตามการจัดอีเวนต์ในห้างสรรพสินค้า) แต่ทว่า การรวมกลุ่มชมฟุตบอลตามห้างนั้น ก็เป็นเพียงสื่อกิจกรรมที่เกิดขึ้นชั่วคราว และสายสัมพันธ์ก็พร้อมจะสลายหายไปเมื่อการแข่งขันฟุตบอลนัดนั้นๆ จบลง และผู้ชมได้แยกย้ายกันกลับบ้าน แต่อย่างไรก็ตาม ญัฐสุพงศ์ได้ตั้งคำถามท้าทายต่องานวิจัยก่อนหน้านี้ดังกล่าว โดยอาศัยแนวคิดเรื่องความเป็นแฟน (fandom) และพบความรู้ใหม่ต่อยอดออกไปว่า แม้ผู้ชมจำนวนหนึ่งอาจไร้ซึ่งสายสัมพันธ์ระหว่างกัน และมีการรวมกลุ่มกันบริโภคฟุตบอลแบบชั่วคราวคราว (อันเป็นภาพคล้ายๆ บรรยากาศแบบ “สังคมมวลชน” ที่ผู้คนมากมายมาอยู่รวมกันแต่ก็ไม่มีสายสัมพันธ์ระหว่างกันแต่อย่างใด) แต่ทว่า ถ้ามีตัวแปรเรื่อง “ความเป็นแฟน” ขึ้นมา สายสัมพันธ์ที่กล่าวมานี้ก็จะเปลี่ยนแปลงไป เพราะบรรดาแฟนจะมีการสานสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางการสื่อสารที่มากไปกว่าแค่สื่อกิจกรรมการชมฟุตบอล (อาทิ มีการใช้สื่อออนไลน์ติดต่อสื่อสารกัน ใช้สื่อกิจกรรมการไปร่วมทำการกุศลของกลุ่มแฟนบอล ฯลฯ) ความสัมพันธ์ที่โยงใยกันแนบแน่นกันเป็นเครือข่ายการสื่อสารนั้น ก็จะทำให้เกิดสายสัมพันธ์ที่เริ่มถาวรขึ้น และเป็นต้นทางของการก่อรูปเป็นชุมชนแฟนคลับในเวลาต่อมา

และที่น่าสนใจก็คือ ต่อมาในภายหลัง กุลวิญญ์ สำแดงเดช (2551) ได้ทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของญัฐสุพงศ์ที่ศึกษาแฟนฟุตบอลสโมสรต่างประเทศอีกครั้ง และเปลี่ยนตัวแปรใหม่มาเป็น “สโมสรฟุตบอลท้องถิ่น” (ในกรณีนี้ก็คือทีมฉลามชลจังหวัดชลบุรี) โดยประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีเรื่องท้องถิ่นนิยม (localism) นักวิจัยก็ได้ตั้งคำถามขึ้นใหม่ว่า มูลเหตุจูงใจของความเป็นแฟนฟุตบอลสโมสรท้องถิ่น จะยังคงเป็น “การชื่นชมในความสามารถของทีมฟุตบอล” (แบบเดียวกับที่มีอยู่ในแฟนสโมสรฟุตบอลต่างประเทศ) หรืออาจจะมี “สำนึกท้องถิ่นนิยม” หรือพูดง่ายๆ คือ “ความเป็นทีมบ้านเกิด” เข้ามากำหนดวิถีความรักความชื่นชอบในสโมสรฟุตบอลดังกล่าว ตัวอย่างการตั้งปัญหาการวิจัยแบบนี้สะท้อนให้เห็นว่า หากเราเลือกประยุกต์ใช้ทฤษฎีให้หลากหลายและแตกฉาน นักวิจัยก็สามารถพัฒนาเป็นปัญหานำการวิจัยเพื่อต่อยอดการผลิตความรู้ด้านการสื่อสารออกไปได้ไม่สิ้นไม่สุด

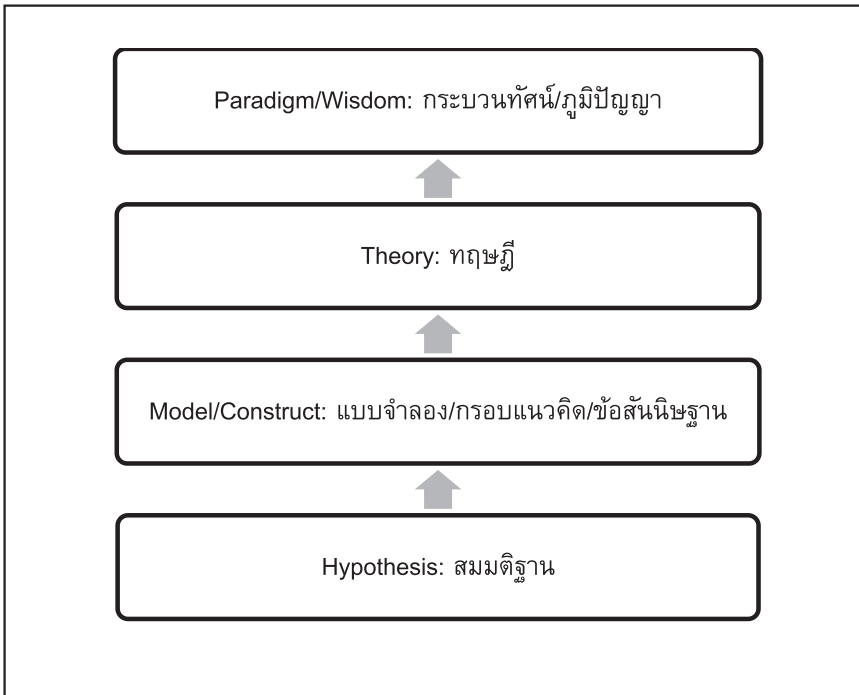
หากจะใช้ทฤษฎีการสื่อสาร โปรดอย่าลืมอ่าน “ฉลากข้างขวด”

แม้ว่าทฤษฎีจะเป็นปัจจัยที่จำเป็นในกระบวนการวิจัยและการแสวงหาความรู้ด้านการสื่อสารของมนุษย์ แต่ทว่า ในการใช้ทฤษฎีการสื่อสารนั้น เราจำเป็นต้องเข้าใจถึงเงื่อนไขของการประยุกต์ใช้ อันเป็นข้อเรียกร้องพื้นฐานที่มีต่อทฤษฎีต่างๆ เสียก่อน หรือหากจะเทียบเคียงการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้เหมือนกับ “การกินยา” แล้ว นักวิจัยก็จำเป็นต้องอ่านข้อกำกับที่อยู่ใน “ฉลากข้างขวด” ให้เท่าทันทฤษฎีต่างๆ ก่อนที่จะเลือกทฤษฎีใดๆ มาใช้ในการทำวิจัยนั่นเอง ทั้งนี้ เงื่อนไขสำคัญของการใช้ทฤษฎีที่เราควรพิจารณานั้นมีอย่างน้อย 6 ประการด้วยกัน ดังนี้

(1) **เงื่อนไขความเข้าใจนิยามของทฤษฎี** โดยนิยามพื้นฐานนั้น ทฤษฎีเป็นระดับความรู้ที่ซับซ้อนหรือเป็นคำอธิบายที่สูงขึ้นมากกว่าสมมติฐานหรือข้อสันนิษฐาน ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า หากจะเปรียบเทียบระดับของความรู้เป็นประหนึ่งขั้นดินแล้ว ทฤษฎีถือเป็นความรู้ในขั้นที่ก่อตัวผ่านกาลเวลามายาวนาน และมีการพิสูจน์ซ้ำแล้วซ้ำเล่าจนยืนหยัดต่อการเข้ามาอธิบายโลกแห่งความเป็นจริง ดังแสดงไว้ในภาพที่ 3 ต่อไปนี้

จากภาพที่ 3 ระดับของความรู้จะเริ่มต้นด้วย **สมมติฐาน (hypothesis)** อันเป็นระดับง่ายสุดของคำอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ภายใต้เงื่อนไขเวลาหนึ่งๆ และสถานที่หนึ่งๆ (time-space bound) ตัวอย่างเช่น แนวคิดทฤษฎีเรื่องการกำหนดวาระของสื่อ (agenda-setting theory) ก็เริ่มต้นมาจากการตั้งสมมติฐานของนักวิจัยอย่างแมกซ์ แม็คคอมบส์ (Max McCombs) และ โด널ด์ ชอว์ (Donald Shaw) กับกรณีการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1968 โดยสมมติฐานในครั้งนั้นมีอยู่ 2 ด้านคือ ในด้านของผู้ส่งสารนั้น ด้วยการคัดเลือกข่าวสารและการนำเสนอข่าวของบุคลากรต่างๆ ในกองบรรณาธิการและห้องข่าว ล้วนแล้วแต่มีการตกแต่งให้เป็นไปตามความเป็นจริงทางการเมืองทั้งสิ้น ในขณะที่ด้านของผู้รับสารนั้น ไม่เพียงแต่จะเรียนรู้ว่ามีข่าวสารอะไรบ้างในแต่ละวัน แต่ผู้รับสารจะยังเรียนรู้ถึงน้ำหนักความสำคัญของข่าวนั้นๆ ด้วย (อาทิ เรียนรู้ผ่านการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังของข่าวแต่ละเหตุการณ์)

ภาพที่ 3 แสดงระดับต่างๆ ของความรู้ในการอธิบายโลกแห่งความเป็นจริง



ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ (2552: 12)

จากนั้น ในระดับที่ซับซ้อนของ **แบบจำลอง/กรอบความคิด/ข้อสันนิษฐาน (model/construct)** ก็คือ สมมติฐานที่ผ่านการตรวจสอบและพิสูจน์มาแล้วในหลายๆ วาระโอกาส จนสามารถยกระดับเป็นข้อสรุปได้ว่า ความรู้เรื่องความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นจริงในทุกเงื่อนไข เช่น เมื่อนักวิจัยรุ่นหลังๆ เริ่มนำสมมติฐานเกี่ยวกับการกำหนดวาระของสื่อตามข้อเสนอของแม็คคอมบัสและฮอว์ไปศึกษาพิสูจน์ยืนยัน จนได้เป็นข้อสรุปที่เป็นจริงในหลายๆ เงื่อนไขว่า สื่อมวลชนไม่ได้เล่นบทบาทสะท้อนความเป็นจริง หากแต่ทำหน้าที่เป็นผู้คัดกรองและกำหนดความสำคัญของความเป็นจริงต่างๆ สมมติฐานข้างต้นก็จะยกระดับขึ้นเป็นแบบจำลองหรือข้อสันนิษฐานขึ้นมา

และในขณะเดียวกัน หากข้อสันนิษฐานที่ได้รับการพิสูจน์ความสัมพันธ์มาแล้วในหลายเงื่อนไข ยังสามารถสะท้อนให้เห็นว่า อะไรคือตัวแปร/ปัจจัยที่เข้ามากำหนดความสัมพันธ์หรือความเป็นไปในปรากฏการณ์นั้น ข้อสันนิษฐานก็จะยกระดับขึ้นไปเป็น **ทฤษฎี (theory)** ที่ตอบคำถามสูงขึ้นไปว่า “ทำไมจึงเกิดความสัมพันธ์ดังกล่าวขึ้นมาได้” และ “ความสัมพันธ์นั้นดำเนินไปได้อย่างไร” ก่อนที่ทฤษฎีบางชุดจะผ่านกาลเวลายาวนาน และตกผลึกกลายเป็นแม่บททางความคิดของความรู้ย่อยอื่นๆ ที่เรียกว่า **กระบวนทัศน์/ภูมิปัญญา (paradigm/wisdom)** นั้นเอง

ความเข้าใจนิยามของทฤษฎีในฐานะของกรอบความรู้ที่ผ่านกาลเวลา และสามารถอธิบายให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวแปรนั้น จะทำให้นักวิจัยได้รู้ว่า เป้าหมายของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีก็เพื่อนำไปสู่การตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับ **ตัวแปร (variables)** ที่เรามีต่อปรากฏการณ์ต่างๆ ซึ่งเราสงสัยและต้องการหาคำตอบ เช่น หากเราสงสัยว่า มีตัวแปรใดบ้างที่น่าจะมีผลให้ผู้หญิงแต่ละคนมีวิธีการอ่านและบริโภคสื่อนิตยสารแตกต่างกัน และเราเลือกประยุกต์ใช้ทฤษฎีในกลุ่มมาร์กซิสต์ (Marxism) เราก็อาจจะเริ่มตั้งเป็นข้อสงสัยเบื้องต้นได้เลยว่า ชนชั้น หรือผู้หญิงที่มาจากกลุ่มชนชั้นทางเศรษฐกิจสังคมที่ต่างกัน น่าจะมีแนวโน้มในการอ่านนิตยสารแตกต่างกันด้วย ตั้งแต่การเลือกซื้อฉบับ ช่วงเวลาในการอ่าน รูปแบบการอ่าน การตีความเนื้อหา ไปจนถึงการนำข้อมูลข่าวสารในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างหลากหลายกันไป

(2) **เงื่อนไขความเข้าใจสถานภาพของการใช้ทฤษฎีในงานวิจัย** แม้ทฤษฎีจะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการทำโครงงานวิจัยเพื่อพัฒนาความรู้ด้านการสื่อสารออกไป แต่ทว่า สถานภาพของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในงานวิจัยแต่ละเรื่อง ก็อาจจะแตกต่างกันไปตามประเภทของงานวิจัยที่เลือกใช้ กล่าวคือ หากเป็น **งานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research)** ที่เป้าหมายเพื่อค้นหากฎเกณฑ์ทั่วไปหรือกฎสากล (generalisation/universal laws) ของปรากฏการณ์การสื่อสาร ทฤษฎีจะถูกกำหนดสถานภาพให้เป็นองค์ความรู้ที่ผ่านมามีที่นักวิจัยรุ่นใหม่มักรังเกียจ เพราะฉะนั้น ทฤษฎีจะถูกนำมาใช้ตั้งเป็นปัญหานำวิจัยและ

สมมติฐาน ตลอดจนออกแบบวิธีวิทยาในเงื่อนไขใหม่ และใช้การเก็บข้อมูลจากปรากฏการณ์ในบริบทที่ต่างออกไป เพื่อมาพิสูจน์ว่าชุดความรู้ที่นั่นยังทรงพลังในการอธิบายและสร้างเป็นกฎสากลต่อไปได้หรือไม่ อย่างไร เช่น หากทฤษฎีเรื่องการเปิดรับสื่อ (media exposure theory) มีคำอธิบายว่า ปัจจัยเรื่องมุมมอง ความเชื่อ ทศนคติ และการตัดสินใจ เป็นตัวแปรสำคัญของการเปิดรับสื่อ เมื่อเอามาใช้ทดสอบกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนที่ต่างกันออกไป นักวิจัยก็จะนำตัวแปรดังกล่าวมาทดสอบความสัมพันธ์ในเงื่อนไขใหม่ๆ ว่า ทฤษฎีการเปิดรับสื่อจะยังใช้เพื่ออธิบายได้อยู่หรือไม่ หรือมีนัยสำคัญในบริบทใหม่เพียงใด

แต่หากเป็นกรณีของงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่มุ่งเน้นทำความเข้าใจลักษณะเฉพาะ (particularisation) ของปรากฏการณ์ที่แตกต่างกัน ทฤษฎีไม่ได้ถูกวางสถานะให้เป็นชุดความรู้ที่จะต้องทดสอบ (being tested) หากแต่จะมีสถานะภาพเป็นกรอบความรู้ที่ใช้ส่องความเป็นจริงและตีความให้เห็นเป็นความหมายเฉพาะบางอย่างออกมา เช่น ถ้าข้อสงสัยในการศึกษาของเราเริ่มต้นที่ว่า ทำไมตัวละครผู้หญิงหลายๆ ตัวละครก็มีแนวโน้มจะถูกพระเอกของเรื่องจับมากักขังให้ทนทุกข์ทรมาน ก่อนที่เธอจะลงเอยด้วยความสุขในฉากจบ (อาทิ ในละครโทรทัศน์เรื่อง *จำแลงรัก สวรรค์เบี่ยง* หรือ *ทางผ่านกามเทพ*) เราก็คงต้องเลือกใช้ทฤษฎีในกลุ่มสตรีนิยม (feminism) ที่มาเปิดเผยให้เห็นว่า ในสังคมที่บุรุษเพศครองอำนาจอยู่นั้น ผู้ชายก็มักใช้อำนาจเข้ามาควบคุมร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณของสตรี และในท้ายที่สุด ผู้หญิงก็จะค่อยๆ เรียนรู้ที่จะยินยอมตกอยู่ใต้อาณัติแห่งการควบคุมบงการดังกล่าว

ด้วยเหตุนี้ สถานภาพของทฤษฎีจึงสัมพันธ์กับเป้าหมายและคุณลักษณะของงานวิจัยที่ถูกกำหนดมา และเกี่ยวพันกับการกำหนดแนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีต่างๆ ในบริบทของการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่แตกต่างกันไปในนั่นเอง

(3) เงื่อนไขความเข้าใจเรื่องแหล่งกำเนิดของทฤษฎี ข้อเท็จจริงแรกของทฤษฎีก็คือ ทฤษฎีการสื่อสารไม่ได้เกิดขึ้นลอยๆ ในสุญญากาศ แต่มีบริบทหรือเป้าหมายบางอย่างที่กำหนดแนวคิดของทฤษฎีต่างๆ ให้แตกต่างกัน ดังนั้น

หากเราจะเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎีมาอธิบายโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างถ่องแท้แล้ว จำเป็นต้องเข้าใจถึงเบื้องหลังแหล่งกำเนิด (sources) ของทฤษฎีแต่ละชุด ตัวอย่างเช่น ในยุคบริบทช่วงสงครามโลกครั้งที่สองที่สื่อมวลชนอย่างภาพยนตร์และวิทยุผูกขาดการสื่อสารในหลายๆ พื้นที่ของโลก ข้อเท็จจริงดังกล่าวก็ส่งผลให้นักทฤษฎีพัฒนาแนวคิดบนจุดยืนที่เชื่อในพลังอิทธิพลอันมหาศาลของสื่อมวลชน (อาทิ การเกิดขึ้นของทฤษฎีกระสุนปืนหรือทฤษฎีเข็มฉีดยา) แต่เมื่อสงครามโลกสิ้นสุดลง และเริ่มมีการทวิจ้ยทบทวนอิทธิพลของสื่อมวลชนว่าอาจไม่ได้มีพลังเข้มข้นเพียงนั้น แต่อาจเป็นสื่อบุคคลต่างหากที่มีศักยภาพในการสื่อสารมากกว่าสื่อมวลชน นักทฤษฎีในสายนี้จึงได้พัฒนาแนวคิดบนจุดยืนที่เชื่อในอิทธิพลอันจำกัดของสื่อมวลชนขึ้นมา (อาทิ การเกิดขึ้นของทฤษฎีการไหลสองจังหวะของข่าวสาร หรือทฤษฎีเรื่องความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลในการเปิดรับสื่อ) แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อมาถึงในยุคกลางศตวรรษที่ 20 อันเป็นช่วงที่บริบทของสื่อโทรทัศน์ขยายตัวอย่างกว้างขวาง และกลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์ การจะยืนยันในอิทธิพลอันจำกัดของสื่อมวลชนอาจจะแทบเป็นไปไม่ได้เลย ดังนั้นนักทฤษฎีในกลุ่มนี้จึงค่อยๆ พัฒนาแนวคิดทฤษฎีที่บ้างก็เชื่อในผลกระทบระดับปานกลางของสื่อมวลชน (อาทิ การพัฒนาขึ้นของทฤษฎีการกำหนดวาระของสื่อ หรือแนวคิดทฤษฎีเรื่องวงเกลียวแห่งความเจียบบั่น) ไปจนถึงทัศนะที่เชื่อในผลกระทบที่เข้มข้นและระยะยาวของสื่อมวลชน (อาทิ การเกิดขึ้นของทฤษฎีการอบรมเพาะผ่านสื่อ) เป็นต้น

ทั้งนี้ เฉพาะในกรณีแหล่งที่มาของทฤษฎีการสื่อสารนั้น Denis McQuail (2005) ได้สรุปว่า มาจากแหล่งพื้นฐานที่มา 5 แหล่งด้วยกัน อันได้แก่

- ทฤษฎีเชิงสังคมศาสตร์ (social scientific theory) ได้แก่ บรรดาทฤษฎีการสื่อสารจำนวนมากในโลกวิชาการ ซึ่งค่อนข้างมีความซับซ้อน เป็นนามธรรม และเป็นองค์ความรู้ที่สร้างขึ้นจากกฎกติกาหรือวิธีวิทยาแบบที่เป็น “ศาสตร์” ตัวอย่างเช่น ทฤษฎีการอบรมเพาะผ่านสื่อ (cultivation theory) ที่นักวิจัยอย่าง จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) ได้สรุปให้เห็นถึงพลังของสื่อที่มีอิทธิพลแบบ

สั่งสมอยู่ในโลกทัศน์ของผู้รับสารที่เล็กลงน้อย แต่ต่อเนื่องยาวนาน ทฤษฎีดังกล่าวเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากถูกพัฒนาขึ้นมาจากการทำวิจัยและเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบระเบียบในเชิงวิชาการ โดยใช้เวลาศึกษาถึง 20 ปี

- *ทฤษฎีเชิงวัฒนธรรม (cultural theory)* เป็นกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารที่ได้อิทธิพลจากสาขาวิชาอย่างสุนทรียศาสตร์ (aesthetics) จริยศาสตร์ (ethics) และแนวคิดสายการวิจารณ์สังคม (social criticism) ดังตัวอย่างทฤษฎีการวิจารณ์ภาพยนตร์ ทฤษฎีการวิเคราะห์สื่อ ทฤษฎีการวิจารณ์งานประพันธ์ หรือทฤษฎีสุนทรียศาสตร์การสื่อสาร ซึ่งมีแนวโน้มจะใช้วิธีการประเมินคุณค่าของสื่อด้วยตัวของนักทฤษฎีมากกว่าจะสร้างขึ้นจากการวิจัยและจัดเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์
- *ทฤษฎีเชิงบรรทัดฐาน (normative theory)* เป็นกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารที่เน้นการตอบคำถามว่า การสื่อสาร “ควร” มีลักษณะอย่างไร หรือ “ควร” ทำหน้าที่อย่างไรตามแต่เงื่อนไขของเวลา/สถานที่ในแต่ละสังคม ตัวอย่างเช่น ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (normative theory of media) ที่อธิบายว่า สื่อมวลชนในกลุ่มประเทศที่ใช้ระบอบเศรษฐกิจการเมืองต่างกัน ก็มีแนวโน้มจะทำงานหรือควรจะมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันไป (อาทิ สื่อมวลชนของประเทศเสรีนิยมมีแนวโน้มจะเล่นบทบาทเป็นตลาดเสรีทางความคิดเห็นของพลเมือง ในขณะที่สื่อมวลชนในประเทศสังคมนิยมก็จะเน้นบทบาทเป็นเครื่องมือของรัฐบาล)
- *ทฤษฎีเชิงปฏิบัติการ (operational theory)* เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นในหมู่นักงานด้านสื่อ ซึ่งคลุกคลีอยู่ในวงการมาอย่างยาวนาน จนทำให้เกิดเป็น “องค์ความรู้” บางอย่าง ที่จะทำให้การสื่อสารในแต่ละวาระบรรลุเป้าหมายหรือประสบผลสำเร็จได้ เช่น การทำงานของนักข่าวที่ต้องมี “จมูกหาข่าว” (nose for news) ซึ่งบรรดาคนข่าวทั้งหลายอาจไม่สามารถอธิบายหลักการและกระบวนการทำงานได้อย่าง

เป็นระบบระเบียบ แต่ทว่าก็เป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมมาใน
แวดวง (field) ของบุคลากรชาว และอาจเป็นวัตถุดิบที่พัฒนาขึ้นเป็น
ทฤษฎีที่เป็นนามธรรมซับซ้อนในลำดับถัดไป

- *ทฤษฎีเชิงสามัญสำนึก (commonsense theory)* เป็นแนวคิดหรือ
ความรู้ที่มาจากประสบการณ์เฉพาะบุคคล ที่จะใช้การสื่อสารเพื่อ
ประโยชน์ในชีวิตประจำวันเฉพาะตน เช่น ผู้รับสารเองเมื่อรับชม
ละครโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง ก็จะค่อยๆ สร้างทฤษฎีที่เกี่ยวกับการ
อำนาจของโทรทัศน์ขึ้นมาว่า เมื่อพระเอกกับนางเอกสบตากันได้
แสงเทียน และตัวละครโน้มใบหน้าเข้าหากัน ก่อนที่กล้องจะตัดภาพ
ไปที่แจกันดอกไม้ที่หัวเตียง ก็หมายความว่า ละครโทรทัศน์กำลังสื่อ
นัยสัญลักษณ์ถึงฉากของบทละครของตัวละครทั้งสอง เป็นต้น แต่
อย่างไรก็ดี ทฤษฎีจากสามัญสำนึกนี้เป็นความรู้ที่มีลักษณะขาดความ
ถูกต้องแม่นยำ เพราะไม่ผ่านกระบวนการเก็บข้อมูลและตรวจสอบ
อย่างเป็นระบบ แต่ก็อีกเช่นกันที่ความรู้ดังกล่าวอาจเป็นบันไดขั้นแรก
ไปสู่กระบวนการสร้างทฤษฎีด้านสื่อสารศึกษาที่สูงขึ้นในลำดับต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ถ้าเราจะประยุกต์ใช้ทฤษฎีในการทำวิจัยด้านการสื่อสารแล้ว
ก็จำเป็นต้องรู้แหล่งกำเนิดของทฤษฎีนั้นๆ เพื่อที่จะได้วางสถานะภาพให้ชัดเจนว่า
เราสามารถให้ทฤษฎีดังกล่าวได้ถึงระดับใด ตลอดจนประเมินความน่าเชื่อถือของ
ทฤษฎีดังกล่าวว่าเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร

**(4) เจื่อนไขความเข้าใจปรัชญาและทฤษฎีเบื้องหลังที่กำกับแนวคิด
ทฤษฎีที่เลือกประยุกต์ใช้** ปัญหาใหญ่ข้อแรกๆ ของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการ
สื่อสาร มักอยู่ที่ตัวนักวิจัยเองอาจจะรู้จักแต่เพียงแนวคิดพื้นฐาน (basic concepts)
ของทฤษฎีนั้นๆ แต่ทว่าไม่เข้าใจไปถึงเบื้องหลังที่มาของแก่นแนวคิดพื้นฐาน
เหล่านั้นว่า มีรากฐานมาจากระบบความคิดแบบใด ด้วยเหตุนี้ การประยุกต์ใช้ทฤษฎี
จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึง “ปรัชญา” (philosophy) และ “ทฤษฎีเบื้องหลัง” (back-up
theories) ที่กำกับทฤษฎีดังกล่าวเอาไว้ด้วย

โดยในแง่ของปรัชญานั้น จะมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีการสื่อสารสำนักต่างๆ เป็นเบื้องต้นเสมอ ทั้งนี้เพราะปรัชญาเป็นพื้นฐานของความคิดทั้งหลาย (foundation of idea) ดังที่ Stephen W. Littlejohn (1999) อธิบายว่า ปรัชญามีสถานะเป็นประหนึ่ง “สิ่งที่อยู่เหนือทฤษฎี” (meta theory) ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎีที่วาดด้วยเรื่องใดๆ ปรัชญาจะทำหน้าที่ชี้แนวทางว่า ในทางทฤษฎีนั้น เราควรจะต้องตั้งคำถามเรื่องอะไรบ้าง (เช่น คำถามว่าเป้าหมายของการสื่อสารคืออะไร) เราควรจะต้องสังเกต/เก็บข้อมูล/ออกแบบวิธีวิทยาของการวิจัยอย่างไร รวมทั้งควรจะต้องนิยามสิ่งที่เราจะศึกษา (object of the study) ว่าอย่างไร (เช่น สื่อคืออะไร สารคืออะไร) (กาญจนา แก้วเทพ, 2557: 1-19)

ด้วยเหตุนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2557) จึงสรุปให้ชัดเจนถึงประโยชน์ของปรัชญาต่อการสร้างและการใช้ทฤษฎีการสื่อสารว่า หากปรัชญาเป็นสิ่งที่มาที่กำลังเป็นอยู่ และที่ไปของบรรดาทฤษฎีทั้งหลายแล้ว ฉะนั้น ประโยชน์ของปรัชญาของการสร้างทฤษฎี การใช้ทฤษฎี และการพัฒนาทฤษฎี จึงอาจมีได้ดังนี้

- ปรัชญาเป็นตัวนำทางการเลือกใช้ทฤษฎีในการศึกษา เช่น หากเราจะศึกษาการสื่อสารกับการสร้างตัวตน/อัตลักษณ์ทางเพศโดยใช้ปรัชญาที่เน้นความมีสาระแก่นแท้ (essentialism) ที่เห็นว่าตัวตนของผู้หญิง/ผู้ชายมีหนึ่งเดียว เราก็จะเลือกใช้ทฤษฎีการสื่อสารบางสำนักมาประยุกต์ใช้ (อาทิ ทฤษฎีสำนักรหน้าทีนิยมที่เน้นบทบาทของการสื่อสารเพื่อยืนยัน/เชื่อมสัมพันธ์ความเป็นตัวตนร่วมกัน) แต่หากเราเปลี่ยนมาใช้ปรัชญาที่เน้นความเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง (non-essentialism) เราก็อาจต้องปรับเปลี่ยนมาประยุกต์ใช้ทฤษฎีสำนักรอื่นที่แตกต่างออกไป (อาทิ ทฤษฎีสำนักรวัฒนธรรมศึกษาที่เน้นเรื่องของการสื่อสารกับการประกอบสร้าง/รื้อถอน/หรือสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ)
- ปรัชญาเป็นต้นกำเนิดของการให้ข้อตกลงเบื้องต้น (basic assumption) แก่ทฤษฎีต่างๆ เช่น ปรัชญาความเชื่อที่ว่ามนุษย์เป็นปัจเจกผู้กระทำการ (human agency) หรือเป็นผู้ถูกกระทำจากโครงสร้าง (structure) ก็จะมีผลต่อข้อตกลงเบื้องต้นในการศึกษาผู้รับสารของทฤษฎีที่ต่างกัน

- เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางปรัชญา แนวคิดต่อประเด็นที่ศึกษาก็จะเปลี่ยนไป ตัวอย่างเช่น ปรัชญาเชิงภาษาแต่เดิมมีความเชื่อว่า ภาษาเป็นเครื่องมือในการแสดงความคิดของมนุษย์ หรือภาษาเป็นเครื่องมือสะท้อนโลกความจริง อันปรากฏอยู่ในแนวคิดของทฤษฎีภาพสะท้อนผ่านสื่อ (media reflectionism) แต่ต่อมาเมื่อเกิดปรัชญาเชิงภาษากลุ่มใหม่ที่เห็นว่า ภาษาไม่ได้ทำหน้าที่สะท้อนโลก แต่ทว่าเป็นตัวสร้างโลกกันเลยทีเดียว การเปลี่ยนแปลงของปรัชญาดังกล่าวก็ทำให้ทฤษฎีที่อธิบายเรื่องสื่อและภาษาเปลี่ยนไป ดังปรากฏอยู่ในแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (social construction of reality)
- จุดยืนเชิงปรัชญาจะเป็นตัวกำหนดการเลือกใช้ทฤษฎี ตัวอย่างเช่น ปรัชญาที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคมนั้น หากเรามีจุดยืนเชิงปรัชญาว่าต้องยึดผลประโยชน์ของสังคมเป็นสภาวะโดยที่ปัจเจกบุคคลพึงเสียสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อส่วนรวมแล้ว ทฤษฎีการสื่อสารที่เราเลือกมาใช้ก็จะอยู่ในกลุ่มสำนักหน้าที่นิยมเชิงสังคม (social functionalism theory) ที่สนใจการทำหน้าที่ต่างๆ ของสื่อเพื่อสนองความต้องการของสังคมนั้น แต่หากเราเปลี่ยนมาใช้จุดยืนเชิงปรัชญาเสียใหม่ว่าต้องเอาผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคลเป็นที่ตั้ง โดยที่สังคมและสถาบันสื่อพึงทำทุกอย่างเพื่อสนองความต้องการของบุคคลเป็นหลักแล้ว ทฤษฎีการสื่อสารที่เราเลือกมาใช้ก็จะอยู่ในกลุ่มทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (uses and gratifications theory)
- ปรัชญาเป็นตัวกำหนดแนวทางการตัดสินใจเลือกระเบียบวิธีวิจัย (methodological approach) ที่ใช้ในการแสวงหาความรู้ของมนุษย์ เช่น หากเรายืนอยู่บนพื้นฐานปรัชญาแบบปฏิฐานนิยม (positivism) ที่เชื่อว่า ความจริงมีอยู่แล้ว ไม่ว่าใครก็ตามลงไปศึกษา ก็จะสัมผัสความจริงดังกล่าวได้ไม่ต่างกัน เราก็มีแนวโน้มจะตัดสินใจเลือกวิธี

วิทยาการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (quantitative research methodology) มาใช้ แต่ในทางกลับกัน หากเรามองเชิงปรัชญาของเราเป็นแบบ นิเสธนิยม (negativism) ที่เห็นต่างไปว่า ความเป็นจริงนั้นขึ้นอยู่กับว่ามอง ผ่านสายตาใคร (เป็นทัศนะของนักวิจัยหรือทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง คนใด ในเงื่อนไขแบบไหน) เราก็มิแน่ว่าจะตัดสินใจประยุกต์ใช้วิธี วิทยาการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (qualitative research methodology) มากกว่า เพราะฉะนั้น บนพื้นฐานปรัชญาที่มีต่อการแสวงหาความรู้ ที่ต่างกัน เราก็จะมีวิธีเลือกวิธีวิทยาการวิจัยที่แตกต่างกันไปด้วย

ในขณะเดียวกัน นอกจากความเข้าใจปรัชญาพื้นฐานของทฤษฎีการ สื่อสารแล้ว ในส่วนของ**ทฤษฎีเบื้องหลัง**ที่กำกับทฤษฎีการสื่อสารแต่ละสำนักนั้น เนื่องจากทฤษฎีและองค์ความรู้ด้านการสื่อสารนั้น เพิ่งจะเริ่มก่อรูปร่างจริงจังมา ได้เมื่อราวทศวรรษที่ 1940 เมื่อวิลเบอร์ ชรัมม์ (Wilbur Schramm) ได้ก่อตั้ง สถาบันเพื่อการวิจัยการสื่อสาร (The Institute for Communications Research) ที่มหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ (University of Illinois at Urbana-Champaign) แต่ ทว่าก่อนหน้านั้น ได้มีทฤษฎีทางวิชาการที่อยู่ภายใต้ร่มของศาสตร์สาขาวิชาอื่นๆ มาก่อนหน้าแล้ว ทั้งจากกลุ่มมนุษยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ธรรมชาติ และแม้แต่กลุ่ม สาขาวิชาอื่นๆ ของสังคมศาสตร์เอง ดังนั้น การปรับเปลี่ยนเส้นทางเดินของ ทฤษฎีการสื่อสารจึงเกิดขึ้นและวิวัฒนาการไป ตามความโน้มเอียงและสัดส่วนที่ได้รับ อิทธิพลจากศาสตร์สาขาวิชาอื่นๆ เหล่านั้น ที่แตกต่างกันไปในแต่ละยุคสมัย

โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลขององค์ความรู้ทางสังคมศาสตร์ที่มีสถานะ เป็นต้นทางของสาขาวิชาวารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์โดยตรงนั้น ทำให้ทฤษฎี สังคมศาสตร์ก็มีสถานะเป็นเสมือน “ราก” ของทฤษฎีการสื่อสารด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ เราสามารถจำแนกทฤษฎีสังคมศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อทฤษฎีการสื่อสาร ได้เป็น 7 สำนักใหญ่ๆ ไล่เรียงกันไปตามลำดับวิวัฒนาการของแนวคิด ตั้งแต่ ทฤษฎีวิวัฒนาการนิยม (evolutionism) ทฤษฎีหน้าที่นิยม (functionalism) ทฤษฎีโครงสร้างนิยม (structuralism) ทฤษฎีความขัดแย้ง (conflict theory)

ทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา (phenomenology) ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (symbolic interactionism) และทฤษฎีสำนักรหลังสมัยใหม่ (postmodernism) และที่สำคัญ ทุกครั้งที่เกิดการพัฒนาและคลี่คลายตัวไปของทฤษฎีสังคมศาสตร์ ในแต่ละยุคสมัย แนวคิดดังกล่าวก็จะมีอิทธิพลโดยตรงกับการปรับตัวของทฤษฎี การสื่อสารและแวดวงการผลิตความรู้ด้านสื่อสารศึกษาไปด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ ในยุคแรกของทฤษฎีสังคมศาสตร์ตั้งแต่ศตวรรษที่ 18-19 มีแนวโน้มจะมองโลกในแง่ดี และเชื่อในพลังของการสื่อสารที่จะรักษาเสถียรภาพภายในสังคม ไหล่ลำดับตั้งแต่**ทฤษฎีวิวัฒนาการนิยม**ที่มองการเคลื่อนไหวและความเปลี่ยนแปลงของสังคมแบบค่อยเป็นค่อยไปดุจดั่งขั้นบันไดวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต (ดังตัวอย่างวิธีคิดแบบนี้ที่มีอิทธิพลต่อทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาบางสำนัก) **ทฤษฎีหน้าที่นิยม**ที่เชื่อว่าสังคมมีความต้องการบางชุด จึงอาศัยกลไกการสื่อสารเป็นตัวขับเคลื่อนทำหน้าที่เพื่อสนองความต้องการดังกล่าวนั้น (ดังตัวอย่างกรณีทฤษฎีในกลุ่มสำนักหน้าที่นิยมของสื่อและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ) และ**ทฤษฎีโครงสร้างนิยม**ที่เน้นศึกษาโครงสร้างอันหยุดนิ่งถาวรของกลไกสังคมและสื่อต่างๆ (ดังปรากฏในพื้นฐานวิธีคิดของทฤษฎีการสื่อสารหลายสำนัก อาทิ ทฤษฎีสถัญวิทยาเชิงโครงสร้าง)

แต่พอมาในปลายศตวรรษที่ 19 **ทฤษฎีความขัดแย้ง**หรือทฤษฎีสายมาร์กซิสม์กลับเห็นต่างออกไปว่า สังคมหาได้มีเสถียรภาพและดุลยภาพใดๆ ไม่ หากแต่ทุกสังคมกลับก่อปรี่ขึ้นด้วยความขัดแย้งของอำนาจและผลประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียมกัน จุดยืนแบบที่มองสังคมในแง่ลบนี้ ก็ปรากฏเป็นรากฐานของทฤษฎีการสื่อสารเชิงวิพากษ์สำนักต่างๆ นั่นเอง

ในขณะที่พอเข้าสู่ศตวรรษที่ 20 เมื่อนักทฤษฎีสังคมศาสตร์ค่อยๆ ย้ายความสนใจจากสังคมมาเป็นหน่วยการศึกษาระดับปัจเจกบุคคล **ทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา**ก็หันมาตั้งคำถามใหม่ว่า ความเป็นจริงจะเป็นเช่นไรก็ขึ้นอยู่กับ การที่สังคมสร้างและปัจเจกบุคคลตีความรับรู้ความเป็นจริงดังกล่าว (อันเป็นพื้นฐานวิธีคิดของทฤษฎีการสื่อสารกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม) ควบคู่ไปกับ**ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์**ที่เชื่อในศักยภาพของการสื่อสารกับการสร้างตัวตนและอัตตาของปัจเจกบุคคล

จนกระทั่งความเคลื่อนไหวใหม่ของทฤษฎีสังคมศาสตร์เกิดขึ้นอีกครั้ง ในปลายศตวรรษที่ 20 เมื่อกระแสทฤษฎีสำนักรหลังสมัยใหม่ได้ท้าทายแนวคิดเดิมๆ ด้วยความเชื่อที่ว่า การสื่อสารสามารถลบเส้นแบ่งของโครงสร้างความคิดแบบชั่วคราวซ้ำมใด ๆ และกลายเป็นทฤษฎีซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากกับทฤษฎีการสื่อสารที่ก่อตัวมาในยุคหลังๆ เช่น ทฤษฎีสำนักรวัฒนธรรมศึกษา ทฤษฎีในกลุ่มสตรีนิยมว่าด้วยสื่อ ฯลฯ (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน สมสุข หินวิมาน, 2557)

(5) **เงื่อนไขความเข้าใจแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎี** เนื่องจากทฤษฎีการสื่อสารแต่ละทฤษฎีจะมีแนวคิดที่แตกต่างกันไปตามปรัชญา ทฤษฎีเบื้องต้นและบริบทที่ทฤษฎีดังกล่าวถือกำเนิดขึ้นมา ดังนั้น ความเข้าใจแนวคิดพื้นฐาน (basic concepts) ของทฤษฎีนั้นๆ ให้กระจ่างชัด ถือเป็นความจำเป็นอีกประการในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารเช่นกัน ทั้งนี้ ปัญหาที่พบเสมอในการนำทฤษฎีหนึ่งๆ มาใช้ ก็มักมาจากการที่นักวิจัยอาจไม่เข้าใจจุดยืนหรือแนวคิดนั้นอย่างชัดเจน และส่งผลให้การประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อบังคับปัญหาและออกแบบการวิจัยเกิดความคลาดเคลื่อนและไม่คมชัด

ตัวอย่างเช่น หากเราตั้งคำถามและออกแบบงานวิจัยที่ศึกษาผู้รับสารโดยใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (uses and gratifications theory) เราต้องพึงระลึกเสมอว่า แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้ พัฒนามาจากทฤษฎีสายจิตวิทยาและทฤษฎีสำนักรหน้าที่นิยมเชิงปัจเจกบุคคล (individual functionalism) ซึ่งตั้งคำถามเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่สนองต่อความต้องการจำเป็นบางอย่างของมนุษย์ และเนื่องจากหน่วยในการศึกษา (unit of study) ของทฤษฎีนี้สนใจวัดความต้องการระดับปัจเจกบุคคล (individual needs) ดังนั้น (1) นักวิจัยก็ต้องเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามหรือสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นปัจเจกบุคคลเป็นรายๆ (มิใช่เก็บข้อมูลโดยอาศัยหน่วยที่เป็นกลุ่มหรือเป็นครัวเรือน) (2) ตัวแปรสำคัญที่งานวิจัยต้องเน้นก็คือ ตัวแปรเรื่องความต้องการ (needs) ของคนแต่ละคนที่ใช้การสื่อสาร (มิใช่การวัดตัวแปรหลักที่เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง) และ (3) ข้อเสนอพื้นฐานของทฤษฎีนี้เชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กระทำต่อสื่อ (active audience) การตั้งโจทย์วิจัยจึงต้อง

เน้นไปที่คำถามว่า บัณฑิตบุคคลผู้รับสารมีความต้องการจะใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างไร หรือคนแต่ละคนจะทําอย่างไรกับสื่อบ้าง (มิใช่การวัดไปที่ผลกระทบที่สื่อกระทําต่อบัณฑิตบุคคลแต่ละคน)

แต่อย่างไรก็ดี หากเราเปลี่ยนมาใช้แง่มุมของทฤษฎีสำนักรัสนิยมศึกษา (cultural studies theory) ซึ่งมีจุดยืนบางอย่างคล้ายๆ กันว่า ผู้รับสารเองก็ได้ถูกกระทําเสมอไป หากแต่เป็นผู้ที่มีลักษณะเชิงรุกต่อสื่อ (sense of activity) แต่เพราะรากที่มาของสำนักวัฒนธรรมศึกษาไม่ได้มาจากศาสตร์ด้านจิตวิทยาแบบทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ดังนั้น แนวคิดพื้นฐานจึงอาจไม่ได้เน้นไปที่แง่มุมความต้องการเชิงจิตวิทยาของบัณฑิตบุคคล แต่เชื่อในประสบการณ์ทางวัฒนธรรม (cultural experiences) ที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนรับรู้และขบคิดตีความตัวบทของสื่อ (media texts) แตกต่างกันไปตามต้นทุนประสบการณ์ที่หลากหลายนั่นเอง

(6) **เงื่อนไขความเข้าใจอำนาจในการอธิบายของทฤษฎีการสื่อสาร**
เงื่อนไขอีกข้อหนึ่งของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีก็คือ ทฤษฎีการสื่อสารทุกทฤษฎีเป็นชุดความรู้ที่มีอำนาจในการอธิบายปรากฏการณ์ (power of explanation) ภายใต้อขอบเขตที่กำหนดเอาไว้ นั่นหมายความว่า ทฤษฎีไม่ใช่ “คัมภีร์ศักดิ์สิทธิ์” ที่อธิบายทุกๆ ปรากฏการณ์ได้ครอบจักรวาล ทุกครั้งที่เราเลือกประยุกต์ทฤษฎีใดก็ตามมาใช้ เราจำเป็นต้องเข้าใจทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดของทฤษฎีนั้น

ตัวอย่างเช่น หากเราเลือกใช้ทฤษฎีสำนักรัสนิยม (functionalism theory) มาอธิบายปรากฏการณ์การสื่อสาร เราก็ต้องเข้าใจเสียก่อนว่า ข้อเด่นของทฤษฎีสำนักรัสนิยมก็คือ ความเชื่อในโครงสร้างและเสถียรภาพในระบบสังคม เพราะฉะนั้น เมื่อประยุกต์ใช้ศึกษาการสื่อสาร ก็จะมุ่งเน้นไปที่บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในการรักษาโครงสร้างและเสถียรภาพดังกล่าว แต่ทว่า ข้อจำกัดของทฤษฎีสำนักรัสนิยมก็คือ การมองข้ามมิติความเปลี่ยนแปลงและความขัดแย้งที่ดำรงอยู่ในสังคม

การอธิบายด้วยทัศนะของสำนักหน้าที่นิยมข้างต้น จะแตกต่างจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีวิพากษ์ (critical theory) ที่เห็นว่า สังคมเป็นโครงสร้าง

ของความไม่เท่าเทียมกันระหว่างมนุษย์ และจุดเด่นของทฤษฎีวิพากษ์ก็อยู่ที่การพยายามทำความเข้าใจความขัดแย้งและความเปลี่ยนแปลงที่อยู่ทั้งในระบบการสื่อสารและในโครงสร้างสังคมต่างๆ แต่นั่นก็ทำให้ข้อจำกัดของทฤษฎีวิพากษ์เองก็อยู่ที่การเน้นศึกษาแต่ประเด็นความขัดแย้ง โดยมองข้ามมิติความปรองดองและความเป็นปึกแผ่นในสังคมเช่นกัน

เมื่อทฤษฎีแต่ละทฤษฎีต่างก็มีข้อเด่นและข้อจำกัดที่แตกต่างกันเฉกเช่นนี้ การเลือกประยุกต์ทฤษฎีใดก็ตามมาใช้ เราจำเป็นต้องเข้าใจเงื่อนไขที่กำหนดอำนาจในการอธิบายของทฤษฎีเสียก่อน แล้วจึงตัดเย็บทฤษฎีดังกล่าวให้ลงตัวกับข้อสงสัยและโลกความเป็นจริงของปรากฏการณ์ที่เราเลือกมาศึกษาอยู่นั้น

เราได้ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร เฉพาะแค่ในโลกวิชาการเท่านั้น

แม้หลักๆ แล้ว ทฤษฎีจะเป็นเครื่องมือสำคัญของการสร้างความรู้ในโลกวิชาการก็ตาม แต่อันที่จริงนั้น การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้อย่างน้อยใน 3 บริบทด้วยกัน ดังนี้

(1) บริบทการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารในชีวิตประจำวัน บนพื้นฐานคำอธิบายที่ว่า ทุกครั้งที่มนุษย์เราคิดหรือกระทำการใดๆ ก็ตาม ต้องมีการรอบอ้างอิงหรือทฤษฎีบางอย่างกำกับอยู่เป็นเบื้องหลังเสมอ ภายใต้คำอธิบายแบบนี้ ทฤษฎีจึงมีความสำคัญแม้แต่กับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของเรา

ตัวอย่างเช่น สมมติว่าเราอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องเลือกระหว่างเงื่อนไขสองอย่างในชีวิต หากเราประยุกต์ใช้ทฤษฎีของการเลือกเอาอย่างใดอย่างหนึ่ง (หรือภาษาอังกฤษใช้คำว่า “either...or...”) เราก็อาจจะเลือกสิ่งหนึ่งโดยต้องยอมตัดอีกสิ่งหนึ่งออกไปจากชีวิต (คล้ายๆ กับเนื้อเพลงของอัสนี โชติกุล ที่ว่า “ได้อย่างก็ต้องเสียอย่าง เลือกเดินบนทางสัททางได้ไหม...”) แต่หากเราเปลี่ยนมาใช้ทฤษฎีการเลือกแบบครึ่งต่อครึ่ง (หรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า “fifty-fifty”) การตัดสินใจของเราก็จะใช้สูตรแบบ “วัดครึ่งหนึ่งกรรมการครึ่งหนึ่ง” (เหมือนกับเนื้อเพลงของวสันต์ โชติกุล ที่ว่า “พบกันครึ่งทางก็แล้วกัน เพราะมันไม่เหนื่อย

ดี...”) หรือในขณะเดียวกัน หากเราเปลี่ยนใหม่มาใช้ทฤษฎีการเลือกเอาแบบทั้งคู่ (หรือภาษาอังกฤษใช้ว่า “both...and...”) เราก็จะรับเอาทั้งสองเงื่อนไขเข้ามาในชีวิตพร้อมกัน (เหมือนกับเพลงของทาทา ยัง ที่ว่า “ขาดเธอก็เหงาขาดเขาก็คงเสียใจ ไม่อยากจะเลือกใคร อยากเก็บเธอเอาไว้ทั้งสองคน...”)

และด้วยเหตุที่ทฤษฎีเป็นเบื้องหลังกรอบวิธีคิดและการกระทำของมนุษย์นี้เอง การที่เรารู้จักเลือกประยุกต์ใช้ทฤษฎีให้เป็น เราก็จะพบว่า ทุกครั้งที่เราคิดกระทำการใดๆ ความคิดและการกระทำนั้นจักไม่เกิดขึ้นเองไปตามยถากรรม หากแต่เราจะมีทฤษฎีเป็น**ตัวชี้แนะ**เหตุผลในการเลือกคิดเลือกตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของชีวิต

แม้แต่กับทฤษฎีการสื่อสาร ถ้าเราเข้าใจและประยุกต์ใช้ทฤษฎีต่างๆ เป็น เราก็สามารถตัดสินใจกระทำการใดๆ ได้อย่างซับซ้อนและลุ่มลึกยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น หากเราใช้ทฤษฎีเรื่องวัจนภาษาและอวัจนภาษา (verbal and non-verbal language) ในแต่ละครั้งที่เราสื่อสารกับผู้อื่น เราก็สามารถตีความและเข้าใจได้ว่า แม้แต่กับประโยคที่คู่สนทนาของเรากล่าวว่า “ก็ตินะ” ก็อาจจะไม่ได้แปลว่า “ดีจริงๆ” เสมอไป หากแต่ต้องตีความร่วมกับน้ำเสียง อากัปกริยา การเน้นย้ำ หรือลีลาอารมณ์ของผู้พูดด้วยว่า “ดีจริงๆ” หรือไม่ เพราะโดยหลักทฤษฎีแล้ว มนุษย์เรามีแนวโน้มจะเชื่อว่า อวัจนภาษาย่างน้ำเสียงท่าทางสะท้อนความจริงใจได้ชัดเจนกว่าวัจนภาษาที่เป็นถ้อยคำซึ่งพูดออกมาเสียอีก ด้วยเหตุดังกล่าว การประยุกต์ใช้ทฤษฎีจึงทำให้เราออกแบบวิธีการสื่อสารได้อย่างซับซ้อนเฉียบคม แม้แต่ในชีวิตประจำวันนั่นเอง

(2) บริบทการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารในโลกวิชาชีพ นอกจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในบริบทชีวิตประจำวันแล้ว ในบริบทของโลกวิชาชีพนั้น คนทำงานด้านการสื่อสารก็จำเป็นต้องใช้ทฤษฎีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพราะทฤษฎีช่วยให้เรามองเห็นตัวแปรที่เข้ามากำหนดแนวทางการทำงานของสื่อ และทำให้นักวิชาชีพสื่อสารสามารถสื่อสารไปยังผู้คนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันรวมถึงแต่

- กรณีของการทำงานกับสื่อประเภท**สารัตถคติ**หรือเนื้อหาที่เป็นเรื่องจริง อาทิ การใช้แนวคิดทฤษฎีผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (gatekeeping

theory) หรือแนวคิดทฤษฎีการกำหนดของสื่อ (agenda-setting theory) มาเป็นแนวทางการทำงานของนักวารสารศาสตร์ ที่จะคัดกรอง และกำหนดประเด็นให้ข่าวสารใดๆ กลายมาเป็นวาระที่ผู้รับสารควร ให้ความสำคัญมากน้อยต่างกัน

- กรณีของการทำงานกับสื่อประเภท**บันเทิงคดี** อาทิ การใช้ทฤษฎีการ เรียนรู้ทางสังคม (social learning theory) เพื่อออกแบบให้สื่อบันเทิง นำทางไปสู่การสร้างการเรียนรู้คุณค่าต่างๆ ที่สังคมต้องการให้ผู้คน ยึดถือปฏิบัติ
- กรณีของการทำงานกับสื่อประเภท**โฆษณา/ประชาสัมพันธ์** อาทิ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (persuasive communication) เพื่อวางกลยุทธ์การใช้สื่อและสารของโฆษณา ที่จะจูงใจ ผู้รับสารให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรธุรกิจ
- กรณีของการทำงานกับ**สื่อใหม่** อาทิ การประยุกต์ใช้แนวคิดการ สื่อสารกับการแพร่กระจายนวัตกรรม (diffusions of innovations) เพื่อวางแผนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อผลักดันนวัตกรรม ความคิดใหม่ๆ ไปสู่สาธารณชน
- กรณีการทำงานด้านการสื่อสารอื่นๆ ทั่วไป อาทิ หากเราประยุกต์ใช้ ทฤษฎีในกลุ่มบรรทัดฐานของสื่อ (normative theory of media) เรา ก็จะพบว่า โครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองที่แตกต่างกันในแต่ละสังคม ก็จะมีการกำหนดบรรทัดทางวิชาชีพให้กับคนทำงานสื่อที่แตกต่างกัน ออกไป ถ้าเป็นกรณีสังคมที่เลือกใช้ชุดบรรทัดฐานอิสลามนิยม การ สื่อสารก็จะเน้นทำหน้าที่ส่งเสริมเสรีภาพและความเป็นประชาธิปไตย ให้เป็นพื้นฐานของประชาชน ในขณะที่ถ้าเป็นกรณีโลกสังคมนิยมแล้ว บรรทัดฐานของการทำงานสื่อจะถูกมอบหมายบทบาทให้กลายเป็น กระบอกเสียงและเครื่องมือสนับสนุนนโยบายของพรรคเป็นหลัก

(3) **บริบทการใช้ทฤษฎีการสื่อสารในโลกวิชาการ** ในโลกวิชาการนั้น ทฤษฎีมีสถานะอย่างน้อย 2 ด้านด้วยกัน กล่าวคือ ในด้านแรก ดังที่ได้กล่าว มาแล้วข้างต้น ทฤษฎีคือชุดความรู้ที่ยืนยันภัยต่อการพิสูจน์มายาวนาน และมีใช้

ความรู้จากประสบการณ์ส่วนบุคคล หากแต่มีวิธีการแสวงหาความรู้มาด้วยวิธีการ “วิจัย” (research) ซึ่งเป็นที่ยอมรับในชุมชนวิชาการว่า มีความน่าเชื่อถือ และ ผลจากการค้นคว้ารู้นั้นมีความสม่ำเสมอ แม้ว่าจะมีการศึกษาซ้ำอีกหลายๆ ครั้งโดยนักวิจัยรุ่นหลังก็ตาม

ส่วนในอีกด้านหนึ่ง เพราะโลกวิชาการมุ่งเป้าหมายในการสร้างความรู้ใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องของโลกแห่งความเป็นจริง ในแง่นี้ทฤษฎีจึงมีสถานะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้นักวิชาการทำวิจัยเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ออกไปได้นั่นเอง ดังรายละเอียดที่จะนำเสนอในหัวข้อถัดไป

เป้าหมายของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร: อย่างไร และทำไม?

การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารตั้งอยู่บนเป้าหมายหลายประการ โดยเฉพาะกับการตั้งคำถามและอธิบายถึงปรากฏการณ์อย่างน้อยใน 4 ข้อด้วยกัน ดังที่ Severin and Tankard (2001) ได้ยกตัวอย่างเอาไว้ ได้แก่

- เป้าหมายเพื่ออธิบายผลกระทบของการสื่อสารต่อผู้คนที่เปิดรับสื่อ (ดังตัวอย่างกรณีของทฤษฎีกระสุนปืน และทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะผ่านสื่อ)
- เป้าหมายเพื่ออธิบายวิธีการที่ผู้คนใช้สื่อ และเหตุผลของการใช้สื่อนั้น (ดังตัวอย่างกรณีของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ และทฤษฎีสำนึกวัฒนธรรมศึกษา)
- เป้าหมายเพื่ออธิบายว่าผู้คนเรียนรู้จากสื่ออย่างไร (ดังตัวอย่างกรณีของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม และทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์)
- เป้าหมายเพื่ออธิบายบทบาทของสื่อในการกำหนดคุณค่าต่างๆ ให้กับผู้ที่เปิดรับสื่อ (ดังตัวอย่างกรณีทฤษฎีสำนึกหน้าที่นิยม และทฤษฎีการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอุดมการณ์ผ่านสื่อ)

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารนั้น Stephen W. Littlejohn (1999) ได้เสนอเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของทฤษฎีเอาไว้ ดังนี้

(1) **ขอบเขตของทฤษฎี (scope)** อันหมายถึงความเข้าใจขอบเขตว่า ทฤษฎีนั้นจะประยุกต์ใช้ได้ในวงกว้างหรือแคบถึงระดับใด เช่น หากเราเลือกใช้ ทฤษฎีที่อธิบายได้ในกรณีเฉพาะของบริษัทโฆษณาแห่งหนึ่ง หรือเฉพาะสถานี โทรทัศน์แห่งหนึ่งว่า มีกระบวนการผลิตชิ้นงานออกสู่มวลชนอย่างไร ทฤษฎีแบบนี้ ก็จะมีลักษณะคุณค่าที่จำเพาะบางกรณี และอยู่ในวงแคบเกินกว่าจะนำไปใช้ เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กรโฆษณาหรือสถานี โทรทัศน์แบบกว้างๆ ทั่วไป ที่ขอบเขตประยุกต์ใช้ได้กับหลายๆ เอเยนซีโฆษณา หรือสถานีโทรทัศน์ใดๆ ก็ได้

(2) **ความเหมาะสมลงตัวของทฤษฎี (appropriateness)** หรือการมี เหตุผลที่ลงตัวและมีน้ำหนักมากเพียงพอกับการสร้างเป็นคำอธิบายของทฤษฎี นั้น ตัวอย่างเช่น หากเราหยิบกรณีของคนสองคนที่อาศัยอยู่ในบ้านเลขที่ที่มีเลข หลักเดียว และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งกลายมาเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพนักสื่อสารมวลชน แล้วเราก็นำระดับกรณีรูปธรรมดังกล่าวขึ้นมา เป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ว่า ตัวแปรบ้านเลขที่และระดับการ ศึกษามีผลต่อความสำเร็จในโลกวิชาชีพสื่อสารมวลชน ทฤษฎีแบบนี้ดูไม่มีคุณค่า นัก เนื่องจากไม่เป็นเหตุเป็นผล (illogical) ที่เพียงพอ เพราะขาดซึ่งความเหมาะสม ลงตัวของเหตุผลในการอธิบาย

(3) **คุณค่าเชิงวิชาการ (heuristic value)** ทฤษฎีหนึ่งๆ ไม่ใช่ความรู้ ที่เกิดจากสามัญสำนึก (common sense) เพียงอย่างเดียว หากแต่ทฤษฎีต้องมี พลังในการสร้างความรู้/ความคิดใหม่ (generative) และยิ่งทฤษฎีนั้นมีพลังในการ สร้างความรู้ใหม่ได้มากเท่าไร ทฤษฎีดังกล่าวก็จะมีคุณค่าช่วยให้เราตีความและ เข้าใจโลกรอบตัวได้มากขึ้นเท่านั้น ดังนั้น ถ้าเราสามารถประยุกต์ทฤษฎีที่ว่านี้มา ใช้ในงานวิจัยการสื่อสารได้ ก็เท่ากับยืนยันคุณค่าของทฤษฎีนั้นในโลกวิชาการ

(4) **ความเที่ยงตรงของทฤษฎี (validity)** อันหมายถึงระดับที่ทฤษฎี นั้นๆ สามารถใช้คาดคะเนหรืออธิบายปรากฏการณ์ที่นักวิจัยคนหนึ่งหยิบขึ้นมา ศึกษา ทั้งนี้ แม้ว่าทฤษฎีการสื่อสารแต่ละสำนักจะมีคำอธิบายความสัมพันธ์ของ ตัวแปร แต่หากเลือกมาใช้แล้วไม่สามารถตอบคำถามได้ชัดเจนเพียงพอ ทฤษฎีนั้น

ก็ยังขาดความเที่ยงตรงและนำมาใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่ เช่น หากเราสนใจศึกษาอำนาจที่เข้ามากำหนดการสื่อสารในการสร้างอัตลักษณ์ตัวตนของวัยรุ่น แล้วเราเลือกใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาวัยรุ่น (youth psychology) เราก็จะพบว่าแม้ทฤษฎีสายจิตวิทยาจะมีข้อสันนิษฐานเบื้องต้นว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีปัญหาเชิงจิตใจ เพราะฉะนั้นต้องใช้การสื่อสารเพื่อจัดระเบียบวินัย และควบคุมพฤติกรรมของวัยรุ่นให้เป็นไปตามบรรทัดฐานที่สังคมต้องการ แต่ปัญหาก็คือ ทฤษฎีดังกล่าวยังไม่เที่ยงตรงพอที่จะตอบคำถามเรื่องอำนาจในการกำหนดอัตลักษณ์ตัวตนของวัยรุ่น ดังนั้น เราจึงควรเปลี่ยนมาใช้ทฤษฎีวัฒนธรรมวัยรุ่น (youth culture) หรือทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อย (subculture theory) ซึ่งเผยให้เห็นอำนาจของสังคมที่กดทับวัยรุ่น และศักยภาพของวัยรุ่นที่จะสื่อสารเพื่อต่อสู้ต่อรองกับอำนาจที่กดทับดังกล่าว อันตรงกับปัญหานาววิจัยที่เราสงสัยมากกว่า

(5) **ความเข้าใจง่ายของทฤษฎี (parsimony)** แม้ว่าทฤษฎีมักจะถูกมองว่าเป็นชุดความรู้ที่ซับซ้อน แต่แท้จริงแล้ว ทฤษฎีใดก็ตามที่เข้าใจได้ง่ายและนำมาประยุกต์ใช้อธิบายได้ชัดเจน จะถือว่ามีความคุ้มค่าในการประยุกต์ใช้มากกว่า คำอธิบายของทฤษฎีที่ยุ่งยากซับซ้อนเกินกว่าการใช้งาน ดังตัวอย่างของทฤษฎีหน้าที่นิยม (functionalism) ที่มักจะถูกนำมาใช้งาน เนื่องจากเป็นทฤษฎีขนาดกลาง (middle-range theory) และระบุตัวแปรที่วัดออกมาได้ค่อนข้างชัดเจน

(6) **ความเปิดกว้างของทฤษฎี (openness)** ในแง่นี้ ทฤษฎีใดก็ตามที่สามารถปรับตัวและนำมาประยุกต์ใช้กับเงื่อนไขใหม่ๆ ได้อย่างกว้างขวาง จะถือว่าเป็นทฤษฎีที่เปิดกว้างในการใช้งาน เช่น กรณีของทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (communication technological determinism) แห่งสำนักโตรอนโต (The Toronto School) ซึ่งแม้ว่าจะถูกพัฒนาขึ้นโดยนักวิชาการอย่างมาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ที่ศึกษากรณีของเทคโนโลยีการสื่อสารตั้งแต่ยุคก่อนหน้าสื่อโทรทัศน์ขึ้นไป แต่ทว่า แม้เมื่อก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีสื่อใหม่ (new media) ทฤษฎีของสำนักโตรอนโตก็ยังเปิดกว้างและมีอำนาจในการอธิบายปรากฏการณ์ของสื่อใหม่ได้ อันสะท้อนถึงศักยภาพในการปรับตัวของทฤษฎีนี้ให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงในโลกของการสื่อสาร

นอกเหนือจากเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของทฤษฎีการสื่อสารที่ Littlejohn เสนอไว้ 6 ข้อข้างต้นแล้ว Jack Rosenberry and Lauren A. Vicker (2017) ได้เพิ่มเติมเกณฑ์ในการประเมินคุณค่าของทฤษฎีที่จะนำไปประยุกต์ใช้อีก 2 ประการคือ

(7) **ลักษณะของการปรับประยุกต์ใช้งานได้ (practicality)** หรือกล่าวง่ายๆ ก็คือ トラบเท่าที่ทฤษฎีใดก็ตามยังสามารถนำมาใช้อธิบายโลกแห่งความเป็นจริงได้ ก็ถือเป็นทฤษฎีที่มีคุณค่าอยู่ในโลกวิชาการ แต่หากทฤษฎีนั้นถูกล้มล้างไปแล้ว ก็ถือว่าหมดคุณค่าไปนั่นเอง คล้ายๆ กับการถกของทฤษฎีที่อธิบายตัวแปรที่ทำให้เกิดแผ่นดินไหว ที่ยุคหนึ่งคนไทยเคยใช้คำอธิบายเรื่องการพลิกตัวของปลาอานนท์ที่อยู่ใต้ผิวโลก แต่ทุกวันนี้วิทยาศาสตร์ได้ล้มล้างทฤษฎีนี้ไป และให้คำอธิบายว่า การเคลื่อนตัวของเปลือกโลกอันมาจากแมกมาใต้พื้นโลกต่างหากที่เป็นตัวแปรของการเกิดแผ่นดินไหว ดังนั้น トラบเท่าที่ทฤษฎีการเคลื่อนตัวของเปลือกโลกยังถูกนำมาปรับประยุกต์ใช้งานได้ ทฤษฎีนี้ก็ถือว่ายังคงมีคุณค่าอยู่นั่นเอง

(8) **ความสามารถในการถูกทดสอบ (testability)** หรือบางครั้งเรียกว่า “ความสามารถที่จะพิสูจน์ได้ว่าไม่ถูกต้องได้” (falsification) นั่นคือ ทฤษฎีใดก็ตามที่ถูกรับรู้ว่ามีข้อผิดพลาด ต้องสามารถพิสูจน์ว่าถูกต้องหรือแม้แต่ผิดพลาดได้ เพราะฉะนั้น ความเชื่อเรื่องชีวิตหลังความตายที่อธิบายว่า คนเราตายแล้วไปไหนก็ไม่ถือว่าเป็นทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับและนำไปใช้งานในเชิงวิชาการได้ หรือความคิดเห็นในทำนองว่า “สีเขียวอาจไม่ใช่สีที่เหมาะสมในการนำมาใช้ทาเป็นสีของบ้าน” ก็เป็นเพียงแค่ทัศนะหนึ่งๆ มากกว่าจะเป็นทฤษฎีที่นำมาใช้ในการสร้างความรู้เชิงวิชาการเช่นกัน

แผนที่การวิจัยการสื่อสาร...ต้องอาศัยทฤษฎีนำทาง

วิธีการสร้าง “ความรู้” ของมนุษย์ มีที่มาจากหลายแหล่ง เช่น ความรู้ที่มาจากประสบการณ์ (experiences) ที่มนุษย์เราเรียนรู้จากการเข้าไปสัมผัส หรือมีส่วนร่วมในปรากฏการณ์ต่างๆ หรือความรู้ที่มาจากผู้ที่มีอำนาจ (authority)

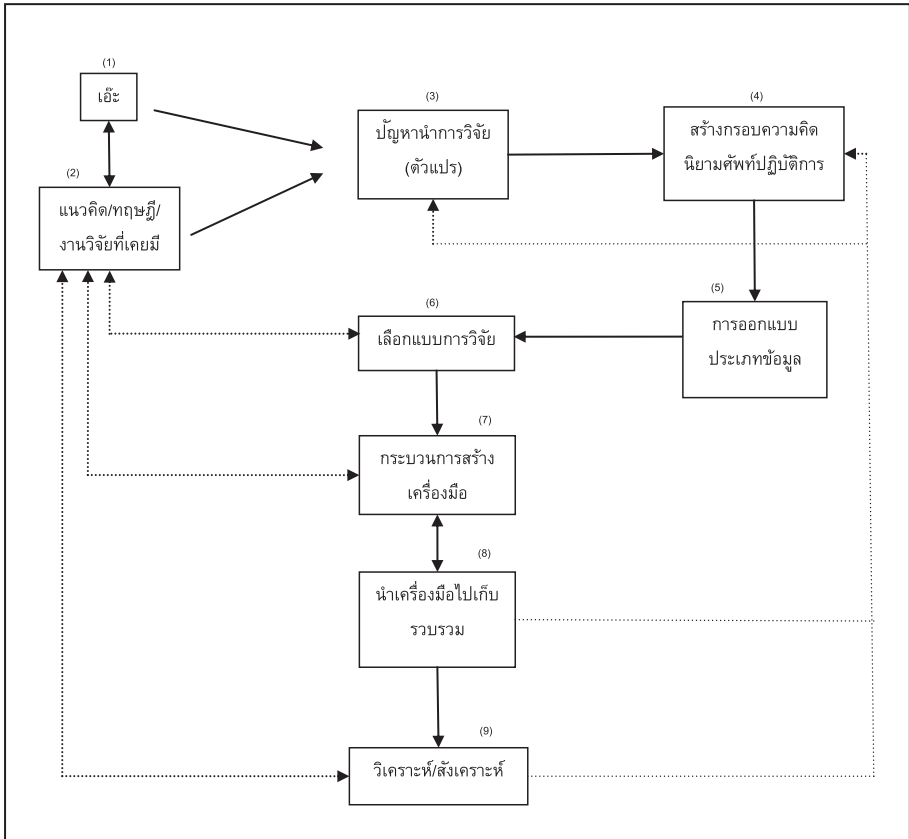
ได้กล่าวอ้างเอาไว้ (อาทิ ความรู้ที่ศาสตราจารย์ถ่ายทอดให้กับสานุศิษย์) เป็นต้น แต่สำหรับโลกวิชาการแล้ว วิธีการได้มาซึ่งความรู้อันเป็นที่ยอมรับว่ามีความชอบธรรมที่สุด ต้องเป็นความรู้จากการวิจัย (research) ที่ทำอย่างเป็นระบบ ตรวจสอบความถูกต้องได้ และที่สำคัญ มีเหตุผล (rational) และพิสูจน์ได้เชิงประจักษ์ (empirical) หรือที่เรียกกันในโลกวิชาการว่าเป็นความรู้ที่สร้างขึ้นด้วย “วิธีการทางวิทยาศาสตร์” (scientific method) อันรวมถึงความรู้ที่อยู่ในศาสตร์ด้านการสื่อสารด้วยเช่นกัน

หากการวิจัยคือกระบวนการสร้างความรู้ที่โลกวิชาการและศาสตร์แขนงต่างๆ (รวมทั้งวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และสื่อสารศึกษา) ยอมรับมากที่สุดแล้ว การได้มาซึ่งความรู้ดังกล่าวก็ต้องเริ่มตั้งแต่การกำหนดประเด็นหัวข้อหรือโจทย์การวิจัย การกำหนดวัตถุประสงค์ การสร้างกรอบความคิด การตั้งสมมติฐาน การวางแผนการวิเคราะห์ การเก็บรวบรวมข้อมูล การสรุปผลการวิจัย และการเขียนรายงาน หรืออาจนำเสนอได้ในรูปแบบของ “แผนที่การวิจัย” (research map) ที่ออกแบบไว้เป็นทั้งหมด 9 ขั้นตอน ดังภาพที่ 4 ต่อไปนี้

จากภาพที่ 4 เราอาจแบ่งเส้นทางของแผนที่การวิจัยได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ด้วยกันคือ ส่วนที่ 1 หรือขั้นตอนการบ่มเพาะความคิดและโจทย์การวิจัย (อันรวมถึงกระบวนการตั้งแต่ขั้นตอนการเกิดข้อสงสัย การกำหนดปัญหามานำการวิจัย และการสร้างกรอบความคิด/นิยามศัพท์ปฏิบัติการ หรือตั้งแต่ขั้นตอนย่อยที่ 1-4 ในภาพ) ส่วนที่ 2 หรือขั้นตอนการลงมือเก็บข้อมูล (หมายรวมถึงตั้งแต่การออกแบบข้อมูล การเลือกแบบการวิจัย การสร้างเครื่องมือ จนถึงการนำเครื่องมือไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล หรือตั้งแต่ขั้นตอนย่อยที่ 5-8 ในภาพ) และส่วนสุดท้ายคือ ขั้นตอนการวิเคราะห์/สังเคราะห์ เพื่อสรุปผลการศึกษา (หรือขั้นตอนย่อยที่ 9 ในภาพ)

ภายใต้เส้นทางเดินใน “แผนที่การวิจัย” นี้เอง หากจะถามว่า ทฤษฎีมีความจำเป็นในขั้นตอนใดบ้าง คำตอบก็คือ ทฤษฎีไม่ใช่เป็น “ไม้ประดับ” ของงานวิจัยแต่อย่างใด หากแต่เป็นดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2552) เปรียบเทียบเอาไว้ว่า “ทฤษฎีเป็นเสมือนกระดูกสันหลังของการทำวิจัยชิ้นหนึ่งๆ” เลยทีเดียว

ภาพที่ 4 แผนที่การวิจัย



ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ (2548: 22)

ด้วยเหตุนี้ ทฤษฎีจึงถือได้ว่ามีความสำคัญในทุกๆ ขั้นตอนของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารในขั้นตอนการบ่มเพาะความคิด และโจทย์การวิจัย ในขั้นตอนนี้ ความเข้าใจและรู้จักประยุกต์ใช้ทฤษฎีจะมีประโยชน์อย่างน้อย 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่

(ก) ทฤษฎีช่วยให้เราเริ่มต้นข้อสงสัยต่อปรากฏการณ์รอบตัว เนื่องจากจุดเริ่มต้นของการวิจัยมีใช้อยู่ที่การมีคำตอบต่อความเป็นจริง แต่เป็นการเกิดข้อสงสัย (inquiry) ที่จะนำมาเป็นคำถามต่อไป (หรือในภาพที่ 4 ก็คือขั้นตอนย่อยของการเกิดคำถาม “เอ๊ะ” ในปรากฏการณ์รอบตัว) เพราะหากไม่มีคำถาม ก็จะไม่มีการทำวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบนั่นเอง และทฤษฎีก็คือเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เกิดคำถามประเภท “เอ๊ะ” ดังกล่าวขึ้นมา เช่น ถ้าเรารู้จักทฤษฎีที่ว่า ด้วยความเป็นแฟน (fandom) ซึ่งอธิบายว่า แฟนเป็นปรากฏการณ์ของผู้รับสารที่ไม่ได้ถูกกระทำหรือตกเป็นเหยื่อของอุตสาหกรรมสื่อเสมอไป หากแต่เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์ความหมาย เราก็จะเริ่มสนใจหยิบปรากฏการณ์ความเป็นแฟนแบบต่างๆ มาเป็นกรณีศึกษาวิจัยออกไป (อาทิ แฟนบอล แฟนดารา แฟนหมอลำ แฟนนวนิยาย ฯลฯ)

(ข) ทฤษฎีช่วยกำหนดปัญหานำการวิจัย แม้งานวิจัยจะเริ่มต้นจากการ “เอ๊ะ” หรือข้อสงสัยที่มีต่อปรากฏการณ์ใดๆ แต่ข้อสงสัยดังกล่าวก็ยังไม่ใช่ “ปัญหานำการวิจัย” (problem statement) จนกว่า “คำถามนั้นจะถูกนำมาคลุกเคล้ากับแนวคิดและทฤษฎี (รวมทั้งงานวิจัยที่เคยมีมา)” (กาญจนา แก้วเทพ, 2548: 27) แต่นั่นก็ต้องขึ้นอยู่กับกรอบการออกแบบและใช้ทฤษฎีที่ลงตัวกับข้อสงสัยของการวิจัย ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ วรัชญ์ วาณิชวัฒนากุล (2548) ที่สนใจหยิบกรณีของสื่อ “การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่” ซึ่งหยิบยกเนื้อหาจากวรรณคดีไทยมาดัดแปลงเป็นรูปแบบหนังสือเล่มการ์ตูนแบบญี่ปุ่น แต่ทว่า ในการศึกษาปรากฏการณ์แบบนี้ มีทฤษฎีสองปีกให้ใช้ตั้งคำถามต่อการปะทะกันระหว่างวัฒนธรรม 2 ชุดด้วยกัน ในขณะที่ปีกของทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม (cultural imperialism) เห็นว่า ในการเผชิญหน้ากันนั้น วัฒนธรรมที่แข็งแกร่งกว่า (หรือความเป็นการ์ตูนญี่ปุ่น) จะครอบงำให้วัฒนธรรมที่อ่อนแอกว่า (หรือความเป็นวรรณคดีไทย) ยิ่งอ่อนแอลง แต่ในปีกของทฤษฎีสายการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridisation) กลับเห็นต่างออกไปว่า วัฒนธรรมที่ต่างกันก็สามารถผสมผสานเข้ากันได้ ดังนั้น หากเลือกใช้ทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่ง ก็อาจทำให้ปัญหานำการวิจัยไม่คมชัดเพียงพอ วรัชญ์จึงเลือกประยุกต์ใช้ทั้งสอง

ทฤษฎีมาตั้งเป็นคำถามนำการวิจัยว่า ในกรณีของ “การทุนไทยพันธุ์ใหม่” นั้น ในเงื่อนไขใดที่ความเป็นญี่ปุ่นจะครอบงำเหนือความเป็นไทย และในเงื่อนไขใดที่ทั้งความเป็นญี่ปุ่นและความเป็นไทยจะผสมผสานเข้าด้วยกันได้ และในภายใต้การผสมผสานข้ามวัฒนธรรมดังกล่าวนั้น การครอบงำของวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่แข็งแกร่งกว่าจะยังคงเกิดขึ้นในกระบวนการสร้างสรรค์งานการทุนเล่มได้หรือไม่ อย่างไร

(ค) ทฤษฎีช่วยในการนิยามศัพท์ปฏิบัติการ หลังจากการตั้งคำถามนำการวิจัยแล้ว ปัญหาที่นักวิจัยมักต้องเผชิญก็คือ บรรดาคำศัพท์ต่างๆ ที่เป็นนามธรรมและปรากฏอยู่ในโจทย์การวิจัยนั้นจะวัดอย่างไร ในการจัดการกับปัญหาดังกล่าวนี้นี้ ทฤษฎีจะถูกนำมาใช้เพื่อช่วยสร้างนิยามศัพท์ปฏิบัติการ (operational definition) หรือการกำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์ว่า เราจะวัดตัวแปรใดบ้าง ทั้งนี้ การทบทวนทฤษฎีที่ใช้ให้แตกฉาน จะช่วยให้เราเห็นถึงเกณฑ์การวิเคราะห์ได้ชัดเจน เพราะทฤษฎีบางชุดนั้นอาจมีการระบุให้เห็นเกณฑ์การศึกษาเอาไว้แล้ว และเราสามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้เพื่อต่อยอดการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปได้ เช่น ถ้าเราออกแบบโจทย์วิจัยที่จะศึกษาแบบแผนการบริโภคสื่อโทรทัศน์ แล้วผู้วิจัยเลือกทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคสื่อ (media consumption) ของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) หรือสำนักเบอร์มิงแฮม (The Birmingham School) แนวคิดดังกล่าวได้ให้ข้อเสนอถึงนิยามศัพท์ของคำว่า “การบริโภคสื่อ” ว่าจะวัดในมิติ (dimensions) ต่างๆ อันได้แก่ โครงสร้างทางสังคมของผู้รับสาร จุดยืนทางการเมือง/วัฒนธรรมของผู้รับสาร การเข้าถึงตัวบท กระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร พฤติกรรมการรับชม (อาทิ ความสนใจเปิดรับ ช่วงเวลาที่ดู กิจกรรมระหว่างดู) ไปจนถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร ซึ่งเราสามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์การวิเคราะห์สำหรับงานวิจัยได้

(ง) ทฤษฎีช่วยให้ระบุตัวแปรและสร้างกรอบความคิดในการวิจัยได้ชัดเจนขึ้น หลังจากนักวิจัยกำหนดโจทย์การวิจัยเอาไว้แล้ว ทฤษฎีจะมีบทบาทในการช่วยให้เห็นว่า อะไรคือตัวแปร (variables) ที่งานวิจัยนี้สงสัย และเราจะจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ให้เป็นกรอบความคิดในการวิจัย (conceptual framework) ได้อย่างไร ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของพงศ์พิทยา

แย้งญา (2556) ที่สนใจศึกษาการกำหนดวาระสารที่เกี่ยวกับประเด็นประชาคมอาเซียนผ่านสื่อโทรทัศน์ พงศ์พิทยาได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีการกำหนดวาระของสื่อ (agenda-setting theory) และพบว่า ตัวแปรหลักที่ทฤษฎีนี้ให้น้ำหนักตรวจสอบก็คือ การจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 โลก คือ การกำหนดวาระความสำคัญในโลกแห่งความเป็นจริง (the real world) การกำหนดวาระความสำคัญในโลกของสื่อ (the media world) ที่จะทราบได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา และการกำหนดวาระความสำคัญในโลกแห่งความคิดของผู้รับสาร (the reception world) ดังนั้น เมื่อความสัมพันธ์ระหว่าง 3 โลกดังกล่าวเป็นตัวแปรหลักที่เชื่อมโยงกันอยู่ งานวิจัยเล่มนี้จึงร้อยความสัมพันธ์ของ 3 โลกมาเป็นกรอบความคิดในการวิจัยที่ใช้ศึกษากรณีประเด็นข่าวสารประชาคมอาเซียนเช่นกัน

2. การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารในขั้นตอนการลงมือเก็บข้อมูล

หลังจากงานวิจัยได้กำหนดปัญหาและวางกรอบการวิจัยเอาไว้แล้ว ก็จะมาถึงขั้นตอนของการลงมือเก็บข้อมูลที่อยู่ในส่วนของวิธีวิทยา (methodology) ของโครงการวิจัย โดยในส่วนนี้ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีจะเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างน้อยใน 3 เงื่อนไข ได้แก่

(ก) ทฤษฎีช่วยในการกำหนดประเภทของงานวิจัย เฉพาะในกรณีของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารนั้น ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารที่นักวิจัยเลือกมาใช้ต่างกัน อาจมีผลต่อการเลือกประเภทของการวิจัยที่จะใช้แตกต่างกันด้วย เช่น หากงานวิจัยที่ตั้งใจหาคำตอบไว้ที่นั้น อาศัยแบบจำลองการถ่ายทอดข่าวสาร (transmission model of communication) เป็นพื้นฐาน นักวิจัยก็มีแนวโน้มจะเลือกใช้ประเภทของงานวิจัยเชิงปริมาณมาออกแบบศึกษา (อาทิ การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจถึงผลกระทบของสื่อ การวิจัยเพื่อวัดระดับของผู้อยู่ชมรายการโทรทัศน์ การวิจัยผลของการโน้มน้าวใจของสารโฆษณา ฯลฯ) ตรงกันข้าม หากงานวิจัยออกแบบโดยอาศัยแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (ritualistic model of communication) นักวิจัยก็มักจะเลือกใช้ประเภทของงานวิจัยเชิงคุณภาพมาเป็นวิธีวิทยาพื้นฐานมากกว่า (อาทิ การศึกษาวิจัยกระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัสของผู้รับสาร ฯลฯ)

(ข) ทฤษฎีมีส่วนช่วยในการเลือกเครื่องมือวิจัย การเลือกเครื่องมือวิจัย (research tools) ในกระบวนการแสวงหาความรู้ (อาทิ การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การสนทนากลุ่ม ฯลฯ) ไม่ใช่การเลือกขึ้นมาแบบเลื่อนลอย หรือเป็นไปตามประเพณีปฏิบัติที่ทำๆ กันมา แต่ทุกเครื่องมือที่จะเลือกมาทำวิจัยนั้น จำต้องมีเหตุผลรองรับการออกแบบวิจัยเสมอ ทั้งนี้นอกจากเหตุผลเรื่องความเหมาะสมในการเก็บและเข้าถึงข้อมูล/กลุ่มตัวอย่าง หรือการเลือกเครื่องมือที่นักวิจัยเห็นว่ามีความเที่ยงตรง (validity) กับวัตถุประสงค์การวิจัยแล้ว อีกเหตุผลหนึ่งก็อาจมาจากเหตุผลเชิงทฤษฎีที่เลือกมาใช้เพื่อตอบโจทย์การวิจัยนั้นๆ ด้วย

ทั้งนี้ ทฤษฎีการสื่อสารบางสำนักจะมีการกำหนดตัวเครื่องมือวิจัยเอาไว้ชัดเจนแล้วว่า นักวิจัยควรจะต้องเลือกเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างไร เช่น หากเราใช้ทฤษฎีสัมภาษณ์ (semiology) มาออกแบบการวิจัย ก็มักหนีไม่พ้นที่ต้องใช้เครื่องมือวิจัยแบบการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) ฯลฯ และในขณะเดียวกัน นักทฤษฎีบางคนไม่เพียงแต่กำหนดเครื่องมือวิจัยเอาไว้แล้วเท่านั้น หากแต่ยังระบุเหตุผลเบื้องหลังของการใช้เครื่องมือดังกล่าวเอาไว้ด้วย ตัวอย่างเช่น นักทฤษฎีสำนึกวัฒนธรรมศึกษาอย่างเดวิด มอร์เลย์ (David Morley) ที่เสนอว่า ในการศึกษาแบบแผนการบริโภคสื่อของผู้รับสารนั้น จำเป็นต้องใช้เครื่องมือวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณา (ethnography) เนื่องจากจุดเริ่มต้นในการพัฒนาแนวคิดทฤษฎีของมอร์เลย์นั้น มาจากการทบทวนปัญหาของการประยุกต์ใช้วิธีการสัมภาษณ์ (interview) เพื่อเก็บข้อมูลผู้รับสาร (หรือในกรณีนี้คือผู้ชมโทรทัศน์) มาก่อน แม้การสัมภาษณ์จะให้ข้อมูลที่ดูเที่ยงตรงกว่าแบบสอบถาม แต่มอร์เลย์ก็พบข้อจำกัดว่า เครื่องมือการสัมภาษณ์ก็ยังไม่อาจเผยให้เห็นความเป็นจริงที่แท้จริงของการรับชมโทรทัศน์ในบริบทชีวิตประจำวันของผู้รับสารได้ ดังนั้น จากงานวิจัยและทฤษฎีที่มอร์เลย์ได้พัฒนาขึ้นมา จึงให้ข้อเสนอแก่นักวิจัยรุ่นหลังว่า ต้องอาศัยเครื่องมือแบบชาติพันธุ์วรรณาซึ่งได้อิทธิพลมาจากงานวิจัยสนามแบบนักมานุษยวิทยาไปใช้นั้น เราจึงจะเข้าถึงรูปแบบการใช้สื่อจากสภาพการณ์ที่เป็นธรรมชาติ (natural setting) ของผู้คนได้จริงๆ

(ค) ทฤษฎีช่วยในการเลือกกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย บ่อยครั้งที่นักวิจัยมัก**สุ่มตัวอย่าง (sampling)** จากประชากรของข้อมูลโดยใช้เทคนิควิธีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมา เช่น การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) เพื่อลดอคติของการวิจัย หรือการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลโดยใช้เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ (อาทิ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ ฯลฯ) ซึ่งการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวบางครั้งก็ทำให้การวัดตัวแปรหรือข้อค้นพบของงานวิจัยอาจคลาดเคลื่อนไปจากสิ่งที่น่าจะเป็นจริงๆ

จากปัญหาที่นักวิจัยเผชิญดังกล่าว การประยุกต์ทฤษฎีมาใช้งานจะสามารถช่วยให้นักวิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีเหตุผล และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และความเป็นจริงของปรากฏการณ์ในการศึกษามากยิ่งขึ้น เช่น ในงานวิจัยของไววุฒิ วุฒิอรธสาร (2556) ที่ออกแบบการศึกษาการสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของผู้พิการทางการได้ยินในสังคมไทย แต่เนื่องจากประชากรของตัวบท (texts) ที่เป็นพื้นที่การสื่อสารของคนหูหนวกนั้นมีอยู่หลากหลายยิ่งนัก ดังนั้นไววุฒิจึงประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ (identity) ของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) ซึ่งให้คำอธิบายว่า การสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์จะสัมพันธ์กับการตั้งคำถามว่า ตัวตนของเรา (ในกรณีนี้คือตัวตนของคนหูหนวก) เป็นเราหรือเป็นคนอื่นที่มีอำนาจในการสร้างความหมาย และจากการใช้แนวคิดนี้ไววุฒิจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากตัวบทของการสื่อสาร 3 กลุ่มด้วยกันคือ (1) ตัวบทของสื่อภาพยนตร์ที่มีตัวละครคนหูหนวกดำเนินเรื่องอยู่ (เพราะภาพยนตร์เป็นสื่อภาพและเสียงที่สร้างขึ้นโดยคนอื่นหรือคนหูดี) (2) ตัวบทของสื่อกิจกรรมในโรงเรียนสอนคนหูหนวก (ซึ่งเป็นพื้นที่สื่อสารของคนหูหนวกเอง) และ (3) ตัวบทของสื่อเฟซบุ๊ก (อันเป็นช่องทางที่มีทั้งคนหูหนวกและคนหูดีต่างมามีส่วนร่วมสื่อสารระหว่างกัน)

หรือในกรณีของการศึกษาผู้รับสาร ซึ่งโดยทั่วไปงานวิจัยด้านการสื่อสารมีแนวโน้มจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ แต่ในตัวอย่างงานวิจัยของบวรลักษณ์ มงคลชาติภิรักษ์ (2556) ที่สนใจศึกษาผู้รับสารกับการตีความหมายของตัวละครผู้หญิงโสดในภาพยนตร์ไทย บวรลักษณ์

พบว่า ตัวแปรประชากรศาสตร์อาจให้คำตอบที่ไม่เพียงพอในการทำความเข้าใจ การรับรู้ความหมายของสาวโสด ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (social construction of reality) ซึ่งเห็นว่า ประสบการณ์ตรง (direct experiences) ของผู้รับสาร มักมีผลโดยตรงต่อการรับรู้และตีความสาร ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่งานวิจัยนี้เลือกศึกษาจึงเป็นผู้รับสารที่เป็นหญิงโสด ซึ่งมีประสบการณ์ทางวัฒนธรรมร่วมกับตัวละครที่อยู่ในเนื้อหาภาพยนตร์ และเนื่องจากผู้วิจัยยังได้ทบทวนแนวคิดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสังคมวิทยาว่าด้วยความ เป็นโสด (sociology of singlehood) ทฤษฎีนี้อธิบายด้วยว่า ความโสดของทั้ง หญิงและชายมีอยู่ 2 ประเภท เพราะฉะนั้น ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงโสด นั้น ผู้วิจัยก็ออกแบบให้ครอบคลุมทั้งกลุ่มผู้หญิงที่เป็นโสดในฐานะขั้นตอนหนึ่งของชีวิต (singlehood as a stage) หรือผู้หญิงโสดที่รอการเปลี่ยนผ่านสู่การ แต่งงานในอนาคต (โสดแบบชั่วคราว) กับกลุ่มผู้หญิงที่เลือกจะเป็นโสดด้วยตัว เธอเอง (singlehood as a choice) ซึ่งท้ายที่สุด งานวิจัยก็พบว่า ประสบการณ์ ความโสดที่ต่างกันของผู้หญิงนี้เอง เป็นตัวแปรที่สร้างความแตกต่างในการรับรู้ และตีความสาร/ความหมายที่อยู่ในตัวบทภาพยนตร์อย่างมีนัยสำคัญ

3. การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารในขั้นตอนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ ในขั้นตอนสุดท้ายของงานวิจัยหรือ ขั้นตอนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการวิจัย (analysis and synthesis) นั้น แน่นอนว่าทฤษฎีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการนำทฤษฎีหรือองค์ความรู้การสื่อสารที่ สัมสมมาก่อนมาทดสอบอีกครั้งกับข้อมูลชุดใหม่ ดังกรณีของโครงการวิจัยเชิง ปริมาณทั้งหลาย หรือการนำทฤษฎีมาช่วยอธิบายหรือตีความปรากฏการณ์ เพื่ อยกระดับเป็นองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสาร ดังปรากฏในกรณีของโครงการวิจัยเชิงคุณภาพ

ตัวอย่างของการประยุกต์ทฤษฎีมาใช้ตั้งแต่การตั้งปัญหามาการวิจัย จนถึง การวิเคราะห์/สังเคราะห์ผลการศึกษานี้ ได้แก่ กรณีโครงการวิจัยของ ปพิชญา วรสารพิสุทธิ์ (2550) ที่เลือกศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพิธีกรรม บุญจุลกฐินหรือกฐินเล่น กับการสร้างความสามัคคีของชุมชนเทพมวงคล ตำบล

บุง อำเภอมือง จังหวัดอำนาจเจริญ จุดเริ่มต้นของโครงการวิจัยนี้มาจากการตั้งคำถามหรือ “เอ๊ะ” ต่อความเป็นพื้นที่ชุมชนเมืองในลักษณะที่แย้งกับข้อสันนิษฐานของคนทั่วไปว่า (1) จริงหรือไม่ที่ว่า เพราะความที่ผู้คนจากหลากหลายแหล่งที่มา มารวมตัวกันอยู่ ชุมชนที่มีสถานภาพเป็นเมืองนั้นจึงมักมีสายสัมพันธ์ที่เปราะบางอย่างมาก (2) จริงหรือไม่ที่สายสัมพันธ์ซึ่งขาดแรงเกาะเกี่ยวของชุมชนเมือง ไม่อาจจะฟื้นฟูให้กระชับเข้มแข็งจนเหมือนกับสังคมชนบทได้ และ (3) แล้วจริงหรือไม่ที่ชะตากรรมของบรรดาสื่อพิธีกรรมท้องถิ่นที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในชุมชนบทท้องถิ่น มักไม่อาจสืบต่อไปได้เมื่อชุมชนนั้นเติบโตเป็นเมืองอันทันสมัย

จากข้อสงสัยในขั้นต้นเช่นนี้ นักวิจัยจึงได้เลือกลงสนามในพื้นที่ของชุมชนเทพมงคล อันเป็นชุมชนที่เพิ่งตั้งขึ้นเมื่อราวปี พ.ศ. 2538 ภายหลังจาก “อำเภอมืองอำนาจเจริญ” ได้ยกฐานะขึ้นเป็น “จังหวัดอำนาจเจริญ” เพียง 2 ปี ทั้งนี้ จากการสำรวจสนามในขั้นต้น นักวิจัยก็พบข้อเท็จจริงด้านหนึ่งที่ไม่ต่างจากข้อสันนิษฐานข้างต้นที่ว่า เนื่องจากชุมชนเทพมงคลเป็นชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่ และเป็นชุมทางแยกของหลายจังหวัด ทำให้เป็นแหล่งค้าขายและสัญจรของผู้เดินทาง ส่งผลให้วิถีชีวิตของชุมชนประกอบอาชีพค้าขายเป็นหลัก และกลายเป็นชุมชนในบริบทแบบกึ่งเมืองกึ่งชนบท ท่ามกลางบริบทดังกล่าว สมาชิกชุมชนต้องใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ แข่งขันกับเวลา มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบต่างคนต่างทำมาหากิน มีเวลาไม่พร้อมเพรียงกันในการทำกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงมาเป็นเมืองภายในชั่วข้ามคืน ทำให้เกิดปัญหาสังคมต่างๆ มากมาย เช่น ปัญหาเด็กเยาวชนติดสารเสพติดและติดเชื่อเอดส์มากขึ้น และที่สำคัญ สื่อประเพณีพิธีกรรมหลายๆ อย่างที่เคยดำรงอยู่ก่อน ก็มีแนวโน้มจะสูญสลายและลดบทบาทลงไปตามความทันสมัยที่ซัดโถมเข้ามา

แต่อย่างไรก็ดี ปิพิชญา ก็ได้พบปรากฏการณ์อีกด้านหนึ่งของสนามวิจัยแห่งเดียวกันนี้ว่า ท่ามกลางการกลายเป็นชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทของจังหวัดอำนาจเจริญ และเผชิญหน้ากับปัญหาที่มาพร้อมกับความทันสมัยใหม่ๆ ในชุมชนนี้ ชาวชุมชนเทพมงคลกลุ่มหนึ่งที่เล็งเห็นปัญหาดังกล่าว ได้เลือกพลิกฟื้นสื่อพื้นบ้านอย่างพิธีกรรมบุญจุลกฐินกลับมา เพราะในอดีตสื่อพิธีกรรมนี้เคยทำหน้าที่

หลากหลายต่อชุมชน (เช่น ระดมพลังของชุมชน สร้างความสามัคคี บ่มเพาะ
อบรมจริยธรรม ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง ฯลฯ) การรื้อฟื้นศักยภาพของสื่อ
พิธีกรรมดั้งเดิมอีกครั้ง ได้เอื้อให้ชุมชนที่สายสัมพันธ์เจือจางลงกลับมาเข้มแข็ง
มากขึ้น

จากข้อสังเกตหรือ “เอ๊ะ” ต่อปรากฏการณ์การสื่อสารชุมชนดังกล่าวนี้
ปพิษฐาได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎี ทั้งปีกของสำนักหน้าที่นิยม (functionalism) ที่
อธิบายเรื่องการทำหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านกับการขับเคลื่อนให้สังคมชุมชนโดยรวม
ดำเนินต่อไปได้ และปีกของสำนักวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์ (critical cultural
studies) ที่สนใจศึกษาเรื่องการสื่อสารกับการผลิตและผลิตซ้ำเพื่อการสืบทอด
วัฒนธรรมและพิธีกรรมท้องถิ่น โดยจากทฤษฎีดังกล่าว นักวิจัยก็ได้ “**ข้อค้นพบ
ที่เป็นความรู้ใหม่**” (new finding) ขึ้นมาว่า แม้จะอยู่ภายใต้บริบทการเปลี่ยน
ผ่านสู่ความเป็นพื้นที่กึ่งเมืองกึ่งชนบทของชุมชนเทพมงคลนั้น แต่หากชุมชนมี
พลังในการกอบกู้สื่อพิธีกรรมดั้งเดิมอย่างบุญจุลกลิน อันเป็นพื้นที่การสื่อสาร
แบบมีส่วนร่วมให้กลับฟื้นคืนขึ้นมาได้แล้ว สายสัมพันธ์สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป
ก็สามารถพลิกกลับมาเกิดเป็นความเข้มแข็งและความสามัคคีได้แม้แต่ในบริบท
ของสังคมที่เริ่มทันสมัยขึ้นมา

ข้อพึงระวังในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร

แม้ว่าการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารจะมีประโยชน์ในกระบวนการ
สร้างและแสวงหาความรู้ทางด้านสื่อสารศึกษา แต่ก็มีข้อพึงระวังเกี่ยวกับการใช้
ทฤษฎีอยู่ดังนี้

(1) แม้ทฤษฎีจะเป็นชุดความรู้ที่นักวิชาการรุ่นหนึ่งเคยให้ข้อเสนอเอาไว้
แต่ข้อสังเกตของ กาญจนา แก้วเทพ (2552) ก็น่าสนใจยิ่งนักว่า เราต้อง**ไม่ยึด**
ติดทฤษฎีประหนึ่งเป็น “**คัมภีร์ศักดิ์สิทธิ์**” ที่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้ อาการ
ยึดติดทฤษฎีเป็น “คัมภีร์” ดังกล่าว มักมีสาเหตุมาจากความหวาดกลัวในความ
ซับซ้อนและคำอธิบายที่ค่อนข้างเป็นนามธรรมของทฤษฎี จนนำไปสู่ความรู้สึก
ขลังและศักดิ์สิทธิ์ แต่ทราบได้ที่ทฤษฎีอันเป็นนามธรรมไม่สามารถนำมาปรับใช้

อธิบายกรณีรูปธรรมของความเป็นจริงได้แล้ว ทฤษฎีนั้นก็ถือว่าไม่มีคุณค่าเพียงพอในการประยุกต์ใช้เพื่องานวิจัยของเรา และในขณะเดียวกัน แม้จะมีภาพลักษณ์ที่ขลังและศักดิ์สิทธิ์ แต่ทุกทฤษฎีก็ต้องสามารถพิสูจน์ให้เห็นว่า ไม่ถูกต้องหรือผิดพลาดได้เช่นกัน

(2) นักวิจัยต้องไม่ยึดติดกับทฤษฎีหนึ่งเป็นสัจจะ หรือเลือกทฤษฎีหนึ่งๆ มาใช้เพียงเพราะความชื่นชอบเป็นการส่วนตัว แต่การจะเลือกทฤษฎีใดมาใช้ในงานวิจัยนั้น ต้องขึ้นอยู่กับว่า ทฤษฎีดังกล่าวสามารถตอบปัญหาการวิจัยที่เป็นข้อสงสัยของเราได้หรือไม่ และทฤษฎีนั้นต้องสอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เป็นจริงที่เลือกมาศึกษา หรือกล่าวง่ายๆ ก็คือ ต้องมีปัญหามาการวิจัยหรือเอาโลกแห่งความเป็นจริงมาเป็นตัวตั้งเสียก่อน นักวิจัยจึงค่อยเลือกทฤษฎีมาใช้ภายหลัง มิใช่เลือกทฤษฎีเอาไว้อก่อน แล้วพยายามยัดเยียดให้โลกความเป็นจริงเป็นไปตามทฤษฎีที่เรายึดติดอยู่

ตัวอย่างเช่น กรณีการใช้ทฤษฎีที่อธิบายเรื่องสังคมมวลชน (mass society theory) ที่มีแนวทางพิจารณาได้เป็น 2 ปีกใหญ่ๆ คือ ปีกแรกที่เป็นไปตามข้อเสนอของนักวิชาการชาวเยอรมันชื่อ เฟร์ดินานด์ ทอนนีส์ (Ferdinand Tonnies) มีแนวโน้มจะเชื่อว่า สังคมชนบทที่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ความเป็นเมืองหรือสังคมมวลชน จะเผชิญกับสภาวะที่สายสัมพันธ์ทางสังคมล่มสลาย ผู้คนมีแนวโน้มจะยึดถือในลัทธิปัจเจกชนนิยม (individualism) จนนำไปสู่ปัญหาสังคมต่างๆ มากมาย ตรงข้ามกับทัศนะของนักวิชาการชาวฝรั่งเศสอีกคนที่ชื่อ เอมีล เดอร์ไคม์ (Emile Durkheim) ที่เห็นต่างไปว่า แม้สังคมมวลชนแบบเมืองจะเปลี่ยนผ่านมาจากสังคมประเพณีในชนบท แต่คุณลักษณะโดดเด่นของความเป็นเมืองก็คือ ประสิทธิภาพที่เกิดจากการมีลักษณะความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง การแบ่งงานกันทำที่ชัดเจน และทำให้ผู้คนเกิดลักษณะของการพึ่งพาอาศัยกันและกันอย่างแท้จริง

จุดยืนที่ต่างกันคนละฟากฝั่งของนักทฤษฎีทั้งสองคน ไม่ได้มีทฤษฎีใดที่ถูกหรือผิดด้วยตัวมันเอง ตรงกันข้าม ขึ้นอยู่กับปัญหามาการวิจัยที่เราจะเลือกตั้งขึ้นมาเพื่อศึกษาปรากฏการณ์การสื่อสารในสังคมมวลชนมากกว่า เช่น หากเรา

ต้องการศึกษาวิจัยภาพสะท้อนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ความเป็นเมืองของสังคมชนบทที่ปรากฏอยู่ในบทเพลงลูกทุ่ง หรือในละครโทรทัศน์อย่าง *ผู้ใหญ่ลีกับนางมา* และ *ธรณีนี่นี้ใครครอง* เราก็ต้องเลือกแนวคิดทฤษฎีของทอนนีส์ที่เชื่อมั่นในคุณค่าอันดีงามของสังคมชนบท แต่หากเราสนใจศึกษาบทบาทหน้าที่ของรายการวิทยุจรรยาอย่าง จส.100 ในการให้ข้อมูลข่าวสารและเชื่อมความสัมพันธ์ของผู้คนที่ขับเคลื่อนยานพาหนะในกรุงเทพมหานครแล้ว ทฤษฎีของเดอร์ไคม์ก็ดูจะลงตัวกับปัญหานำการวิจัยแบบนี้มากกว่า

(3) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารนั้น ต้องคำนึงถึง**ความเหมาะสมลงตัว (appropriateness)** กับกรณีรูปธรรมที่เราศึกษาวิจัย กล่าวคือ ในงานวิจัยหนึ่งเรื่องนั้น ไม่จำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีนับเป็นร้อยเป็นพันมาเป็นเครื่องมือในการศึกษา เราเพียงแค่เลือกทฤษฎีหลักๆ ที่ตรงเป้าหมายกับการใช้ตอบคำถามนำการวิจัยเท่านั้นก็พอ

และในขณะเดียวกัน ทฤษฎีการสื่อสารหนึ่งๆ อาจมีขนาดใหญ่ และมีแนวคิดพื้นฐานหลากหลายด้าน นักวิจัยก็อาจไม่จำเป็นต้องนำทฤษฎีนั้นมาประยุกต์ใช้ทั้งหมด แต่สามารถเลือกตัดเย็บเฉพาะเนื้อหาส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยของตนมาใช้เท่านั้นก็พอ ตัวอย่างเช่น ทฤษฎีหน้าที่นิยมของสื่อ (functionalism theory) ที่นักวิชาการอย่างทาลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) และฮาโรลด์ ลาสส์เวลล์ (Harold Lasswell) ได้ให้ข้อเสนอถึงบทบาทหน้าที่ที่หลากหลายของสื่อเอาไว้ แต่หากเราสนใจศึกษาหน้าที่ของการสื่อสารกับการเชื่อมสัมพันธ์ของกลุ่มแฟนคลับ เราก็อาจเลือกเฉพาะหน้าที่บูรณาการหรือการเชื่อมความสัมพันธ์เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (integration/correlation) มาใช้ในกรณีที่หากเราปรับมาสนใจศึกษาบทบาทของการสื่อสารกับการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการปรับตัวของผู้คนในสภาวะวิกฤติ เราก็จะเลือกตัดเย็บมาเฉพาะหน้าที่ของการสื่อสารด้านการตรวจสอบประแวตระวังหรือด้านการปรับตัวของสังคม (surveillance/adaptation) ก็พอ

(4) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารต้องเข้าใจถึง**ข้อตกลงเบื้องต้น (basic assumption)** ของทฤษฎีนั้นเสียก่อน เพื่อจะได้นำทฤษฎีมาออกแบบการ

ศึกษาให้ได้อย่างลงตัว เช่น หากเราจะประยุกต์ใช้ทฤษฎีการกำหนดวาระของสื่อ (agenda-setting theory) เราก็ต้องเข้าใจก่อนว่า ทฤษฎีนี้เชื่อในอิทธิพลของสื่อที่แตกต่างไปจากทฤษฎีกระสุนปืน (magic bullet theory) ในแง่ที่ว่า อิทธิพลของสื่ออาจไม่ได้เข้าไปกำหนดความเปลี่ยนแปลงถึงระดับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร แต่อย่างน้อยสื่อมวลชนก็มีผลต่อความรู้ความเข้าใจ และทำให้ผู้รับสารรู้ว่า ในแต่ละวันเราควรคิดหรือให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวสารเรื่องใดบ้าง (what to think about) ด้วยเหตุนี้ ถ้าเราจะประยุกต์ใช้ทฤษฎีการกำหนดวาระของสื่อ บางครั้งแค่ศึกษาโลกของตัวสื่อที่คัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของสารอาจไม่เพียงพอ แต่ควรวัดมาถึงอิทธิพลของการกำหนดวาระนั้นว่าส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจของผู้รับสารอย่างไรบ้าง

(5) เพราะทฤษฎีการสื่อสารมีเงื่อนไขการใช้และอำนาจในการอธิบาย (power of explanation) ดังนั้น การจะประยุกต์ทฤษฎีใดมาใช้ในงานวิจัยสื่อสารศึกษาก็ตาม เราจำเป็นต้องรู้ถึงขอบเขตและข้อจำกัด (scope and limitations) ในการอธิบายของทฤษฎีนั้น ตัวอย่างเช่น หากเราจะประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารกับการแพร่กระจายนวัตกรรม (communication and innovation) ที่ถูกเสนอไว้โดยนักทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างเอ็ฟเวอร์เรตต์ โรเจอร์ส (Everett Rogers) เราก็ควรพึงสังวรในขั้นต้นว่า แม้ทฤษฎีนี้จะเชื่อในพลังของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เผยแพร่วัตกรรม และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในแง่โครงสร้างและหน้าที่ของสังคม และแม้ทฤษฎีนี้จะมีความน่าเชื่อถือ ในแง่ของการพัฒนาขึ้นมาจากงานวิจัยเชิงสำรวจที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างชาวนาหลายคนในหลายพื้นที่ของประเทศโลกที่สาม (อาทิ ในโคลัมเบีย อินเดีย เคนยา) แต่ทว่า ปัญหาใหญ่ของทฤษฎีนี้ก็คือ งานวิจัยของโรเจอร์สกลับเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะแต่หัวหน้าครอบครัวและเป็นชาวนาเพศชายเท่านั้น ดังนั้น ข้อเท็จจริงดังกล่าวก็อาจคลาดเคลื่อนไปได้ ถ้าเรานำมาศึกษากรณีของชาวนาที่เป็นสมาชิกครัวเรือนคนอื่นที่ไม่ใช่หัวหน้าครอบครัว หรือศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง

(6) โดยหลักการแล้ว ทฤษฎีเป็นเครื่องมือช่วยในการตั้งสมมติฐานของงานวิจัย แต่ กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้ให้คำอธิบายที่น่าสนใจว่า หลัง

จากเก็บข้อมูลและพิสูจน์ตรวจสอบแล้ว ข้อค้นพบไม่เป็นไปตามสมมติฐาน (ที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีที่ทบทวนมา) นักวิจัยควรพึงตรวจสอบต่อไปว่า เพราะเหตุใดผลการวิจัยจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานดังกล่าว โดยอาจเกิดมาจาก 2 สาเหตุด้วยกัน กล่าวคือ สาเหตุแรกสืบเนื่องจาก**ข้อผิดพลาดในการวัด** เช่น เครื่องมือแบบสอบถามที่สร้างไว้ไม่เที่ยงตรงชัดเจน เลือกเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างไม่ครอบคลุมพอ ฯลฯ ซึ่งวิธีการแก้ไขก็ต้องไปปรับแก้ตามสาเหตุนั้นๆ กับสาเหตุที่สองมาจากเหตุผลที่ว่า **ในโลกแห่งความเป็นจริงไม่มีความสัมพันธ์จริงๆ ระหว่างตัวแปรที่กำลังศึกษา** ในกรณีหลังนี้ เราอาจเกิด**ข้อค้นพบใหม่ (new finding)** ว่ามีเงื่อนไขหรือตัวแปรใดที่ทำให้ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่อยู่ในองค์ความรู้ที่เคยอธิบายมา ดังนั้น ข้อค้นพบที่ไม่ยืนยันสมมติฐานก็อาจถือได้ว่าเป็นการค้นพบความรู้ใหม่อย่างหนึ่ง” นั่นเอง

ส่งท้าย

เพราะการสร้างความรู้ทางสื่อสารศึกษาดำเนินไปอย่างสับสนและสัมพันธ์กับความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในโลกความเป็นจริงด้านการสื่อสารที่วนเวียนอยู่รอบตัวเรา การผลิตความรู้ใหม่ๆ นั้น จำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีมากรอบวิธีคิดที่ชี้แนะ และองค์ความรู้ใหม่ต้องอาศัยชุดความรู้ที่สั่งสมมาในอดีตเป็นฐานเพื่อต่อยอดขึ้นไป ดังนั้น หากเราเข้าใจซึ่งแนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎี เงื่อนไขในการใช้ และข้อพึงระวังต่างๆ ของการนำทฤษฎีการสื่อสารมาอธิบายรูปธรรมซึ่งเป็นปรากฏการณ์ของจริงแล้ว ความรู้ในศาสตร์ด้านสื่อสารศึกษาก็จะพัฒนาไปได้อย่างสร้างสรรค์ต่อเนื่องและต่อไปไม่สิ้นไม่สุด

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ (2548), *การวิจัย: จากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสุดท้าย*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

_____. (2552), *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

- _____. (2557), "ปรัชญานิตเทศศาสตร์", ใน สาขานิตเทศศาสตร์ บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, *ประมวลสาระชุดวิชา ปรัชญานิตเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551), *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กุลวิญญู ลำแดงเดช (2551), *การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอลจังหวัดชลบุรี*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐสุพงศ์ สุขโสด (2548), *บทบาทของการสื่อสารกับกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรม "แฟนบอล" ในสังคมไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิมมพร เอี่ยมเระไร (2546), *การชมฟุตบอล: ศึกษาเปรียบเทียบประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บวรลักษณ์ มงคลชาติภักดิ์ (2556), *การสร้างความเป็นจริงของตัวละคร "สาวโสด" ในสื่อภาพยนตร์ไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปพิชญา วรสารพิสุทธิ์ (2550), *การสื่อสารเพื่อสร้างความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานบนเครือข่ายการสื่อสารและสื่อพิธีกรรมบุญจุลกฐิน*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงศ์พิทยา แฉ่งฉายา (2556), *การกำหนดวาระสารของสื่อโทรทัศน์ต่อประเด็นอาเซียน*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรัญญู วานิชวัฒนากุล (2548), *การสื่อสารความหมายใน "การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่"*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไวยวุฒิ วุฒิอรธสาร (2556), *การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของคนรุ่นใหม่ไทย*, วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมสุข หินวิมาน (2557), "ศาสตร์ว่าด้วยสังคมและทฤษฎีการสื่อสาร", ใน สาขานิตเทศศาสตร์ บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, *ประมวลสาระชุดวิชา ปรัชญานิตเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Griffin, E. (2012), *A First Look at Communication Theory*, NY: McGraw-Hill.
- Laughey, D. (2007), *Key Themes in Media Theory*, Berkshire: Open University Press.
- Littlejohn, S. (1999), *Theories of Human Communication*, Belmont: Thomson Wadsworth.

- Littlejohn, S. and Foss, K. (2004), *Theories of Human Communication*, Belmont: Thomson Wadsworth.
- Rosenberry, J. and Vicker, L. (2017), *Applied Mass Communication Theory: A Guide for Media Practitioners*, NY: Routledge.
- Severin, W. and Tankard, J. (2001), *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media*, NY: Addison Wesley Longman.

การสื่อสารเชิงวัฒนธรรมกับการประกอบสร้างความหมาย ในรูปลักษณ์ “ร่าง”¹

วิวัน สุขเจริญ เกษแก้ว² และทิฆัมพร เอี่ยมเรไร³

บทคัดย่อ

ร่างเป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่ถูกประกอบสร้างความหมายจากอดีตสู่ปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 5 ยุค ได้แก่ (1) ยุคจารีต: การรำโทน เป็นรากฐานของการก่อร่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงก่อนประวัติศาสตร์ เป็นการสื่อสารไปยังเทพเจ้าและมีการเลือกคู่แบบดึกดำบรรพ์ ช่วงต่อมาเป็นการรำโทนตั้งแต่ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ไปจนถึงช่วงสงครามตอนต้น เป็นการละเล่นของชาวบ้านและเป็นเวทีเลือกคู่ตัวของบรรดาหนุ่มสาวชาวบ้าน ความหมายในยุคนี้จึงเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน ส่วนรูปลักษณ์มีลักษณะเป็นตัวบทเปิด (2) ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม เป็นการปฏิรูปและสร้างมาตรฐานแห่งการร่าง ด้วยอำนาจรัฐในการกำหนดและควบคุมวัฒนธรรม ความหมายจึงเป็นเรื่องการสร้างชาติและการปลุกใจ ส่วนรูปลักษณ์มีลักษณะที่ค่อนข้างปิด อยู่ภายใต้โครงสร้างที่รัฐกำหนด (3) ยุคการพัฒนาร่างเชิงประยุกต์ เป็นการพัฒนา/การเปลี่ยนแปลง/การผสมผสาน โดยเผยให้เห็นอำนาจของกลุ่มคนทั้งชนชั้นกลางและชนชั้นล่าง ที่เข้ามาต่อรอง/ปรับประสานรูปแบบของรัฐ รูปลักษณ์จึงเป็นแบบกึ่งเปิดกว้าง โดยมีทั้งส่วนที่รัฐกำหนดและส่วนที่เป็นอิสระ ความหมายจึงเป็นการปรับประยุกต์ความเป็นสากลร่วมกับความเป็นท้องถิ่น (4) ยุคร่างอาชีพ เป็นยุคที่สื่อความหมายถึงธุรกิจบันเทิง/ศิลปะเพื่อการค้า/การสื่อสารเชิงพาณิชย์ โดย

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา.

³ อาจารย์ ดร. ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ผู้ที่มีอำนาจในการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมคือ ประชาชน ภาคเอกชน และนายทุน ดังนั้นรูปลักษณะจึงมีลักษณะตัวบทเปิด แต่อยู่ภายใต้กรอบที่รัฐสามารถเข้ามาควบคุมดูแลได้ (5) ยุคฟื้นฟู: การรื้อฟื้นย้อนยุค เป็นยุคที่สื่อความหมายถึงการโหยหาอดีต เนื่องจากการเป็นกรวนกลับมาของร่างอาชีวะ และนำไปสู่การผลิตซ้ำร่างย้อนยุคเชิงสุขภาพ ที่ทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ด้วยการกำหนดรูปแบบ หรือนิยามความหมายของร่างย้อนยุคขึ้นมาเองได้ รูปลักษณะจึงมีลักษณะเป็นตัวบทเปิด และมีหลากหลายรูปแบบ อันแสดงให้เห็นถึงการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดและศักยภาพในการปรับตัวที่สามารถก้าวข้ามผ่านมิติของเวลามาถึงปัจจุบันได้

Abstract

Ramwong is a cultural communication which indicates a construction of meaning of the morphology from the past to present. It can be categorized into 5 eras.

First, in the Traditional Era (Jaarede), “Ram Tone” was the basis of the formation for “Ramwong”; however, this era was divided into 2 periods for the pre-historic period about the dance for sending the message to gods by facilitating the ancient soul mate selection. The latter occurred before World War II and continued all the way to the early stages of the war when Ram Tone became a traditional game which could be the mating stage for young males and females. This period showed the way of life and the morphology was in the open text.

Second, in the Cultural Era (Wattanatum), it started during the cultural revolution and created the new norms of Ramwong because the State’s authority sets up and control the national culture in order to build up the nation and stimulation. Thus, the quite close morphology happened and the text was not open under government specified structures.

Next, the Development of Applied Ramwong Era, the development, changes, and articulation expressed the power of the middle and lower class people so as to negotiate and modify the State's authority. The semi-open morphology was hybridized by the state's control and community's pattern; moreover, the construction of meaning was applied for both international and local.

Then, in the Professional Ramwong Era, it represented in the entertainment business, commercial arts, and commercial communications by the power people such as private sectors, or investors to reproduce cultures beneficially so the morphology is in the definitely open text within the state's control condition.

Lastly, in the Restoration Era, the traditional Ramwong, the means of nostalgia, needed to be restores since the professional Ramwong became prospered and reproduced in terms of the health purpose. All of people can participate in the cultural production and reproduction process by specifying the format or definitions for traditional Ramwong. The morphology of the era developed the widely open text and varieties. It can reveal the reproduction for inheriting the adaptation efficiency to overcome the dimension of time to the present.

คำสำคัญ: รำวง รูปลักษณะ การสื่อสารเชิงวัฒนธรรม การประกอบสร้าง
ความหมาย

1. บทนำและความเป็นมา

ประเทศไทยเป็นดินแดนที่มั่งคั่งด้วยมรดกทางวัฒนธรรม ตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านภาษา วรรณคดี งานหัตถกรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี คติความเชื่อทางศาสนา รวมไปถึงวัฒนธรรมทางสุนทรียะ ทั้งทัศนศิลป์ ได้แก่ จิตรกรรม ประติมากรรมและสถาปัตยกรรม และบรรดาศิลปะการแสดง

ได้แก่ นาฏศิลป์ ดนตรี การละเล่นพื้นบ้านและการแสดงพื้นบ้าน ซึ่งล้วนแต่มีฐานะเป็นสื่อในกระบวนการสื่อสารทางวัฒนธรรม ที่สามารถถ่ายทอดความงาม ความประณีตบรรจง ความรู้สึกนึกคิด ความเป็นชาติอันรุ่งเรือง ตลอดจนความหมายอันหลากหลายที่ถูกบรรจุไว้ในแต่ละยุคแต่ละสมัย

“รำวง” เป็นวัฒนธรรมทางสุนทรียะด้านศิลปะการแสดงพื้นบ้านอย่างหนึ่งของไทย ที่ถูกผลิตขึ้นช้าแล้วช้าอีกตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน อันมีศักยภาพในการปรับตัวและปรับเปลี่ยนความหมายไปได้ตามบริบทและตามความต้องการของผู้ส่งสารในการทำหน้าที่ต่างๆ โดยมีรากฐานมาจากการละเล่นรำโทนของไทย ซึ่งเป็นการละเล่นพื้นบ้านที่มุ่งเน้นความสนุกสนานรื่นเริงเป็นสำคัญ (กรมศิลปากร, 2550: 136-143) สำหรับความหมายของการละเล่นพื้นบ้านนั้น ผู้เล่นจะเล่นด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เล่นเพราะถูกว่าจ้างหรือผู้เล่นยึดการเล่นเป็นอาชีพ (ธิดาโมสิกรัตน์, 2532: 650) ในขณะที่ สุจิตต์ วงษ์เทศ (2551) ได้อธิบายความหมายของ “การละเล่น” ในสมัยก่อนว่า ไม่ได้มีขึ้นมาเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์หรือเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดเพียงอย่างเดียว เพราะผู้เล่นและผู้ร่วมการละเล่น ต่างมีวัตถุประสงค์ร่วมกันที่นอกเหนือไปจากความสนุกสนาน และมักเกี่ยวข้องกับ “พิธีกรรม” ซึ่งยังไม่ใช่ “การแสดง” แต่ต่อมาลักษณะพิธีกรรมลดลงเรื่อยๆ การละเล่นจึงค่อยๆ ปรับเปลี่ยนเป็นการแสดงเพื่อความสนุกสนานอย่างเดียว และแยกบทบาทระหว่างผู้เล่นหรือผู้แสดงกับผู้ดูหรือผู้ชม ซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตตามความหมายของการละเล่นดังกล่าวข้างต้นว่า แม้รำวงจะเป็นวัฒนธรรมความบันเทิง แต่ก็น่าจะมียุทธประสงค์ประการอื่นหรือเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง รวมทั้งบทบาทหน้าที่ที่สะท้อนผ่านรูปลักษณ์ต่างๆ ของรำวงที่น่าจะมีมากกว่าเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์หรือเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

จากการละเล่นของชาวบ้านได้ถูกปรับรูปลักษณะให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีมาตรฐาน และถูกยกระดับให้เป็นวัฒนธรรมประจำชาติ อีกทั้งยังถูกเลือกให้กลายเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับประชาชนในสมัยรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม ซึ่งแสดงว่า เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะอันสำคัญจึงได้รับการคัดเลือก แล้วหลังจากนั้นได้ส่งกลับไปยังชาวบ้าน แต่ชาวบ้านก็ไม่ได้เลือกรับหรือปฏิบัติตามทั้งหมด โดย

ไม่ได้ให้ความสำคัญกับทำรำที่เป็นมาตรฐานมากนัก สามารถใส่ลีลาตามความถนัด จนรำวงได้รับความนิยมไปทั่ว ดังปรากฏในหนังสือ *ประมวลความเรียงเบ็ดเตล็ด เล่ม 1* ว่า “รำวงได้รับความนิยมจากคนทุกชั้น ทุกวัย ตั้งแต่ชั้นรัฐมนตรีลงไปถึงชั้นกรรมกร ตั้งแต่ผู้ใหญ่ลงไปถึงวัยเด็ก ผู้ใหญ่ที่เคยเก็บลูกสาวไว้กับบ้าน ไม่ให้สังคมกับผู้ชายก็ไม่หวงห้ามลูกสาวรำวง ระหว่างสงครามคราวที่แล้ว เวลาว่างงานรื่นเริงกันในหมู่ข้าราชการ ก็มักจะมีการรำวงด้วยทุกครั้ง และในงานเช่นนั้นจะเห็นรัฐมนตรีและข้าราชการชั้นต่างๆ รำวงกันอย่างรื่นเริง ระหว่างนั้นเรื่อยไปจนสงครามเสร็จใหม่ๆ ไปไหนก็จะได้ยินแต่เสียงร้องเพลงรำวงกัน” (*Thai Cultural Reader Book 1*, 1970: 67) อันเป็นการสะท้อนให้เห็นว่า รำวงเป็นการเต้นรำพื้นเมืองของไทยอย่างหนึ่งที่ได้รับคามนิยม และมีคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งคือการเป็นตัวบทเปิด (open text) ที่พร้อมและเปิดโอกาสให้คนในกลุ่มต่างๆ สามารถเข้ามามีส่วนร่วม

รำวงกลายเป็นวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบโดยคนหมู่มาก และมีลักษณะร่วมสมัยอยู่ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง อีกทั้งยังเข้าถึงคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น ทุกการศึกษา ทุกกลุ่มสังคม และดำรงอยู่ในทุกพื้นที่ทุกเวลา ดังนั้น รำวงจึงเป็นพื้นที่ของการต่อรอง ต่อสู้ ปฏิเสธอุดมการณ์หลักของสังคม (สมสุข หินวิมาน, 2551: 413-415)

เมื่อได้รับความนิยม ยิ่งเกิดการแตกตัวหรือประเภท (genre) ออกไปในหลายรูปลักษณะ ส่งผลให้เกิดการรวมกลุ่มของบุคคลเป็นคณะรำวง จนกลายเป็นรำวงอาชีพหรือรำวงรับจ้าง โดยการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาผสมผสานกับรูปแบบการรำวงแบบไทย จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2526 รัฐบาลได้มีคำสั่งให้ยกเลิกการรำวงทั่วประเทศ เนื่องจากมีการทะเลาะวิวาทกันและเป็นแหล่งรวมนักเลง จนเป็นเหตุให้คณะรำวงต่างๆ ทั้งในภาคอีสานและภาคอื่นๆ ต้องยุบตัวและหยุดการแสดงรำวงลง (จิราวุธวัฒน์ ศรีมาลัย, 2554)

แม้ว่าคณะรำวงจะยุติการแสดงและได้เสื่อมคามนิยมลงในที่สุด แต่รำวงก็ยังคงเป็นวัฒนธรรมที่สามารถก้าวข้ามผ่านห้วงของเวลามาสู่ยุคปัจจุบันได้ โดยถูกรื้อฟื้นขึ้นมาอีกครั้งในนาม “รำวงย้อนยุค” ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

และเกิดคณะร่างมากมายและหลากหลายรูปแบบ อันเป็นการโยยหาหรือถวิลหาอดีต (nostalgia) ของผู้คนในยุคปัจจุบันหรือด้วยผลประโยชน์ใดบ้าง และใครเป็นผู้มีอำนาจในประเพณีการเลือกสรร (selective tradition) ตามทัศนะของ เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams, 1961 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2551: 396-397) ได้อธิบายว่า ในชีวิตประจำวันของคนเรา มีวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลา วัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ จึงเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีในการเลือกสรร ที่จะทำหน้าที่คัดเลือกให้วัฒนธรรมบางอย่างเท่านั้นที่จะถูกผลิตซ้ำให้มีชีวิตยืนยาวต่อไป โดยมักมีผลประโยชน์บางอย่างแอบแฝงอยู่เบื้องหลัง และทุกครั้งที่มีการประเพณีเลือกสรรเกิดขึ้นจะมีการตีความหมายใหม่ให้กับวัฒนธรรมที่จะถูกบันทึกไว้เสมอ รวมทั้งยังมองว่า การประกอบสร้างความหมายนั้น เป็นกระบวนการที่สังคมหรือใครบางคนมีอำนาจเข้าไปกำกับ/ผลิต/เผยแพร่กระจายความหมายดังกล่าวออกไป และหากความหมายหนึ่งๆ ถูกประกอบสร้าง (construct) ขึ้นมาได้ ความหมายนั้นก็สามารถถูกรื้อถอน (deconstruct) และประกอบสร้างความหมายบางอย่างขึ้นมาใหม่ (reconstruct) ได้

ด้วยเหตุดังกล่าวจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า ในฐานะของสื่อประเพณี ร่างเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ ด้วยผลประโยชน์อะไรบ้างจากประเพณีในการเลือกสรร ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทางชนชั้น? ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจการเมือง? ผลประโยชน์ทางสุนทรีย์? รวมทั้งใครเป็นผู้มีอำนาจในประเพณีการเลือกสรร ซึ่งประกอบสร้างความหมายและรูปลักษณะให้กับร่างที่มีการสืบทอดมาในหลายยุคหลายสมัยและสามารถข้ามผ่านห้วงของเวลามาถึงปัจจุบันได้อย่างไร

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษามิติด้านต่างๆ ของร่าง ด้วยวิธีการศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ (historical approach) โดยเริ่มต้นศึกษาและวิเคราะห์รูปลักษณะของร่างตั้งแต่อดีตแบ่งออกเป็นยุคต่างๆ ร่วมกับการสังเกตการณ์ภาคสนาม (field observation) จากร่างในบริบทปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้เห็นการก่อรูปการเปลี่ยนแปลง การผลิตซ้ำและการสืบทอดมาถึงปัจจุบัน อันจะเผยให้เห็นถึงอำนาจในประเพณีการเลือกสรรและการช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมของไทยผ่านเวทีร่าง รวมไปถึงชุดของความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นอย่างมากมายและหลากหลายท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปลักษณะของร้าวในอดีตถึงปัจจุบัน

2.2 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดและการปรับตัวของการร้าว

2.3 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อำนาจและการต่อสู้ช่วงชิงทางวัฒนธรรมในการประกอบสร้างความหมายผ่านรูปลักษณะร้าว

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 **ทฤษฎีรูปลักษณะนิยม** เป็นทฤษฎีวรรณกรรมแนวรูปลักษณะนิยมของรัสเซีย (Russian Formalism) ที่มองว่า สารัตถะของงานวรรณกรรมต้องมองเป็นหนึ่งเดียวและมองแบบองค์รวม อันเป็นแบบแผนการประกอบสร้างทุกสิ่งในตัวงาน นั่นคือ “รูปลักษณะ” (morphology) ซึ่งไม่ใช่การศึกษาที่ตัวร้าว แต่ศึกษาที่ความเป็นร้าว คือศึกษาสิ่งที่ทำให้การแสดงประเภทหนึ่งเป็นสื่อร้าว เป็นการศึกษาส่งที่สะท้อนอยู่ในงาน ด้วยการวิเคราะห์คุณลักษณะเฉพาะของร้าวอย่างเป็นระบบ (Jakobson, n.d. อ้างถึงใน ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิชย์, 2544: 72) ส่วนคำว่า “morphology” ตามมุมมองของนักภาษาศาสตร์โครงสร้าง เกี่ยวข้องกับ “ระบบหน่วยคำ” โดยจะศึกษาแยกย่อยลงไปยังหน่วยที่เล็กที่สุดนั่นคือ “หน่วยคำ” (morpheme) หมายถึง หน่วยทางไวยากรณ์ที่เล็กที่สุดที่มีความหมายที่ไม่สามารถแยกต่อออกไปให้มีความหมายสมบูรณ์ได้ ซึ่งความหมายดังกล่าวไม่ได้นับจากจำนวนหน่วยเสียงที่ประกอบขึ้นเป็นหน่วยคำ แต่ดูจากความหมายเป็นเกณฑ์ หากหน่วยๆ นั้นไม่สามารถแยกออกเป็นหน่วยที่เล็กกว่าที่มีความหมายสมบูรณ์ได้ถือว่าหน่วยนั้นเป็นหน่วยคำ (แก้วดา สาลีโกชน, 2549: 49) โดยนำมาอนุมานกับการศึกษาร้าว เพื่อให้รู้ว่าในสื่อร้าวนั้นประกอบด้วยหน่วยย่อยๆ อันเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดที่มีความหมายและหน้าที่อย่างไรในการประกอบขึ้นเป็นร้าว

3.2 รูปลักษณะทางนาฏกรรม

3.2.1 **นาฏยลักษณะและองค์ประกอบการแสดง** โดยคำว่า “นาฏยลักษณะ” คือ “ลักษณะของนาฏยศิลป์สกุลใดสกุลหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งเป็น

เครื่องบ่งชี้รูปแบบ โครงสร้าง เนื้อหาและวิธีการที่ทำให้เห็นความแตกต่างของการแสดงชุดต่างๆ จึงสามารถแยกแยะและนำเอาลักษณะเฉพาะออกมาให้ปรากฏชัดเจน สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2547: 285) ส่วนองค์ประกอบการแสดง จิตติรัตน์ เกิดหาญ (2555: 8-10) ได้เขียนอธิบายลักษณะการแสดงทางนาฏศิลป์ของไทยไว้เพื่อเป็นชุดประกอบการเรียน คือ (1) ลีลาท่ารำ (2) จังหวะ (3) เนื้อร้องและทำนอง (4) เครื่องดนตรี (5) การแต่งกาย (6) การแต่งหน้า (7) อุปกรณ์การแสดง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาองค์ประกอบการแสดงของรำวง และไม่เพียงแต่ทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างรำวงกับชุดการแสดงอื่นแล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกับรำวงในรูปลักษณะอื่นๆ ด้วย

3.2.2 นาฏกรรมกับการสื่อความและสัญวิทยา โดยผู้ประกอบนาฏกรรมย่อมประสงค์ที่จะสื่อความหมายมายังผู้รับสาร โดยความหมายนั้นอาจจะพบได้ในส่วนต่างๆ คือ (1) ความหมายอยู่ที่ “ตัวคน” นั่นก็คือ ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร (2) ความหมายจะอยู่ที่ความสัมพันธ์ภายในของตัวบท เป็นความหมายที่เกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์ประกอบต่างๆ นำมาผสมผสานกันและอ่านความหมายในส่วนรวม และ (3) ความหมายอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับบริบทแวดล้อม เป็นความหมายในตัวบทหนึ่งๆ ขึ้นอยู่กับบริบทที่แวดล้อมอยู่รอบๆ ความหมาย (กาญจนา แก้วเทพ, 2551: 301-302) ส่วนคำว่า “สัญวิทยา” (semiology) อันเป็นสาขาวิชาที่ศึกษาระบบของสัญญาณ (a system of signs) ที่มีต้นกำเนิดมาจากความคิดทางด้านภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างตามที่แฟร์ดินองด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) ได้วางรากฐานไว้ แต่กลับมีขอบเขตในการศึกษาที่ขยายวงกว้างออกไปมากกว่าภาษาศาสตร์ โดยสัญญาณไม่จำเป็นต้องเป็นเครื่องหมายทางภาษาเพียงอย่างเดียว ดังนั้น นาฏกรรมหรือละครถือได้ว่าเป็นกลุ่มสัญญาณกลุ่มหนึ่ง ซึ่งทุกหน่วยที่ปรากฏบนเวทีรำวงย่อมปรากฏสัญญาณที่ทำหน้าที่ในการสื่อความหมาย โดยสัญญาณจะต้องสื่อความหมายไปมากกว่าตัวมันเอง สามารถรับรู้ได้และเกิดจากความตั้งใจที่จะสื่อความหมายอะไรบางอย่าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2553: 8-9)

3.2.3 นาฏกรรมกับบทบาทหน้าที่ของสื่อ บทบาทหน้าที่ของสื่อตามหลักทฤษฎีหน้าที่นิยม ได้แก่ (1) หน้าที่สอดส่อง/สังเกตการณ์สภาพแวดล้อม

(surveillance) (2) หน้าที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม (correlation) (3) หน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม (transmission) (4) หน้าที่ให้ความบันเทิง (entertainment) และเพิ่มเติมจุดมุ่งหมายของสื่อในสังคมต่างๆ คือ ด้านข่าวสาร (information) ด้านการประสานความเข้าใจ (correlation) ด้านการสืบสานวัฒนธรรม (continuity) ด้านการเสนอความบันเทิง (entertainment) และการรณรงค์ให้เกิดความเคลื่อนไหว (mobilization) เพื่อการเปลี่ยนแปลงพัฒนาสังคม (McQuail, 2010) ซึ่งมุ่งพิจารณาที่สื่อมวลชนเป็นหลัก ส่วนนักวิชาการเยอรมันในสำนักแฟรงค์เฟิร์ต ได้เปรียบเทียบหน้าที่ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้านโดยมองว่า สื่อทั้งสองประเภทต่างมีหน้าที่ให้ความบันเทิงเช่นเดียวกัน แต่สื่อพื้นบ้านมีหน้าที่มากกว่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2539: 15) อันจะเป็นแนวทางในการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อร่วางที่มีหน้าที่อย่างมากมาย

3.2.4 รสทางนาฏกรรม ภารตมุนี (2511 แปลโดย แสง มนวิthur, 2541) ได้กล่าวไว้ว่า ไม่มีนาฏยะใดปราศจากรส ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ได้รับจากการสัมผัสงานศิลปะ โดยระบุรสนาฏกรรมของอินเดียมีอยู่ด้วยกัน 9 ชนิด คือ รสแห่งความรัก รสแห่งความขบขัน รสแห่งความกรุณาหรือความรู้สึกสงสาร รสแห่งความดุร้าย รสแห่งความกลัว รสแห่งความกลัว รสแห่งความขัง รสแห่งความอัศจรรย์ใจ และรสแห่งความสงบ ส่วนรสนาฏกรรมของไทยนั้น รองอำมาตย์เอก หลวงธรรมาภิรมณ์ (ถึก จิตรกถึก, 2514) ได้แบ่งไว้เป็น 4 ชนิด คือ รสแห่งความงาม รสแห่งความรัก รสแห่งความโกรธหรือเคืองชุ่นข้องใจ และรสแห่งความโศกเศร้า การจำแนกรสนาฏกรรมดังกล่าวเป็นแนวทางในการศึกษารสที่ปรากฏในแต่ละรูปลักษณ์ร่วาง

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมศึกษา (Concept of Cultural Studies)

3.3.1 กระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural production and reproduction) ตามแนวคิดของ เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Williams, 1981) ได้กล่าวถึง “ประเพณีในการเลือกสรร” (selective tradition) ไว้ว่า วัฒนธรรมนั้นได้ถูกสร้างขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลาจึงเป็นวัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ แต่ประเพณีในการเลือกสรรจะทำหน้าที่คัดเลือกเฉพาะวัฒนธรรมบางอย่าง

ไว้ให้ถูกผลิตซ้ำจนมีชีวิตยืนยาวต่อไป และทุกครั้งที่ประเพณีในการเลือกสรรทำหน้าทีในการคัดเลือกเฉพาะบางวัฒนธรรมมักมีผลประโยชน์แอบแฝงอยู่เบื้องหลังเสมอ และเมื่อผ่านประเพณีในการเลือกสรรแล้ว ส่งผลให้เกิดกระบวนการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural production and reproduction) ที่ต้องตั้งคำถามว่า มีวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ถูกคัดเลือกเพื่อสืบทอดไว้ กระบวนการคัดเลือกล้วนทำอย่างไร และทำไมวัฒนธรรมดังกล่าวจึงได้ผ่านการผลิตซ้ำเอาไว้ โดยใครเป็นผู้ที่มีอำนาจในประเพณีการเลือกสรร สำหรับกระบวนการทางวัฒนธรรม เมื่อวัฒนธรรมหนึ่งถูกผลิตขึ้นมา จะมีการเผยแพร่ การบริโภค และการผลิตซ้ำเพื่อการสืบทอด โดยตั้งคำถามว่า มีกระบวนการผลิตอย่างไร ใครเป็นผู้ผลิต เป้าหมายในการผลิตคืออะไร ผลิตในช่วงเวลาใด ภายใต้บริบทอย่างไร เผยแพร่อย่างไร ใครเป็นผู้บริโภค ตลอดจนการผลิตซ้ำ ซึ่งในกระบวนการดังกล่าวความหมายบางอย่างจะถูกคัดเลือกไว้ และความหมายบางอย่างก็จะถูกแนบใส่เข้ามาหรือนิยามขึ้นใหม่ ดังนั้นกระบวนการทางวัฒนธรรมเช่นนี้จึงเรียกได้ว่าเป็น “กระบวนการหรือสร้างความหมายขึ้นใหม่” (deconstruction and reconstruction of meaning) (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553: 664)

3.3.2 การต่อสู้ทางวัฒนธรรม (cultural struggle) จากมุมมองแบบทฤษฎีวิพากษ์ที่นำไปศึกษาประเด็นวัฒนธรรมมองว่า ในแต่ละสังคมไม่ได้มีวัฒนธรรมเพียงหนึ่งเดียว แต่มีวัฒนธรรมอยู่หลายๆ วัฒนธรรม เป็นวัฒนธรรมย่อยหรือมีวัฒนธรรมของกลุ่มสังคมที่แตกต่างหลากหลาย และเมื่อวัฒนธรรมต่างๆ เหล่านี้มาเผชิญหน้ากัน จะเกิดการต่อสู้เพื่อแย่งชิงสถานการณ์เป็นวัฒนธรรมหลักของสังคม ส่วนสำนักเบอร์มิงแฮมมีมุมมองว่า การสร้างวัฒนธรรมย่อยนั้นเป็นการต่อสู้ทางวัฒนธรรมในรูปแบบหนึ่ง ที่เผยให้เห็นถึงอำนาจและผลประโยชน์ที่ซ่อนอยู่ โดยวัฒนธรรมหลักพยายามครอบงำวัฒนธรรมย่อย ส่วนวัฒนธรรมย่อยๆ เหล่านั้นก็พยายามต่อสู้ดิ้นรน หรือพยายามต่อรองเพื่อให้ตนได้มีพื้นที่แสดงออก (สมสุข หินวิมาน, 2551) ในขณะที่โฮมี บาบา (Homi Bhabha, 1990) ได้อธิบายว่า วัฒนธรรมล้วนมีการข้ามสายพันธุ์และไม่เคยหยุดนิ่ง ซึ่งโดยธรรมชาติแล้ววัฒนธรรมจะมีหลากหลาย (diverse) และ

แตกต่าง (different) ในตัวเองและด้วยความแตกต่างหลากหลายของวัฒนธรรมนี้เอง จึงไม่มีวัฒนธรรมใดที่สมบูรณ์ในตัว ล้วนแต่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นๆ เสมอ โดยไม่ใช่ลักษณะของการครอบงำเสมอไป แต่ทว่าเป็นปฏิสัมพันธ์ในลักษณะสองทาง อันจะเผยให้เห็นการต่อสู้และการก่อรูปของร่างได้ในหลายรูปแบบ

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

การประกอบสร้างความหมาย หมายถึง กระบวนการก่อรูปของร่างที่ถูกกำกับ ผลิต และแพร่กระจายชุดของความหมายต่างๆ ที่ปรากฏขึ้นในแต่ละรูปลักษณะของการร่างออกไปในแต่ละยุคสมัย ได้แก่ (1) ยุคจารีต: การรำโทน (2) ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม (3) ยุคการพัฒนาร่างเชิงประยุกต์ (4) ยุคร่างอาชีพ และ (5) ยุคฟื้นฟู: การร่างย้อนยุค

รูปลักษณะ หมายถึง แบบแผนของการประกอบสร้างร่างในมิติต่างๆ แบบองค์รวม ตั้งแต่ความเป็นมาและบริบทในแต่ละยุค องค์ประกอบการสื่อสารองค์ประกอบการแสดง เช่น ผู้แสดง ท่ารำ ดนตรี เครื่องแต่งกาย ฯลฯ และในส่วนที่เป็นเนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาเพลง ถ้อยคำ คุณค่า และความหมายต่างๆ ที่ซ่อนอยู่ สุนทรียรส และบทบาทหน้าที่ ด้วยการวิเคราะห์คุณลักษณะเฉพาะในหน่วยย่อยที่ถูกประกอบขึ้นในแต่ละแบบแผน ทำให้เข้าใจและเห็นความแตกต่าง อีกทั้งยังสามารถแยกแยะลักษณะเฉพาะของร่างในแต่ละแบบได้

ร่าง หมายถึง การละเล่นหรือสื่อสารการแสดงอย่างหนึ่งของไทย ที่มีผู้แสดงหรือผู้เล่นจับคู่รำ/เต้นกันไปเป็นวงตามจังหวะดนตรีหรือเสียงประกอบจังหวะ โดยมีเนื้อร้องและทำนองทั้งที่แต่งขึ้นใหม่หรือมีอยู่แล้วหรือจะไม่มีเนื้อร้องก็ได้ เพื่อสื่อความหมายและทำหน้าที่อันหลากหลาย และแตกต่างกันออกไปตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

5. วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ (historical approach) ที่อาศัยการศึกษาจาก

เอกสาร (documentary analysis) ร่วมกับการสัมภาษณ์และสัมภาษณ์เจาะลึก (interview and in-depth interview) รวมทั้งการสังเกตการณ์ภาคสนาม (field observation) จากกลุ่มและคณะราษฎรที่ผู้วิจัยทำการคัดเลือกด้วยวิธีแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 6 กลุ่ม ได้แก่ คณะออดิโอฟรอส คณะลูกไทย อ่างทอง คณะราษฎรย้อนยุคถนนคนเดินเมืองพิษณุโลก วงดนตรีลูกทุ่งมหาวิทยาลัย เจ้าพระยา กลุ่มราษฎรย้อนยุคท่าระหัด กลุ่มราษฎร 3 ส. (ราษฎรสนุก สุขภาพดี สามัคคีเกิด) ส่วนข้อมูลจากบุคคล อาศัยวิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง 6 กลุ่ม คือ (1) หัวหน้าคณะ/ผู้รับผิดชอบ (2) สมาชิกในคณะ (3) กลุ่มผู้ชม/ผู้ร่วมแสดง (4) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (5) นักวิชาการ/อาจารย์/ผู้ทรงคุณวุฒิ (6) บุคคลร่วมสมัย ร่วมกับข้อมูลจากเอกสาร อันได้แก่ งานเขียนเชิงประวัติศาสตร์ ตำรา บทความ บันทึกรายการต่างๆ จดหมายเหตุ ภาพถ่ายที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการราษฎร ซึ่งผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องก่อนลงพื้นที่ภาคสนาม หลังจากนั้นจึงดำเนินการสัมภาษณ์ รวมทั้งทำการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ภายใต้แนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม มาประกอบการวิเคราะห์และตีความ โดยบทความชิ้นนี้จะนำเสนอผลใน 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นรูปลักษณะราษฎร โดยแยกเป็นองค์ประกอบต่างๆ และส่วนที่เป็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมและการต่อสู้ช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมราษฎร

6. ผลการศึกษา

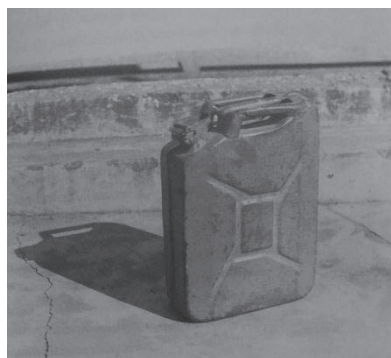
6.1 รูปลักษณะราษฎร

การก่อรูปราษฎรจากอดีตสู่ปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 5 ยุคดังต่อไปนี้

- ยุคจารีต: การรำไท่น ยุคนี้เริ่มตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ไปจนถึงการรำไท่นในช่วงต้นของสงครามโลกครั้งที่ 2 (พ.ศ. 2482-2485) เป็นการรำที่พัฒนามาจากการบวงสรวงเทพเจ้า การแสดงความดีใจ และการจัดงานรื่นเริงเฉลิมฉลองตามฤดูกาลต่างๆ อันนำไปสู่การเลือกคู่ครองตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ และพัฒนามาสู่การรำไท่นที่สัมพันธ์กับวงจรชีวิตของสังคมไทย ได้แก่ วงจรเกิด-แก่-เจ็บ-ตาย วงจรการทำงาน วงจรศาสนาและประเพณีของชาวบ้านใน

เขตชนบทที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เมื่อว่างเว้นจากการทำงานก็มีการผ่อนคลายและการเกี้ยวพาราสีกันของหนุ่มสาว จนกระทั่งช่วงภาวะสงครามรำโทนกลายเป็นความบันเทิงยามค่ำคืนที่ได้รับความนิยมไปทั่ว ด้วยศักยภาพในการปรับตัวเข้ากับภาวะขาดแคลนในยามสงครามได้

ภาพที่ 1 ถังน้ำมันกลายเป็นเครื่องตีประกอบการเล่นรำโทนในช่วงภาวะสงคราม



ที่มา: เอนก นาวิกมูล (2550: 662-663)

- ยุค “วิธน์ธัม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม (ประมาณช่วงปี พ.ศ. 2485-2487) อยู่ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สมัยรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ในระยะแรกมีการปฏิรูปวัฒนธรรมด้วยการจัดระเบียบการเล่นพื้นบ้านรวมทั้งรำโทน ซึ่งภาครัฐมองว่า ไม่มีระเบียบ ไม่เรียบร้อย ไม่มีความเป็นอารยะ แต่รัฐก็ไม่ได้ห้ามเล่นเนื่องจากได้รับความนิยมและเป็นเครื่องผ่อนคลายในยามสงคราม จึงให้มีการปรับปรุงและใช้ชื่อใหม่ว่า “รำวง” แต่ชาวบ้านยังคงเล่นแบบเดิม รัฐจึงได้ประกาศให้รำโทนเล่นนอกเขตพระนครส่วนรำวงให้เล่นในเขตพระนครเพื่อไม่ให้เสียหายต่อการปรับปรุงวัฒนธรรม แต่ก็ยังคง

มีการแอบเล่นรำโทนกันอยู่ ดังนั้น ในระยะต่อมา จอมพล ป. พิบูลสงคราม จึงได้มอบหมายให้กรมศิลปากรสร้างกฎเกณฑ์ให้เป็นมาตรฐานแห่งการรำวง ด้วยการประดิษฐ์รำวงมาตรฐานแล้วส่งกลับมายังประชาชน โดยเริ่มจากกลุ่มข้าราชการก่อน รำวงจึงกลายมาเป็นสื่อกลางหรือเครื่องมือในการสื่อสารของภาครัฐมายังประชาชน

ภาพที่ 2 รัฐบาลส่งเสริมให้ข้าราชการรำวงระหว่างรบ



ที่มา: อานันท์ นาคคง (2553: 67)

- ยุคการพัฒนารำวงเชิงประยุกต์ (เริ่มต้นประมาณช่วงปี พ.ศ. 2487-2514) ในยุคนี้นักรัฐบาลได้ส่งเสริมการรำวงอย่างจริงจังหลังจากที่ได้จัดระเบียบการรำวงให้เป็นมาตรฐาน แต่กลับไม่ได้เคร่งครัดในเรื่องกระบวนการรำ ส่งผลให้รำวงได้รับความนิยมไปทั่วด้วยการปรับประยุกต์ไปในรูปแบบต่างๆ อีกทั้งสังคมในยุคนี้นิยมการเต้นรำ โดยมีวงดนตรีที่สนับสนุนนโยบายของรัฐและออกบรรเลงตามงานต่างๆ ภายใต้ชื่อวงดนตรีกรมโฆษณาการ และยังรับงานนอกเวลาราชการภายใต้ชื่อวงดนตรีสุนทราภรณ์ ที่ได้สานต่อวัฒนธรรมรำวงของภาครัฐมาปรับประยุกต์เป็นการลีลาศรำวงหรือมีการรำวงบนพลอร์เต้นรำ ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มชนชั้นกลาง ในขณะเดียวกัน รำวงได้ถูกส่งกลับมายังชาวบ้าน ซึ่งได้

นำไปปรับประยุกต์และผสมผสานตามแต่ละท้องถิ่น ทั้งการประยุกต์เข้ากับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น รำวงประกอบการทอผ้า รำวงประกอบการเหยียบหัวผักกาด อีกทั้งงานเทศกาลต่างๆ ที่ปรากฏการแตกตัวของการเล่นรำวงอีกมากมาย เช่น รำรำนะนา รำแบบบท รำวงเวียนครก รำวงคองก้า และยังคงปรากฏการเกี่ยวพาราสีและเรื่องเพศที่ถือเป็นเรื่องปกติของชาวบ้าน แม้ว่ารัฐบาลจะพยายามควบคุมในเรื่องนี้ก็ตาม

- **ยุครำวงอาชีพ** (ประมาณช่วงปี พ.ศ. 2488-2529) รัฐบาลยังคงส่งเสริมวัฒนธรรมการรำอย่างต่อเนื่อง (จนสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 และเปลี่ยนรัฐบาล) ด้วยการประกวดรำในงานต่างๆ ภายใต้กลไกการส่งเสริมอย่างหนึ่งของภาครัฐ จนเกิดการรวมตัวกันของกลุ่มคนเพื่อเข้าร่วมการประกวด หลังจากนั้นจึงเกิดการรวมตัวกันเป็นคณะรำวงและมีการรับงานจนสามารถสร้างรายได้จำนวนมาก อีกทั้งยังเกิดศิลปินขึ้นมากมาย ทั้งนักแต่งเพลง นักร้อง และมีการบันทึกแผ่นเสียงกันอย่างกว้างขวาง รวมทั้งเกิดสถานบันเทิงขึ้นมากมาย รำวงก็ได้มีการปรับตัวไปเป็นบาร์รำวงหรือโรงรำวง สำหรับยุคนี้ถือได้ว่าเป็นยุคที่รำวงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

จนกระทั่งเวทีรำวงกลายเป็นอีกรูปลักษณะในการยั่วหยทางเพศ เช่น รำวงปากกล้วย รำวงเข้าถ้ำ ที่สามารถจับต้องได้ไม่ใช่เพียงรำวงเท่านั้น ส่วนคณะรำวงอาชีพต่างแข่งขันกันด้วยนางรำที่อ่อนเยาว์ นุ่งน้อยห่มน้อย มีการจูงนางรำ จนเกิดการทะเลาะวิวาทแย่งชิงนางรำ เป็นเหตุให้รัฐบาลเข้าควบคุมและสั่งห้ามแสดง ส่งผลให้หลายคณะต้องยุบตัวลง ประกอบกับเพลงลูกทุ่งกลายเป็นวัฒนธรรมบันเทิงที่ได้รับความนิยมมากขึ้น รวมทั้งวัฒนธรรมบันเทิงอื่นๆ ได้เข้ามาแทนที่ ส่งผลให้รำวงเสื่อมความนิยมลงที่สุดในที่สุด

- **ยุคฟื้นฟู: การรำวงย้อนยุค** (ประมาณช่วงปี พ.ศ. 2541-ปัจจุบัน) เป็นยุคที่มีวัฒนธรรมบันเทิงเกิดขึ้นมากมาย และเกิดภาวะโหยหาอดีต วัฒนธรรมรำวงจึงเริ่มหวนกลับมาอีกครั้งโดยผู้ที่เคยมีประสบการณ์อยู่ในยุคก่อน จนกระทั่งมีการพลิกฟื้นรำวงในนาม “รำวงย้อนยุค” ผ่านสื่อบันเทิงที่ส่งตรงถึงผู้คน ซึ่งหันมานิยมเสพสื่ออยู่ตามบ้านเรือน และเกิดเสียงตอบรับที่ดี จึงมีการว่าจ้างไปแสดง

สดบนเวที และได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดคณะรำวงย้อนยุคขึ้นมาใหม่อย่างมากมาย รวมทั้งคณะที่เคยก่อตั้งมาก่อนก็หันกลับมาจัดงานรำวงย้อนยุคมากขึ้น นอกจากคณะรำวงแล้วงานบันเทิงอื่นๆ ก็ได้้นำเพลงรำวงย้อนยุคเข้าไปผสมผสานกับการแสดงด้วย อย่างเช่น วงดนตรีลูกทุ่ง

ภาพที่ 3-4 การแสดงรำวงย้อนยุคบนเวที



- ที่มา: (1) ภาพบันทึกการแสดงของคณะฮ็อตไฟร์เลส ช่วงรำไห่ครู, 7 มิถุนายน 2558 (ภาพซ้าย)
- (2) ภาพบันทึกการแสดงของคณะลูกไทยอ่างทอง ช่วงนางรำนั่งพักระหว่างการแสดง, 31 พฤษภาคม 2558 (ภาพขวา)

รำวงในยุคนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จึงได้ปรับรูปแบบและขยับตัวออกไปทางด้านสุขภาพ อันเนื่องมาจากหน่วยงานภาครัฐได้ส่งเสริมการออกกำลังกายด้วยแอโรบิก ส่งผลให้เกิดกระแสความนิยม แต่กลุ่มผู้สูงอายุบางคนไม่เหมาะกับการออกกำลังกายเช่นนี้ เนื่องจากมีแรงกระแทกสูง จึงได้รวมตัวกันคิดเรื่องการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ โดยนึกย้อนไปในอดีตพบว่า มืงานอะไรก็จะเล่นรำวง จึงได้ช่วยกันคิดและพัฒนามาเป็นการออกกำลังกายด้วยรำวงย้อนยุค จนกระทั่งได้รับการคัดเลือกเป็นนวัตกรรมการเพื่อสุขภาพจากหน่วยงานภาครัฐ และได้นำไปเป็นเครื่องมือส่งเสริมสุขภาพยังประชาชนทั่วไป ส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายไปทั่ว ไม่เฉพาะแต่ผู้สูงอายุเท่านั้น คนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าร่วมรำวงย้อนยุคเพื่อสุขภาพได้

ภาพที่ 5 รำวง 3 ส. (รำวงสนุก สุขภาพดี สามัคคีเกิด)



ที่มา: ภาพบันทึกการแสดงของกลุ่มรำวง 3 ส. ณ ลานหน้าอำเภอตะพานหิน จังหวัด
พิจิตร, 10 กรกฎาคม 2558

เนื้อหา ความหมาย และสุนทรียรสในรำวง แบ่งตามยุคได้ดังนี้

- ยุคจารีต: การรำไท่น บทร้องไม่ได้พิถีพิถันเรื่องถ้อยคำและสัมผัส มีซ้ำคำ และร้องซ้ำในหลายๆ ท่อน เป็นเพลงสั้น กะทัดรัด เนื้อหาเกี่ยวข้องกับละคร/วรรณคดีไทย ส่วนเพลงที่พบมากที่สุดคือ เพลงรัก เกี่ยวพาราสักนระหว่างหนุ่มสาว ความหมายในเชิงความรัก ผิดหวัง ตัดพ้อ และสะท้อนวัฒนธรรมในช่วงนั้น แต่ในบางท้องถิ่นกลับพบว่า ยังไม่มีบทร้อง โดยจะขอยกตัวอย่างบทเพลงที่เกี่ยวข้องกับละคร/วรรณคดีไทย ได้แก่ เพลง เมขลา (นวลรีวี จันทรลุน, 2548: 156)

เมขลาชิมาล่อแก้ว	รามสูรเห็นแล้ว ขว้างขวานออกไป
ขว้างขวานไปถูกแก้ว	เมขลาเห็นแล้ว ล่อแก้วหนีรามสูร
แก้วเอ๋ย เจ้าแก้วเนื้ออ่อน (ซ้ำ)	ตกใจรามสูร แม่คุณอย่าหนีเลย

จากเนื้อร้องเพลงข้างต้น นอกจากจะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการวรรณคดีไทยแล้ว ยังคงเกี่ยวข้องกับการเกี่ยวพาราสักน อีกทั้งในบางบทเพลงยังปรากฏเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ เช่น เพลง โมรา โมรา หรือเพลง โมรา โมรา หน้าหี

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบทางการสื่อสารที่ปรากฏในแต่ละยุค

องค์ประกอบทางการสื่อสาร	ยุคจารีต: การรำไท่น	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนา รางวัลประยูคต์	ยุคร่างอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การร่ายยอนยุค
- ผู้ส่งสารและผู้รับสาร	- พิธีกรรมที่ส่งสารถึงเทพเจ้า จึงแยกระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารอย่างชัดเจน, รำไท่น เป็นการละเล่นร่วมกัน ไม่ได้แบ่งแยกผู้ส่งสารและผู้รับสาร	- รัฐบาลเข้ามากำหนด/ควบคุมการละเล่นให้มีระเบียบ และประติษฐ์ รำวงมาตรฐานขึ้น มีการแบ่งแยกผู้ชมกับผู้แสดงอย่างเป็นผู้สัดเป็นส่วน แต่ยังมีลักษณะร่วมการละเล่น	- รำวงสุนทราภรณ์ แบ่งแยกผู้ส่งสารและผู้รับสารอย่างชัดเจน ส่วนกลุ่มผู้รับสารเป็นกลุ่มชนชั้นกลาง สามารถร่วมรำวงได้, รำวงชาวบ้านเริ่มมีการแบ่งแยกผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเริ่มจางันคนตริไปบรเลง แต่ยังมีการเล่นร่วมกัน	- รัฐส่งเสริมและจัดกิจกรรมประกวด มีการรวมกลุ่มกันและกลายเป็นอาชีพ จึงแยกบทบาทผู้ส่งสารกับผู้รับสารอย่างชัดเจน แต่ผู้รับสารมีส่วนร่วมได้ด้วยการมีส่วนร่วมรำวง	- รำวงยอนยุค เริงพาณิชย์ ผู้ส่งสารกับผู้รับสารแยกออกจากกัน แต่ผู้รับสารมีส่วนร่วมได้ด้วยการขึ้นมารำบนเวที, ควบคุมโดยคณะที่สังกัดหรือเจ้าภาพ, รำวงยอนยุค เริงสุขภาพไม่ได้แยกผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทุกคนมีส่วนร่วมกับการรำวง

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบของคัมภีร์ทางศาสนาที่ปรากฏในแต่ละยุค (ต่อ)

องค์ประกอบ ทางการสื่อสาร	ยุคจารีต: การรำโทน	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิบัติวัจนธรรม	ยุคการพัฒนา ร่างเชิงประยุกต์	ยุครางวัลชีพ	ยุคฟื้นฟู: การร่ายย่อนยุค
- สาร	- อ่อนวอน/สื่อสารไป ยังเทพเจ้า เมื่อเป็น รำโทนมุ่งเน้นให้ ความบันเทิง, เนื้อหา มีความหลากหลาย เน้นสนุกสนาน เกี่ยวพราสี แต่ ในบางพื้นที่ยังไม่มี เนื้อร้อง, รูปแบบ ไม่มีหลักเกณฑ์ แน่นอน แตกต่างไป ตามแต่ละท้องถิ่น เน้นรำเข้าจังหวะ เสียงโหมเป็นวง	- รัฐคุมหิสุภาพขึ้น ลดทอนเรื่องเพศ, เนื้อหาเข้าสู่มาร่วม ผลิต มุ่งเน้นไปที่ อุดมการณ์ชาตินิยม กับความบันเทิงแบบ ชาวบ้าน	- ร่างสุนทราภรณ์ มุ่งเน้นความบันเทิง ร่วมกับการเผยแพร่ อุดมการณ์ภาครัฐ รูปแบบค่อนข้างเป็น ทางการ แต่ผู้ร่วม รำ/เต้นค่อนข้างเปิด กว้างและมีอิสระ - ร่างชาวบ้านเนื้อหา/ รูปแบบเรียบง่ายและ ยืดหยุ่น มุ่งความ บันเทิงและการเกี่ยว พราสี สามารถปรับ ประยุกต์ ไปกับการ ทำงาน การกุศล	- เจ้าภาพมุ่งสร้างความ บันเทิงและดึงดูดผู้คน ให้มาร่วมงาน ทั้งที่ หวังผลกำไรและไม่ หวังผลกำไร, คณะ รางวัลชีพมุ่งหวังผล กำไรเป็นหลัก จึงพยายามสร้าง จุดเด่น เพื่อดึงดูด ผู้คน จนเกิดการ แข่งขันทั้งในรูปแบบ และเนื้อหา ให้มีความ หลากหลายและ น่าสนใจ, ผู้รับสาร มุ่งเน้นความบันเทิง และการเกี่ยวพราสี นางรำ	- ไม่แตกต่างไปจาก ยุคก่อนแต่เพิ่มเติม ด้านสร้างสุขภาพ, ถ่ายทอดความรู้และ ขยายเครือข่าย สมาชิก, สืบสาน วัฒนธรรมไทย, ยกระดับเป็น นวัตกรรมหรือ มาตรฐาน, สร้าง ความสามัคคีสาน สัมพันธ์ให้กับกลุ่ม คน, เป็นช่องทาง ในการสื่อสาร ดึงเน้น รูปแบบจึงมีทั้งที่ เป็นอิสระและเป็น มาตรฐาน

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบขององค์ประกอบทางการสื่อสารที่ปรากฏในแต่ละยุค (ต่อ)

องค์ประกอบ ทางการสื่อสาร	ยุคจารีต: การร่ำโพน	ยุค “รัตนัม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนา ร่างเชิงประยุกต์	ยุคร่ำรวยอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การร่ำวัยย่อนยุค
- สื่อ/ช่อง ทางการสื่อสาร	- สื่อพิธีกรรม, สื่อพื้น บ้านนิยมเล่นในงาน เทศกาล งานรื่นเริง และช่วงว่างเว้นจาก การทำงานในเวลา ค่ำ, สถานที่ตาม ลานบ้าน ลานชุมชน ลานวัด, บางพื้นที่ ยังมีเชิงพิธีกรรมอยู่ เช่น การรำแก้บน	- สื่อพื้นบ้านในระดับ ชุมชน นิยมเล่นกัน มากในภาวะสงคราม ต่อมาถูกยกระดับให้ เป็นศิลปวัฒนธรรม ประจำชาติและ กลายเป็นเครื่องมือ ของภาครัฐในการ เผยแพร่แนวคิดและ นโยบาย	- ร่างสุนทรพจน์เป็น เครื่องมือสื่อสารของ รัฐมายังประชาชน, เป็นสื่อบันเทิงของ รัฐและราชบุรุษ, ช่อง ทางการแสดงมีทั้ง ผ่านสื่อ การแสดงบน เวที และวาระโอกาส พิเศษ - ร่างชาวบ้านเป็นสื่อ บันเทิงเฉพาะกลุ่ม และถูกนำมาปรับใช้ กับการทำงานของ ชาวบ้าน	- เป็นสื่อบันเทิงที่เน้น การสื่อสารเชิง พาณิชย์ โดยมีผู้ที่ สามารถเข้ามาจับจอง เป็นเจ้าของด้วยการ จัดตั้งคณะร่ำวง, เป็น สื่อที่มีความหลากหลาย หลายและยึดหยุ่น สามารถเล่นได้ ตลอดทั้งปี ไม่จำกัด เทศกาล และเล่นร่วม กับหรรสพอื่นได้	- ไม่แตกต่างไปจากยุค ก่อนมากนัก แต่มี วาระโอกาสเพิ่มมาก ขึ้น เช่น งานส่งเสริม สุขภาพ, งานส่งเสริม การท่องเที่ยว, งาน สร้างภาพลักษณ์, งาน เฉพาะกิจ และ กลายเป็นช่องทางใน การสื่อสารการตลาด มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบทางด้านรูปแบบการแสดงที่ปรากฏในแต่ละยุค

องค์ประกอบ ทางด้านรูปแบบ การแสดง	ยุคจารีต: การจำเริญ	ยุค “รัตนธัม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนาการเชิง ประยุกต์	ยุคร้างอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การรื้อ ฟื้นยุค
- ผู้แสดง	- ส่วนใหญ่เป็นหนุ่ม สาวชาวบ้านมาร่วม ร้องรำทำเพลง ไม่มี การแบ่งแยกหน้าที่ ทางการแสดง	- เช่นเดียวกันแต่เริ่มมี การแบ่งแยกระหว่าง ผู้แสดงกับผู้ชมเป็น สัดส่วน - ร้างมาตรฐานระยะ แรกเป็นกลุ่มชนชั้น นำทางสังคม แล้วจึง ขยายเป็นประชาชน ทั่วไป มีการแบ่งแยก หน้าที่ในการละเล่น มากขึ้น	- ร้างสุนทราภรณ์ ผู้แสดงเป็นศิลปิน ประจำวง และมีกลุ่ม ชนชั้นนำ/ข้าราชการ มาร่วมร้าง - ร้างชาวบ้าน เป็น กลุ่มชาวบ้านมาร่วม การละเล่น, เริ่มมีการ จ้างนักดนตรี	- แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มนางรำหรือ สาวร้าง, กลุ่มนัก ดนตรี, กลุ่มนักร้อง และโขน/คนเชียร์ ร้าง	- เช่นเดียวกัน แต่มีบาง กลุ่มเป็นนางรำสุ่ย และมีทีมงานเบื้อง หลังเพิ่มขึ้น - ร้างเชิงสุนทราภรณ์ไม่ได้ มีการแบ่งแยกผู้แสดง เป็นลักษณะร่วมกัน แต่นักดนตรีและ นักดนตรีแยกออกไป

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบทางด้านรูปแบบการแสดงที่ปรากฏในแต่ละยุค (ต่อ)

องค์ประกอบ ทางด้านรูปแบบ การแสดง	ยุคจารีต: การรำไท่น	ยุค “รัตนัม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนาการร้อง ประยุกต์	ยุครำวงอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การรื้อร่าง ย้อนยุค
- การแต่งกาย	- ชุดพื้นบ้านตามแต่ละ ท้องถิ่น	- เช่นเดียวกัน แต่รัฐ ส่งเสริมให้แต่งตาม รัฐนิยม - รำวงมาตรฐาน ไม่ได้กำหนดไว้อย่าง ชัดเจน แต่อยู่บน พื้นฐานรัฐนิยม มีชุด แบบชาวบ้านไปจนถึง สากลนิยม	- รำวงสุนทราภรณ์ แต่งกายพิถีพิถันแบบ สากลนิยม/รัฐนิยม - รำวงชาวบ้าน ใส่ชุดประจำวัน เปลี่ยนแปลงตาม ยุคสมัย	- ชุดตามแต่ละท้องถิ่น และสมัยนิยม เช่น สู่มเก๋ เน้นที่กระโปรง สั้นและบาน ส่วนนัก ร้อง/นักดนตรีเน้นที่ สุขภาพและเรียบร้อย	- เช่นเดียวกัน แต่ กระโปรงอาจสั้น มากกว่า และเพิ่ม เต็มแบบร่วมสมัย, แบบปัจจุบัน, แบบ ชุดกีฬา, แบบที่สร้าง สรรค์ขึ้นมาเอง - รำวงเชิงสุขภาพ เน้นแบบชุดปัจจุบัน, ชุดกีฬา, ชุดทีม

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบทางด้านการแสดงที่ปรากฏในแต่ละยุค (ต่อ)

องค์ประกอบ ทางด้านรูปแบบ การแสดง	ยุคจารีต: การรำโขน	ยุค “รัตนัม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนาทางเชิง ประยุกต์	ยุควางอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การร่าง ย้อนยุค
- เครื่องดนตรี/ จังหวะ	- เครื่องดนตรีที่ทำได้ ง่าย มีโทนเป็นเครื่อง ดนตรีหลัก, ในภาวะ ขาดแคลนสามารถใช้ อุปกรณ์อื่นแทนได้ เช่น กระบอง ถังน้ำมัน	- เช่นเดียวกัน แต่เพิ่ม เครื่องดนตรีสากล เข้าไป - รวบรวมมาตรฐานใช้ วงดนตรีไทย/ วงดนตรีสากล บรรเลง และใช้แผ่น เสียงแทนการบรรเลง สด	- เครื่องดนตรีสากล ผสมผสานเครื่อง ดนตรีและจังหวะ แบบไทย, นำจังหวะ สากลเข้ามาประยุกต์ ใช้ เช่น คอนก้า รุมบ้า ชะชะซ่า	- ประยุกต์ไปตาม ภูมิภาคเครื่องดนตรี พื้นเมืองผสมเครื่อง ดนตรีสากล ต่อมา มุ่งเน้นไปที่เครื่อง ดนตรีสากลครบวง ผสมกับเครื่องดนตรี ไทย, จังหวะทั้งของ ไทย สากล และที่ ได้รับความนิยม	- แตกต่างกันไป ในแต่ละคณะและ กลุ่มวง ทั้งเครื่อง ดนตรีสดครบชุด, เครื่องดนตรีผสม ผสานเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์, มีจังหวะใหม่ๆ เข้ามา เช่น บาสีลอป

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบทางด้านรูปแบบการแสดงที่ปรากฏในแต่ละยุค (ต่อ)

องค์ประกอบ ทางด้านรูปแบบ การแสดง	ยุคจารีต: การรำไท่น	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนาาร้างเชิง ประยุกต์	ยุคร่างอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การร่าง ย้อนยุค
- ลีลาท่ารำ	- ท่ารำง่าย ๆ เข้ากับ จังหวะ โดยไม่มี แบบแผน, ท่ารำจาก สัตว์ ที่เน้นการรำ เป็นคู่เกี่ยวพราสีกัน หรือรำเดี่ยว/รำป้อ เป็นวงกลม	- เช่นเดียวกัน แต่ถูก ควบคุมและกำหนด กฎเกณฑ์ให้เป็น ระเบียบมากขึ้น มีการให้เกียรติผู้รำ - กำหนดท่ารำไว้ เป็นมาตรฐานตาม แบบนาฏศิลป์ แต่ เมื่อส่งกลับมาไม่ได้ เคร่งครัด	- คณะสุนทราภรณ์ไม่มี ท่าทางประกอบ แต่ ผู้มาร่วมรำวงปรับ ประยุกต์ลีลาจากท่า รำวงมาตรฐานผสาน กับลีลาของผู้รำ - รำวงชาวบ้านเน้น ท่าทางที่สนุกสนาน, การเอาแรงไม่เน้น การรำเป็นคู่, ประยุกต์ ท่ารำง่าย ๆ ผสมการ ตีบท และท่าเต้นรำ จากตะวันตก เน้น ลำตัว เอว ไหล่	- ประยุกต์ทั้งท่ารำ และจังหวะจาก ตะวันตกเพิ่มขึ้น โดย เน้นส่ายเอว ส่ายไหล่ ส่ายสะโพก หมุนตัว เคลื่อนไหวรวดเร็ว และผสมผสานท่ารำ ไทยกับการก้าวเท้า แบบสากล, การรำ ให้คู่ประดิษฐ์จาก ท่ารำมาตรฐานคือ แม่บทใหญ่ ร่วมกับ ท่าที่ประดิษฐ์ขึ้นใหม่, ผสมผสานการแสดง อื่นเข้ากับท่ารำ เช่น การรำแบบวัง, การ เต้นแบบอินเดีย	- อีสระด้วยการผสม ผสานระหว่างปัจจุบัน กับในอดีต และมี ความทันสมัยมาก ขึ้น ด้วยท่ารำแบบ ปัจจุบันและมีท่าทาง สวยงามเพศ เช่น เด็กลำ เด็กลำ เด็กลำ กับพื้น (ขึ้นอยู่กั ลีลาแต่ละคน), จับคู่ รำกันเองได้, เน้นท่า เดี่ยว/อาจมีเล่นกับ คู่รำ/มีตีบท - รำวงเชิงสุภาพมี ท่ารำเป็นแบบแผน แต่ขึ้นอยู่กัลีลาของ แต่ละคน, ไม่จำเป็นต้อง รำเป็นคู่ ขึ้นอยู่ กับความพอใจของ ผู้รำ

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบทางด้านรูปแบบการแสดงที่ปรากฏในแต่ละยุค (ต่อ)

องค์ประกอบ ทางด้านรูปแบบ การแสดง	ยุคจารีต: การรำไท่น	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนาการร้อง ประยุคต์	ยุครำวงอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การร่ำวง ย้อนยุค
- กระบวนการ แสดง	- ไม่มีพิธีรีตอง มีการ ตีไท่นส่งสัญญาณให้ รู้ว่าจะเริ่มการเล่น มีนั่งล้อมวงกันปรบ มือ รำรอบสิ่งของเป็น วงกลม	- กำหนดให้เป็น แบบแผนมากขึ้น เช่น จัดสถานที่ให้ สวยงาม, รักษากระยะ การรำ, รำให้เกียรติ ฝ่ายหญิง, ฝ่ายชาย โค้งฝ่ายหญิง	- ไม่มีพิธีรีตอง, เน้น มารยาทสากล การ โค้งและให้เกียรติคู่ รำ, มีรางวัลการ เต้นลีลาศ - รำวงชาวบ้านมีการ ให้ครูในรำแบบบท ก่อนการแสดง ส่วน รำวงชาวบ้านทั่วไป เน้นพิธีรีตอง เจ้าภาพ เป็นผู้จัดเตรียมงาน และสถานที่	- มีการขลุ่ยสังคีตลีลย์, เริ่มแสดงด้วยการรำ ให้ครู และรำวงฟรี จากนั้นผู้ชมซื้อบัตร ขึ้นมาร่วมรำวง โดย หนึ่งรอบมีหนึ่งเพลง และมีสัญญาณหมด รอบเป็นเสียงนกหวีด นางรำกลับมานั่งที่ เดิม, ผู้ที่ไม่ประสงค์ จะรำสามารถเรียก นางรำมานั่งดู หรือ เต้นรำให้ดูได้, กลายเป็น ช่วยอำนวยความสะดวก สนองความต้องการ ทางเพศ	- เช่นเดียวกัน รอบ การแสดงแตกต่างกัน บ้าง หนึ่งรอบมี ลี เพลง บางคณะมีหนึ่ง เพลง, มีการร้องเพลง ในจังหวะช้าเร็วสลับ กันพร้อมทั้งพูดคุย กันจังหวะในวงพัก, บิตท้ายด้วยเพลงลา/ รำส่งท้ายและกล่าว คำอำพร - รำวงเชิงสุขภาพไม่มี พิธีรีตอง อาจเริ่มจาก รำให้ครูหรือไม่มี ก็ได้, จังหวะและท่า รำสลับเพลงช้าเพลง เร็ว, จบเพลงมีเสียง นกหวีด, ปิดท้ายด้วย จังหวะที่ผ่อนคลาย กล่อมเนื้อ

อันเป็นการตัดพ้อต่อว่า โดยในบางพื้นที่ก็ปรับเปลี่ยนเป็น โมรา โมรา นารี
ดังเนื้อหาต่อไปนี้ (วันทนีย ดวงอาจ, 2546: 150)

โมรา โมรา หน้าหี	เมื่อก่อนรักกับพี่
เดี๋ยวนี้ไปรักกับใคร	พี่ไปทัพ กลับมามีรักใหม่ (ซ้ำ)
ฉันลืมไม่ได้น้ำใจแม่โมรา (ซ้ำ)	

สัญญาณในยุคนี้จึงมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ ทั้งที่ปรากฏอย่างชัดเจน
และคำที่ต้องอาศัยการตีความ ดังเช่น “สิดอเขาสั้น” “ตกกระใจอะไร่ายทุ” ที่สื่อ
ถึงอวัยวะเพศชาย หรือตีความให้ชวนคิดถึงเรื่องความใคร่ เช่น “พี่จะพาโฉมศรี
ไปอยู่ปลายนา” ซึ่งชวนให้คิดหรือตีความว่าไปทำอะไรกันที่ปลายนา นอกจากนี้
ยังสื่อความหมายจากลีลาท่าร่าที่มีการรำบ๊อบแบบสัตว์ อันสื่อถึงความหมายทาง
เพศตามธรรมชาติ

สุนทรีรสที่ปรากฏในยุคนี้เป็นการผสมผสานความหลากหลาย โดยรสเด่นคือ
รสแห่งความรัก ด้วยการเกี่ยวพาราสี ผสมรสแห่งความงาม รสแห่งความโกรธ
และรสแห่งความโศกเศร้า คร่ำครวญ อาลัยอาวรณ์ รวมทั้งรสอื่นๆ ที่ปรากฏ
แยกในแต่ละเพลงและหลากหลายในเพลงเดียว ได้แก่ เพลง สาวสุดสววย (นวลรี
จันทร์ลุน, 2548: 156)

สาวสุดแสนสววย	รูปสัารวย เอวกลมสมหน้า
พี่อยากได้น้องมาไว้เป็นคู่ (ซ้ำ)	พี่จะเก็บใส่ตู้ เอาไว้บูชา

เพลงนี้แสดงถึงรสแห่งความงามและรสแห่งความรัก อีกทั้งยังแฝงไป
ด้วยรสแห่งความขบขันที่จะเก็บหญิงอันเป็นที่รักใส่ตู้เอาไว้บูชา ทั้งๆ ที่อยาก
จะได้น้องมาไว้เป็นคู่ ซึ่งสื่อหรือตีความให้ชวนคิดถึงเรื่องความใคร่ อันเป็น
การรสมากกว่าจะเก็บไว้ หรืออีกนัยคือ เก็บใส่ตู้เอาไว้เซยชมแต่เพียงผู้เดียวไม่ให้
ใครยุ่งเกี่ยว อันกลายเป็นความงามที่ละเมียดละไมผสมผสานความหลากหลาย ดังนั้น
รำโทนจึงเป็นความงามในแบบชาวบ้าน ซึ่งสันนิษฐานว่าเต็มไปด้วยการเกี่ยวพาราสี
และสัญญาณเรื่องเพศ รวมทั้งถ้อยคำสองแง่สองง่าม แต่รัฐบาลกลับมองว่าเป็น

สิ่งที่ไม่งาม ไม่เหมาะสม และไม่เป็นความเป็นอารยะ จึงส่งผลให้รัฐเข้ามาควบคุม และปรับปรุงทั้งเนื้อร้องและทำนอง ตลอดจนกระบวนการแสดงให้สวยงามตาม แบบนาฏศิลป์ ดังปรากฏในยุคต่อมา

- ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม มีการปรับปรุงเนื้อหาให้สื่อความหมายที่ดีตามแนวทางของหน่วยงานภาครัฐ คือ ไม่ให้มีคำลามกหรือสองแง่สองง่าม เนื้อความปลุกฝัง/ปลุกใจให้รักชาติ สนับสนุนอุดมการณ์ภาครัฐ เกี่ยวข้องกับภาวะสงคราม เกี่ยวพาราณี ดังนั้นบทเพลงจึงมีความไพเราะและมีความยาวมากขึ้น ยกตัวอย่างเพลงที่สนับสนุนอุดมการณ์ภาครัฐและท่านผู้นำ ได้แก่ เพลง *เราสนับสนุน แปลก พิบูลสงคราม* (นวลรี จันทรลุน, 2548: 162)

เราสนับสนุน แปลก พิบูลสงคราม เราจะต้องทำตามผู้นำของประเทศไทย
เชื้อผู้นำของชาติ ประกาศทั้งชายและหญิง ทุกสิ่งรัฐบาลท่านให้สตรีเอาไว้มวย (ข้า)
สวมหมวกทรงเท้าให้ทันสมัย นุ่งถุงกระตุงกระตึง (ข้า)

ในระยะต่อมา ทางกรมศิลปากรได้ประดิษฐ์ร่างมาตรฐานขึ้น โดยได้แต่งเนื้อเพลงเป็นจำนวน 10 เพลง ซึ่งมีเนื้อหาเน้นในเรื่องของการปลุกฝัง ค่านิยมให้รักชาติ มีการใช้ถ้อยคำที่ประณีตสละสลวยสวยงาม และมีความหมาย โดยนัยอันลึกซึ้ง เช่น เพลง *บุชานักรบ* ที่สื่อความหมายถึงการยกย่องบูชาผู้ชายที่กล้าหาญ และผู้ชายที่กล้าหาญควรจะมีลักษณะเช่นไร โดยอีกนัยเป็นเพลงที่ท่านผู้หญิงละเอียด พิบูลสงครามแต่งขึ้นเพื่อยกย่องเชิดชูท่าน จอมพล ป. พิบูลสงครามผู้เป็นสามี

อีกส่วนเป็นเพลงที่ชาวบ้านแต่งขึ้นเอง โดยมีเนื้อหาต่างๆ ไป และดัดแปลงจากเพลงที่รัฐแต่งขึ้น มีการใช้คำที่สั้นเข้าใจง่ายมากกว่า ด้วยลีลาแบบราษฎรไม่ใช่รัฐ อย่างเพลงร่างมาตรฐานในเพลง *ชาวไทย* แปลงเป็นเพลง *ชาติไทยเราเอ๋ย* (ภิญโญ ภูเทศ, 2547: 232) มีเนื้อหาเปรียบเทียบดังนี้

เพลง ชาวไทย	เพลง ชาตไทยเราเอ๋ย
ชาวไทยเจ้าเอ๋ย ขออย่าละเลยในการทำหน้าที่ การที่เราได้เล่นสนุก เปลื้องทุกข์สบายอย่างนี้ เพราะชาติเราได้เสรี มีเอกราชสมบูรณ์ เราจึงควรช่วยชูชาติ ให้แก่ทางจิตจำรูญ เพื่อความสุขเพิ่มพูน ของชาวไทยเราเอ๋ย	ชาตไทยเราเอ๋ยอย่าละเลยทำตามหน้าที่ ไทยเรานั้นมีความสุข บททุกข์ใครละย่ำยี เอกราชมันชาติเสรี นั้นมีพระเอกพละสมบูรณ์ ไทยเราต้องช่วยชูชาติ เก่งกาจคือหลวงพิบูล ความสุขจะได้ละเพิ่มพูน ของไทยเราเอ๋ย

ดังนั้น สัญญาที่ปรากฏในยุคนีจึงเริ่มตั้งแต่การประดิษฐ์ร่างมาตรฐานขึ้น เพื่อสื่อถึงความเป็นอารยะ (ตามมุมมองของรัฐบาล) รวมไปถึงการปลูกใจให้รักชาติ ผ่านทั้งบทเพลง ถ้อยคำเปรียบเทียบ เช่น ขวัญใจดอกไม้ของชาติ สื่อถึงบทบาทและความสำคัญของผู้หญิง (ดังที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน) และท่วงท่าในการรำตามแบบนาฏศิลป์ ตลอดจนกระบวนการแสดง ที่เป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ และมีมารยาทตามแบบสากล อันได้แก่ การโค้งให้กับคู่รำ ระยะห่างระหว่างคู่รำ 1 ช่วงศอก อีกทั้งยังปรากฏสัญญาที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับความเป็นชาติที่ปรากฏผ่านเพลงร้องอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น เพลง *ธงชาติไทย* เพลง *แปดนาฬิกา* เพลง *ร่วมสามัคคี*

สุนทรีรสในยุคนี แม้จะปรากฏความหลากหลาย แต่สำหรับเพลงร้องมาตรฐานกลับมีรสแห่งความงาม ความรัก และโดดเด่นที่รสแห่งความกล้าหาญ อันเป็นการกระตุ้นและปลูกฝังความกล้าหาญที่ไม่เพียงแต่ผู้ชายเท่านั้น ผู้หญิงที่มีความงามเปรียบดังดอกไม้ ก็สามารถเคียงบ่าเคียงไหล่ผู้ชายและสามารถแสดงความกล้าหาญได้ และนอกจากเพลงร้องมาตรฐานที่แต่งขึ้นภายใต้การดูแลของกรมศิลปากรแล้ว ยังพบเพลงที่แต่งขึ้นอีกมากมาย โดยมีเนื้อหาที่สะท้อนภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นและสะท้อนความคับข้องใจของผู้คน ซึ่งผสานไปด้วยรสแห่งความกล้าและความโศกเศร้า ดังเช่น เพลง *โน่นสี่เครื่องยนต์* (รวีทิวา ไวยนันท์, 2552: 220)

โน่นสี่เครื่องยนต์
คนไทยสามารถ
และเมื่อวันที่ห้า

บินวนอยู่บนอากาศ
ยิงกราดไปด้วยปืนกล
เดือนเมษายน

ชาวไทยทุกคน

เร็ววังเข้าหลุมหลบภัย

เร็ว เร็ว วังเข้าหลุมหลบภัย (ซ้ำ)

พอเจียบเสียงปืน

เสียงปืนและลูกระเบิด

ฟังก็ฟังเสียเถิด

นั่นลูกระเบิดมันมาทำลาย (ซ้ำ)

- ยุคการพัฒนาาร่างเชิงประยุกต์ เป็นยุคที่ร่างได้รับความนิยไปทั่ว เมื่อภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริม จึงปรากฏเนื้อเพลงที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไปซึ่งแบ่งตามลักษณะของกลุ่มผู้แต่งและผู้เล่นได้กว้างๆ ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เพลงร่ำวงสุนทราภรณ์ และเพลงร่ำวงชาวบ้าน

เพลงร่ำวงสุนทราภรณ์ (สังกัดหน่วยงานภาครัฐ ภายใต้วัฒนธรรมโฆษณการ และเป็นวงดนตรีเอกชนภายใต้วงดนตรีสุนทราภรณ์ที่รับงานนอกเวลาราชการ) จึงปรากฏเนื้อเพลงในเป็นส่วนที่รับใช้ในนโยบายภาครัฐและส่วนที่เป็นสุนทรียะของผู้ประพันธ์หรือสร้างสรรค์ขึ้นเอง ซึ่งปรากฏเพลงร่ำวงอยู่เป็นจำนวนมาก โดยบุญโปรด สัมพันธ์รัตน์ (2537) ได้แบ่งประเภทของเพลงตามเนื้อหา ได้แก่ อาชีพ ประเพณี การละเล่น ชาติ ส่วนราชการและสถาบัน วรรณคดี การผูกรักและสังคมสัมพันธ์ และแบ่งตามวัตถุประสงค์ คือ เพื่อสนองนโยบายรัฐบาล สะท้อนภาพวัฒนธรรมไทย บางเพลงมีเนื้อความที่ซ้ำซ้อนหลายวัตถุประสงค์ มีความหมายที่ลึกซึ้ง ต้องอาศัยการตีความหมายที่แฝงมากับเพลง ยกตัวอย่างเพลงที่มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมและสะท้อนอาชีพของคนไทย ที่เน้นให้อดทน ไม่ย่อท้อต่อความลำบากในการทำงาน อย่าเกียจคร้าน มีความสามัคคี ร่วมใจกันทำงาน ทำงานสร้างชาติสร้างตัวเอง ได้แก่ เพลง ร่ำวงบ้านป่าพาสูข (อติพรสุนทรสนาน, 2513)

ข. เห็นเหนื่อยปานใดเราไม่ท้อใจ

เราไม่เคยเกียจคร้าน

เฮฮุยเลอะวาไม่คิดท้อถอย

ไม่คอยเวลาผ่าน

เสร็จสิ้นจากงาน

พวกเราสำราญเบิกบานใจ

ญ. ผืนดินใช้น้อย

ร่วมแรงจับมืออย่าปล่อยประสาน

เฮฮุยเลอะวา

ร่วมสามัคคีไม่มีเกียจงาน

แล้วเราจะผ่าน	อุปสรรคใดๆ
ข. ตกค้ำพร้อมหน้ารีนเริงเฮฮา	พากันสำราญ
เฮฮูเลละวา	ปรบมือร้องรำขึ้นน้ำสำราญ
ทุกคนเบิกบาน	เสร็จสิ้นจากงานสำราญใจ
...	...

(ทำนอง: เอื้อ สุนทรสนาน-ธนิต ผลประเสริฐ, คำร้อง: สมศักดิ์ เทพานนท์)

เพลงข้างต้นสะท้อนภาพการทำงานของชาวบ้าน แต่เป็นมุมมองจากคนภายนอกหรือคนเมืองกรุง แม้เนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับชาวบ้าน แต่รูปแบบกลายเป็นกึ่งทางการแบบชนชั้นกลาง และตอบสนองนโยบายภาครัฐที่มุ่งเน้นให้ช่วยกันทำงาน แม้เหน็ดเหนื่อยไม่ท้อใจ ไม่เกียจคร้าน มีความสามัคคีไม่เกียจงาน พอเสร็จจากงานแล้วค่อยพักผ่อนร้องรำให้สำราญใจ ซึ่งในเพลงอาจไม่ได้สะท้อนชีวิตและจิตวิญญาณของผู้คนที่เป็ชชาวไร่ชาวนา แม้ว่าจะมีการประพันธ์เพลงที่เกี่ยวข้องกับอาชีพต่างๆ ของชาวบ้านก็ตาม ดังที่ รพีพร [นามแฝง] บุคคลผู้ชื่นชอบและนิยมเพลงร่ำวงสุนทราภรณ์ ได้กล่าวไว้ว่า “...เพลงร่ำวง คุณเอื้อถนัดมาก ฟังดูแล้วเหมือนนำเอาวิญญาณท้อไร่ท้องนาเข้ามาชักชวนชาวกรุงให้ออกไปสนิทสนมสนุกสนานกับมัน” (2514 อ้างถึงใน อติพร สุนทรสนาน, 2541)

ส่วนเพลงร่ำวงชาวบ้าน มีเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวกับวรรณคดี เกี่ยวพาราสี ชื่อจังหวะเพลง สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติรอบตัว สะท้อนการทำงาน นอกจากนี้ บางบทเพลงมีการกล่าวถึงเจ้าภาพในลักษณะอ่อนหวาน/ตอรอง และไม่เห็นด้วยหรือต่อต้านนโยบายของรัฐ

บทเพลงที่สะท้อนหรือเกี่ยวข้องกับการทำงานนั้นแตกต่างออกไปตามแต่ละชุมชน ดังตัวอย่างเพลง *งานนี้เป็นงานของใคร* ที่ปรากฏในการลงแรงหรือลงแขกช่วยกันทูปข้าว รวมไปถึงการสื่อสารเพื่อตอรองไปยังเจ้าภาพที่จัดงาน ตามเนื้อเพลงต่อไปนี้ (วันทนีย ดวงอาจ, 2546: 130)

งานนี้เป็นงานของใคร	เจ้าภาพไปไหนหลบหน้าหนีตา
ขอเธอเจ้าของงาน	โปรดสงสารพวกนักร้า

จะส่งอะไรก็ส่ง

พวกนักรำเขาไม่มีแรง

หุบข้าวอ่อนแรงแล้วหนา (ซ้ำ)

เจ้าภาพไม่มาฉันจะลาไกล

สุนทรียรสของเพลงร่ำวงในยุคนี้ไม่แตกต่างกันคือ เป็นการผสมผสาน ความหลากหลาย อันได้แก่ รสแห่งความรักที่เป็นการเกี่ยวพาราสี ผสมผสานรสแห่ง ความขบขัน และรสแห่งความงาม อีกทั้งในบางภาวะยังปรากฏรสแห่งความโศก เศร้า คร่ำครวญ อาลัยอาวรณ์ แต่เพลงร่ำวงสุนทราภรณ์จะมีการใช้คำสรรพนาม คำไวพจน์ และกลุ่มคำหรือประโยค ที่หลากหลายช่วยให้เกิดรสของภาษา คือ มีทั้งความหมายดีและเสียที่ไพเราะ (บุญโปรด สัมพันธ์รัตน์, 2537: 204) ยก ตัวอย่าง เพลง ร่ำวงชนบท ที่ปรากฏความหลากหลายและมีสัญลักษณ์ต่างๆ ปรากฏ ในบทเพลง ดังมีเนื้อหาในบางท่อนว่า

ข. เปรียบดูผู้หญิงสวยเหมือนดังเดือนในท้องนา

กระต่ายเฝ้าหลงเหงนหาจันทร์คงอยู่ไกลๆ

...

ญ. จิตใจหวาดไหว สงหรรณ เมื่อยามภมรมินผ่าน

มีแต่หวังจะสังหาร ดมแล้วก็ผ่านเลยไป

(คำร้อง-ทำนอง : พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าจักรพันธ์เพ็ญศิริ)

สัญลักษณ์นี้จึงเป็นเรื่องของคำอุปมาอุปไมย คำเปรียบเทียบ หรือ สัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏในบทร้อง รวมไปถึงการตีความหมายของบทเพลง ที่มีความหมายอันลึกซึ้ง ทั้งจากชั้นเชิงของผู้ประพันธ์และจากอุดมการณ์ของ ภาครัฐที่ต้องการจะสื่อ เพียงแต่ว่าเพลงร่ำวงสุนทราภรณ์และเพลงร่ำวงชาวบ้าน จะมีลีลาและการเลือกใช้คำที่แตกต่างกันออกไป โดยร่ำวงชาวบ้านจะเลือกใช้ ถ้อยคำง่ายๆ สั้นกระชับ และการเปรียบเทียบจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวของชาวบ้าน มากกว่า ดังตัวอย่างเพลง *พุ่มพวงดวงมะกรู* (สันนิษฐานว่าเป็น “มะกล่ำ” ซึ่งเป็นไม้ต้นขนาดใหญ่) ดังเนื้อเพลงต่อไปนี้ (จิตติมา นาคีเภท, 2547: 69)

พุ่มพวงดวงมะกร่ำ
จากไปหนอใครจะเห็น (ซ้ำ)

ตัวที่มีกรรมเสียแล้วน้อยเอ๋ย
น้ำกระเด็นไม่เว้นแต่ละวัน

นอกจากนี้ ยังปรากฏสัญลักษณ์ทางเพศ และคำที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศโดยอ้อม อันเป็นความละเมียดละไมของผู้ประพันธ์ ดังเนื้อหาในบางท่อนของเพลง *ร่ำวงหมอง* ของวงสุนทราภรณ์ อันเป็นลักษณะของการเกี่ยวพาราสีด้วยการร้องโต้ตอบหรือแก้เกี้ยวระหว่างชายหญิง ดังนี้

ญ. แล้วยุตัวดีทำทำร้าย

ทัวกายา น้องกลัวๆ

ช. เหมือนฟัดตัว

น้องอย่าคิดกลัวขวัญตา

...

...

ญ. งูออดรัด

แล้วกัดนิ้วมือให้เสียใจ

ช. ดังฟัดออดรัดและจูบทรมาวัย

นยะอดดวงใจ ผันดิๆ

(คำร้อง: สมศักดิ์ เทพานนท์, ทำนอง: เอื้อ สุนทรสนาน)

ส่วนร่ำวงชาวบ้านนั้น ยายหนู บุคคลร่วมสมัย อายุ 77 ปี ชาวบ้านจังหวัดชัยนาทได้ร้องเพลงร่ำวงโต้กลับฝ่ายชายที่ร้องทะเล่มาให้ฟังว่า “ช. นิ่งคอยมาอยู่ที่คอมแซม ลูกอีกแหมมहींไ... ญ. พันพีเลี่ยมทอง ของน้องเลี่ยมเตด” (ยายหนู, ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2559) เป็นการร้องเล่นโต้ตอบกัน และไม่มีการบันทึกไว้เพราะยังในยุคที่ถูกควบคุมในเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่ แต่ก็ปรากฏคำในเรื่องเพศอย่างชัดเจน โดยชาวบ้านมองว่าเป็นเรื่องธรรมดาและเป็นการร้องเล่นที่เน้นสนุกสนานมากกว่า

- **ยุคร่ำวงอาชีพ** มีทั้งเพลงที่แต่งขึ้นใหม่และเนื้อเพลงที่มีอยู่แล้ว ซึ่งได้รับการสืบทอดต่อๆ กันมา โดยเนื้อเพลงมักมีเพียงสองท่อนหรือสองบท เป็นกลอนแปดที่มีสัมผัสคล้องจองเพื่อให้ท่องจำได้ขึ้นใจ เนื้อหาที่ปรากฏในเพลงจึงมีความหลากหลาย เช่น เกี่ยวพาราสี ตัดพ้อต่อว่า น้อยใจ หรือไม่สมหวังในความรัก ปลุกใจ ลักษณะอื่นๆ เช่น บรรยายความรู้สึกนึกคิด กล่าวถึงสภาพทั่วไป

นอกจากนี้ เพลงที่ได้รับความนิยมยังกลายมาเป็นเพลงลูกทุ่ง ยกตัวอย่างเพลงที่ทั้งสะท้อนชีวิตสาวรำวงและกลายมาเป็นเพลงที่ชื่นชอบและได้รับความนิยมมากบนเวทีรำวงถูกขอให้เล่นซ้ำวันละหลายๆ รอบ (มาลี แก้วสว่าง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม 2558) นั่นคือเพลง *สาวรำวง* ที่ขับร้องโดยอ้อย กะท้อน หรือวันทนี้อย เอียดเอื้อ (ในปี พ.ศ. 2529) ดังมีเนื้อหาคั่นหัวว่า “อายุสิบห้าได้มาเป็นสาวรำวง มาใส่กระโปรงวิบๆ แวมๆ ไฟสลัวมัวเหมือนคืนเดือนแรม อะร้าแอร้ม อยู่บนพลอร์เต็นรำ เราเกิดมาเป็นคนด้อยต่ำ กระด้างกระด้างเม็ดดินเม็ดทราย...” นอกจากนี้ ยังมีเพลงสากลที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในยุคนั้นด้วย เช่น เพลง *Beautiful Sunday* ที่มีเนื้อร้องอันติดหูว่า “Hi hi hi, beautiful Sunday. This is my my my beautiful day.”

สุนทรียรสที่ปรากฏในยุคนี้มีความหลากหลาย เช่นเดียวกับรำวงในยุคนั้นๆ ได้แก่ รสแห่งความรัก รสแห่งความงาม รสแห่งความโศกเศร้า รสแห่งความขบขัน ที่นอกจากจังหวะเพลงที่สนุกสนานแล้วเนื้อหาของเพลงยังมีความตลกสนุกสนานยิ่งทำให้บรรยากาศในการรำวงยิ่งครื้นเครงมากขึ้น จากตัวอย่างเพลง *เที่ยวงานวัด* ตามเนื้อหาในบางท่อนดังต่อไปนี้

ใกล้ค่าย่าสนธยา	ริบแต่งกายยังดเสื้อผ้าวางสวย
ใส่เสื้อใหม่สไตร์ก๊วยเฮง	นุ่งกางเกงทรงมอสซาเกวีย
น้ำมันใส่ผมหมดแล้วในตู้	เออน้ำมันหมูมีอยู่ในอวย
หยิบแบ่งเม็ดขึ้นมากัดหน้า	เสกด้วยคาถาหมาหาละลวย
ให้สาวๆ เห็นขำละเหมือนดังหมาเห็นชี	ให้สบตาพี่แล้วให้หลงงวงย
	(ขับร้อง: กังวาลไพร ลูกเพชร)

อีกตัวอย่างเป็น สัลลาลังคพิไสย คือรสแห่งความโศกเศร้า ดังในเนื้อเพลง *อยุธยารำลึก* ต่อไปนี้

อยุธยาเมืองเก่าของเราแต่ก่อน	จิตใจอาวรณ์มาเล่าสู่กันฟัง
อยุธยาแต่ก่อนนี้ยัง	เป็นดังเมืองทอง ของพี่น้องเผ่าพงศ์ไทย
เดี๋ยวนี้ซิเป็นเมืองเก่า	ชาวไทยแสนเศร้า ถูกข้าศึกกรุกราน

ชาวไทยทุกคนหัวใจรั่วราน ข้าศึกเผ่าผละลาญ แผลกลาญวอดวาย
เขาวชนรุ่นหลังฟังแล้วเศร้าใจ อนุสรณ์เตือนให้ชาวไทยจงมัน
สมัครสมานร่วมใจกันสามัคคี คงจะไม่มีใครล้ำมารวีชาติไทย
(คำร้อง-ทำนอง: สุรินทร์ ปิยานันท์/คณะร่ำวงสามย่าน)

รสนแห่งความโศกเศร้าที่ต้องสูญเสียบ้านเมืองจากการถูกรุกรานของข้าศึก แต่ก็ยังคงแฝงแฉ่งคิดไว้เป็นข้อเตือนใจให้คนรุ่นหลังได้สามัคคีกันเพื่อไม่ให้เกิดความสูญเสียดังเช่นในอดีต ซึ่งเป็นเพลงปลุกใจให้รักไทย ภูมิใจไทย ตามนโยบายของทางภาครัฐในยุคชาตินิยมสมัยรัฐบาล จอมพล ป. พิบูลสงคราม

สัญญาณที่ปรากฏในยุคของร่ำวงอาชีพร่ำวงหาจึงเป็นเรื่องของการสร้างรายได้ที่ต้องแข่งกับเวลา เสียงนกหวีดจึงกลายมาเป็นเสียงที่คอยควบคุมและกำกับเวลาบนเวที ที่นอกจากจะสื่อว่าหมดรอบแล้วยังเป็นการเร่งเร้าให้รับลงจากเวทีเพื่อรีบซื้อตั๋วขึ้นมารำในรอบต่อไป เนื่องจากแสดงรอบหนึ่งเท่ากับหนึ่งเพลง โดยสามารถขึ้นมารำได้เพียง 8-10 คนตามจำนวนของนางรำ ทุกอย่างจึงต้องรวดเร็วเพื่อให้คนอื่นได้ขึ้นมารำบ้าง ส่วนสีของชุดที่ใส่นอกจากเป็นเรื่องของความสวยงามแล้วยังเป็นสัญญาณบอกถึงสีตามวันที่ใส่ เช่น วันอาทิตย์ใส่ชุดสีแดง วันจันทร์ใส่ชุดสีเหลือง และยังเป็นการแสดงความเคารพต่อครูผู้สอน จึงใส่สีขาวในวันพฤหัสบดี ซึ่งจะช่วยสร้างความเข้าใจให้ตรงกันว่าวันไหนใส่ชุดสีอะไรโดยไม่ต้องมีการนัดหมายกัน ยกเว้นทางเจ้าภาพจะประสงค์ให้ใส่ชุดสีอะไร นอกจากนี้ยังมีการมอบพวงมาลัยให้กับนางรำ โดยใครที่ได้รับพวงมาลัยมากจะสื่อให้เห็นว่าเป็นผู้ที่ได้รับความชื่นชอบ หรือได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชม หรือมีพรรคพวกมาก

รวมไปถึงสัญญาณในเรื่องเพศที่กลายมาเป็นจุดดึงดูดผู้ชมหรือที่เรียกว่า ลูกค้าให้ยอมจ่ายเงินซื้อตั๋วเพื่อแลกกับการได้ขึ้นมารำวงกับนางรำบนเวที ดังนั้นจึงมีการแข่งขันและหากลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า ซึ่งสัญญาณทางเพศที่หลายคนนำมาเป็นจุดจูงใจคือสาวร่ำวง ด้วยอายุที่น้อยหรือสาวแรกรุ่น สดส่วนหรือเรื้อนร่าง ลีลาท่ารำ การแต่งกาย เป็นต้น

- ยุคฟื้นฟู: การร่ายย้อนยุค เนื้อเพลงในยุคนี้มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันทั้งร่ายย้อนยุคเชิงพาณิชย์และเชิงสุขภาพ ดังนั้นจึงแบ่งเนื้อเพลงออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ (1) เพลงเก่าที่ได้รับความนิยมจากในอดีต ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิต แนวคิดแบบชาวบ้าน สภาพสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ ในช่วงเวลานั้น ไม่ว่าจะเป็นของราชาเพลงลูกทุ่ง สุรชัย สมบัติเจริญ ไพโรจน์ ลูกเพชร ชาย เมืองสิงห์ ไวพจน์ เพชรสุพรรณ เรื่อยมาจนถึงเพลงลูกทุ่งยุคถัดมาอย่างเช่น ยอดรัก สลักใจ ดังนั้นเนื้อหาในบางเพลงจึงมีความหมายที่ทันสมัยไปแล้ว (2) เพลงที่แต่งขึ้นมาใหม่พบเฉพาะคณะออดิโอเวิลด์ ซึ่งสื่อถึงความร่วมสมัยมากขึ้น เนื่องจากแต่งในบริบทที่เป็นปัจจุบัน ทั้งเพลงเดี่ยว เพลงคู่ และเพลงร้องแก้เกี้ยว เพลงร่ายและเพลงลูกทุ่ง (3) เพลงในปัจจุบัน/เพลงที่ได้รับความนิยมอยู่ในขณะนั้น (พบในบางคณะที่เน้นปรับประยุกต์ไปตามสมัยนิยม) ดังนั้นเนื้อหาและความหมายจึงสะท้อนสถานการณ์หรือเหตุการณ์ในขณะนั้น บางเพลงไม่เน้นในเรื่องของความหมาย กลับเน้นจังหวะที่สนุกสนานมากกว่า เช่น เพลง *Balada* ของศิลปิน Gustavo Lima ชาวบราซิล เพลง *A Minha Amiga Fran* ของศิลปิน Mc Jair Da Rocha ชาวบราซิลเช่นกัน หรือที่เรียกกันแบบไทยๆ ว่า “กาโว กาโว” (4) เพลงหลายยุคและหลากหลายประเภท (พบในกลุ่มร่าย 3 ส. อำเภอดงพนาหิน จังหวัดพิจิตร) ไม่ว่าจะเป็นเพลงลูกทุ่ง เพลงลูกกรุง เพลงสุนทราภรณ์ เพลงยุคซิกตี้ เซเวนตี้ แกรนด์เอ็กซ์ เรนโบว์ รวมไปถึงเพลงสากลยุคซิกตี้ เซเวนตี้ เช่น เอลวิส เพรสลีย์ คลิฟฟ์ ริชาร์ด เดอะบีทเทิลส์ ซึ่งสื่อความหมายไปยังกลุ่มผู้ฟังที่มีหลายระดับและหลากหลายวัฒนธรรม (5) เพลงที่เกี่ยวข้องกับบริบท โดยสื่อความหมายถึงสถานการณ์และบริบทในขณะที่กำลังแสดงหรือสถานที่ที่ไปแสดง เช่น เพลง *อยุธยารำลึก* เป็นเพลงที่คณะลูกไทยอ่างทองไปแสดงร่ายย้อนยุคที่จังหวัดอยุธยา แต่ความหมายกลับไม่ได้มุ่งเน้นเรื่องปลุกใจดังเช่นความหมายในอดีต แต่กลายเป็นเพลงประจำจังหวัด เนื่องจากมีการนำมาร้องเล่นเต้นรำกันอย่างสนุกสนาน ประกอบกับสถานการณ์หรือภาวะของสังคมแตกต่างจากในยุคที่มีการแต่งเพลงขึ้นมาเพื่อที่จะต้องการปลุกใจประชาชนชาวไทย ความหมายและอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อเพลงจึงเปลี่ยนไปด้วย นอกจากนี้ ยังขึ้นอยู่กับลักษณะ

ของงาน เช่น งานบวช เนื้อหาเพลงจะเกี่ยวข้องกับการลาบวชหรือการบวชนาค อย่างเช่นวงดนตรีลูกทุ่งนักศึกษามหาวิทยาลัยเจ้าพระยา ที่ส่วนใหญ่จะเป็นงาน เพลงลูกทุ่งและมีเพลงร่ำวงย้อนยุคอยู่บ้าง แต่ถ้าเป็นงานบวชจะมีช่วงเพลงร่ำวง ชุดใหญ่ และมีเพลงที่เกี่ยวข้องกับงานบวชด้วย อาทิ *นาคสังสีกา สีกาสังนาค แพนนาคอยู่ไหน* เป็นต้น ด้วยเนื้อหาเพลงที่มีความหลากหลาย สุนทรียรสที่ ปรากฏในยุคนี้จึงมีความหลากหลายไม่แตกต่างไปจากยุคก่อน

สัญญาณที่ปรากฏเป็นการสร้างบรรยากาศและความรู้สึกให้เหมือนกับการย้อนไปในยุคที่ร่ำวงเคยเฟื่องฟู ไม่ว่าจะเป็นบทเพลง เครื่องดนตรี การแต่ง กาย การประดับสถานที่และเวที ส่วนเสียงนกหวีดที่คอยควบคุมและกำกับเวลา บนเวทีดังเช่นยุคก่อนยังคงสื่อความหมายเช่นเดิม แต่บางครั้งเป็นการรำพรหรือ รำเพื่อสุขภาพในบางกลุ่มบางคณะก็ไม่ปรากฏเสียงนกหวีด หรือเป็นเสียงแสดง การเปลี่ยนจังหวะเท่านั้น จึงกลายเป็นเพียงสัญลักษณ์แห่งร่ำวงย้อนยุค โดยไม่ ได้สื่อถึงเวลาหมดยุคที่ต้องรับลงเวทีดังเช่นอดีต สำหรับสัญญาณทางเพศยังคง ปรากฏอยู่ในการแต่งกาย และท่วงท่าการเต้น/รำ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลีลาเฉพาะ แต่ละบุคคลและบางคณะ ในขณะที่บางกลุ่ม เช่น กลุ่มร่ำวงถนนคนเดินจังหวัด พิษณุโลก เป็นกลุ่มนางรำผู้สูงอายุ กลุ่มร่ำวงเชิงสุขภาพ เน้นการออกกำลังกาย จึงไม่ปรากฏสัญญาณทางเพศอย่างเด่นชัด

6.2 การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมและการต่อสู้ช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรม ร่ำวง

ร่ำวงถูกผลิตซ้ำออกไปในหลากหลายและหลากหลายรูปแบบ โดยปรากฏ วัฏจักรของกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมในแต่ละยุคดังต่อไปนี้

- **ยุคจารีต:** รำโทน สันนิษฐานว่า ได้รับการผลิตขึ้นโดยมนุษย์ตั้งแต่ยุค ดึกดำบรรพ์ จากรากฐานการเต้นรำเพื่อเป็นการบวงสรวงเทพเจ้าและแสดงออก ถึงความดีใจของมนุษย์ เมื่อมนุษย์อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มและอาศัยพึ่งพิงธรรมชาติ จนกระทั่งกลายเป็นการเฉลิมฉลอง รื่นเริงในงานเทศกาลประเพณีต่างๆ รวมไปถึง การเป็นเวทีพบปะของหนุ่มสาวในการเลือกคู่ดูตัว จนมีการนำเครื่องดนตรี

ภาพที่ 6-8 แสดงการเปรียบเทียบนางรำและการแต่งกายของนางรำ



- ที่มา: (1) ภาพบันทึกการแสดงของคณะออดิโอฟรอส, 29 พฤษภาคม 2558 (ภาพซ้าย)
(2) ภาพบันทึกการแสดงของคณะลูกไทยอ่างทอง, 31 พฤษภาคม 2558 (ภาพกลาง)
(3) ภาพบันทึกการแสดงรำวงย้อนยุคถนนคนเดินจังหวัดพิษณุโลก, 17 ตุลาคม 2558 (ภาพขวา)

ประเภทโขนมาใช้ประกอบการละเล่น ซึ่งเป็นการผลิตซ้ำโดยชาวบ้านในเขตชนบทของไทย จึงได้ชื่อของการละเล่นตามเครื่องดนตรีว่ารำโขน หรืออาจเรียกแตกต่างกันออกไปในแต่ละท้องถิ่น ผ่านการเผยแพร่จากศูนย์กลางของชุมชน แล้วกระจายตัวออกไปตามท้องถิ่นต่างๆ ตามเส้นทางการค้าและการคมนาคมอยู่ในระดับชุมชนและชุมชนใกล้เคียง การบริโภค จึงเป็นชาวบ้านในท้องถิ่นต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยหนุ่มสาว ความหมายในยุคนี้จึงเป็นการละเล่นของชาวบ้าน และยังคงความหมายในการเป็นเวทีเลือกคู่ดูตัว อันเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน ส่วนความหมายในเชิงพิธีกรรมค่อยๆ เลือนหายไป

นอกจากนี้ ยังเกิดการผลิตซ้ำรำโขนในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยประชาชนทั่วไป ที่เกิดภาวะความเครียดจากสงคราม และได้อพยพหนีไปอยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ จึงมีการเผยแพร่ ไปตามชุมชนต่างๆ ที่ประชาชน ข้าราชการ และ

ตารางที่ 3 แสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อรางวัลในแต่ละยุค

ยุคจารีต: การรำโทน	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนา เชิงประยุกต์	ยุครางวัลอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การรางวัลย้อนยุค
- บทบาทหน้าที่ในด้านต่างๆ ทั้งต่อตนเอง กลุ่มคน และสังคม ได้แก่ ความเป็นถึงเฉพาะตน, ความบันเทิงยามค่ำคืนของชาวบ้าน, การพบปะสังสรรค์ของหนุ่มสาว, การปลดปล่อยในเรื่องเพศ, การประสานความสัมพันธ์ของกลุ่มคน, สะท้อน/แสดงออกถึงความคิดเห็นต่างๆ, การให้ความรู้, การสืบทอดวัฒนธรรมของสังคม	- บทบาทหน้าที่สืบเนื่อง	- บทบาทหน้าที่สืบเนื่อง	- บทบาทหน้าที่สืบเนื่อง	- บทบาทหน้าที่สืบเนื่อง

ตารางที่ 3 แสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อร่วางในแต่ละยุค (ต่อ)

ยุคจารีต: การรำโทน	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนา เชิงประยุกต์	ยุคร่างอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การร่ายย้อนยุค
- บทบาทหน้าที่ที่เพิ่มเติม คือ เป็นสื่อบันเทิงเพื่อ ผ่อนคลายความตึงเครียด ในภาวะขาดแคลน มหรสพช่วงสงคราม	- บทบาทหน้าที่ที่เพิ่มเติม คือระบายความคับข้องใจ ในช่วงสงคราม, เป็นสื่อ ในการถ่ายทอดแนวคิด และอุดมการณ์ภาครัฐ, เป็นช่องทางในการ แสดงออกของประชาชน ต่อนโยบายภาครัฐ, สร้าง ความสามัคคี	- บทบาทหน้าที่ที่เพิ่มเติม ร่วางสุนทรภรณ์ “ได้แก่ สนองและสานต่อ นโยบายภาครัฐ, เป็น สัญลักษณ์อย่างหนึ่ง ของสถาบัน (เพลงสถาบัน), เชื่อมความสัมพันธ์ ระหว่างชนชาติหรือ ระหว่างประเทศ เช่น เพลง ร่วางไทยลาว ลาว ไทย, แปลงวัฒนธรรม ของชนชั้นกลาง	- บทบาทหน้าที่ที่เพิ่มเติม คือ สร้างรายได้ ทั้งคณะ ร่วางและเจ้าภาพ (ใน บางงาน), ขานรับและ สานต่ออุดมการณ์ภาครัฐ (ปลุกใจให้รักชาติ) และ นโยบายการร่วางของภาค รัฐ, ปลดปล่อยอารมณ์ ทางเพศ (เสียเงินเพื่อใกล้ ชิดนางรำ), ดึงดูดคนมา ร่วมงาน/มาร่วมทำบุญ, ประสานความสัมพันธ์ กับกลุ่มคนจากภายนอก เป็นการจัดกิจกรรมเสี่ยง สังสรรค์และต้อนรับผู้มา เยือน	- บทบาทหน้าที่ที่เพิ่มเติม ของร่วางย้อนยุคเชิง พาณิชย์ได้แก่ เครื่องมือ ในการสื่อสารทั้ง หน่วยงานภาครัฐและ ภาคเอกชน, ส่งเสริมการ ตลาด การท่องเที่ยวและ กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน, แสดงความไว้อาลัยแก่ ผู้วายชนม์ (เฉพาะบุคคล), ส่งเสริมสุขภาพ/ออก กำลังกาย, ดึงดูดให้ผู้คน มาร่วมงาน โดยเป็นงาน ที่หลากหลายท่ามกลาง มหรสพหรือกิจกรรม อื่นๆ ของหน่วยงานภาค รัฐ เช่น งาน อบจ.สุญจ



ตารางที่ 3 แสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อรางวัลในแต่ละยุค (ต่อ)

ยุคจารีต: การรำโชน	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนา เชิงประยุกต์	ยุครางวัลอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การรางวัลย้อนยุค
	- รางวัลมาตรฐานเป็นสัญลักษณ์ของชาติที่แสดงให้เห็นถึงความมีอารยธรรมด้านวัฒนธรรม, เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและต่อรองทางวัฒนธรรมของภาครัฐ, เป็นแบบแผนหรือเป็นมาตรฐานให้แก่การรางวัล, มาตรฐานความสัมพันธ์กับกลุ่มคนจากภายนอกเป็นการต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง	- รางวัลชาวบ้าน ได้แก่ ดึงดูดให้คนอยากร่วมงาน/มาช่วยงาน, สนุกสนานผ่อนคลายหลังการทำงาน และระหว่างการทำงาน รวมทั้งเป็นจังหวะในการทำงานให้พร้อมเพรียงกัน, เป็นการแสดงออกถึงความร่วมแรงร่วมใจของคนในชุมชน, มาตรฐานความสัมพันธ์กับกลุ่มคนจากภายนอก เป็นการต้อนรับผู้มาเยือนกลุ่มชาวบ้าน		งานวันพ่อ ฯลฯ ส่งผลให้กลุ่มคนที่มีรางวัลงานหลากหลายชิ้น - รางวัลย้อนยุคเชิงสุขภาพ ได้แก่ เครื่องมือในการสื่อสารของภาครัฐในการอนุรักษ์ ในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และการส่งเสริมสุขภาพ (มุ่งเน้น) อีกทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยว (ไม่เป็นประจำ) - บทบาทหน้าที่ที่คลี่คลาย คือเป็นเวทีพบปะสังสรรค์ของหนุ่มสาวและเป็นการ

ตารางที่ 3 แสดงบทบาทหน้าที่ของสื่ออ้างอิงในแต่ละยุค (ต่อ)

ยุคจารีต: การรำโหน	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนา เชิงประยุกต์	ยุคร่างอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การร่างย้อนยุค
- บทบาทหน้าที่ที่คลี่คลาย คือการเป็นสื่อพิธีกรรม	- บทบาทหน้าที่ที่คลี่คลาย คือ การปลดปล่อย อารมณ์ทางเพศลดลง และถูกจำกัดและควบคุม ในเรื่องเพศ ทั้งบั้งไฟ ท่งท่าการรำ และ กระบวนการแสดง โดย เฉพาะร่างมาตรฐาน			ปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศ แต่ลดลงกว่าในยุคก่อน (เช่น รำคู่กันเองได้, บางกลุ่มนางรำมีอายุ, ไม่สามารถเรียกมาเป็น การส่วนตัว), บทเพลง ที่ปลุกใจมีอยู่บ้างแต่ไม่ ได้มุ่งเน้นหรือสื่อความ หมายทางตันนี้ กลับเป็น เพลงที่สื่อถึงสถานที่/ บริบทในการแสดง, เป็น สื่อบันเทิงที่ผู้เล่นไม่เสีย ค่าใช้จ่าย เมื่อกลายเป็น สื่อกิจกรรมของภาครัฐ หรือเครื่องมือส่งเสริมการ ตลาดของภาคเอกชน (รำฟรี)



ตารางที่ 3 แสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อรางวัลในแต่ละยุค (ต่อ)

ยุคจารีต: การรำโทน	ยุค “วัฒนธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม	ยุคการพัฒนา เชิงประยุกต์	ยุครางวัลอาชีพ	ยุคฟื้นฟู: การรางวัลย้อนยุค
				- รางวัลย้อนยุคเชิงสุขภาพ “ได้มุ่งเน้นในเรื่องรายได้, ไม่ชัดเจนในเรื่องการปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศ (มีรำบ้อ รำเกี้ยว แต่ไม่ได้มุ่งเน้น)

พ่อค้าได้เดินทางไป จนแพร่กระจายไปทั่วทั้งในเขตและนอกเขตพระนคร ดังนั้น ความหมายของรำโทนที่เป็นการละเล่นได้ถูกเพิ่มเติมความหมายและหน้าที่ บางอย่างเข้ามา นั่นก็คือ กลายเป็นวัฒนธรรมบันเทิงในภาวะสงครามที่ได้รับความนิยมไปทั่วในกลุ่มคนระดับต่างๆ อันเนื่องมาจากภาวะที่ขาดแคลนแม้แต่ เครื่องดนตรี แต่การละเล่นรำโทนนั้นสามารถหาสิ่งอื่นมาทดแทนได้ ประกอบกับไม่มี ขั้นตอนและอุปกรณ์ที่ยุ่งยาก อีกทั้งกลุ่มคนทุกระดับยังสามารถเข้าร่วมการ ละเล่นได้ ดังนั้น ในช่วงสงครามจึงไม่มีมหรสพอื่นใดดีไปกว่าการเล่นรำโทน รำโทนจึงเข้ายึดพื้นที่ทางวัฒนธรรมบันเทิงกลายเป็นวัฒนธรรมหลักที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายไปทั่ว สำหรับผู้ที่มีอำนาจนั้น ในระยะแรกเป็นสิ่งเหนือ ธรรมชาติ แต่ก็เป็นอำนาจที่มนุษย์หยาบยื่นหรือเป็นผู้กำหนดว่าธรรมชาตินั้นมี อำนาจเหนือมนุษย์ โดยผลประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการและเป็นการ แสดงความดีใจของมนุษย์ แต่ผลประโยชน์ในการผลิตซ้ำวัฒนธรรมรำโทนกลับ เป็นการสร้างความบันเทิง รวมทั้งเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดในภาวะ สงคราม แต่ยังคงปรากฏในเรื่องของการตอบสนองในเรื่องเพศอยู่เช่นเดียวกัน ส่วนอำนาจในระยะนี้จึงเป็นชาวบ้านหรือใครก็ได้ที่จะเข้ามากำหนดทั้งรูปแบบ เนื้อหา ตลอดจนความหมายของการรำโทน ซึ่งมีลักษณะตัวบทเปิด (open text)

- ยุค “วชิรธรรม”: การปฏิรูปวัฒนธรรม รำวงได้รับการผลิตขึ้นโดย รัฐบาลในสมัยของจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีนโยบาย สร้างชาติทางวัฒนธรรม เพื่อแสดงถึงคามมีอารยะของชาติ ด้วยการปฏิรูปการ ละเล่นพื้นบ้านให้เป็นระเบียบ ซึ่งรำโทนก็เป็นการละเล่นพื้นบ้านอย่างหนึ่งที่ถูก นำมาปรับปรุงให้มีระเบียบมากขึ้น โดยเรียกชื่อใหม่ว่ารำวง (แต่ชาวบ้านก็ยังคง เรียกติดปากว่ารำโทน) มีการเผยแพร่ผ่านกลไกของรัฐ แต่กลับไม่ได้รับความนิยม การบริโภคจึงเป็นภายในเขตพระนคร โดยรัฐกำหนดให้รำโทนเล่นนอก เขตพระนคร เพื่อไม่ให้เสียหายต่อการปรับปรุงวัฒนธรรม แต่ยังคงมีการแอบ เล่นรำโทนกันอยู่ ดังนั้น ในช่วงนี้จึงยังไม่สามารถแยกรำโทนออกจากรำวงได้ จน กระทั่งมีการผลิตซ้ำเป็นรำวงมาตรฐาน โดยกรมศิลปากร เพื่อเป็นแบบอย่างหรือ เป็นมาตรฐานให้แก่การละเล่นรำวง มีการเผยแพร่ผ่านกลไกของรัฐ ทั้งคำสั่งทาง

ราชการที่ให้ข้าราชการฝ่ายต่างๆ ผึกซ้อมร้าว และผ่านทางช่องทางต่างๆ ของรัฐ รวมไปถึงมีการเผยแพร่โดยผู้คนในเขตพระนครที่อพยพไปยังท้องถิ่นต่างๆ การบริโภคในระยะแรกจึงเป็นกลุ่มคนในเขตพระนคร เป็นกลุ่มข้าราชการ แล้วจึงขยายไปสู่ประชาชนทั่วไป ในระยะต่อมาจึงได้รับความนิยมและแพร่กระจายไปทั่วทุกภูมิภาค และเมื่อส่งไปถึงมือชาวบ้าน ก็ได้มีการผลิตซ้ำโดยชาวบ้านในการต่อรองเป็นรูปแบบของชาวบ้าน และแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น แต่ยังคงอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ ดังนั้น ความหมายจึงเป็นมาตรฐานแห่งการร้าว อันเป็นสัญลักษณ์ของชาติและสื่อความหมายปลูกใจ แตกต่างจากความหมายเดิมที่เป็นเพียงการละเล่นของชาวบ้านที่มุ่งเน้นความบันเทิง

สำหรับผู้มีอำนาจในการผลิตและผลิตซ้ำจึงเป็นภาครัฐ เพื่อผลประโยชน์ทางอุดมการณ์ของภาครัฐควบคู่ไปกับผลประโยชน์ทางสุนทรีย์อันเป็นความงามแบบมีอารยะ ตามแนวคิดการสร้างชาติของภาครัฐ จึงได้ปรับปรุงลักษณะใหม่ให้มีระเบียบมากขึ้น แล้วเรียกว่าร้าว แต่ชาวบ้านเกิดการต่อสู้ โดยปฏิเสธรัตนธรรมที่รัฐปรับปรุงขึ้นใหม่ ด้วยการแอบเล่นรำโทนอยู่ อันเนื่องมาจากความคุ้นเคยในรูปลักษณะแบบเดิม ที่มีลักษณะสำคัญคือการเกี่ยวพาราสี สื่อความหมายทางเพศ ทั้งลีลาท่ารำ และถ้อยคำที่แม้จะไม่สุภาพ (ในสายตาภาครัฐ) แต่ชาวบ้านกลับมองว่าเป็นเรื่องธรรมชาติ เป็นความสนุกสนาน เป็นความงามหรือรสนิยมในแบบของชาวบ้าน ส่วนภาครัฐพยายามปรับเปลี่ยนรูปลักษณะให้สุภาพ โดยลดทอนเรื่องเพศออกไป ส่งผลให้บทบาทบทบาทหน้าที่จากที่เคยเป็นการปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศของชาวบ้านเปลี่ยนแปลงไป และเมื่อภาครัฐไม่สามารถช่วงชิงพื้นที่ได้สำเร็จ จึงได้สร้างมาตรฐานใหม่แห่งการร้าวขึ้นมาเป็นร้าวมาตรฐาน แต่กลับผ่อนปรน ไม่เคร่งครัดในท่วงท่าการรำ กำหนดไว้เป็นเพียงมาตรฐาน แล้วส่งกลับมายังประชาชน โดยอาศัยกลไกของรัฐในผึกข้าราชการก่อน และเผยแพร่ผ่านทางช่องทางของรัฐมายังประชาชนอย่างจริงจัง กลับประสบความสำเร็จร้าวกลายเป็นที่นิยม ชาวบ้านสามารถต่อรองด้วยการเลือกรับบางส่วนตามมาตรฐานของรัฐเข้ากับแบบของชาวบ้านที่ปรับผสมผสานกันด้วยลีลาสุดแท้แต่ผู้เล่น และเหลือแต่เพียงคำว่าร้าวไว้

- ยุคการพัฒนาเรื่องราวเชิงประยุกต์ หลังจากที่หน่วยงานภาครัฐได้ประดิษฐ์มาตรฐานแห่งการร่าวงขึ้น แล้วได้มีการเผยแพร่ตามกลไกของรัฐมายังประชาชน ส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายไปทั่ว จนเกิดการผลิตซ้ำในสองส่วนที่เห็นเด่นชัด คือ ร่าวงสุนทรภรณ์ ทำหน้าที่ผลิตซ้ำด้วยการขานรับนโยบายและตอบสนองความต้องการของรัฐ ร่วมกับการสร้างสรรค์ผลงาน แล้วได้เผยแพร่ผ่านทั้งกลไกของรัฐและการรับงานนอกเวลาราชการ การบริโภคจึงเป็นกลุ่มชนชั้นกลางทั้งข้าราชการและกลุ่มพ่อค้าวานิช อีกส่วนเป็นร่าวงชาวบ้าน ซึ่งมีชาวบ้านเป็นทั้งผู้ที่ทำหน้าที่ในการผลิตซ้ำตามนโยบายของรัฐ ด้วยการนำมาปรับประยุกต์เข้ากับรูปแบบ/วิถีชีวิตของชาวบ้าน และเป็นผู้บริโภคกันเอง ดังนั้น ร่าวงจึงแตกต่างกันออกไป จนเรียกได้ว่าเป็นคนละวงและคนละความหมาย คือวัฒนธรรมบันเทิงในแบบของชนชั้นกลาง กับวัฒนธรรมบันเทิงในแบบฉบับของชนชั้นล่าง แต่ส่วนที่ปรากฏซ้ำหรือเรียกได้ว่าเป็นความหมายร่วมกันคือ การปรับประยุกต์ความเป็นสากลร่วมกับความเป็นท้องถิ่น

แม้ว่าภาครัฐจะมีอำนาจในประเด็นการเลือกสรร แล้วเผยแพร่มายังประชาชน แต่กลับมีการต่อรองเป็นรูปแบบของชาวบ้าน ตามแบบที่ชาวบ้านคุ้นเคย สอดคล้องกับวิถีชีวิตและการทำงานในแต่ละท้องถิ่น เข้ากับความเป็นสากลและแบบฉบับที่รัฐส่งเสริม ดังนั้น ความบันเทิงจึงถูกสอดแทรกอยู่ในการทำงาน ซึ่งชาวบ้านได้ปรับประยุกต์และสร้างสรรค์ขึ้นมาเอง โดยการผลิตซ้ำเพื่อผลประโยชน์ทางสุนทรีย์ะ ที่ให้ความบันเทิงและความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายอารมณ์ ร่วมไปกับผลประโยชน์ในการประกอบอาชีพหรือการทำงาน อีกทั้งยังแสดงถึงการต่อต้านแนวคิดของภาครัฐผ่านบทเพลงร่าวง ตัวอย่าง การต่อต้านนโยบายการเลิกนุ่งโจงกระเบน ดังบทเพลง ร่าวงพื้นเมืองลูกทุ่งเขาไม่นุ่งผ้าถุงเขาไม่นุ่งกางเกง ในเนื้อหาบางท่อนที่ว่า “ร่าวงพื้นเมืองลูกทุ่ง เขาไม่นุ่งผ้าถุงเขาไม่นุ่งกางเกง แล้วตีกองบรรเลง เป็นเพลงจังหวะร่าวง...” (วันทนีย์ ดวงอาจ, 2546: 105)

ส่วนร่าวงสุนทรภรณ์ ในฐานะที่สังกัดหน่วยงานภาครัฐส่วนหนึ่งจึงเป็นการผลิตซ้ำเพื่อผลประโยชน์ทางอุดมการณ์ในการเผยแพร่นโยบายและ

แนวคิดของภาครัฐ ร่วมกับผลประโยชน์ทางสุนทรียะด้วยอำนาจของผู้สร้างสรรค์ ซึ่งมีความอิสระในการสร้างสรรค์ผลงาน ด้วยการผสานความเป็นสากลเข้ากับ วัฒนธรรมของไทย ได้แก่ ประเพณี การละเล่น วรรณคดี ที่ปรากฏในเนื้อเพลง ผสานเข้ากับทำนองเพลงไทยและเพลงพื้นเมือง อีกทั้งยังอาศัยพื้นที่หรือช่องทาง ของภาครัฐและสื่อมวลชนในการเผยแพร่ผลงานให้แพร่หลายและกว้างไกลได้ มากกว่าร่ำวงชาวบ้าน รวมทั้งเพลงร่ำวงสุนทราภรณ์ยังถูกนำมาผลิตซ้ำในเวที ร่ำวงชาวบ้านอีกด้วย

- **ยุคร่ำวงอาชีพ** เป็นการผลิตซ้ำโดยกลุ่มประชาชนทั่วไปในภาคเอกชน และกลุ่มนายทุน ด้วยการขานรับนโยบายของทางภาครัฐ แต่มีอิสระในการ สร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละคณะและแต่ละท้องถิ่น การเผยแพร่ จึงเป็นการแสดงบนเวทีแล้วกระจายไปเล่นยังแต่ละท้องถิ่นต่างๆ ด้วยการว่า จ้างไปแสดงหรือก่อตั้งคณะขึ้นมาเองในแต่ละชุมชน ส่วนบางคณะได้รับการติดต่อ จากนายทุนให้ไปบันทึกเสียง ยิ่งส่งผลให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ความหมาย ของร่ำวงในยุคนี้จึงเน้นที่การสื่อสารเชิงพาณิชย์ และการเป็นศิลปะเพื่อการค้า ผู้ชมที่ประสงค์จะหาความบันเทิงต้องแลกมาด้วยการเสียสตางค์ นอกจากนี้ ยังคงเป็นเวทีแห่งการเกี้ยวพาราสีระหว่างบรรดาชายหนุ่มกับสาวร่ำวง

จากอำนาจรัฐที่ได้ส่งเสริมวัฒนธรรมร่ำวงอย่างจริงจัง ทั้งผ่านกลไกของ รัฐ และการจัดประกวดยังสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะงานวัด ร่ำวงจึงยึดพื้นที่และ กลายเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักในยุคนั้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการรวมตัวของผู้ที่ชื่นชอบ และรักในการร่ำวงกลายเป็นอำนาจของผู้สร้างสรรค์พากันเข้าประกวดแข่งขัน ชิงรางวัลกันอย่างมากมาย แล้วรวมตัวกันเป็นคณะและเกิดการว่าจ้างคณะร่ำวง ไปเล่นยังงานต่างๆ รวมไปถึงนายทุนได้ติดต่อไปจัดทำแผ่นเสียงออกจำหน่ายซึ่ง กลายเป็นอำนาจนายทุนที่จะคัดเลือกคณะหรือศิลปินร่ำวง และส่งเสริมให้เป็นที่ รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผลประโยชน์ในการผลิตซ้ำเพื่อมุ่งสุนทรียะแก่ ผู้ชม อันจะนำไปสู่ผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ ในการ สร้างรายได้ให้กับทางคณะ และเป็นผลประโยชน์ในทางอ้อมต่ออุดมการณ์ของ ภาครัฐในการสานต่อวัฒนธรรมร่ำวง แต่เมื่อร่ำวงกลับมีความหมายไปในเชิงลบ

เป็นเวทีแห่งการทะเลาะวิวาท เป็นแหล่งรวมอันธพาล มีการแย่งชิงนางรำ จนกลายเป็นเรื่องของความไม่ปลอดภัยและเป็นที่น่ารังเกียจ (ในสายตาของผู้คนหลายส่วนของสังคมและหน่วยงานภาครัฐ) ตามที่ได้มีการประกาศราชกิจจานุเบกษา ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง “ควบคุมการค้าซึ่งเป็นที่รังเกียจหรืออาจเป็นอันตรายแก่สุขภาพ” (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2528 รำวงจึงถูกห้ามแสดงหรือถูกควบคุมจากภาครัฐ จึงเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่คณะรำวงอาชีพหลายๆ คณะต้องปิดตัวลง อีกทั้งกระแสของวัฒนธรรมอื่นได้เข้ามาช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นเพลงลูกทุ่ง วัฒนธรรมตะวันตก ที่มีโน้ตคลับ ดิสโก้เทค ซึ่งคณะรำวงได้พยายามปรับตัวแต่ก็ไม่สามารถต้านทานกระแสความนิยมอื่นที่หลั่งไหลเข้ามาได้ จนในที่สุดรำวงอาชีพค่อยๆ เลือนหายไปจากสังคม

- ยุคฟื้นฟู: การรำวงย้อนยุค เป็นการผลิตซ้ำรำวงอาชีพที่เคยเฟื่องฟูในอดีต โดยประชาชนทั่วไปและกลุ่มนายทุน ที่ได้ฟื้นฟูรำวงให้ฟื้นคืนชีพขึ้นมาอีกครั้ง เพื่อช่วงชิงพื้นที่จากบนเวทีรำวงด้วยกันเองและวัฒนธรรมอื่น ด้วยการเผยแพร่ไปยังท้องถิ่นต่างๆ ทั้งจากการเผยแพร่เพลงรำวงผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ร่วมกับแผ่นซีดีและการแสดงสดบนเวทีที่มีผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะในเขตปริมณฑลและต่างจังหวัด อีกทั้งยังขยายไปถึงวงดนตรีลูกทุ่งที่มีงานเพลงรำวงย้อนยุคเข้ามาผสมผสานด้วย การบริโภคจึงเป็นกลุ่มคนทั่วไป ขยายไปยังประชาชนในเขตชนบททั่วทั้งประเทศ ส่งผลให้เกิดความนิยมมากยิ่งขึ้น จนเกิดการผลิตซ้ำและเกิดคณะรำวงขึ้นมากมาย ทั้งที่เคยทำรำวงอาชีพมาตั้งแต่ยุคก่อนได้หวนกลับมารับงานใหม่และคณะที่เกิดขึ้นใหม่ทั้งในระดับท้องถิ่น ไปจนถึงศิลปินต่างๆ มากมาย ทั้งนักร้องลูกทุ่ง ทั้งศิลปินตลก ส่งผลให้รำวงย้อนยุคมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปเพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นให้แก่คณะในการแข่งขันกับคณะอื่นๆ ดังนั้นความหมายของรำวงในยุคนี้จึงเป็นการผลิตซ้ำความหมายในเชิงพาณิชย์ อันเป็นความบันเทิงเพื่อการค้า รวมทั้งความหมายในเชิงการอนุรักษ์คุณค่าแบบเก่าหรือการโยนหาอดีตที่ผสมผสานความร่วมมือ

เมื่อรำวงย้อนยุคได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจนได้มีการนำไปปรับประยุกต์ใช้กับการออกกําลังกาย ซึ่งเป็นการผลิตซ้ำโดยกลุ่มชาวบ้านที่ปฏิเสธ

รูปแบบการออกกำลังกายจากภาครัฐ (ที่กลุ่มชาวบ้านมองว่าไม่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ) จนมีการเผยแพร่ไปยังท้องถิ่นต่างๆ ผ่านกลุ่มผู้สูงอายุที่รักสุขภาพ จนได้รับการคัดเลือกเป็นนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ หน่วยงานภาครัฐเกิดการตื่นตัว และส่งเสริมสุขภาพด้วยการร่วมนโยชน มีการเผยแพร่และจัดประกวดในหลายพื้นที่ มีการอบรม/การถ่ายทอด การศึกษาดูงาน ไปจนถึงการสร้างเครือข่าย ดังนั้น การบริโภคจึงขยายวงกว้างไปในหลายๆ กลุ่ม และหลายภาคส่วน จนได้รับความนิยมไปทั่ว ทั้งในชุมชน ระดับอำเภอ ไปจนถึงระดับจังหวัด ทั่วทั้งประเทศ ร่วมนโยชนจึงไม่ได้เป็นความบันเทิงแบบที่ย้อนไปในอดีตเพียงเท่านั้น ยังมีความหมายที่ผูกโยงกับการปรับประยุกต์ในเรื่องการออกกำลังกายและสุขภาพไปด้วย นอกจากผลประโยชน์ทางด้านสุขภาพที่มากวนกับด้านสุนทรีย์แล้ว หน่วยงานทางภาครัฐยังได้ผลประโยชน์ในการสร้างผลงานและการเผยแพร่ผลงานทางด้านสุขภาพควบคู่ไปด้วย

ดังนั้น อำนาจในประเพณีการเลือกสรรจึงเป็นของทุกคนซึ่งมีสิทธิ์เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม โดยสามารถกำหนดรูปแบบ สร้างมาตรฐาน หรือนิยามความหมายของร่วมนโยชนขึ้นมาเองได้ อันมีลักษณะที่เป็นตัวบทเปิด (open text) ในทุกมิติ

7. อภิปรายผล

การปรับตัว-ปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ร่วมนโยชน

จากการละเล่นพื้นบ้านที่มีการร้องรำทำเพลงอย่างอิสระอย่างรำไท่น ได้ถูกปรับรูปลักษณ์ใหม่กลายเป็นประดิษฐกรรมทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเรียกว่า “ร่วมนโยชน” จากการแสดงพื้นบ้านที่ไม่มีโครงสร้างกลายมาเป็นการแสดงที่มีโครงสร้างอย่างชัดเจนโดยหน่วยงานภาครัฐ และเพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐเอง แต่ก็มีอาจเรียกได้ว่าเป็นของใหม่ทั้งหมด เนื่องจากรากฐานของร่วมนโยชนก็มาจากรำไท่น ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมอยู่แล้ว โดยเฉพาะในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ด้วยคุณลักษณะที่สำคัญคือมีศักยภาพในการปรับตัวสูง สามารถใช้อุปกรณ์ต่างๆ ประกอบจังหวะแทนเครื่องดนตรีไท่น

ได้และไม่มีพิธีรีตองมากนัก แต่รัฐก็ยังพยายามควบคุมและปรับให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ส่วนชาวบ้านยังคงเล่นแบบเดิมอยู่ ดังนั้นภาครัฐจึงพยายามที่จะครอบงำ (hegemony) ด้วยการส่งร่วางมาตรฐานเข้ามาแทนที่ร่ำโทน ด้วยเล็งเห็นว่าไม่สามารถควบคุมได้จึงนำมาเผยแพร่และส่งเสริมด้วยมาตรฐานใหม่ตามแบบอารยะที่รัฐต้องการ อีกทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารของภาครัฐไปยังประชาชนเนื่องจากเป็นวัฒนธรรมที่มีความใกล้ชิดกับชาวบ้าน อันจะเข้าถึงได้โดยง่าย ไม่เพียงแต่ชาวบ้านเท่านั้น ยังเป็นการยกระดับวัฒนธรรมร่วางให้กลายเป็นระดับชาติ กลายเป็นการละเล่นของกลุ่มข้าราชการและกลุ่มชนชั้นนำของสังคมไปด้วย อันแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการปรับตัวของร่วางอีกประการหนึ่ง นอกจากนี้ยังขยับไประดับระหว่างประเทศ โดยใช้เป็นเครื่องมือต่อรองกับญี่ปุ่นว่า ต้องมีการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ จึงยังไม่สามารถรับหรือเรียนรู้วัฒนธรรมของญี่ปุ่นได้

รัฐพยายามครอบงำวัฒนธรรมด้วยการประดิษฐ์ร่วางมาตรฐานขึ้นแล้วส่งกลับมายังประชาชน แต่กลับไม่ได้เคร่งครัดท่วงท่าการร่ำตามแบบนาฏศิลป์ เป็นเพียงมาตรฐานแห่งการร่วางให้ประชาชนได้เรียนรู้และปฏิบัติตามเท่านั้น ส่งผลให้ชาวบ้านเกิดปฏิกิริยาหลากหลายรูปแบบ ทั้งการต่อรอง (negotiation) การเลือกบางส่วน (co-optation) การผสมผสาน (articulation) ดังที่โฮมีบาบา (Homi Bhabha, 1990) ได้อธิบายไว้ว่า วัฒนธรรมล้วนแต่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นๆ เสมอ โดยไม่ใช่ลักษณะของการครอบงำเสมอไป แต่ทว่าเป็นปฏิสัมพันธ์ในลักษณะสองทาง จนสามารถก่อรูปลักษณะได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งไม่ใช่แบบที่รัฐต้องการครอบงำเพียงอย่างเดียว ร่วางจึงได้การแตกตัว/ประเภท (genre) ออกไปอย่างกว้างขวางเข้าข่ายธรรมชาติของวัฒนธรรมที่ไม่หยุดนิ่ง อีกทั้งยังมีการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridization) ไม่ว่าจะเป็นการรับเอาเครื่องดนตรี จังหวะ และการเคลื่อนไหวแบบสากลแล้วยังผสมผสานวัฒนธรรมอื่นๆ ที่กำลังได้รับความนิยมเข้ามาเพิ่มเติมอีก ดังคณะร่วางอาชีพ ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี (ปีนเกศ วัชรปาณ, 2543) พบว่า มีจังหวะและท่าร่ำที่มีการเลือกบางส่วน (co-optation) จากการแสดงงิ้วของวัฒนธรรมจีนในส่วนของจังหวะ

และท่วงท่าแบบวิวัฒนาการมาเป็นท่าร่าง จังหวะและท่วงท่าแบบอินเดีย มาจากหนังสืออินเดียที่เข้ามาฉายในประเทศไทยกลายเป็นท่าร่าง ซึ่งอยู่ภายใต้อำนาจของประชาชนหรือผู้สร้างสรรค์ผลงานที่สามารถสร้าง กำหนด หรือเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะได้ จึงเข้าข่ายของวัฒนธรรมที่ไม่หยุดนิ่งและมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา จึงสามารถก้าวพ้นห้วงของเวลาในแต่ละยุคสมัยมาได้

การปรับตัวทางด้านบทบาทหน้าที่ของสื่อร่ว

การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสื่อได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีหน้าที่นิยม (functionalism) ซึ่งได้อธิบายการดำรงคงอยู่อย่างยืนยงหรือการสูญสลายไปของสิ่งหนึ่งสิ่งใด ย่อมขึ้นอยู่กับว่า สิ่งนั้นยังคงมีบทบาทหน้าที่ต่อสิ่งอื่นหรือไม่ โดยมุ่งพิจารณาสื่อมวลชนเป็นหลัก แต่จากงานวิจัยที่ศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านนั้นพบว่า สื่อพื้นบ้านทำหน้าที่ได้มากกว่าการเป็นสื่อ และมีบทบาทที่หลากหลาย (multi-function) (เจียรชัย อิศรเดช และคณะ, 2546) ซึ่งร่วเองก็เป็นสื่อพื้นบ้านที่สามารถปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนและรับใช้สังคมได้อย่างมีพลวัต (dynamic) ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับชุมชน ไปจนถึงระดับชาติ ทั้งในลักษณะที่สืบเนื่อง และเพิ่มใหม่ เช่น บทบาทหน้าที่ในมิติสุขภาพ ที่หลายสื่อเองก็ได้ถูกปรับบทบาทในลักษณะเช่นนี้ ได้แก่ เพลงโคราช จังหวัดนครราชสีมา (ทิพย์พฐ กฤษสุนทร, 2550) และเท่งตุ๊ก จังหวัดจันทบุรี (สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, 2551) โดยมีโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) เป็นหน่วยงานภายนอกที่เน้นการนำสื่อพื้นบ้านมาใช้ประโยชน์ในมิติสุขภาพเช่นเดียวกัน ส่งผลให้มิติสุขภาพของสื่อพื้นบ้านในหลายๆ ประเภทถูกทำให้โดดเด่นขึ้นมา (manifest function) ร่วย้อนยุคเชิงสุขภาพก็เช่นเดียวกัน แต่เกิดขึ้นจากแนวคิดของชาวบ้านในการปฏิเสธ (rejection) หรือต่อต้าน (resistance) รูปแบบการออกกำลังกายจากหน่วยงานภาครัฐ ที่เล็งเห็นว่าไม่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ จึงได้นำรูปแบบการร่วมาปรับใช้กับการออกกำลังกายแทน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ใครก็ได้สามารถหยิบยกมาปรับใช้หรือตอบสนองความต้องการได้ หลังจากนั้นหน่วยงานของรัฐได้นำไปเผยแพร่เป็น

นวัตกรรมการออกกำลังแล้วส่งกลับมายังประชาชนส่งผลให้ได้รับความนิยมไปทั่วและไม่เฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุเท่านั้น จึงเป็นการแสดงให้เห็นว่า ร่างกายคนยุคได้ต่อต้าน/ปฏิเสธวัฒนธรรมหลัก สามารถแย่งชิง ต่อรอง และปรับตัวได้ โดยเผยให้เห็นอำนาจของประชาชนในการสร้างสรรค์รูปแบบการออกกำลังกายขึ้นเอง อีกทั้งผู้ใช้ทุกช่วงวัยสามารถเข้าถึงได้ แต่เมื่อหน่วยงานภาครัฐเล็งเห็นประโยชน์ จึงได้ใช้อำนาจรัฐในการส่งเสริมและแพร่กระจาย (distribution) ส่งผลทำให้ขยายความนิยมไปในวงกว้างมากยิ่งขึ้น อันเป็นลักษณะของการผสานความร่วมมือระหว่างรัฐกับประชาชนในอีกทางหนึ่ง

การปรับเปลี่ยนความหมาย

วัฒนธรรมร่างกายได้ถูกผลิตซ้ำแล้วซ้ำอีกในหลายยุคหลายสมัย ซึ่งจะพบทั้งการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ และบทบาทหน้าที่ รวมไปถึงความหมายที่เปลี่ยนแปลงแตกต่างกันออกไปตามแต่ละรูปลักษณ์และแต่ละยุค ดังแนวคิดกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural production and reproduction) ของ เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams, 1981) ที่ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อมีการผลิตซ้ำ ไม่มีสิ่งใดที่เหมือนเดิมทุกอย่าง โดยการประกอบสร้างความหมายนั้น เป็นกระบวนการที่สังคมหรือใครบางคนมีอำนาจเข้าไปกำกับ/ผลิต/เผยแพร่กระจายความหมายดังกล่าวออกไป และเมื่อความหมายถูกประกอบสร้าง (construct) ขึ้นมาได้ ความหมายนั้น ก็สามารถถูกรื้อถอน (deconstruct) และประกอบสร้างความหมายบางอย่างขึ้นมาใหม่ (reconstruct) ได้ โดยมีผลประโยชน์แอบแฝงอยู่เบื้องหลัง ดังนั้น ในการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ร่างกายจะเผยให้เห็นถึงอำนาจและผลประโยชน์อยู่เบื้องหลังว่า ใครเป็นผู้ที่มีอำนาจในการผลิต/ผลิตซ้ำและผลิตขึ้นเพื่อผลประโยชน์อะไร ในลักษณะที่สัมพันธ์กัน โดยผู้ที่มีอำนาจไม่ว่าจะเป็นรัฐ ประชาชนหรือผู้สร้างสรรค์ จะเข้าไปจัดการ/ผลิต/เข้าไปประกอบสร้างความหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองหรือเพื่อผลประโยชน์ทางด้านต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจะไปสัมพันธ์กับรูปลักษณ์ บทบาทหน้าที่ และความหมายที่จะต้องปรับเปลี่ยนตามไปด้วย

ส่วนร่างในบางรูปลักษณะที่ยังคงปรากฏอยู่ในปัจจุบันอย่างร่างมาตรฐาน ซึ่งยังคงรูปลักษณะอยู่เช่นเดิม อันเนื่องมาจากถูกบรรจุอยู่ในหลักสูตรการศึกษา ที่นอกจากจะเผยให้เห็นถึงอำนาจของภาครัฐในการปรับรูปแบบและสร้างวัฒนธรรมขึ้นใหม่แล้ว (production) ยังมีอำนาจในการขับเคลื่อนทั้งเผยแพร่ (distribution) และผลักดันเป็นหลักสูตรการศึกษาที่ยังคงสืบทอดมาถึงปัจจุบัน กลายเป็นวัฒนธรรมที่หยุดนิ่ง แต่สามารถดำรงคงอยู่ได้ด้วยอำนาจรัฐกำหนดไว้ให้อยู่ในหลักสูตรการศึกษา รูปลักษณะนี้จึงไม่เปลี่ยนแปลงและไม่สูญหาย อีกทั้งในปัจจุบันยังมีการประกวดตั้งแต่ระดับประถมศึกษา ไปยังระดับประชาชนทั่วไป บรรดาสถาบันต่างๆ พากันประกวดประชันกันอย่างจริงจัง อันจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของผู้เข้าประกวด สถาบันการศึกษา/หน่วยงานที่ส่งเข้าประกวด จนกลายเป็นผลงานสร้างชื่อได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้น ความหมายจึงไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การปลุกใจให้รักชาติดังเช่นในยุคก่อน แม้รูปลักษณะจะคงเดิม แต่ความหมายได้แปรเปลี่ยนไปเป็นการสืบสาน การอนุรักษ์ ไปจนถึงการสร้างผลงาน/ชื่อเสียงผ่านการประกวด

สำหรับรำไท่นค้อยๆ เลื่อนหายไปและถูกแทนที่ด้วยการรำวง เมื่อรัฐบาลในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้ส่งเสริมวัฒนธรรมการรำวงอย่างจริงจังและกลายมาเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม ผู้คนจึงคุ้นเคยและเรียก “รำวง” แทน “รำไท่น” จนกระทั่งรำไท่นได้รับการอนุรักษ์ฟื้นฟูขึ้นมาอีกครั้ง ในปี พ.ศ. 2537 โดยวิทยาลัยนาฏศิลป์ลพบุรีได้ทำการรวบรวมข้อมูลการเล่นรำไท่นที่เคยร้องเล่นกันในอดีต เพื่อนำออกเผยแพร่ในงานแสดงศิลปวัฒนธรรมของสถานศึกษา สังกัดกองศิลปศึกษา กรมศิลปากร (วัฒนา โกศินานนท์, 2553 อ้างถึงใน รวีทิภา ไวยนันท์, 2552: 62) และในปี พ.ศ. 2557 รำไท่นได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ในสาขาศิลปะการแสดง เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมของชาติที่เสี่ยงต่อการสูญสิ้น และเพื่อนำมาขึ้นทะเบียนปกป้องคุ้มครองมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ (มติทะเบียน 68 รายการ มรดกภูมิปัญญาไทย, 8 กันยายน 2557) ซึ่งจะเป็นหลักประกันว่าวัฒนธรรมจะไม่สูญหายและคงรูปแบบเดิมไว้ แต่ธรรมชาติของวัฒนธรรมนั้นไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งอยู่กับที่ (Bhabha, 1990) เช่นเดียวกับเพลงรำวงสุนทราภรณ์ที่

ยังคงเนื้อร้องเช่นเดิมตามที่ครูเพลงได้ประพันธ์เอาไว้ และในปัจจุบันยังคงบรรเลงเพลงที่เกี่ยวข้องกับงานเทศกาลจนกลายเป็นเวทีแห่งการสถาปนาความเป็นไทยผ่านอำนาจรัฐ ที่มีการเปิดเพลงเทศกาลซ้ำๆ เป็นประจำทุกปี แม้ว่าเนื้อหาจะทันสมัยไปแล้ว ดังเนื้อเพลงในท่อนหนึ่งที่ว่า “ตอนบ้ายเราเริงกีฬา เล่นมอญซ่อนผ้า เล่นสะบ้ากันเอย” ดังที่อดิเทพ ภัทรเดชไพศาล (2556: 87) อธิบายว่า เนื้อร้องที่ยังดำรงอยู่ได้ในสังคมปัจจุบัน คงเป็นด้วยเหตุผลที่ไม่มีใครสนใจฟังเนื้อร้องเมื่อ “ขึ้นงาน” ถูกสถาปนาให้กลายเป็นเครื่องหมายของเทศกาลไปแล้ว โดยขึ้นงานเป็นทั้งเนื้อร้อง ดนตรี และทั้งหมดที่ผนวกเข้าด้วยกันกลายเป็นเครื่องหมายของ “ความเป็นไทย” แบบทางการ

นอกจากนี้ รำวงชาวบ้านที่สัมพันธ์กับเรื่องการทำงานในภาคเกษตรกรรมหรือการเอาแรง การลงแขกกันดังเช่นในอดีตได้เลือนหายไป เมื่อทุนนิยมเข้ามามีการใช้เครื่องยนต์ต่างๆ และมีการจ้างงานแทน วัฒนธรรมรำวงระหว่างการทำงานจึงเปลี่ยนทั้งบทบาทหน้าที่ในการแสดงออกถึงความร่วมแรงร่วมใจของคนในชุมชนหรือดึงดูดให้ผู้คนมาร่วมงาน/มาช่วยงานได้คลี่คลายลง และรูปแบบก็แปรเปลี่ยนไปเหลือเพียงงานพบปะงานรื่นเริงสังสรรค์หรืองานมงคลต่างๆ ของชาวบ้านแทน ส่วนความหมายยังคงเป็นการละเล่นของชาวบ้าน แต่ไม่สัมพันธ์กับการทำงาน เนื่องด้วยบริบทและวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมเปลี่ยนไป วัฒนธรรมรำวงจึงมีการปรับตัวตามไปด้วย

ดังนั้น รูปแบบรำวงที่หยุดนิ่งได้เนื่องจากอยู่ภายใต้อำนาจรัฐมากำกับควบคุมดูแลไว้ แต่ไม่ใช่ธรรมชาติของวัฒนธรรม จึงต้องมีหน่วยงานเข้ามาดูแลรับผิดชอบให้วัฒนธรรมนั้นคงอยู่ ส่วนรูปแบบที่ไม่หยุดนิ่งนั้นกลับขึ้นอยู่กับอำนาจของผู้สร้างสรรค์ที่สามารถเปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์ ต่อยอด รวมทั้งประกอบสร้างความหมายได้อย่างอิสระ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2551), “ทฤษฎีว่าด้วยเนื้อหา/สาร และความหมาย”, ใน *ปรัชญานิตยเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสาร*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.

- _____. (2553), *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553), *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- แก้วตา สาลีโกษณ์ (2549), *ระบบหน่วยคำนวณไวยากรณ์โครงสร้าง*, พิษณุโลก: คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จิตติมา นาคีเกท (2547), *การแสดงพื้นบ้านของอำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (นาฏศิลป์ไทย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราณัฐณ์ ศรีมัลย์ (2554), *รูปแบบการเรียนรู้และสืบทอดร่ำวงในวิถีชุมชนอีสาน*, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ดุริยางคศิลป์) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- โจนส์, โรเบิร์ต บี. และคณะ (1970), *ประมวลความเรียงเบ็ดเตล็ด เล่ม 1 (Thai Cultural Reader Book 1)*, นิวยอร์ก: เซาท์อีสต์เอเชียโปรแกรมคอร์เนลล์ ยูนิเวอร์ซิตี.
- ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช (2544), "ทฤษฎีวรรณกรรมในศตวรรษที่ 20", *เนชั่นสุดสัปดาห์*, 10 (487).
- จิตติรัตน์ เกิดหาญ (2555), *นาฏศิลป์ไทย*, ปทุมธานี: สกายบุ๊กส์.
- ทิพย์พัญญ์ กฤษสุนทร (2550), *การวิเคราะห์การปรับตัวของสื่อพื้นบ้าน: ศึกษากรณีเพลงโคราชจังหวัดนครราชสีมา*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธรรมาภิมณฑ์ (ถึก จิตรถึก) (2514), *ประชุมลำน้า ประมวลตำรากลอนกานต์ ไคลง ฉันท, พระนคร: คณะกรรมการจัดพิมพ์เอกสารทางประวัติศาสตร์*.
- ธิดา โมสิกรัตน์. (2532). การละเล่นพื้นบ้านของไทย. ใน *ศิลปะ การละเล่น และการแสดงพื้นบ้านของไทย*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เถียรชัย อิศรเดช และคณะ. (2546). *โนราตายายนาฏกรรมแห่งจิตวิญญาณที่ยังไม่ตายไปจากคนได้*. นนทบุรี: โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข.
- นวลรวี จันทรลูน (2548), *พัฒนาการและนาฏยลักษณ์ของรำไท่น จังหวัดนครราชสีมา*, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (นาฏศิลป์ไทย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญโปรด สัมพันธ์รัตน์ (2537), *วิเคราะห์วรรณกรรมเพลงร่ำวงสุนทราภรณ์*, วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาไทย) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภาคใต้ สงขลา.
- ปิ่นเกศ วัชรปาน (2543), *ร่ำวง: กรณีศึกษาร่ำวงอาชีพ ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี*, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (นาฏศิลป์ไทย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภรตมณี (2541), *นาฏยศาสตร์*, แปลโดย แสง มนวิฑูร, กรุงเทพฯ: กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์กรมศิลปากร.
- ภิญโญ ภูเทศ (2547), *การศึกษาเพลงร่ำวงโบราณของตำบลหนองกล้วย อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์*, วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต (มานุษยดุริยางควิทยา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รวีทิวา ไวยนันท์ (2552), *การแพร่กระจายวัฒนธรรมการแสดงรำไท่น จังหวัดลพบุรี*, วิทยานิพนธ์
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ดุริยางคไทย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันทนี ดวงอาจ (2546), *เปรียบเทียบเพลงร่ำวงพื้นบ้านของตำบลมะขามสูง อำเภอเมือง จังหวัด
พิษณุโลกกับเพลงร่ำวงพื้นบ้านตำบลน้ำริด อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์*, วิทยานิพนธ์
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาไทย) มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศิลปากร, กรม (2550), *ทะเบียนข้อมูลวิทยุทัศนาศา ชูตระกูล รำ ฟ้อน เล่ม 2*, กรุงเทพฯ: ไทยภูมิ
พัลลขซึ่ง.

สมสุข หินวิมาน (2551), “ทฤษฎีสำนักวัฒนธรรมศึกษา”, ใน *ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการ
สื่อสาร*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุจิตต์ วงษ์เทศ (2551), *ร้องรำทำเพลง: ดนตรีและนาฏศิลป์ชาวสยาม*, กรุงเทพฯ: กองทุนเผย
แพร่ความรู้สู่สาธารณะ.

สุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์ (2551), *การสืบทอดสื่อพื้นบ้านแห่งดึก จ.จันทบุรี เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง
ให้แก่ชุมชน*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุสิตบัณฑิต (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุพล วิรุฬห์รักษ์ (2547), *หลักการแสดงนาฏศิลป์ปริทรรศน์*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

อดิพร สุนทรสนาน (2514), *เอื้อ สุนทรสนาน 5 รอบ*, ธนบุรี: ป. พิธนาเคการพิมพ์.

อดิเทพ ภัทรเดชไพศาล (2553), *ดนตรี พื้นที่ เวลา*, กรุงเทพฯ: โอเพ่นบุ๊กส์.

อานันท์ นาคคง (2553), “ลูกหลานด้านซึกระจ่าย ปู่ย่าตายายร่ำวงด้วยกัน”, *ที่ทัศนวัฒนธรรม*,
9: 55-76.

เอนก นาวิกมูล (2550), *เพลงนอกคตวรรณ*, กรุงเทพฯ: มติชน.

ภาษาอังกฤษ

Bhabha, H. (1990), *Nation and Narration*, London: Routledge.

McQuail, D. (2010), *McQuail's Mass Communication Theory*, London: Sage.

Williams, R. (1981), *Culture*, London: Fontana.

สื่อออนไลน์

“ตีทะเบียน 68 รายการ มรดกภูมิปัญญาไทย”, ไทยรัฐออนไลน์, สืบค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2557
จาก www.thairath.co.th/content/448648.

การนำเสนอภาพความเป็นแม่ในหนังสือเด็ก ในประเทศไทย

เกศราพร ทองพุ่มพุกษา¹

บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้มุ่งเน้นที่จะอธิบายถึงการนำเสนอภาพความเป็นแม่ในหนังสือเด็กในประเทศไทย เพื่อชี้ให้เห็นว่า หนังสือเด็กเหล่านี้เป็นการถ่ายทอดภาพความเป็นจริงในสังคมหรือเป็นเพียงการประกอบสร้างภาพที่สังคมคาดหวังต่อความเป็นแม่ โดยศึกษาหนังสือเด็กจำนวน 12 เล่ม ทั้งที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานและหนังสือที่วางจำหน่ายทั่วไป และได้จำแนกหนังสือเป็น 2 กลุ่มคือหนังสือสำหรับเด็กชายและเด็กหญิง ผลการศึกษาพบว่า ตัวละครมีทั้งที่เป็นคนและสัตว์ โดยสัตว์ที่นำเสนอในฐานะเพศชายจะแข็งแกร่งกว่าเพศหญิงอย่างชัดเจน ขณะที่แม่มีบทบาทหน้าที่หลักในการดูแลและเลี้ยงดูพุ่มพุกกุ ทั้งนี้แม่ปรากฏตัวในฉากที่เป็นบ้านเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นกิจกรรมของแม่จึงเกี่ยวข้องกับงานบ้านและการดูแลสมาชิกในบ้าน อีกทั้งการแสดงออกทางอารมณ์และคุณลักษณะโดยรวมของแม่สอดคล้องกับคุณลักษณะของความเป็นผู้หญิงอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้เป็นเพียงการประกอบสร้างภาพความเป็นแม่ไปตามที่สังคมคาดหวัง และสะท้อนให้เห็นถึงการกดขี่ทางเพศที่ยังคงดำรงอยู่

Abstract

This article aims to explain the portrayal of motherhood in children's book in Thailand, revealing whether these children's books either

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำกลุ่มวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

reflect or construct social reality toward motherhood. Twelve children's books both award winning book from Office of the Basic Education Commission and any other children's books selling at bookstore have been selected for this study. All these children's books have been categorized into two groups which are books for boys and books for girls. The results show that characters are both humans and animals. Animal characters which are presented as male are definitely stronger than female. Moreover, mothers' main role is to take care and to nurture children. Regarding settings, mothers are mostly presented in a domestic scene; therefore, their activities relate to domestic chore and taking care of all members in the household. Furthermore, emotional expressions and characteristics of mothers conform with femininity traits. In sum, the representation of motherhood presented in these children's books is the construction of motherhood according to social expectations and reflects gender oppression that still retains in the society.

คำสำคัญ: ภาพตัวแทน การประกอบสร้าง ความเป็นแม่ หนังสือเด็ก

บทนำ

หนังสือเด็กนับได้ว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการขัดเกลาทางสังคม พัฒนาการของเด็ก รวมถึงการเสริมสร้างจินตนาการในด้านต่างๆ แก่เด็ก ทั้งนี้ เนื้อหาที่ปรากฏในหนังสือเด็กมักจะตราตรึงอยู่ในความทรงจำของเด็กเป็นเวลานาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเนื้อหานั้นๆ ถูกนำเสนอหรือผ่านการเล่าเรื่อง โดยผู้ปกครอง ขณะเดียวกัน ความทรงจำที่เกิดขึ้นจากเนื้อหาที่ถ่ายทอดในหนังสือ เช่นนี้สามารถที่จะกลายเป็นประสบการณ์และกรอบในการมองโลกในด้านต่างๆ ให้แก่เด็ก และทำให้เด็กมีแนวโน้มที่จะเกิดภาพเหมารวมต่อเรื่องต่างๆ อย่างสอดคล้องกับความทรงจำและประสบการณ์ที่ได้รับจากเนื้อหาในหนังสือ โดย

เฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กเล็กที่มีความอ่อนไหวต่อการรับเนื้อหา ซึ่งนั่นก็จะทำให้หนังสือเด็กสามารถเข้ามามีอิทธิพลอย่างมากกับเด็กเล็กในการสร้างความหมายของสิ่งต่างๆ ทั้งนี้ในกลุ่มเด็กเล็กที่มีอายุไม่เกิน 6 ปีนั้น หนังสือนิทานภาพนับได้ว่าเป็นสื่อประเภทแรกๆ ที่เข้าถึงเด็กเล็กผ่านทางผู้ปกครองที่จะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อและอ่านหนังสือให้เด็กฟัง เนื่องจากเด็กเล็กอาจจะยังมีข้อจำกัดด้านการอ่านหนังสือ จึงยังไม่สามารถเข้าใจเรื่องราวที่น่าเสนอด้วยตัวอักษรได้มากนัก

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อหนังสือสำหรับเด็กนั้น ระพีพรพรรณ พัฒนาเวช และคณะทำงานห้องสมุดไทยคิด (ม.ป.ป.) ได้เรียบเรียงคู่มือการคัดเลือกหนังสือสำหรับเด็กแต่ละช่วงวัย โดยอธิบายว่า การคัดเลือกหนังสือสำหรับเด็กต้องเป็นไปตามช่วงวัย พร้อมมีการระบุรายละเอียดการคัดเลือกหนังสือในแต่ละช่วงวัยไว้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงแล้ว การตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือสำหรับเด็กของผู้ปกครองนั้น ส่วนใหญ่มักจะพิจารณาตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มหนึ่งๆ ตามสัญชาตญาณของตนเอง นั่นคือการพิจารณาเฉพาะภาพรวมของเนื้อหาที่คาดหวังว่า จะช่วยส่งเสริมความรู้และพัฒนาความเฉลียวฉลาดของบุตรหลานให้มากขึ้น แต่อาจจะไม่ได้พิจารณาหรือไม่ได้ทันได้สังเกตในรายละเอียดถึงความหมายที่ซ่อนอยู่ในหนังสือเหล่านั้น ทั้งๆ ที่ความหมายโดยนัยที่สะท้อนผ่านหนังสือโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของภาพนั้น มักจะมีบทบาทที่สำคัญในการอบรมบ่มเพาะและขัดเกลาทางสังคม ซึ่งส่งผลต่อความคิดหรือทัศนคติของเด็กต่อเรื่องต่างๆ ทั้งนี้ Abad and Pruden (2013) ได้ระบุถึงบทบาทของหนังสือนิทานต่อการก่อร่างภาพเหมารวมด้านเพศสภาวะ โดยหนังสือนิทานเหล่านี้ถูกเชื่อว่า จะช่วยให้เด็กเข้าใจบทบาทของผู้ชายและผู้หญิงในสังคม โดยการเสริมย้ำความคิดของเด็กเกี่ยวกับบทบาทของแต่ละเพศสภาวะ อาทิ อะไรคือคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับผู้ชายและผู้หญิง หรือในทางกลับกัน ก็คือ การทำลายต่อภาพเหมารวมด้านเพศในเด็ก

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาหนังสือนิทานภาพสำหรับเด็กวัย 3-6 ปี ที่วางจำหน่ายทั่วไปตามร้านหนังสือนั้น จะพบว่า ส่วนใหญ่ดำเนินเรื่องผ่านตัวละครทั้งที่เป็นมนุษย์และสัตว์บ่อยครั้งกว่าตัวละครที่สร้างขึ้นจากสิ่งของที่ไม่มีชีวิต

และแม้ว่าตัวละครที่ปรากฏจะมีทั้งเพศชายและเพศหญิง อย่างไรก็ตาม หนังสือเด็กส่วนใหญ่นำเสนอถึงสถานภาพทางสังคมของเพศชายและเพศหญิงอย่างไม่เท่าเทียมกัน นั่นคือตัวละครหลักในหนังสือเด็กส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย ขณะที่ตัวละครเพศหญิงมักจะถูกนำเสนอในฐานะหรือบทบาทที่ด้อยกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย Janice McCabe ศาสตราจารย์ด้านสังคมวิทยาแห่งมหาวิทยาลัย Florida State ที่ระบุว่า จากการศึกษานี้หนังสือเด็กเกือบ 6,000 เล่ม ที่ตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 1900 ถึง ค.ศ. 2000 พบว่า ตัวแสดงเพศชายได้รับการนำเสนอมากกว่าเพศหญิงอย่างชัดเจน ทั้งในตัวละครที่เป็นคนและสัตว์ รวมทั้งลักษณะเช่นนี้อาจจะเกื้อหนุนให้เด็กยอมรับถึงการไม่ปรากฏตัวของผู้หญิงหรือเด็กหญิง และเชื่อว่า พวกเขามีความสำคัญน้อยกว่าผู้ชายและเด็กชาย (Flood, 2011)

ในขณะเดียวกัน หนังสือเด็กยังมักจะนำเสนอถึงภาพเหมารวมด้านเพศสภาวะ นั่นคือการนำเสนอให้เห็นถึงบทบาทและคุณลักษณะที่ควรจะเป็นของความเป็นชายและความเป็นหญิง อาทิ หนังสือนิทานภาพคำกลอนชุดวันแสนสนุกของกุ่มกึ่งตอน *กุ่มกึ่งไปตลาด* เรื่องโดยมนฤดี ทองกลอย ภาพโดยชาติ ศรีพลแผ้ว ตีพิมพ์โดยสำนักพิมพ์แฮปปี้คิดส์ ที่มีตัวดำเนินเรื่องหลักคือ “กุ่มกึ่ง” เด็กผู้หญิงตัวกลม ที่การนำเสนอเนื้อหาได้สะท้อนถึงคุณลักษณะของความเป็นเพศหญิงไว้อย่างชัดเจน อาทิ บทบาทของแม่ที่ต้องดูแลลูกและมีพื้นที่อยู่ในบ้านเป็นหลักหรือบทบาทของเด็กหญิงอย่างกุ่มกึ่งที่เล่นขายของ ใส่ผ้ากันเปื้อน รวมถึงทรงผมและการแต่งกายของกุ่มกึ่งที่สะท้อนความเป็นเพศหญิง ขณะที่ในกรณีของตัวละครที่เป็นสัตว์ซึ่งมีทั้งกระต่าย แมว ช้าง หมี และอื่นๆ ก็จะมีการนำเสนอถึงคุณลักษณะความเป็นชายและความเป็นหญิงผ่านการแต่งกายและ/หรือผ่านตัวเนื้อความ อาทิ การแต่งกายของคูนยีราฟที่ใส่รองเท้าส้นสูง หรือการใช้คำศัพท์แทนคูนยีราฟว่า “เธอ” “she” และ “Ms. Giraffe” ในหนังสือนิทานสองภาษาเรื่อง *คุณจะเข้ากับความรักอันยิ่งใหญ่* เรื่องและภาพโดยดาเนียลา คูลอต แปลภาษาไทยโดยวาสนา นิมนวล และแปลภาษาอังกฤษโดยจิรประภา ประคุณหังสิต ตีพิมพ์โดยสำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดถึงบทบาทของเพศหญิงที่ปรากฏในหนังสือเด็กพบว่า หนึ่งในบทบาทที่สำคัญของเพศหญิงที่มักจะปรากฏให้เห็นอย่างสม่ำเสมอคือ บทบาทที่สอดคล้องหรือเป็นไปตามแบบแผนประเพณีนิยม นั่นคือ บทบาท “ความเป็นแม่” (motherhood) อาทิ การที่แม่ต้องเป็นผู้ดูแลลูกกึ่งจากหนังสือเด็กเรื่อง *กุงกิ้งไปตลาด* หรือภาพของแม่ที่มีบทบาทในการดูแลลูก และพื้นที่ของแม่ที่อยู่ที่บ้าน โดยสะท้อนจากภาพของแม่ที่สวมผ้ากันเปื้อน และคอยให้การดูแลอบรมสั่งสอนลูกจากหนังสือเด็กเรื่อง *เรื่องของผม* โดยณัฐธากิตติคุณเดชา ที่ตีพิมพ์โดยสำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์ คิดดี เมื่อปี 2556

การนำเสนอถึงเพศหญิงในบทบาทของความเป็นแม่ สอดคล้องกับการศึกษาโดย Smith (2015) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลของแนวคิดสตรีนิยมต่อการดัดแปลงเทพนิยายเรื่อง “ราพันเซล” (Rapunzel) ฉบับที่ตีพิมพ์เมื่อปี ค.ศ. 1968 และ 1993 เพื่อที่จะแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงที่นิยมชมชอบของเนื้อความในหนังสือที่แม้ว่าจะไม่ได้ส่งผลต่อโครงสร้างการเล่าเรื่องทั้งหมด แต่สามารถนำเสนอให้เห็นได้อย่างลึกซึ้งถึงวิธีที่สังคมได้วางตำแหน่งในทางอุดมการณ์ต่อผู้ชายและผู้หญิง นั่นคือหนังสือฉบับที่ตีพิมพ์เมื่อปี ค.ศ. 1968 ที่แม้ว่าจะปรากฏในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงด้านความสัมพันธ์ทางเพศสภาวะ แต่กลับพบว่า เนื้อหายังคงนำเสนอถึงโลกที่มีขอบเขตอย่างชัดเจน บทบาทด้านเพศสภาวะแบบประเพณีนิยมที่ยังคงยึดติดอยู่กับความคิดที่ว่าความเป็นแม่ (motherhood) เป็นบทบาทที่ถูกกำหนดในทางชีวภาพในชีวิตของผู้หญิง รวมถึงยังแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงที่มีพลังอำนาจนั้นอันตราย รวมทั้งยังมีการเตือนให้เห็นว่า แม้กระทั่งคุณลักษณะของผู้หญิงในอุดมคติไม่ควรที่จะเบี่ยงเบนไปจากบทบาทที่ต้องพึ่งพาและนิ่งเฉยไม่กระตือรือร้น และหากมีการเบี่ยงเบนออกไปก็จะต้องถูกลงโทษ ขณะที่ภาพเหมารวมด้านเพศสภาวะดั้งเดิมนี้มีการพัฒนาที่ดีขึ้นในฉบับที่ตีพิมพ์เมื่อปี ค.ศ. 1993 โดยนำเสนอถึงการเติบโตของการปลดปล่อยผู้หญิงให้เป็นอิสระ มีพลังอำนาจมากขึ้น และมีลักษณะเหมือนแม่น้อยลง นั้นหมายความว่า เทพนิยายทั้งสองฉบับนี้ได้แสดงให้เห็นถึงประเด็นด้านเพศสภาวะและพลังอำนาจที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัด

ทั้งนี้ การนำเสนอถึงบทบาทของเพศหญิงในลักษณะเช่นนี้สะท้อนอย่างชัดเจนว่า ความเป็นหญิงยังคงถูกนำเสนอโดยยึดโยงอยู่กับ “ความเป็นแม่” อย่างไรก็ตาม จากสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้หญิงในปัจจุบันมีบทบาทที่หลากหลายมากขึ้นทั้งบทบาทความเป็นแม่ที่บ้านคือพื้นที่ของแม่ ขณะเดียวกันก็ยังมีบทบาทในพื้นที่นอกบ้านเช่นเดียวกับผู้ชาย จากลักษณะดังกล่าวนี้ก่อให้เกิดประเด็นคำถามว่าในบริบทของสังคมไทย การนำเสนอเนื้อหาในหนังสือเด็กยังคงนำเสนอถึงผู้หญิงอย่างสอดคล้องกับแบบแผนประเพณีนิยมในสังคมไทย เพื่อเป็นการเสริมย้ำ “ความเป็นแม่” ให้แก่ผู้หญิงในสังคมไทย หรือจากบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน อาทิ กระแสความเท่าเทียมกันทางเพศ หนังสือเด็กเหล่านี้ได้นำเสนอมุมมองที่ทำทลายต่อแบบแผนประเพณีนิยมเหล่านั้นหรือไม่ นั้นหมายความว่า การนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏในหนังสือเด็กมีความสอดคล้องกับความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด การนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏในหนังสือเด็กเป็นการถ่ายทอดภาพความเป็นจริงในสังคมหรือเป็นเพียงการประกอบสร้างของผู้แต่งหรือสำนักพิมพ์ที่อาจจะแตกต่างจากความเป็นจริงโดยสิ้นเชิง ดังนั้นจึงเป็นเรื่องน่าสนใจที่จะนำแนวทางการประกอบสร้าง (constructivism) และแนวทางภาพสะท้อน (reflectivism) มาใช้ในการพิจารณาถึงภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็ก ขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาถึงภาพตัวแทนความเป็นแม่ อีกแนวทางหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือ แนวทางสตรีนิยม (feminism) ที่อาจจะเข้ามามีอิทธิพลต่อการนำเสนอเนื้อหาหนังสือเด็กในประเทศไทย ดังนั้น บทความชิ้นนี้จะให้ความสนใจต่อการใช้นิยามสตรีนิยมเพื่อวิเคราะห์ภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือนิทานภาพเหล่านี้ว่า ภายหลังจากที่กระแสสตรีนิยมเป็นที่แพร่หลาย มุมมองหรือทัศนะต่อผู้หญิงที่มองว่าเพศหญิงเป็นรองหรือด้อยกว่าเพศชาย รวมถึงคุณลักษณะและแบบแผนของความเป็นแม่แบบประเพณีนิยมนั้นได้ถูกเสริมย้ำให้แข็งแกร่งมากขึ้นหรือถูกท้าทายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปได้หรือไม่

นอกจากนั้น บทความชิ้นนี้เป็นการตั้งข้อสังเกตและข้อคำถามต่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือนิทานเด็ก โดยการคัดเลือกหนังสือนิทานภาพสำหรับเด็กเล็กจำนวนหนึ่งมาเป็นตัวอย่างในการวิเคราะห์

ยืนยันถึงข้อถกเถียงในบทความชิ้นนี้ สำหรับเกณฑ์เบื้องต้นในการคัดเลือกคือ หนังสือทุกเล่มต้องมีการปรากฏของตัวละครที่เป็นเพศหญิง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในบทบาทที่แสดงถึงความเป็นแม่ และได้คัดเลือกหนังสือมาทั้งสิ้น 12 เล่ม จาก 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกคือหนังสือเด็กที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2557-2560) เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการจัดการและส่งเสริมการศึกษาขั้นพื้นฐาน ดังนั้นจึงน่าสนใจอย่างยิ่งว่า หนังสือที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานพิจารณาว่าเหมาะสมสำหรับเด็กนั้น ได้นำเสนอมุมมองถึงภาพตัวแทนความเป็นแม่บนพื้นฐานของความเป็นไทยไว้อย่างไร โดยหนังสือที่สอดคล้องกับเกณฑ์ข้างต้นและยังมีวางจำหน่ายอยู่มี 6 เล่มจากทั้งหมด 13 เล่ม แต่เนื่องจากหนังสือ 2 เล่มมีตัวละครเป็นสัตว์ประเภทเดียวกันคือนก จึงเลือกมาศึกษาเพียง 1 เล่ม ดังนั้นจึงมีจำนวนทั้งหมด 5 เล่ม ได้แก่ หนังสือที่ได้รับรางวัลชมเชยปี 2557 คือ *ข้าวเฒ่าเขาแหลม* และ *หัวใจดวงอุ่น* รางวัลชมเชยปี 2558 คือ *อะไรอยู่ในอากาศ* รางวัลชมเชยปี 2559 คือ *ขึ้นอย่างไรนะ* รางวัลชมเชยปี 2560 คือ *ของขวัญพิเศษของโป้งเหงง* ขณะที่กลุ่มที่สองคือ หนังสือเด็กที่วางจำหน่ายทั่วไปในร้านหนังสือแต่ไม่ได้รับรางวัล โดยทำการสุ่มเลือกหนังสือจากศูนย์หนังสือจุฬาและร้านหนังสือซีเอ็ดมาจำนวน 7 เล่ม ได้แก่ *กุงกิ้งรักพ่อแม่* *ขอบใจมากนะจ๊ะปยุ่น้อย* *ตุ๊ตะเกียบของเล่นแล้วนะ* *ป่องแบ่งไม้สพาย* *เรารักกันนะ* *ลูกแมวไม่ดื้อแล้วนะ* และ *หนูนิดติดเกม*

ทั้งนี้ บทความนี้จะจำแนกเนื้อหาเป็น 5 ส่วนหลัก ได้แก่ แม่และความเป็นแม่ บทบาทของเพศหญิงและภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในสื่อ แนวทางการศึกษาภาพตัวแทน แนวทางสตรีนิยมและความเป็นแม่ และภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็ก

แม่และความเป็นแม่ (motherhood)

สุวรรณ สดาอนันท์ และเนืองน้อย บุญเนตร (2535) ระบุว่า “แม่เป็นคำโดดหรือคำไทยที่บ่งบอกความสัมพันธ์ที่อบอุ่นลึกซึ้งระหว่างผู้หญิงกับลูกแม่หมายถึงผู้มีพระคุณ ผู้ให้กำเนิด ให้น้ำนมลูกดื่มกิน ให้ความรักความเมตตา

และปกป้องดูแลลูกจนเติบโต” ทั้งนี้เราสามารถจำแนกประเภทของแม่ได้ดังนี้ แม่ในฐานะคำที่ใช้แบ่งแยกเพศ บ่งบอกบทบาท สถานภาพและอากัปกริยา ในฐานะคำที่ใช้บ่งบอกฐานะของผู้ปกครองคุ้มครอง ในฐานะคำที่ถูกนำมาใช้เรียก ผู้เป็นหัวหน้าหรือเป็นนาย ในบริบทสังคมไทยแต่โบราณสตรีเพศผู้เป็นแม่ได้รับการยกย่องและให้เกียรติ รวมถึงตระหนักถึงบทบาทหน้าที่และบุญคุณของแม่ ต่อชีวิตของลูกๆ ตลอดมา เห็นได้จากการที่สังคมไทยใช้คำว่าแม่ในความหมาย ของผู้ให้ชีวิตหรือหญิงผู้ให้กำเนิดกับสิ่งดั่งตามธรรมชาติ เพื่อยกย่องเทิดทูน อาทิ แม่น้ำ แม่โพสพ แม่ธรณี เป็นต้น อีกทั้งในบริบทของสังคมวัฒนธรรมไทย “แม่คือผู้เสียสละความสุขส่วนตนเพื่อลูก คอยดูแลเอาใจใส่และประคับประคอง ลูกจนเติบโตใหญ่”

อย่างไรก็ตาม การที่สังคมไทยในอดีตมีลักษณะวัฒนธรรมเฉพาะ ที่แตกต่างกันในแต่ละชนชั้น ทำให้ความหมายของการเป็นแม่ รวมถึงบรรทัดฐาน แบบแผน พฤติกรรม และบทบาทของผู้หญิงในแต่ละชนชั้นแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้วัฒนธรรมชนชั้นสูงกำหนดให้ผู้หญิงเป็นเมียก่อนและเป็นแม่ทีหลัง โดย ผู้หญิงต้องเป็นแม่บ้านแม่เรือนและใช้ชีวิตเพื่อปรนนิบัติรับใช้สามี อีกทั้งยังมอง ว่าผู้หญิงเจ้าอารมณ์ไร้เหตุผล จึงควรมีแบบแผนพฤติกรรมในเรื่องที่เกี่ยวกับ ทางโลก เช่น ครอบครัวย การปรนนิบัติรับใช้ ส่วนวัฒนธรรมชาวบ้านกำหนด ให้ผู้หญิงเป็นแม่ เนื่องจากผู้หญิงเป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัวและผู้ผลิตของสังคม อย่างแท้จริง ขณะที่ผู้ชายถูกเกณฑ์แรงงานเป็นประจำ ดังนั้นหญิงผู้เป็นแม่จึง เป็นแรงงานหลักในไร่นา ในการทำมาหากินเพื่อเลี้ยงดูครอบครัว ต่อสู้ดิ้นรนเพื่อ ความอยู่รอดของครอบครัว

นอกจากนี้ จากอิทธิพลของตะวันตกที่เข้ามาสู่สังคมไทยตั้งแต่ปลาย พุทธศตวรรษที่ 24 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบทบาทฐานะของผู้หญิงและ ความเป็นแม่ตามแบบอย่างตะวันตกมากขึ้น การลอกเลียนกิจกรรมบางอย่างใน คติ “ชายเป็นใหญ่” ของตะวันตกทำให้สังคมไทยที่ยกย่องให้เกียรติผู้หญิงและ ความเป็นแม่ กลายเป็นการมองผู้หญิงในฐานะของสินค้าและวัตถุทางเพศมากขึ้น รวมทั้งท่ามกลางพลังวัฒนธรรมบริโภคนิยมและความทันสมัยเหล่านี้ทำให้ความ

เป็นแม่ในสังคมไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ผู้หญิงไทยในปัจจุบันเลือกที่จะเป็นเมียหรือสาวทำงานมากกว่าการเป็นแม่ ครอบครัวไทยที่เคยเป็นครอบครัวขยายและมี “พหุมารดา” กลายเป็นสิ่งล้าสมัย แม่ที่เป็น “เอกมารดา” มักจะทดแทนตัวเองด้วยพี่เลี้ยงและคนใช้ในเวลากลางวัน นอกจากนี้ แม่ในสังคมสมัยใหม่ถูกบังคับให้เลือกระหว่าง “เสรีภาพ” กับ “ภาระ” อีกทั้งผู้หญิงต้องเลือกระหว่างความเป็นแม่กับความสำเร็จในชีวิต เนื่องจากการเป็นแม่จะทำให้ผู้หญิงถูกลดบทบาทและสถานภาพลง

อีกทั้ง ว.วชิรเมธี (2547) ระบุว่า ผู้หญิงแต่โบราณเชื่อว่า การได้เป็น “แม่คน” เป็นความรู้สึกและเป็นสถานภาพที่พิเศษที่สุดสำหรับลูกผู้หญิง นอกจากนี้ ในพระพุทธศาสนา พระพุทธเจ้าใช้คำว่า “มาตาปิตา” เมื่อตรัสถึงแม่และพ่อ นั้นแสดงว่าทรงยกย่องผู้หญิงและสถานภาพแห่งความเป็นแม่ไว้สูงมาก โดยยกแม่ให้เป็นผู้เลิศยิ่งกว่าพ่อ ทั้งนี้การเป็นแม่ที่ดีต้องทำหน้าที่ดังต่อไปนี้ให้ลูก แม่เป็นพระพรหม นั่นคือแม่เป็นพระผู้สร้างชีวิต สร้างอุปนิสัย สร้างสติปัญญา สร้างค่านิยม สร้างสังคม สร้างอนาคต สร้างกฎแห่งกรรม และสร้างคุณธรรมแห่งชีวิตในขณะเดียวกัน แม่ยังเป็นบูรพาจารย์ นั่นคือแม่เป็นครูคนแรกในชีวิตของลูกที่สอนในทุกเรื่อง ทุกโอกาส และทุกวัย อีกทั้งแม่เป็นพระอรหันต์ นั่นคือหัวใจรักของแม่ต่อลูกบริสุทธิ์ สว่าง กระฉ่างใส บรรดาดีต่อลูก มีใจกว้างขวาง และยังไม่ถูกขีดคั่นด้วยอคติ รวมทั้งแม่เป็นผู้พุ่มพักรักษาทั้งทางกายและทางใจ นั่นคือแม่ดูแลเอาใจใส่เป็นห่วงเป็นใยลูกในทุกย่างก้าว รวมถึงดูแลความรู้สึกของลูก นอกจากนี้ แม่ยังเป็นมัคคุเทศก์ นั่นคือแม่เป็นผู้นำทางไปสู่ความสุขความเจริญในชีวิต อีกทั้งแม่ยังเป็นผู้กำกับ นั่นคือแม่เป็นเพียง “ผู้กำกับ” ชีวิตคนหนึ่งของลูก ไม่ใช่ “ผู้บัญชาการ” ลูกมีเจตจำนงเสรีในการเลือกวิถีชีวิตของเขา รวมทั้งแม่เป็นมารดาบังเกิดเกล้า นั่นคือแม่เสียสละเลือดในอกมากลั่นเป็นน้ำนมให้ลูกดื่มกิน รวมทั้งแม่ยังเป็นกัลยาณมิตรหรือมิตรแท้เพื่อนที่ดั่งมาของลูก นอกจากนี้ แม่ยังเป็นผู้พิพากษาที่ต้องไม่ทำตามใจลูกเสียทุกอย่าง แต่ต้องตัดสินสิ่งต่างๆ ด้วยความเที่ยงธรรม “ดีก็บอกว่าดี ชั่วก็บอกว่าชั่ว” รวมถึงแม่เป็นพระโพธิสัตว์ นั่นคือแม่มีความกรุณาและรู้จักให้อภัย อีกทั้งแม่เป็นผู้นำทางจิตวิญญาณ นั่นคือแม่

ต้องสร้างสภาวะแวดล้อมให้จิตของลูกเกาะเกี่ยวกับคนหรือสิ่งที่ดีงาม และสุดท้ายคือ แม่เป็นแม่ศรีเรือน นั่นคือแม่ที่ตระหนักรู้ถึงบทบาทในบ้านของตน ทั้งการเป็นภรรยาที่ดีของสามี การเป็นแม่ที่ดีของลูก การเป็นแม่บ้านของทั้งสามีและลูก การมีเสน่ห์ปลายจวัก การเป็นแม่พระ การชักพาสามีและลูกเข้าหาธรรมะ การเป็นผู้นำเมื่อยามที่สามีไม่อยู่ ไม่มี หรือไปมีคนอื่น

นอกจากนี้ Kaplan (1992) ระบุว่า แม้ว่าจะสัมผัสได้ถึง “แม่” (mother) ในทุกหนแห่ง แต่ “แม่” โดยตัวมันเอง มักจะไม่ใช่ว่าประเด็นที่ถูกนำมาพิจารณา และมักจะได้รับความสนใจจากแวดวงวิชาการค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ “แม่” มักจะถูกอธิบายในฐานะส่วนประกอบที่สำคัญของวาทกรรมที่ถูกพูดโดยผู้อื่น นั่นคือเป็นทั้งรูปลักษณะในการออกแบบที่ไม่ได้อยู่ในความสนใจ หรือหากอยู่ในความสนใจ ก็จะถูกโจมตีอย่างรุนแรงจากการจู่โจม การวิพากษ์วิจารณ์ การร้องเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวาทกรรมเกี่ยวกับเด็ก (ผู้ชายหรือผู้หญิง) หรือในวาทกรรมเกี่ยวกับผู้ใหญ่ (ผู้ชายหรือผู้หญิง) ที่สัมพันธ์กับคุณลักษณะที่เลวร้ายทั้งหมดต่อแม่ ทั้งนี้แม่อาจจะถูกรับรู้ได้ถึงการปรากฏตัวหรือมีตัวตน แม้ว่าจะไม่มีการปรากฏในเชิงกายภาพ (absent presence) ขณะเดียวกัน แม่ก็อาจจะถูกตระหนักในฐานะที่ไร้ตัวตน แม้ว่าจะมีการปรากฏในเชิงกายภาพ (present absence) เมื่อนั้นมันไม่ใช่ว่าแม่ไม่ได้รับความสนใจเท่ากับที่ถูกรับรู้จากมุมมองอื่นๆ หรือที่ถูกนำเสนอในฐานะหน้าที่ทางสังคมที่ถูกประกอบสร้างขึ้นแบบชายเป็นใหญ่ (patriarchy) อีกทั้งนักวิชาการเพียงไม่กี่คนที่สนใจถึงตำแหน่งหรือบทบาททางสังคมของเธอจากภายในวาทกรรมของ “แม่” เช่นเดียวกับที่นักวิชาการจำนวนไม่มากนักที่ศึกษาถึงแง่มุมที่ถูกกดขี่ของภาพตัวแทนของแม่ภายใต้อำนาจแบบชายเป็นใหญ่ (patriarchal maternal representation) หรือการยอมรับอย่างไม่รู้ตัวของแม่ต่อมายาคติที่ไม่สามารถบรรลุได้ในระดับของการก่อตัวทางสังคม หรือการพิจารณาเกี่ยวกับแม่ในฐานะรูปลักษณะเกี่ยวกับลักษณะของผู้หญิงภายใต้อำนาจชายเป็นใหญ่ (patriarchal feminine) ที่สืบทอดมาจากแนวโน้มด้านวรรณคดีและศิลปะที่เน้นความรู้สึกของมนุษย์ (sentimentalism) ในช่วงศตวรรษที่ 19

Kaplan (1992) ระบุเพิ่มเติมว่า จากการให้ความสำคัญต่อภาพตัวแทนของแม่ จึงต้องอ้างอิงภาพตัวแทนเหล่านี้กับระดับของวาทกรรม (discursive

level) ทั้งในเชิงประวัติศาสตร์และจิตวิเคราะห์ และได้จำแนกการวิเคราะห์ “แม่” ในขอบเขตของภาพตัวแทนที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนภายใต้ขอบเขตเชิงประวัติศาสตร์ จิตวิเคราะห์ และเชิงนวนิยาย เป็น 3 ประเภทหลัก โดยประเภทแรกคือ แม่ในเชิงวาทกรรม (discursive mother) ซึ่งหมายถึงแม่ในบทบาทของสถาบันที่ถูกประกอบสร้างทางสังคม นั่นคือแม่ในแบบที่เด็กผู้หญิงถูกขัดเกลากลายทางสังคมให้กลายเป็น และแม่ที่แท้จริงหรือแม่ในประวัติศาสตร์ที่ต่อสู้เพื่อให้ปรากฏเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา ประเภทที่สองคือ แม่ในความไม่รู้ตัว (unconscious mother) นั่นคือแม่ผู้ซึ่งถูกสถาปนาขึ้นจากสิ่งต่างๆ หรือแม่ในจินตภาพ และประเภทที่สามคือ แม่ที่เป็นภาพตัวแทนในเชิงนวนิยายซึ่งเป็นการรวมกันของแม่ที่ถูกวางตำแหน่งในเชิงสถาบันและแม่ในความไม่รู้ตัว ขณะที่แม่ประเภทที่สี่คือ แม่ “ในชีวิตจริง” (real life mother) ซึ่งหมายถึงแม่ในเชิงรูปลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ผู้ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับลูกของเธอทุกวันนี้ Kaplan วางไว้นอกขอบเขตเชิงวาทกรรม เนื่องจากเชื่อว่าแม่ประเภทนี้ในที่สุดแล้วไม่สามารถเป็นภาพตัวแทนเช่นนั้นได้

ขณะที่ Barnett (2016) กล่าวว่า การนำเสนอของสื่อมวลชนเต็มไปด้วย “สุดยอดคุณแม่” (super moms) อาทิ แม่ที่สวมใส่ใ้มุกและรองเท้าส้นสูงขณะดูแลลูกในทศวรรษที่ 1950 หรือแม่ในรายการเรียลิตี้ปัจจุบันอย่าง Kim Kardashian ที่นำทางไปสู่ความเป็นแม่ในสภาพแวดล้อมของความร่ำรวยและแฟชั่นที่น่าสมมุยไม่ซ้ำใคร มายาคติของสุดยอดคุณแม่ในสหรัฐอเมริกา มีรากฐานปรากฏในสื่อตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 ที่เป็นการเปลี่ยนจากยุคเกษตรเป็นยุคอุตสาหกรรม และบ้านกลายเป็นพื้นที่สำหรับผู้หญิง โดยนิตยสารสำหรับผู้หญิงส่วนใหญ่ให้คำแนะนำและการสอนถึงพฤติกรรมความเป็นผู้หญิงที่เหมาะสม อาทิ งานเย็บปักถักร้อย รวมถึงการบ่มเพาะภาพของสื่อเกี่ยวกับแม่ในฐานะผู้ให้การดูแลที่เยี่ยมยอด และถึงแม้ว่าในทศวรรษที่ 1970 และ 1980 ผู้หญิงจะออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น แต่สื่อมวลชนก็ยังส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับ “การยึดติดหรือการครอบงำที่มากเกินไปของแม่” แบบใหม่ (new momism) กล่าวคือ ผู้หญิงไม่มีทางที่จะเป็นผู้หญิงที่สมบูรณ์แบบได้อย่างแท้จริงจนกระทั่งเธอมีลูก นั่นคือผู้หญิงยังคงเป็นผู้ดูแลหลักที่ดีที่สุดของเด็ก ผู้หญิงต้องอุทิศทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และความขบถ และทุกเวลานาทีเพื่อลูกของเธอ

นอกจากนี้ Lloyd et al. (1991) อธิบายว่า ความเป็นแม่เป็นศูนย์กลางต่อวิถีทางที่ซึ่งแม่ถูกนิยามโดยคนอื่นๆ และต่อการรับรู้ของพวกเขาต่อตนเอง ผู้หญิงยังคงถูกนิยามในแง่ของหน้าที่เชิงชีวภาพ ความเป็นแม่โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเลี้ยงดูเด็กยังคงถูกนิยามในฐานะเส้นทางที่ยิ่งใหญ่ที่สุดต่อการเติมเต็มเชิงอารมณ์และร่างกายสำหรับผู้หญิง และผู้หญิงที่ไม่สามารถทำหน้าที่นี้ อาทิ ไม่สามารถมีลูก ถูกมองว่าเห็นแก่ตัวและล้าเหลว อีกทั้งสภาพแวดล้อมและอายุสำคัญต่อการที่ผู้หญิงจะถูกทักท้วงว่าจะกลายเป็นแม่ รวมถึงจะห้ามความเป็นแม่สำหรับผู้หญิงที่อ่อนเยาว์หรือแก่เกินไป ความคิดเช่นนี้เป็นตัวอย่างที่ทำให้เห็นว่าความเป็นแม่ถูกประกอบสร้างทางสังคมอย่างมีคุณค่าและมีความสำคัญ ทั้งนี้ ภาพความเป็นแม่ที่ดีคือแม่ที่ไวต่อความรู้สึก (sensitive mother) เป็นแม่ที่ใส่ใจและตระหนักถึงพฤติกรรมของเด็กๆ ซึ่งการเป็นแม่เช่นนี้สามารถกระทำผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ การอ่านหนังสือให้เด็กฟัง หรือการให้เด็กมีส่วนร่วมในการสนทนาและโดยบังเอิญในฐานะส่วนหนึ่งของสิ่งที่ทำในแต่ละวันของการซื้อของ การเตรียมอาหาร และการทำงานบ้าน เพื่อที่จะได้รับผลตอบกลับจากเด็ก และเพื่อที่เด็กจะสามารถใช้ผู้ใหญ่ในฐานะแหล่งข้อมูลหนึ่ง ความเป็นแม่เป็นสิ่งที่สำคัญต่อชีวิตของผู้หญิงทั้งหมด ไม่ว่าพวกเขาจะเป็นหรือต้องการที่จะเป็นแม่หรือไม่ เนื่องจากผู้หญิงถูกนิยามในแง่ของความสัมพันธ์กับความเป็นแม่ โดยภาพรวมแล้วแม่ถูกมองในฐานะผู้จัดหาที่จำเป็นอย่างมากต่อประสบการณ์ด้านสภาพแวดล้อมต่อลูกของพวกเขา ในฐานะแม่ที่ดีหน้าที่ที่สำคัญของพวกเขาคือเพื่อเพิ่มพูนพัฒนาการของเด็กๆ ให้มากที่สุด และดังนั้นพยายามที่จะทำหน้าที่ของความเป็นแม่ด้วยความเป็นมืออาชีพและผู้เชี่ยวชาญ

บทบาทของเพศหญิงและภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในสื่อ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การศึกษาจำนวนมากให้ความสนใจต่อคุณลักษณะและบทบาทของเพศหญิงที่ปรากฏในสื่อ (England et al., 2011; แสงดาว ถิ่นหารวงษ์, 2555; สราภักษ์ โรจนพุกษ์ และขจร ฝ่ายเทศ, 2557) โดย England et al. (2011) ศึกษาภาพยนตร์การ์ตูนเจ้าหญิงของดิสนีย์ 9 เรื่อง

ที่จำแนกตามช่วงเวลาเป็น 3 กลุ่ม คือภาพยนตร์ในยุคแรกคือ ค.ศ. 1937-1959 ได้แก่ *สโนว์ไวท์และคนแคระทั้งเจ็ด* (*Snow White and the Seven Dwarves*) (1937) *ซินเดอเรลล่า* (*Cinderella*) (1950) *เจ้าหญิงนิทรา* (*Sleeping Beauty*) (1959) ภาพยนตร์ในยุคกลางคือในช่วง 30 ปีต่อมา ได้แก่ *เงือกน้อยผจญภัย* (*The Little Mermaid*) (1989) *โฉมงามกับเจ้าชายอสูร* (*Beauty and the Beast*) (1991) *อะลาดิน* (*Aladdin*) (1992) *โพคาฮอนทัส* (*Pocahontas*) (1995) และ *มู่หลาน* (*Mulan*) (1998) และภาพยนตร์ในยุคปัจจุบัน ได้แก่ *มหัศจรรย์มันตร์รักเจ้าชายกบ* (*The Princess and the Frog*) (2009) โดยพิจารณาการพรรณนาถึงบทบาทด้านเพศสภาวะเกี่ยวกับคุณลักษณะของเจ้าชายและเจ้าหญิง และประเมินการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา นั่นคือความเป็นชายและความเป็นหญิงแบบประเพณีนิยมที่แสดงโดยทั้งเจ้าชายและเจ้าหญิง ผ่านพฤติกรรมและการกระทำของพวกเขา โดยอาศัยแนวทางการประกอบสร้าง (constructivist approach) และทฤษฎีการปลูกฝัง (cultivation theory) ที่เสนอแนะว่าการพรรณนาถึงบทบาทด้านเพศสภาวะที่นำเสนอในภาพยนตร์อาจจะมีอิทธิพลต่อความเชื่อและความคิดของเด็กเกี่ยวกับเพศสภาวะ พฤติกรรมทางสังคม และบรรทัดฐาน ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของเจ้าหญิงและเจ้าชายแตกต่างกันในการพรรณนาถึงคุณลักษณะความเป็นชายและความเป็นหญิงแบบประเพณีนิยมอย่างมีนัยสำคัญ นั่นคือเจ้าหญิงแสดงถึงคุณลักษณะความเป็นหญิงแบบประเพณีนิยมมากกว่าความเป็นชาย ขณะที่เจ้าชายจะแสดงถึงคุณลักษณะความเป็นชายมากกว่าความเป็นหญิง นอกจากนี้ แม้ว่าบทบาทของทั้งผู้ชายและผู้หญิงจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา กล่าวคือ แม้ว่าเจ้าหญิงจะแสดงถึงคุณลักษณะความเป็นหญิงมากกว่าความเป็นชายในการ์ตูนทั้ง 3 กลุ่ม แต่เจ้าหญิงได้แสดงถึงคุณลักษณะความเป็นชายเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ขณะที่เจ้าชายแสดงถึงการผสมผสานของคุณลักษณะด้านเพศสภาวะมากกว่าโดยตลอด และมีความเปลี่ยนแปลงน้อยมากในการพรรณนาถึงบทบาทด้านเพศสภาวะของเจ้าชาย

ในขณะเดียวกัน แสงดาว ถิ่นหารวงษ์ (2555) ศึกษาเปรียบเทียบบทบาทของตัวละครเอกเพศหญิงในภาพยนตร์การ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์และภาพยนตร์

การ์ตูนไทย ได้แก่เรื่อง *มู่หลาน* ที่เข้าฉายเมื่อปี พ.ศ. 2541 (ค.ศ. 1998) และเรื่อง *ก้านกล้วย* ที่เข้าฉายเมื่อปี พ.ศ. 2549 (ค.ศ. 2006) เพื่อวิเคราะห์ภาพสะท้อนบทบาทของผู้หญิงในสังคม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง *ก้านกล้วย* ได้นำเสนอให้เห็นถึงบทบาทของผู้หญิงในสังคมไทยทั้งที่เป็นความคาดหวังของสังคมและเป็นสิ่งที่ปฏิบัติในชีวิตประจำวัน โดยบทบาทของผู้หญิงปรากฏใน 2 ลักษณะ คือในฐานะที่เป็นลูกสาวผ่านตัวละครซาแก้วที่เคียดแค้นและเชื่อใจความชั่วที่เลี้ยงดุมมา ซึ่งเปรียบเสมือนความสัมพันธ์ระหว่างลูกสาวและบิดามารดาที่ถูกต้องปฏิบัติตามที่บิดามารดาต้องการ และเป็นบทบาทที่ผู้หญิงในสังคมมักจะได้รับการคาดหวังให้ประพฤติ และในฐานะที่เป็นมารดาที่ต้องดูแลให้การอบรมสั่งสอนบุตร เช่นที่ซำซ้อแสงดาแม่ของก้านกล้วยทำหน้าที่เลี้ยงดู ห่ออาหารและคอยอบรมสั่งสอนก้านกล้วย ขณะที่ภาพยนตร์การ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์ เรื่อง *มู่หลาน* นำเสนอถึงบทบาทที่ชัดเจนของผู้หญิงผ่านตัวละครมู่หลาน ในฐานะที่เป็นลูกสาวที่ต้องเชื่อฟังบิดามารดาอย่างมาก มีความสามารถในการทำงานบ้านและต้องปรนนิบัติรับใช้บิดา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้หญิงจีนถูกคาดหวังว่าต้องมีบทบาทและสถานะที่ต่ำต้อยกว่าผู้ชายในทุกด้าน นอกจากนี้ ภาพยนตร์การ์ตูนทั้งสองเรื่องนำเสนอถึงบทบาทของผู้หญิงที่เหมือนกันคือ บทบาทในฐานะลูกสาวและมารดาที่เป็นบทบาทที่อยู่ภายในครอบครัว ซึ่งส่วนหนึ่งก็มาจากการที่สังคมคาดหวังให้แต่ละเพศประพฤติปฏิบัติตนตามแบบแผนที่เหมาะสมในสังคมสร้างขึ้น รวมถึงความเชื่อที่สืบเนื่องกันมาเกี่ยวกับสภาพทางกายภาพของผู้หญิงที่ถูกมองว่าต่ำต้อยกว่าผู้ชาย

ในส่วนเล่มที่สามนั้น สรรักษ์ โรจนพฤกษ์ และขจร ฝ่ายเทศ (2557) วิเคราะห์ภาพตัวแทนความเป็นสตรีในสื่อภาพยนตร์การ์ตูนของบริษัทวอลท์ ดิสนีย์ ที่มีตัวการ์ตูนหลักเป็นมนุษย์เพศหญิง 3 เรื่องได้แก่ *มู่หลาน* *โพคาฮอนทัส* และ *ราพันเซล* ผลการศึกษาพบว่า ภาพตัวแทนของผู้หญิงในภาพยนตร์การ์ตูนทั้ง 3 เรื่อง ในเรื่องรูปลักษณ์ภายนอกคือ มีรูปร่างผอม ไม่อ้วน รูปร่างได้สัดส่วน มีหน้าอก มีเอว มีสะโพก ผอมยาว หน้าตาดี ส่วนสีผิวกับสีผมจะขึ้นอยู่กับเชื้อชาติ ผู้หญิงจะต้องนั่งกระโปรง ยกเว้นมู่หลานที่ต้องสวมใส่กางเกงตอนปลอมตัวเป็น

ชาย อีกทั้งผู้หญิงไม่มีสิทธิเสรีภาพในการตัดสินใจกระทำการใดๆ ตามความต้องการของตนเอง แต่จะต้องอยู่ใต้อำนาจของผู้ปกครอง อาทิ มุ่หลานที่อยู่ภายใต้การปกครองของพ่อ เช่นเดียวกับโพคาซอนท์สที่พ่อเป็นคนเลือกทางเดินชีวิตให้ ส่วนราพันเซลอยู่ภายใต้การปกครองของแม่เลี้ยงและต้องเชื่อฟังสิ่งที่แม่พูด สำหรับในด้านบทบาทหน้าที่นั้นผู้หญิงมีบทบาทหน้าที่ที่ค่อนข้างถูกจำกัด โดยผู้หญิงต้องเป็นเพศที่ทำงานบ้าน เป็นภรรยา เป็นแม่ที่ดี คอยดูแลคนในบ้าน อีกทั้งถ้าเป็นผู้หญิงจีนก็จะมีหน้าที่ที่สำคัญอีกประการคือ การแต่งงาน ขณะที่บทบาทของผู้หญิงไม่ค่อยได้ใช้สติปัญญามากนัก คุณค่าของผู้หญิงอยู่ที่ความสวย โดยในเรื่องมุ่หลานมีภาพของการไปร้านเสริมสวยมีการแต่งหน้า ทำผม แต่งตัว เพื่อที่จะไปคู่ตัวกับแม่สื่อและเลือกคู่ครอง หรือเรื่องราพันเซลที่แม่เลี้ยงต้องการคงความสวยและอ่อนเยาว์จึงต้องขโมยตัวราพันเซลไว้เพื่อใช้ผสมวีเศษรักษาความสวยของตน แต่ในเรื่องโพคาซอนท์สกับมุ่หลานยังทำให้เห็นถึงคุณค่าของผู้หญิงที่เปลี่ยนไป คือ คุณค่าของผู้หญิงอยู่ที่ความสามารถและสติปัญญามากกว่ารูปลักษณ์ภายนอก

นอกจากนี้ การศึกษาจำนวนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความเป็นแม่สะท้อนให้เห็นว่า สังคมและวัฒนธรรมเป็นผู้กำหนดถึงความคาดหวังเกี่ยวกับความเป็นแม่ (ซุติมา โลมรตนันท์ และภาวิกา ศรีรัตนบัลล์, 2556; สุธิดา สองสีดา และสุรจุติ บัดโธสง, 2559) โดยซุติมา โลมรตนันท์ และภาวิกา ศรีรัตนบัลล์ (2556) พบว่า อัตลักษณ์ความเป็นแม่ไม่ตายตัว แต่เป็นสิ่งที่สามารถปรับตัวไปตามบริบทของสังคมและวัฒนธรรมเพื่อให้เข้ากับความต้องการของสังคม ประกอบกับตัวตนของผู้เป็นแม่แต่ละคน รวมทั้งอัตลักษณ์ความเป็นแม่อาจเกิดจากการเรียนรู้หรือซึมซับจากแม่หรือผู้หญิงที่ใกล้ชิดตั้งแต่วัยเด็ก และเมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ก็สามารถเรียนรู้จากผู้อื่นได้ ทั้งนี้ เงื่อนไขทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นแม่จำแนกได้ 2 ประเด็น ได้แก่ บทบาทผู้หญิงในพื้นที่ส่วนตัว เช่น การดูแลบุตร การดูแลบ้านเรือน การปรนนิบัติสามี ซึ่งในอดีตผู้ชายต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ดังนั้นผู้หญิงจึงต้องสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ และถือเป็นการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ของคนในสังคม ขณะที่อีกบทบาทหนึ่งคือ บทบาทผู้หญิงในพื้นที่สาธารณะ ในปัจจุบันสภาพทางสังคมเมืองที่มีการ

แข่งขันกันสูงทำให้คู่สามีภรรยาต้องช่วยกันหารายได้ ผู้หญิงจึงต้องเป็นผู้รับผิดชอบ บทบาทนี้และมีหน้าที่มากขึ้นจากเดิม จึงอาจเกิดปัญหาต่างๆ ทำให้ผู้หญิงที่เป็นแม่และทำงานนอกบ้านต้องเรียนรู้และหาวิธีการปรับตัว เนื่องจากทั้งสองบทบาทเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลา ความทุ่มเท และเอาใจใส่

ขณะที่สุริดา สองสีดา และสุรวุฒิ ปัดไธสง (2559) วิเคราะห์การสนทนากับผู้หญิงที่มีลูกและผ่านประสบการณ์การถูกทำร้ายร่างกายและถูกทำร้ายจิตใจจากสามี จำนวน 8 คนที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดที่มีลักษณะกึ่งเมืองกึ่งชนบท รวมถึงมีความแตกต่างด้านสังคมและเศรษฐกิจโดยใช้วิธีการวิจัยแบบเรื่องเล่าและการวิเคราะห์เรื่องเล่าแบบฟุโกต์เดียน โดยผลการศึกษาพบว่า ตัวตนของความเป็นแม่เป็นภาระหน้าที่อันยิ่งใหญ่ของผู้หญิง ทั้งนี้อำนาจ ความรู้ และอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ร่วมกันในการสร้างปฏิบัติการความเป็นแม่ที่ดีในพื้นที่ของครัวเรือน ทำให้ผู้หญิงมีความสำนึกรู้ เข้าใจ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด นั่นคือผู้หญิงต้องยอมสยบภายในพื้นที่ของครัวเรือน จะต้องเป็นแม่ไปตลอดชีวิตตั้งแต่ลูกอยู่ในครรภ์จนกระทั่งคลอดลูก และยังต้องเลี้ยงดู ให้การศึกษา ปกป้องลูกจากอันตรายและปัญหา ซึ่งตัวตนความเป็นแม่นี้เป็นระบบความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันที่สร้างให้ผู้หญิงต้องยอมสยบ นั่นคือในสังคมชายเป็นใหญ่ สังคมกำหนดและคาดหวังถึง “ความเป็นแม่” ของผู้หญิง

นอกจากนี้ การศึกษาจำนวนมากให้ความสนใจถึงภาพความเป็นแม่ที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือและวรรณกรรมสำหรับเด็ก (DeWitt et al., 2013; Sihombing et al., 2014; Joosen, 2015; Dobris et al., 2017) ทั้งนี้ DeWitt et al. (2013) ตรวจสอบการพรรณนาถึงแม่และพ่อในฐานะเพื่อน ผู้ยึดถือระเบียบวินัย ผู้ให้การดูแล การเลี้ยงดู และผู้หาเลี้ยงครอบครัว ในหนังสือภาพของเด็กในศตวรรษที่ 20 โดยผลการศึกษาพบว่า ภาพของแม่ดีกว่าพ่อในด้านการเลี้ยงดู (nurturing) เกือบจะทุกด้าน ซึ่งรวมถึงการแสดงความรักทั้งทางคำพูดและร่างกาย การให้กำลังใจ การยกย่องชมเชย และการรับฟัง อีกทั้งแม่ยังดีกว่าพ่อในแง่ของการให้การดูแล (care-giving) ดังนั้นแม่ถูกพรรณนาในระดับที่เข้มข้นกว่าพ่ออย่างมากว่า ทำอาหาร บ้อนข้าว ทำความ

สะอาด และแต่งตัวให้ลูก ขณะที่ในแง่ของผู้ยึดถือระเบียบวินัยนั้นค่อนข้างจะมีความเท่าเทียมกันระหว่างพ่อและแม่ นอกจากนี้ พฤติกรรมที่เชื่อมโยงกับบทบาทความเป็นเพื่อน (companion) และผู้หาเลี้ยงครอบครัว (provider) ปรากฏว่าเป็นเพศสภาวะที่มีความเป็นเพศชาย นั่นคือพ่อมีแนวโน้มมากกว่าแม่กับการมีส่วนร่วมในการเล่น ทั้งที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางกายและไม่เกี่ยวกับกิจกรรมทางกาย ขณะที่พ่อจะมีแนวโน้มมากกว่าแม่เพียงเล็กน้อยในการพาลูกไปเที่ยวเล่นในยามว่าง อีกทั้งพ่อยังมีแนวโน้มที่ห่างไกลกว่าแม่อย่างมากในการถูกพรรณนาในบทบาทของผู้หาเลี้ยงครอบครัว ทั้งนี้ตัวละครที่เป็นแม่มีแนวโน้มน้อยกว่าที่จะถูกพรรณนารายานอกบทบาทที่เกี่ยวกับบ้านหรือครอบครัวแบบประเพณีนิยมของพวกเขา ดังนั้นหนังสือภาพของเด็กจึงมีแนวโน้มจะเสนอแนะถึงบทบาทตามภาพเหมารวมของเพศสภาวะที่ครอบงำความคิดของเยาวชนเอาไว้

ในเวลาเดียวกัน การศึกษาโดย Sihombing et al. (2014) ที่ศึกษาถึงภาพตัวแทนของรูปลักษณ์ของแม่ในหนังสือเด็ก พบว่า ในช่วงแรก (ค.ศ. 1973-1982) บ่อยครั้งแม่ถูกนำเสนอว่า สวมใส่ “เกบาย่า” (kebaya) (ชุดประจำชาติ) ไว้ผมทรงดั้งเดิมที่เรียกว่า *sanggul* ขณะที่ในยุคเปลี่ยนผ่าน (ค.ศ. 1983-2002) แม่จะสวมชุดสมัยใหม่ที่สั้น ในทางตรงกันข้ามในยุคสุดท้าย (ค.ศ. 2003-2013) แม่และลูกจะสวมใส่เสื้อผ้าทางศาสนาที่ปกคลุมทั้งผมและร่างกาย ทั้งนี้กิจกรรมโดยทั่วไปของแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กในทุกยุคประกอบด้วย การให้การดูแลเด็กๆ การจัดแจงงานบ้าน การซื้อของ การทำงาน การชดเชยทางสังคม และการมีกิจกรรมสันตนาการ โดยกิจกรรมที่ปรากฏบ่อยครั้งมากที่สุดคือ การให้การดูแลเด็กๆ ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 3 กลุ่ม โดยยุคแรกคือการเลี้ยงดูเด็ก นั่นคือแม่ให้การเลี้ยงดูลูกในเชิงกายภาพ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูกโดยทั่วไปเกิดขึ้นในครัวและในสภาพแวดล้อมภายนอก โดยกิจกรรมหลักได้แก่ กิจกรรมในครัว การทำอาหาร และการเตรียมอาหาร ขณะที่ในยุคเปลี่ยนผ่าน แม่กับลูกจะถูกพบในที่สาธารณะมากขึ้น กิจกรรมของแม่คือ การให้การดูแลและให้ความรักแก่ลูก อาทิ การเล่นกับลูก การอุ้มลูก และการดูแลลูกยามป่วย นั่นคือบทบาทของแม่แข็งแกร่งมากขึ้นในเชิงอารมณ์ และในยุคสุดท้าย กิจกรรมของแม่คือ การ

ให้การศึกษาแก่ลูก โดยแม่จะร่วมในกิจกรรมทั้งการเรียนและสันทนาการของเด็ก อาทิ การไปเป็นเพื่อนในการเรียนรู้ของเด็ก รวมถึงกิจกรรมสันทนาการ นอกจากนี้ การแสดงออกของแม่ในยุคแรกจะเข้มงวดกว่าในยุคอื่นๆ ขณะที่ในยุคเปลี่ยนผ่าน แม่กับลูกใกล้ชิดกันมากขึ้น รวมถึงแสดงถึงความเห็นอกเห็นใจและความรักใคร่ และในยุคสุดท้าย แม่ค่อนข้างร่าเริงแจ่มใส อ่อนโยนนุ่มนวล ให้การปกป้องความมั่นคง และความรักใคร่ รวมถึงแสดงถึงการครอบงำของแม่ต่อลูก และบ่อยครั้งแม่จะทาลิปสติก ทาแก้ม และมีคิ้วที่สวยงาม

ด้าน Joosen (2015) พิจารณาถึงการประกอบสร้างภาพความเป็นแม่ในหนังสือภาพ 4 เรื่องของ Anthony Browne ที่ตัวละครเป็นมนุษย์และแม่มีบทบาทสำคัญ ทั้งนี้การประกอบสร้างภาพความเป็นแม่ของเขาในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเป็นไปตามภาพความเป็นแม่ที่มีอยู่มากกว่าที่จะเป็นผู้กำหนดทิศทาง โดยหนังสือ *Piggybooks* นำเสนอถึงการกลับบทบาทกันของพ่อกับแม่ที่ค่อนข้างเรียบง่ายในช่วงที่รุ่งเรืองที่สุดของสตรีนิยมในยุคที่สอง ขณะที่ *My Mum* สอดคล้องกับการยึดติดหรือครอบงำที่มากเกินไปของแม่แบบใหม่ในยุคหลังสตรีนิยม (postfeminist new momism) นั่นคือผู้หญิงไม่มีทางที่จะเป็นผู้หญิงที่สมบูรณ์แบบได้อย่างแท้จริงจนกระทั่งเธอมีลูก ผู้หญิงยังคงเป็นผู้ดูแลหลักที่ดีที่สุดของเด็ก ต้องอุทิศทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และความชาญฉลาด และทุกเวลาเวลาที่เพื่อลูก ด้าน *Zoo* และ *The Shape Game* มีความซับซ้อนอย่างมากในเชิงศิลปะและเปิดกว้างต่อการตีความที่เกี่ยวกับจิตใจของแม่ โดยภาพรวมของหนังสือทั้ง 4 เล่มนี้ แม่ในมุมมองของ Browne ถูกพรรณนาว่า มีความรับผิดชอบอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับพ่อ ครอบครัวยังพึ่งพาต่อการปรากฏตัวของแม่ และห่วงใยต่อการเกาะเกี่ยวกันของครอบครัวและความเป็นอยู่ที่ดีในเชิงอารมณ์ มันมีนัยต่อความเคารพนับถือแม่ รวมถึงนัยของความมีอารยธรรมและความเจริญโลกมาสู่นวนิยายของ Browne นอกจากนี้ แม่ทั้ง 4 คนถูกประกอบสร้างในฐานะที่ให้ความรัก ความเห็นอกเห็นใจ และความสนใจในการใช้เวลาอย่างมีคุณภาพกับลูกๆ แม้ว่าบางคนจะต้องการพื้นที่สำหรับตัวเองก็ตาม

ขณะที่ Dobris et al. (2017) ศึกษาคู่มือเลี้ยงเด็กเรื่อง *Dr. Spock's The Common Sense Book of Baby and Child Care* ตั้งแต่ฉบับปี

ค.ศ. 1946-1992 เพื่อพิจารณาการประกอบสร้างทางวาทศิลป์เกี่ยวกับแม่ในแต่ละฉบับพิมพ์ของหนังสือให้เข้าใจถึงภาพลักษณ์แบบอำนาจฝ่ายบิดา (patriarchal images) เกี่ยวกับแม่ที่ถูกประกอบสร้างและธำรงรักษาไว้ในหนังสือ ทั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่า Spock ทั้งเสริมย้ำและทำลายสถาบันของความเป็นแม่ โดยกระตุ้นให้แม่ “ไว้วางใจในตนเอง” ขณะเดียวกันก็ปรับมันให้เข้ากับแบบจำลองอำนาจฝ่ายบิดาของความเป็นแม่ที่ซึ่งไม่เห็นด้วยกับการเป็นแม่ที่มีพลังอำนาจในภาพรวมภาพลักษณ์ของแม่ค่อยๆ เปลี่ยนแปลงจากการประกอบสร้างที่ทำหน้าที่เพื่อธำรงรักษาการกดขี่ในช่วงทศวรรษที่ 1940-1960 ไปยังการประกอบสร้างหนึ่งที่กระอักกระอ่วนใจที่จะ “ทำลาย” และ “ต่อต้าน” ต่อการกดขี่เช่นนั้น ในการประกอบสร้างถึงเพศสภาวะในช่วงทศวรรษที่ 1970-1990 ในขณะที่แม่ตามแบบ Spock (Spockian mother) ปรากฏว่า จะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เธอยังคงเกิดขึ้นพร้อมกันกับการประกอบสร้างที่เป็นการสร้างสรรค์จากมุมมองอำนาจฝ่ายบิดาเกี่ยวกับผู้หญิงและความเป็นมารดา

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ฉบับปี ค.ศ. 1946 มองแม่ในฐานะชนชั้นกลางที่มีศูนย์กลางอยู่ที่ลูก นั่นคือความรับผิดชอบของแม่คือการเลี้ยงดูลูกอย่างสิ้นเชิง โดยหน้าที่หลักของเธอคือเก็บกวาดบ้าน เลี้ยงดูลูกๆ และกิจกรรมที่ต้องทำให้ลุล่วง อาทิ “การกวาดบ้าน” และ “การล้างจาน” เช่นเดียวกับในฉบับปี ค.ศ. 1957 ที่มองแม่ในฐานะที่แม่จะมีความรู้กว้างขวางขึ้น แต่ไม่มั่นคง โดยเนื้อความส่วนใหญ่ยังคงเสนอแนะว่าแม่ที่ “ดี” คือผู้ที่แสวงหามุมมองอื่นๆ ในการเลี้ยงลูกและลูกเป็นศูนย์กลาง ขณะที่ในฉบับปี ค.ศ. 1968 มองแม่ในฐานะผู้ปกครองที่มีมโนธรรมและพลเมืองที่ห่วงใย นั่นคือนอกจากมีศูนย์กลางที่ลูกที่แม่ต้องอุทิศตัวให้การเลี้ยงดูลูกโดยต้องเสียสละความต้องการและความปรารถนาของตนเองต่อลูกๆ ของเธอแล้ว แม่ยังถูกขยายบทบาทถึงความรับผิดชอบของแม่ในการเลี้ยงดูลูกให้เป็นพลเมืองที่รับผิดชอบ อีกทั้งในฉบับปี ค.ศ. 1976 มองแม่ในฐานะผู้ให้การดูแลที่ทั้งทันสมัยและเป็นไปตามประเพณีนิยม พร้อมกับการนิยามใหม่ถึงความรับผิดชอบของพ่อที่ยิ่งใหญ่เหมือนกับแม่ แม่ไม่ได้เป็นเพียงผู้เดียวที่ต้องรับผิดชอบต่อการดูแลเด็กและมีสิทธิที่จะคาดหวังถึงการมีส่วนร่วมจากพ่ออย่างไรก็ตาม ภาพประกอบส่วนมากยังคงยืนยันว่า แม่ยังคงเป็นผู้ให้การดูแล

หลัก แม่ยังคงปรากฏในฐานะ “แม่ที่อยู่ที่บ้าน” รวมถึงการยอมรับถึงศักยภาพสำหรับบทบาทที่เพิ่มเติมในฐานะแม่ผู้ซึ่งทำงานนอกบ้าน นอกจากนี้ ในฉบับปี ค.ศ. 1985 พิจารณาแม่ในฐานะผู้ปกครองร่วมกันที่ทันสมัยที่มีหลายแง่มุม โดยแม่เป็นแหล่งหลักแห่งอำนาจในการเป็นผู้ปกครองและมีความรับผิดชอบหลักในการตัดสินใจ และแม้ว่าจะยังคงเน้นย้ำการเป็นผู้ปกครองในฐานะหุ้นส่วนที่เท่าเทียมกัน แต่ก็ยังเสริมย้ำต่อมุมมองแบบอำนาจฝ่ายบิดาแบบประเพณีนิยมว่า แม่ยังคงต้องเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลี้ยงดูเด็ก รวมทั้งแม่อังคังเป็นแม่แบบประเพณีนิยมแม้ว่าบทบาทผู้หญิงนอกความเป็นแม่อังคังอยู่ในฐานะพลเมืองที่ห่วงใยและกระตือรือร้นมากขึ้นในโลกการทำงานก็ตาม นอกจากนี้ ในฉบับสุดท้ายปี ค.ศ. 1992 แม้ว่าแม่จะเข้าไปอยู่ในโลกสาธารณะผ่านการทำงานนอกบ้าน แต่การเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งนิสัยใจคอของเธอนำเธอกลับสู่ภาพเหมารวมแบบเก่าของผู้หญิงในฐานะผู้ปกครองที่มีศีลธรรมจรรยาของครอบครัว การเลี้ยงดูลูกยังคงเป็นข้อห่วงใยหลักของเธอ

แนวทางการศึกษาภาพตัวแทน

Stuart Hall (1997) ระบุว่า “ภาพตัวแทนหมายถึงการใช้ภาษาเพื่อบอกกล่าวบางสิ่งบางอย่างที่มีความหมายเกี่ยวกับหรือต่อการนำเสนอถึงโลกอย่างเต็มไปด้วยความหมายต่อคนอื่นๆ” นั่นคือภาพตัวแทนเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกระบวนการที่ความหมายถูกผลิตและถูกแลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิกของวัฒนธรรมหนึ่งๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษา สัญลักษณ์ และภาพเพื่อแทนหรือนำเสนอถึงบางสิ่งบางอย่าง ทั้งนี้มันมีระบบของภาพตัวแทนสองระบบที่เกี่ยวข้อง ลำดับแรกมันมีระบบที่ซึ่งชนิดของวัตถุ ประชาชน และเหตุการณ์ทั้งหมดถูกเชื่อมโยงกับชุดของแนวคิดหรือภาพตัวแทนทางจิตที่อยู่ในหัวของเรา โดยความหมายขึ้นอยู่กับระบบแนวคิดและภาพที่ก่อตัวขึ้นในความคิดของเราเพื่อแทนหรือนำเสนอโลกที่ทำให้เราสามารถอ้างถึงบางสิ่งบางอย่างทั้งที่อยู่ภายในและภายนอกหัวของเรา นั่นคือชุดของความสอดคล้องระหว่างสิ่งต่างๆ อาทิ ประชาชน วัตถุ เหตุการณ์ ความคิดที่เป็นนามธรรม และระบบความคิดของเราประกอบสร้างความหมายต่อโลก อย่างไรก็ดีตาม เฉพาะแผนผังความคิดที่แบ่งปันร่วมกันอาจจะ

ไม่เพียงพอต่อการสื่อความหมาย ดังนั้นระบบของภาพตัวแทนในลำดับที่สองคือ ภาษาที่แบ่งปันร่วมกันจะมีส่วนร่วมในกระบวนการประกอบสร้างความหมาย โดยแผนผังความคิดที่แบ่งปันร่วมกันต้องถูกแปลเป็นภาษาที่ธรรมชาติสามัญ เพื่อให้เราสามารถเชื่อมโยงแนวคิดและความคิดของเรากับสัญญาณที่อาจจะเป็นคำที่ถูกเขียนขึ้น เสียงคำพูด หรือภาพ นั่นคือการประกอบสร้างชุดของความสอดคล้องระหว่างแผนผังความคิดของเราและชุดของสัญญาณที่ถูกเรียบเรียงหรือถูกจัดระเบียบเป็นภาษาที่หลากหลายที่ซึ่งแทนหรือนำเสนอแนวคิดเหล่านั้น โดยรวมความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งของต่างๆแนวคิด และสัญญาณเป็นหัวใจของการผลิตความหมายในภาษา ซึ่งการเชื่อมโยงองค์ประกอบทั้งสามเหล่านี้เข้าด้วยกันเรียกว่า “ภาพตัวแทน”

นอกจากนี้ Hall (1997) ยังได้ระบุถึงแนวทางในการอธิบายภาพตัวแทนของความหมายที่ผ่านภาษาไว้ 3 แนวทาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวทางภาพสะท้อน (reflective approach) หมายถึงความหมายคือความคิดที่ฝังอยู่ในวัตถุ บุคคล ความคิด หรือเหตุการณ์ในโลกความเป็นจริง และภาษาทำหน้าที่สะท้อนความหมายที่แท้จริงดังที่ดำรงอยู่ในสังคมโดยเปรียบเทียบนั้นคือภาษา แม้กระทั่งการวาดภาพหรือภาพวาดทำหน้าที่ในการสะท้อนหรือเลียนแบบสัจจะที่ดำรงอยู่ในที่นั้นและที่ยึดติดอยู่ในโลกความจริง

2. แนวทางความตั้งใจ (intentional approach) หมายถึงว่าผู้พูด ผู้แต่งเป็นผู้สร้างความหมายที่เป็นหนึ่งเดียวต่อโลกผ่านภาษา อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสาระสำคัญของภาษาคือการสื่อสารและมันขึ้นอยู่กับแบบแผนหรือข้อตกลงทางภาษาศาสตร์ที่ถูกแบ่งปันร่วมกันและรหัสที่ถูกแบ่งปันร่วมกัน เราจึงไม่สามารถเป็นเพียงแหล่งของความหมายในภาษาได้เพียงลำพัง กล่าวคือความคิดที่เป็นส่วนตัวของเราจะต้องตรงกับความหมายอื่นๆ ของคำหรือภาพทั้งหมดที่ถูกเก็บไว้ในภาษาที่ซึ่งการใช้ระบบภาษาของเราจะกระตุ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อการกระทำ

3. แนวทางการประกอบสร้างความจริง (constructivist approach) หมายถึงว่าสิ่งต่างๆ ไม่ได้มีความหมาย แต่เราเป็นผู้ประกอบสร้างความหมายผ่านการใช้ระบบภาพตัวแทนอย่างแนวคิดและสัญญาณ ทั้งนี้มันไม่ใช่โลกวัตถุที่เป็นผู้ถ่ายทอดความหมาย แต่เป็นระบบภาษาหรือระบบอื่นใดก็ตามที่เราใช้เพื่อ

นำเสนอความคิดของเรา มันเป็นการใช้ระบบเกี่ยวกับแนวคิดของวัฒนธรรม ภาษาศาสตร์ และระบบเชิงภาพตัวแทนอื่นๆ เพื่อสร้างความหมาย เพื่อให้โลกเต็มไปด้วยความหมาย และเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับโลกอย่างมีความหมายกับผู้อื่น โดยภาพรวม Hall อธิบายว่าความหมายขึ้นอยู่กับหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของมัน ไม่ใช่คุณภาพเชิงวัตถุของสัญญาณ มันเป็นเพียงเพราะว่าเสียงบางเสียงหรือคำบางคำแทน เป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นการนำเสนอถึงความคิดที่มันสามารถทำหน้าที่ในภาษาในฐานะสัญญาณและถ่ายทอดความหมาย

แนวทางสตรีนิยมและความเป็นแม่

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับสตรีนิยมนั้น กาญจนา แก้วเทพ (2557) ระบุว่า ทฤษฎีสตรีนิยมวิเคราะห์สถาบันครอบครัวผ่านกรอบแนวคิดของระบบพ่อเป็นใหญ่ นั่นคือครอบครัวเป็นสถานที่ที่เพศชายจะกดขี่เพศหญิงด้วยกลไกต่างๆ ภายในบ้าน ตั้งแต่การแบ่งงานกันทำตามเพศ การปฏิบัติที่แตกต่างและไม่เท่าเทียมกันต่อเด็กหญิงและเด็กชาย ดังนั้นครอบครัวจึงเป็นกลไกทำหน้าที่ผลิตซ้ำอุดมการณ์ทางเพศที่ทำให้ความไม่เสมอภาคทางเพศถูกอารังรักษาไว้ในสังคม ผ่านกระบวนการหล่อหลอมเด็กชายและเด็กหญิงอย่างแตกต่างกันภายในครอบครัว ทั้งนี้ข้อเสนอของกลุ่มสตรีนิยมเชื่อว่า นอกจากครอบครัวแบบทุนนิยมแล้ว มันยังเป็น “ครอบครัวแบบพ่อเป็นใหญ่” ที่ไม่เอื้ออำนวยให้ทุกคนทุกเพศในครอบครัวมีความสุขอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ เกณฑ์เรื่อง “เพศสภาวะ” (gender) มักจะถูกใช้เป็นกุญแจสำหรับเข้าสู่ปัญหาต่างๆ ในการศึกษาวิจัยของกลุ่มสตรีนิยม โดยเพศสภาวะมักจะมีผลแตกต่างกันในแต่ละสังคมและในแต่ละยุคสมัย เนื่องจากเป็นลักษณะทางเพศที่เกิดจากการประกอบสร้างของสังคมและวัฒนธรรมผ่านการทำงานของสถาบันและกลไกต่างๆ ของสังคม

ในขณะเดียวกัน สำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยมที่เกี่ยวกับงานด้านสื่อมวลชนจะจำแนกเป็น 4 สำนักคิดใหญ่ๆ ได้แก่ กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม (liberal feminism) ที่เน้นเรื่องการขาดโอกาสของผู้หญิง จึงต้องแก้ไขด้วยการเพิ่มโอกาสเพิ่มการศึกษา และเพิ่มบทบาทของผู้หญิงให้มากขึ้น สำนักที่สองคือกลุ่มสตรี

นิยมแนวมาร์กซิสต์ (Marxist feminism) ซึ่งจำแนกเป็น 3 ยุค โดยยุคแรกเน้นถึงระบบทุนนิยม นั่นคือการเอาเปรียบรูปแบบแรกและพื้นฐานที่สุดของมนุษย์ที่กระทำต่อมนุษย์ด้วยกันคือการเอาเปรียบและการกดขี่สตรี โดยความสำคัญหลักอยู่ที่ระบบทุนนิยมและมีประเด็นด้านเพศภาวะเป็นตัวเสริม ส่วนในยุคที่ 2 พิจารณาถึงการเอาเปรียบทางชนชั้นตามระบบทุนนิยมและการเอาเปรียบสตรีตามแนวคิดระบบพ่อเป็นใหญ่อย่างเท่าเทียมกัน และในยุคที่ 3 เน้นเรื่องอุดมการณ์และจิตสำนึกมากขึ้น เพื่อหาคำอธิบายว่าจิตสำนึกและอุดมการณ์ทางเพศถูกสร้างผ่านกลไกภาษาและจินตนาการได้อย่างไร ด้านสำนักคิดที่ 3 คือ สตรีนิยมแนวราดิกัล (radical feminism) ที่มีแนวคิดพื้นฐานว่าผู้หญิงแตกต่างจากผู้ชายและดีกว่าผู้ชายในทุกๆ ด้าน ดังนั้นจึงปฏิเสธระบบชายเป็นใหญ่อย่างสุดขีดมากที่สุด และสำนักคิดสุดท้ายคือ กลุ่มสตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่ (postmodern feminism) ที่เชื่อว่า ความเป็นจริงถูกประกอบสร้างขึ้นจาก “การให้คำนิยาม” และ “การให้ความหมาย” สิ่งต่างๆ ดังนั้นจึงสนใจการให้นิยามและการให้ความหมายที่เกี่ยวข้องกับเพศภาวะ อาทิ “ความเป็นหญิง”

ทั้งนี้ แนวทางการศึกษาสื่อมวลชนจากทัศนะของสตรีนิยมที่สอดคล้องกับการศึกษาในบทความนี้มากที่สุดคือ การศึกษาภาพลักษณ์ (image) ภาพตัวแทน (representation) และสัญลักษณ์ ที่ศึกษาตัวเนื้อหาสาระของสื่อเป็นหลัก โดยการศึกษาภาพลักษณ์ อาทิ การศึกษาเรื่อง “Researchers on Sex-roles in the Mass Media” ของ Noreene Z.Janus พบว่า ในรายการเกือบทุกประเภท ผู้ชายจะปรากฏตัวบ่อยครั้งมากกว่าผู้หญิง นอกจากนี้ ยังพบว่าในงานโฆษณา ผู้ชายมักจะออกคำสั่งหรือให้คำแนะนำ ขณะที่ผู้หญิงจะทำความสะอาดบ้าน ทำครัว ซักผ้า ทำอาหาร อีกทั้งผู้ชายจะมีบุคลิกลักษณะก้าวร้าว แข่งขัน ชอบผจญภัย มีความรู้ กล้าหาญ ไร้เหตุผล และไม่ค่อยอดกลั้น ส่วนผู้หญิงจะอ่อนแอ เจ้าอารมณ์ ไม่ค่อยฉลาดแต่น่ารักน่าเอ็นดู ขณะที่กลไกในการสร้างอุดมการณ์ทางเพศในงานโฆษณาจะกระทำผ่านการใช้ “ภาพลักษณ์แบบฉบับตายตัว” (stereotype image) นั่นคือ ผลการวิจัยพบว่า ภาพของผู้หญิงยังคงถูกนำเสนอให้อยู่ที่บ้าน พึ่งพาผู้ชาย ไม่ตัดสินใจเรื่องสำคัญ และน้อยมาก

ที่จะปรากฏอาชีพ หรืออีกนัยหนึ่ง ภาพแบบเดิมยังคงดำรงอยู่ ในขณะที่เดียวกัน การศึกษาของ Goffman สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการทำให้ผู้หญิงอ่อนแอด้วยการใช้สัญณะ อาทิ การให้ผู้หญิงปรากฏตัวในฉากที่เป็นบ้าน (family scene) ซึ่งมีความหมายเชิงสัญณะที่บ่งบอกถึงความรัก ความอบอุ่น และการปราศจากการใช้อำนาจ

นอกจากนี้ Finlayson (2017) ได้อธิบายถึงหัวใจสำคัญของสตรีนิยมว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 2 ส่วน นั่นคือการตระหนักถึงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับระบบชายเป็นใหญ่ (patriarchy) ที่ผู้ชายจะปกครองหรือมีอำนาจเหนือหรือกดขี่ผู้หญิง รวมถึงได้ประโยชน์บนความสูญเสียของผู้หญิง และการต่อต้านเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ถูกนำเสนอโดยข้อเท็จจริงของระบบชายเป็นใหญ่นั้น ทั้งนี้ นักสตรีนิยมเชื่อว่า ระบบเช่นนี้ดำรงอยู่อย่างเป็นศูนย์กลางที่ถูกถักทอเข้าไปในสายใยของความเป็นจริงทางสังคม โดยนักสตรีนิยมจำนวนมากอธิบายถึงมันด้วยคำศัพท์ “ความผิดพลาด” (wrongness) หรือ “ความอยุติธรรม (injustice) ซึ่งเป็นการใช้ความคิดทางศีลธรรมจรรยาเพื่อวิพากษ์วิจารณ์ระบบชายเป็นใหญ่ ขณะที่นักสตรีนิยมคนอื่นๆ แสวงหาที่จะหลีกเลี่ยงภาษาในเชิงศีลธรรมจรรยา รวมถึงปรารถนาที่จะต่อสู้กับระบบชายเป็นใหญ่ผ่านการวิเคราะห์เชิงข้อเท็จจริงที่ไร้ความปรานีถึงกลไกที่ซึ่งมันทำหน้าที่และกลไกทางกฎหมายและแหล่งทรัพยากรอื่นๆ ที่มีอยู่เพื่อต่อสู้กับมัน

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับสตรีนิยมและความเป็นแม่นั้น Barnett (2016) กล่าวว่า มายาคติและอุดมคติยังคงครอบงำว่าทรมานเกี่ยวมารดา แม้ว่าจะมีความพยายามของผู้หญิงจำนวนมากที่จะให้คำจำกัดความใหม่ถึงความเป็นแม่ในฐานะผู้ทำหน้าที่ในการดูแล ทั้งนี้ Thurer (1994 cited in Barnett, 2016) ระบุถึงหลุมพรางของแม่ที่แท้จริงเทียบกับแม่ในเชิงจินตภาพผู้ซึ่งไม่เคยทำสิ่งที่ผิดพลาด และทำให้มาตรฐานร่วมสมัยสำหรับการเป็นแม่ที่ดีไม่สามารถบรรลุได้ เนื่องจากอุดมคตินี้เพิกเฉยต่อความคลุมเครือเกี่ยวกับมารดา นั่นคือเพิกเฉยต่อความคิดที่ว่าแม่สามารถรักลูกพร้อมๆ กันกับที่สามารถโกรธหรือท้อแท้ได้ ทั้งนี้ แม่ในอุดมคติในเชิงจินตภาพคือ ผู้หญิงคนหนึ่งที่วางความปรารถนาของตนเองไว้

ก่อนเพื่อเลี้ยงดูและสร้างแรงบันดาลใจแก่ลูกๆ ของเธอ เป็นผู้ที่แต่งงานอย่างถูกต้อง ซื่อสัตย์ จงรักภักดี ยอมรับใช้ ถ่อมตัว ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า แม่ถูกวางกับดักไว้ในการบิดเบือนทางกาลเวลาในเชิงวัฒนธรรม (cultural time warp) ที่แม้ในความเป็นจริงแม่จะเปลี่ยนแปลงไปแล้ว แต่ความคาดหวังกระแสหลักยังคงเดิม

Barnett (2016) ระบุเพิ่มเติมว่า นักวิชาการด้านสตรีนิยมร่วมสมัยได้ร่างเส้นแบ่งที่สับสนระหว่างอุดมคติของความเป็นแม่และความเป็นจริงของการให้การดูแล รวมถึงกล่าวหาว่าสื่อมวลชนสมรู้ร่วมคิดในการประกอบสร้างแม่ที่ดีในเชิงจินตภาพ ทั้งนี้ นักวิชาการได้วิพากษ์สื่อมวลชน รวมถึงสื่อประเภทข่าวสำหรับภาพที่ไม่เป็นจริงของความเป็นแม่ และเรื่องราวที่อ่อนไหวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ทำร้ายลูกของพวกเขาเอง ขณะที่สื่อพยายามที่จะรายงานข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้หญิงที่ฆ่าลูกของตนเอง แต่นักวิชาการด้านสตรีนิยมโต้แย้งว่า การนำเสนอข่าวที่เป็นจริงเหล่านี้ถูกยัดเยียดกับเรื่องเล่าของความสุขสบายของความเป็นแม่และความสมบูรณ์แบบของแม่ ดังนั้นแม่ที่เปี่ยมเบนจากอุดมคติจึงถูกมองในฐานะที่ชั่วร้าย ป่วย หรือปีศาจ

นอกจากนี้ Lloyd et al. (1991) ระบุว่า สตรีนิยมนำเสนอถึงการวิเคราะห์ทางเลือกที่ทรงพลังต่อความเป็นแม่ โดยครอบคลุมการพิจารณาในฐานะหน่วยที่ถูกสร้างขึ้นทางสังคมและสถานะของผู้หญิงในครอบครัวถูกสร้างโดยทฤษฎีที่สะท้อนถึงความสัมพันธ์ภายในสังคมที่กว้างกว่า ดังนั้นความเป็นแม่ถูกตระหนักในฐานะหนึ่งในสถาบันหลักที่ซึ่งกดขี่ผู้หญิงและป้องกันพวกเขาจากความสามารถในการควบคุมอย่างกระตือรือร้นต่อชีวิตของพวกเขาเอง อย่างไรก็ตาม นักสตรีนิยมอีกกลุ่มหนึ่งเสนอแนวทางใหม่ โดยพวกเขาแทนที่พันธสัญญาของผู้หญิงต่อความไม่เท่าเทียมด้านเพศภาวะที่ถูกขัดขวางด้วยพันธสัญญาต่อการตระหนักถึงความต้องการความใกล้ชิดสนิทสนมของผู้หญิง และการมองครอบครัวและเด็กในฐานะวิถีทางที่เหมาะสมที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้ นั่นคือประสบการณ์ของการมีลูกเป็นสิ่งที่น่าพึงพอใจสำหรับผู้ปกครองทุกคนทั้งเพศหญิงและชาย

ภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็ก

สำหรับเนื้อหาในส่วนนี้จะมาจากการวิเคราะห์หนังสือเด็กทั้งที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และหนังสือที่วางจำหน่ายในร้านหนังสือรวมทั้งสิ้น 12 เล่ม เพื่อนำเสนอและยืนยันถึงข้อถกเถียงในบทความชิ้นนี้ ทั้งนี้แม้ว่าหนังสือเด็กในประเทศไทยจะไม่ได้มีการจำแนกว่าเป็นหนังสือสำหรับเด็กชายหรือเด็กหญิงอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ภาพตัวละครที่ปรากฏบนหน้าปกเป็นภาพสะท้อนอย่างชัดเจนถึงกลุ่มเป้าหมายที่สำนักพิมพ์วางไว้เพื่อจูงใจผู้ปกครองโดยเฉพาะอย่างยิ่งแม่ที่จะเป็นผู้ซื้อหนังสือให้แก่เด็ก โดยในทัศนะของผู้เขียนบทความเห็นว่า แม้จะมีตัวแปรหลากหลายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือให้กับลูก อาทิ ช่วงวัยของลูก แต่ก็เป็นไปได้เช่นกันที่ผู้ปกครองหรือแม่ที่เป็นผู้ซื้อหนังสือมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือโดยพิจารณาจากความสอดคล้องระหว่างเพศของลูกและเพศของตัวละครที่ปรากฏบนหน้าปกหนังสือ โดยแม่ที่มีลูกชายมักจะเลือกซื้อหนังสือที่มีตัวละครเพศชายหรือสื่อถึงเพศชายปรากฏเป็นหลักบนปกหนังสือ ขณะที่แม่ที่มีลูกสาวมักจะเลือกซื้อหนังสือที่มีตัวละครเพศหญิงหรือสื่อถึงเพศหญิงปรากฏเป็นหลักบนปกหนังสือ ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการที่แม่จะอ้างอิงและเชื่อมโยงระหว่างตัวละครในหนังสือและลูก ดังนั้นเพื่อให้ได้ภาพตัวแทนที่ชัดเจนเกี่ยวกับความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กทั้งในหนังสือที่สื่อสารกับเด็กชายและหนังสือที่สื่อสารกับเด็กหญิง การศึกษาในครั้งนี้จึงจะพิจารณาจำแนกหนังสือเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ หนังสือสำหรับเด็กชายและเด็กหญิง โดยพิจารณาจากภาพตัวละครที่ปรากฏบนปกหนังสือ อีกทั้งในภาพรวมเนื้อหาในส่วนนี้จะจำแนกเป็น 5 ส่วน โดยส่วนแรกจะนำเสนอให้เห็นถึงคุณลักษณะพื้นฐานของตัวละคร ได้แก่ คุณลักษณะของตัวละคร รูปร่างหน้าตา ส่วนที่สองจะเกี่ยวข้องกับบทบาทของแม่และเพศหญิงที่ปรากฏในหนังสือ ส่วนที่สามจะนำเสนอถึงพื้นที่ของแม่และกิจกรรมของแม่ ส่วนที่สี่จะนำเสนอถึงการแสดงออกทางอารมณ์ของแม่และคุณลักษณะโดยรวมของแม่ และส่วนสุดท้ายจะเป็นบทสรุปถึงความเป็นแม่และความเป็นภาพตัวแทน

1. คุณลักษณะพื้นฐานของตัวละคร

สำหรับคุณลักษณะพื้นฐานของตัวละครนั้นจะพิจารณาถึงคุณลักษณะโดยทั่วไปของตัวละคร รวมถึงคุณลักษณะของตัวละครหญิงและรูปร่างหน้าตาสำหรับคุณลักษณะโดยทั่วไปของตัวละครนั้นพบว่าตัวละครที่ปรากฏในหนังสือเป็นคน 6 เล่ม และเป็นสัตว์ 6 เล่ม โดยสัตว์ที่พบมีทั้งควาย ไคโนเสาร์หลากหลายพันธุ์ นกเค้าจุด แมว และกระต่าย ตัวละครในกลุ่มของหนังสือสำหรับเด็กชายนั้นเป็นคน 2 เล่ม และเป็นสัตว์ 4 เล่ม ขณะที่ในกลุ่มของหนังสือสำหรับเด็กหญิงเป็นคน 4 เล่ม และเป็นสัตว์ 2 เล่ม ทั้งนี้สัตว์ที่เลือกใช้เป็นตัวละครเพศชายกับเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยสัตว์ที่นำเสนอในฐานะเพศชายจะเป็นสัตว์ที่ดูแข็งแกร่ง ได้แก่ ควาย จากหนังสือ *ข้าวเเม่เขาแหลม ไคโนเสาร์หลากหลายพันธุ์* จากหนังสือ *อะไรอยู่ในอากาศ* และ *ของขวัญพิเศษของโป่งเห่ง* และนกเค้าจุด จากหนังสือ *ขึ้นอย่างไรนะ* ขณะที่สัตว์ที่นำเสนอในฐานะเพศหญิงจะดูอ่อนหวาน ได้แก่ แมวและกระต่าย จากหนังสือ *ลูกแมวไม่ดื้อแล้วนะ* และ *ขอบใจมากนะจ๊ะปุยน้อย* ตามลำดับ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะของตัวละครเพศหญิงที่ปรากฏในหนังสือพบว่า ตัวละครเพศหญิงปรากฏในฐานะตัวละครหลักจำนวน 6 เล่ม และในฐานะตัวละครรอง 6 เล่ม โดยในกลุ่มของหนังสือสำหรับเด็กชายนั้น ตัวละครเพศหญิงทั้งหมดทั้งที่เป็นคนและสัตว์ปรากฏในฐานะตัวละครรอง ได้แก่ ในหนังสือ *ข้าวเเม่เขาแหลม* *อะไรอยู่ในอากาศ* *ขึ้นอย่างไรนะ* *ของขวัญพิเศษของโป่งเห่ง* *ป่องแบ่งไม้สบาย* และ *ตุ๊ต๊ะเก็บของเล่นแล้วนะ* ขณะที่ในกลุ่มของหนังสือสำหรับเด็กหญิงนั้นพบว่าตัวละครเพศหญิงทั้งหมดทั้งที่เป็นคนและสัตว์ปรากฏในฐานะตัวละครหลัก ได้แก่ หนังสือเรื่อง *หัวใจดวงอุ่น* *หนูนิคติดิเกม* *กุงกิงรักพ่อแม่* *เรารักกันนะ* *ลูกแมวไม่ดื้อแล้วนะ* และ *ขอบใจมากนะจ๊ะปุยน้อย* นั้นหมายความว่า การที่ตัวละครเพศหนึ่งๆ จะเป็นตัวละครหลักหรือไม่ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายของหนังสือเล่มนั้นๆ โดยหากหนังสือมุ่งหมายไปยังเด็กเพศใด เพศนั้นก็จะมีอยู่ในฐานะของตัวละครหลัก นอกจากนี้ แม้ว่าในหนังสือสำหรับเด็กชายจะมีการปรากฏของตัวละครเพศหญิง แต่เพศหญิงส่วนใหญ่ที่ปรากฏ

ก็คือในฐานะแม่ อาทิ ในเรื่อง บ่องแบ่งไม้สบาย ของขวัญพิเศษของโป้งเห่ง และ ขึ้นอย่างไรนะ อีกทั้งตัวละครเพศหญิงมีสัดส่วนที่ค่อนข้างต่ำกว่าเมื่อเทียบกับตัวละครเพศชาย อาทิ หนังสือ ข้าวเฝ้าเขาแหลม มีตัวละครเด็กเพศชาย 3 ตัวละคร และเพศหญิงเพียง 1 ตัว หรือตัวละครเด็กทั้งหมดในหนังสือ อะไรอยู่ในอากาศ เป็นตัวละครเพศชาย 3 ตัวละคร และเพศหญิงเพียง 1 ตัวละคร อย่างไรก็ตาม มีเพียงหนังสือ ตู๊ตะเกียบของเล่นแล้วนะ ที่มีตัวละครเพศชายและเพศหญิงอย่างเท่าเทียมกัน

อีกทั้งเมื่อพิจารณาถึงรูปร่างหน้าตาของแม่และเด็กหญิง พบว่า โดยภาพรวมแม่ที่เป็นคนทั้งในหนังสือสำหรับเด็กชายและเด็กหญิงจะเป็นไปตามประเพณีนิยม โดยปรากฏใน 2 ลักษณะ คือ แม่ในวัยผู้ใหญ่แต่ดูอ่อนเยาว์ไม่สูงอายุมากนัก 4 เล่ม ได้แก่ หนังสือ หัวใจดวงอุ่น บ่องแบ่งไม้สบาย กุ้งกิ้งรักพ่อแม่ และ ตู๊ตะเกียบของเล่นแล้วนะ และแม่วัยผู้ใหญ่ที่ดูมีอายุ 2 เล่ม ได้แก่ หนังสือ หนูติดติดเกม และ เรารักกันนะ นั้นหมายความว่า วัยมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นแม่ อีกทั้งแม่ทุกคนจะแต่งหน้าและไว้ผมบ๊อบยาวระดับบ่าหรือผมยาว สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า ผมเป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงถึงความเป็นผู้หญิง เนื่องจากแม่ทุกคนมีทรงผมแบบผู้หญิงทั่วไปในสังคมและไม่มีแม่คนใดที่มีผมชอยสั้น ขณะที่ในกรณีของเด็กหญิงจะเป็นเด็กเล็กที่ไว้ผมยาวหรือหากผมสั้นก็จะมีการผูกจุก รวมทั้งแม่ทุกคนในหนังสือจะแต่งกายด้วยชุดที่สุภาพเรียบร้อย ซึ่งมีทั้งเสื้อแบบมีแขนและแขนกุดกับกางเกง กระโปรงคลุมเข่าหรือกระโปรงยาว ชุดแซ็ค รวมทั้งยังพบว่า มีภาพแม่ที่สวมผ้ากันเปื้อนในหนังสือ 2 เล่ม ได้แก่ ตู๊ตะเกียบของเล่นแล้วนะ และ เรารักกันนะ ขณะที่เมื่อพิจารณาถึงรูปลักษณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งขนาดร่างกายพบว่าแม่ส่วนใหญ่จะมีรูปร่างค่อนข้างท้วม ขณะที่แม่เพียง 2 เล่มเท่านั้นที่ไม่มีรูปร่างสันทัด ผอมบาง ไม่อ้วน แต่โดยรวมเมื่อเปรียบเทียบกับพ่อแม่จะตัวเล็กกว่าพ่อ ส่วนเด็กหญิงก็จะมีรูปร่างน่ารักอ้วนกลม

ขณะที่ในส่วนของตัวละครที่เป็นสัตว์นั้น พบว่า แม่และตัวละครเพศหญิงจะถูกนำเสนอออกมาใน 2 ลักษณะคือ แม่ที่ดูอ่อนเยาว์น่ารัก อาทิ แม่นกเค้าจุดจากหนังสือ ขึ้นอย่างไรนะ กับแม่หรือเพศหญิงที่ดูมีอายุ อาทิ ป่านกเอี้ยง จาก

ภาพที่ 1-2 รูปร่างหน้าตาของแม่และเด็กหญิงที่เป็นคน



ที่มา: หนังสือ *เรารักกันนะ* (ภาพที่ 1) และ *หัวใจดวงอ่อน* (ภาพที่ 2)

หนังสือ *ข้าวเฒ่าเขาแหลม* ที่ถูกทำให้ดูมีอายุด้วยการใส่แว่นตา อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เป็นสัญญาณสะท้อนถึงความเป็นเพศหญิงที่ชัดเจนที่สุดคือ ขนตา กล่าวคือตัวละครที่เป็นแม่วรรณถึงตัวละครเพศหญิงตัวอื่นที่เป็นสัตว์ส่วนใหญ่จะมีขนตายาว ทั้งเด็กหญิงกระต่ายที่ชื่อว่านุ่มนึ่ง จากหนังสือ *ข้าวเฒ่าเขาแหลม* โตเต้และแม่ของฟันแหลม จากหนังสือ *อะไรอยู่ในอากาศ* จี๊ดจ๊าดและแม่ของโป่งเห่ง จากหนังสือ *ของขวัญพิเศษของโป่งเห่ง* ลูกแมวน้อย แม่แมว และคุณครูจิ้งจอก จากหนังสือ *ลูกแมวไม่ได้อ้วนแล้วนะ* รวมถึงแม่จากหนังสือ *ขอบใจมากนะจะปุยน้อย* นอกจากขนตาแล้ว สีกี้เป็นสัญญาณตัวหนึ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นเพศหญิง อาทิ เด็กหญิงกระต่ายมีสีชมพู แม่ของฟันแหลมที่ตัวเป็นสีชมพู และแม่ของโป่งเห่งที่ตัวเป็นสีชมพูเช่นกัน อีกทั้งสิ่งที่ใช้ตกแต่งเพื่อบ่งบอกความเป็นเพศหญิงของตัวละครที่เป็นสัตว์อีกส่วนหนึ่งคือ ดอกไม้ โบว์ และเสื้อผ้าสีสดใส รวมทั้งหากพิจารณาถึงขนาดร่างกายของตัวละครที่เป็นสัตว์นั้น พบว่า ส่วนใหญ่แม่จะตัวกลมๆ น่ารักๆ และแม่ทุกตัวมีขนาดใหญ่กว่าลูก แต่จะตัวเล็กกว่าพ่อหรือปู่

2. บทบาทของแม่และเพศหญิงที่ปรากฏในหนังสือ

การศึกษานี้พบว่า ความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือทั้งสำหรับเด็กชายและเด็กหญิงถูกสะท้อนผ่านบทบาทที่สำคัญ 4 บทบาท ทั้งนี้บทบาทที่สำคัญเป็นลำดับแรกคือ บทบาทการดูแลและให้ความรัก อาทิ การอุ้มลูก การแสดงความรัก

ภาพที่ 3-4 รูปร่างหน้าตาของแม่และเด็กหญิงที่เป็นสัตว์



ที่มา: ลูกแมวไม่ตื่นแล้วนะ (ภาพที่ 3) และ ข้าวเม่าเขาแหลม (ภาพที่ 4)

ทั้งทางกายและใจ การรับฟังปัญหา การยกย่องชมเชย โดยบทบาทนี้เป็นบทบาทที่พบในหนังสือทุกเล่ม ทั้งที่มีตัวละครเป็นคนและเป็นสัตว์ นั่นคือแม่จะมีหน้าที่ในการให้การดูแลลูกทั้งในยามปกติและยามป่วย แสดงความรัก ความห่วงใย เล่นกับลูก พาลูกไปหาหมอ พาลูกเข้านอน อ่านหนังสือกล่อมลูก ปลอบโยนลูกให้คลายความเศร้า และดูแลส่งสามีและลูกไปทำงานและไปโรงเรียน ทั้งนี้ในหนังสือ *ข้าวเม่าเขาแหลม* ถ่ายทอดผ่านป้านกเอี้ยงที่เป็นผู้ให้การดูแลด้วยการร้องเตือนภัยลูกสัตว์ต่างๆ ให้ระวังอันตรายจากหมาป่า ในหนังสือ *อะไรอยู่ในอากาศ* นำเสนอผ่านแม่ของฟันแหลมที่ห่วงใยดูแลลูกและยังห่วงใยใส่ใจต่อลูกไดโนเสาร์ตัวอื่นด้วยการพาไปหาหมอ และแม่ของเป็บบ้าที่ตามหาลูกที่หายไป อีกทั้งในหนังสือ *ขึ้นอย่างไรนะ* นำเสนอด้วยภาพผ่านการที่แม่กเค้าจูดคอยเฝ้ามองลูกที่ตกลงมาจากรัง และเมื่อเห็นว่าลูกไม่สามารถหาทางกลับขึ้นมาได้ จึงบินลงไปหา ส่วนในหนังสือ *ของขวัญพิเศษของโป้งเหง่ง* นำเสนอผ่านแม่ของโป้งเหง่งที่ให้และแสดงความรักโดยการกอดลูกเมื่อลูกนำของขวัญวันเกิดมาให้ ส่วนหนังสือ *บ๊องแบ่งไม่สบาย* นำเสนอถึงแม่ที่คอยดูแลป้อนยาเมื่อบ๊องแบ่งไม่สบาย รวมถึงแม่ที่คอยซัก/ตากเสื้อผ้าและคอยดูแลลูกในหนังสือ *ตุ๊ตะเกียบของเล่นแล้วนะ*

ขณะที่ในหนังสือ หัวใจดวงอุ่น แม่จะเป็นผู้ปลอบโยนเด็กหญิงที่ร้องไห้เสียใจ เพราะสุนัขทำตุ๊กตาหมีแสนรักขาด ขณะเดียวกัน แม่ก็หาตุ๊กตาตัวใหม่ให้เพื่อ ปลอบโยนให้ลูกคลายความเศร้าและยอมรับตุ๊กตาตัวใหม่ ส่วนในหนังสือ หนูนิด คิดเกม นำเสนอผ่านป่าของหนูนิดที่ให้การดูแลและแสดงความรัก เช่น การเล่น กับน้องนุ่นและให้น้องนุ่นนั่งตัก รวมถึงแสดงผ่านแม่ที่บอกให้ลูกไปอาบน้ำแปรงฟัน ดูแลลูกและพาไปหาหมอเมื่อลูกป่วย รวมถึงการเล่นกับลูก ด้านหนังสือ กุ้งกิ้งรักพ่อแม่ นำเสนอผ่านแม่ที่ห่วงใยดูแลกุ้งกิ้ง ทำอาหารกับลูก เล่นกับลูก พาลูกเข้านอน และอ่านหนังสือเพื่อกล่อมลูกนอน รวมถึงในหนังสือ เรารักกันนะ ที่นำเสนอผ่านแม่ที่ดูแลลูก อุ้มลูก ส่งลูกไปโรงเรียน และส่งสามขึ้นรถไปทำงาน ด้านหนังสือ ลูกแมวไม่ดีแล้วนะ นำเสนอให้เห็นถึงแม่ที่ให้การดูแลลูก บอกลูก ให้เข้านอน และในหนังสือ ขอบใจมากนะจ๊ะปุยน้อย ที่แม่คอยดูแลลูก

ภาพที่ 5-6 บทบาทของแม่ในการให้การดูแล



ที่มา: ของขวัญพิเศษของปิงเหงง (ภาพที่ 5) และ หนูนิดคิดเกม (ภาพที่ 6)

รองลงมาคือ บทบาทของการเลี้ยงดูลูก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจัดเตรียมอาหารและเสื้อผ้า พบว่า หนังสือ 6 เล่มมีการนำเสนอถึงบทบาทนี้ โดย

เป็นหนังสือสำหรับเด็กชาย 2 เล่ม ได้แก่ *ป๋องแป๋งไม่สบาย ตู๊ดตะเกียบของเล่นแล้วนะ* และหนังสือสำหรับเด็กหญิง 4 เล่ม ได้แก่ *หนูนิิดติดเกม กุ้งกิ้งรักพ่อแม่ เรารักกันนะ* และ *ขอบใจมากนะจะปยุ่น้อย* ทั้งนี้สำหรับตัวละครที่เป็นคนนั้น แม่ส่วนใหญ่ถูกวางบทบาทให้มีหน้าที่หลักในการจัดเตรียมและทำอาหารให้กับทุกคนในบ้าน ดูแลซักเสื้อผ้า รวมถึงเตรียมชุดทำงานให้สามี ยกเว้นแต่หนังสือเรื่อง *หัวใจดวงอุ่น* เท่านั้นที่ไม่มีการนำเสนอถึงบทบาทนี้ ขณะที่ในส่วนของตัวละครที่เป็นสัตว์นั้นแม่มีบทบาทในการจัดเตรียมอาหารและปยุ่น้อยซึ่งเป็นลูกทำหน้าที่ช่วยแม่จัดเตรียมอาหาร เช่น ล้างผัก ซิมรสชาติอาหาร อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตที่น่าสนใจจากหนังสือเรื่อง *เรารักกันนะ* ที่มีการนำเสนอถึงบทบาทของเพศชายในการทำหน้าที่นี้ นั่นคือการนำเสนอให้เห็นว่าผู้ชายสามารถช่วยเหลือเพศหญิงในบทบาทนี้ได้ อาทิ การนำเสนอให้เห็นว่าในวันหยุดพ่อจะช่วยแม่ทำกับข้าวและช่วยซักผ้า โดยมีภาพพ่อใส่ผ้ากันเปื้อน รวมถึงช่วยยกตะกร้าเสื้อผ้า

ภาพที่ 7-8 บทบาทของแม่และบทบาทของพ่อและแม่ในการเลี้ยงดูลูก



ที่มา: *ตู๊ดตะเกียบของเล่นแล้วนะ* (ภาพที่ 7) และ *เรารักกันนะ* (ภาพที่ 8)

บทบาทที่สามคือ บทบาทของผู้ยึดถือระเบียบวินัย ซึ่งปรากฏในหนังสือ 3 เล่ม โดย 2 เล่มเป็นหนังสือสำหรับเด็กหญิง ได้แก่ *หนูนิิดติดเกม* และ

ลูกแมวไม่ดี้อแล้วนะ และเป็นหนังสือสำหรับเด็กชาย 1 เล่ม ได้แก่ หนังสือ ตู๊ต๊ะเก็บของเล่นแล้วนะ ทั้งนี้ในหนังสือทั้ง 3 เล่มนี้ แม่ได้แสดงบทบาทในการดักเตือนและดำเนินลูกให้มีพฤติกรรมที่เหมาะสม อาทิ แม่ดักเตือนให้ลูกเก็บของเล่นให้เรียบร้อยใน ตู๊ต๊ะเก็บของเล่นแล้วนะ แม่ที่ดำเนินหนูนิดที่เอาแต่เล่นเกมให้ไปอาบน้ำ ในหนังสือ หนูนิดติดเกม หรือครูจิ้งจอกที่ว่ากล่าวลูกแมวน้อยที่แย่งของเล่นลูกกระต่าย ในหนังสือ ลูกแมวไม่ดี้อแล้วนะ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแม่และครูจะแสดงบทบาทนี้แต่สีหน้าที่ปรากฏไม่ได้แสดงอารมณ์โกรธ อาจจะมีเพียงแค่ดุตกใจกังวลใจ จากหนังสือ ลูกแมวไม่ดี้อแล้วนะ หรือแม่ที่มีหน้าตาอึดอัดเมื่อดักเตือนลูกให้เก็บของเล่นใน ตู๊ต๊ะเก็บของเล่นแล้วนะ ยกเว้นแต่เฉพาะหนังสือ หนูนิดติดเกม เท่านั้นที่แม่มีการแสดงออกทางสีหน้าว่าโกรธหนูนิดที่เล่นแต่เกมและไม่ทำอย่างอื่น

ภาพที่ 9-10 บทบาทของแม่ในฐานะผู้ยึดถือระเบียบวินัย



ที่มา: ลูกแมวไม่ดี้อแล้วนะ (ภาพที่ 9) และ หนูนิดติดเกม (ภาพที่ 10)

บทบาทสุดท้ายคือบทบาทการให้การศึกษาแก่ลูก ทั้งในแง่การเรียนและการสนทนากับเด็ก โดยบทบาทนี้สะท้อนอยู่ในหนังสือ 2 เล่ม โดย 1 เล่มเป็นหนังสือสำหรับเด็กชายที่มีตัวละครเป็นสัตว์ ได้แก่ ในหนังสือ ชื่นอย่างไรนะ

ที่แม่นักเค้าจุดให้การศึกษาแก่ลูกด้วยการสอนลูกหัดบิน โดยที่ตนเองทำให้ดูเป็นตัวอย่าง ขณะที่อีกเล่มหนึ่งอยู่ในหนังสือสำหรับเด็กหญิง นั่นคือแม่สอนลูกทำอาหารที่ปรากฏในหนังสือ หนูนิดติดเกม ทั้งนี้ข้อสังเกตที่น่าสนใจสำหรับบทบาทนี้คือ แม่ที่เป็นสัตว์สอนทักษะที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต เช่น การหัดบิน เพราะนกหากบินไม่ได้ก็ไม่สามารถทำอะไรได้ ขณะที่แม่ที่เป็นคนสอนทักษะที่ถูกคาดหวังจากสังคมว่าเป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมที่เพศหญิงควรมี

ภาพที่ 11-12 บทบาทของแม่ในการให้การศึกษาแก่ลูก



ที่มา: ขึ้นอย่างไรนะ (ภาพที่ 11) และ หนูนิดติดเกม (ภาพที่ 12)

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า บทบาทหน้าที่ของแม่และตัวละครเพศหญิง สอดคล้องและยึดโยงกับภาพเหมารวมของความเป็นแม่ นั่นคือแม่จะต้องทำหน้าที่คอยรับใช้และดูแลทุกคนในบ้าน ทั้งการดูแล แสดงความรักความห่วงใยเอาใจใส่ต่อทุกคนในบ้าน การจัดเตรียมและทำอาหาร รวมถึงการดูแลด้านเสื้อผ้า โดยบทบาทที่สำคัญที่สุดคือ การให้การดูแลและให้ความรัก ขณะที่บทบาทด้านการเลี้ยงดูพุ่มพักมีความสำคัญรองลงมา นั้นหมายความว่า โดยภาพรวมแล้วผู้หญิงโดยเฉพาะอย่างยิ่งแม่ถูกวางให้มีบทบาทที่ด้อยกว่าเพศชายและมีหน้าที่รับใช้ทุกคน อันสะท้อนให้เห็นว่า แม่ต้องอุทิศตนเองเพื่อสมาชิกทุกคนของครอบครัว

3. พื้นที่ของแม่และกิจกรรมของแม่

สำหรับพื้นที่ของแม่นั้น พบว่า แม่ปรากฏตัวในฉากที่เป็นบ้านเป็นหลัก โดยในหนังสือสำหรับเด็กหญิงทุกเล่มนำเสนอว่าแม่มีพื้นที่อยู่ในบ้าน คราว ห้องนอน ขณะที่ในหนังสือสำหรับเด็กชายนั้นแม่มีพื้นที่อยู่ในบ้าน รวมถึงบริเวณสวนของบ้าน นอกจากนี้ ในหนังสือสำหรับเด็กชาย 2 เล่ม ได้แก่ *ข้าวเม่าเขาแหลม* และ *อะไรอยู่ในอากาศ* แม้ว่าแม่จะปรากฏตัวอยู่ในฉากที่เป็นป่า แต่โดยแท้จริงแล้วก็น่าจะสามารถสื่อถึงสถานที่ที่เป็นบริเวณใกล้เคียงกับบ้าน เนื่องจากตัวละครในเรื่องนำเสนอผ่านสัตว์ ดังนั้นป่าก็คือถิ่นที่อยู่ของสัตว์อยู่แล้ว ในขณะเดียวกัน พื้นที่ของแม่ยังปรากฏในพื้นที่อื่นที่นอกเหนือจากบ้านได้เช่นกัน นั่นคือในหนังสือสำหรับเด็กชายเรื่อง *ตุ๊ตะเก็บของเล่นแล้วนะ* แม่พาลูกไปเที่ยวสวนสนุก เนื่องจากลูกเป็นเด็กดีมีวินัย รวมถึงในหนังสือ *ของขวัญพิเศษของโป๊งเหม่ง* ที่มีคำพูดของแม่ที่บอกว่าแม่จะออกไปทำธุระนอกบ้าน ขณะที่ในหนังสือสำหรับเด็กหญิงนั้น พื้นที่นอกบ้านคือสวนและซูเปอร์มาร์เก็ตจากหนังสือ *หัวใจดวงอุ่น* และ *เรารักกันนะ* นั้นหมายความว่า แม้ว่าแม่หรือตัวละครเพศหญิงจะมีกิจกรรมนอกบ้าน แต่กิจกรรมเหล่านี้ยังคงสื่อถึงและยึดโยงกับบทบาทความเป็นแม่ที่ยังคงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล รับผิดชอบในครอบครัว

อีกทั้งเมื่อแม่มีพื้นที่ในบ้าน กิจกรรมของแม่ที่ปรากฏก็จะเกี่ยวข้องกับงานบ้านและการดูแลสมาชิกในบ้าน นั่นคือในหนังสือสำหรับเด็กชายและเด็กหญิง แม่จะทำหน้าที่คล้ายคลึงกันคือดูแลและสอนในเรื่องต่างๆ ทำงานบ้าน อาทิดูแลลูก ที่ปรากฏในหนังสือจำนวนมากทั้ง *ข้าวเม่าเขาแหลม* *อะไรอยู่ในอากาศ* *ขึ้นอย่างไรนะ* *ป้องกันไม่สบาย* *หัวใจดวงอุ่น* *หนูนิตติดเกม* *กุ่มกุ่มรักพ่อแม่* *เรารักกันนะ* และ *ลูกแมวไม่ได้อีกแล้วนะ* ดูแลสามีที่ปรากฏในหนังสือ *หนูนิตติดเกม* *เรารักกันนะ* และ *ขอบใจมากนะจะปุยน้อย* จัดเตรียมและทำอาหาร ในหนังสือ *ตุ๊ตะเก็บของเล่นแล้วนะ* *หนูนิตติดเกม* *กุ่มกุ่มรักพ่อแม่* *เรารักกันนะ* และ *ขอบใจนะจะปุยน้อย* ดูแลเรื่องเสื้อผ้าทั้งซักผ้า ตากผ้า รีดผ้า ในหนังสือ *ตุ๊ตะเก็บของเล่นแล้วนะ* *หนูนิตติดเกม* และ *เรารักกันนะ* พาลูกเข้านอน ในหนังสือ *กุ่มกุ่มรักพ่อแม่* และ *ขอบใจมากนะจะปุยน้อย* นั้นหมายความว่า ตัวละครที่เป็นแม่

และเด็กหญิงถูกวางให้มีบทบาทในฐานะที่ต้องคอยรับใช้สมาชิกทุกคนในบ้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกและเพศชาย ขณะเดียวกัน ในหนังสือ *กุงกิ้งรักพ่อแม่* มีภาพที่ชัดเจนถึงการขัดเกลาเด็กหญิงให้ทำหน้าที่ในการรับใช้ดูแลเพศชายและสมาชิกในบ้าน โดยกุงกิ้งจะคอยดูแลพ่อ ทั้งเตรียมน้ำ นวดแขนนวดไหล่ รวมถึงช่วยแม่ทำงานบ้าน อาทิ เช็ดโต๊ะ กวาดบ้าน เก็บและพับเสื้อผ้า

ทั้งนี้ จากการที่แม่มีพื้นที่หลักอยู่ที่บ้าน ก็เป็นการสะท้อนอย่างชัดเจนว่าแม่ไม่ได้ทำงานนอกบ้าน นั่นคือแม่ไม่ได้เป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัว โดยแม่ส่วนใหญ่ที่ปรากฏในหนังสือจะปรากฏตัวอยู่ในบ้านตลอดเวลาทั้งในหนังสือสำหรับเด็กชาย 4 เล่ม ได้แก่ *ขึ้นอย่างไรนะ ของขวัญวิเศษ บ่องแบ่งไม่สบาย และ ตู๊ต๊ะเก็บของเล่นแล้วนะ* รวมถึงในหนังสือสำหรับเด็กหญิงทุกเล่ม ได้แก่ *หัวใจดวงอุ่น หนูนิดติดเกม กุงกิ้งรักพ่อแม่ เราชักกันนะ ลูกแมวไม่ดีแล้วนะ และ ขอบใจมากนะจะปุยน้อย* โดยเนื้อหาที่น่าสนใจมีแต่การที่แม่อยู่ที่บ้านคอยดูแลลูกๆ และรอส่งสามีและลูกไปทำงาน

ภาพที่ 13-14 พื้นที่ของแม่และกิจกรรมของแม่



ที่มา: *ตู๊ต๊ะเก็บของเล่นแล้วนะ* (ภาพที่ 13) และ *เราชักกันนะ* (ภาพที่ 14)

4. การแสดงออกทางอารมณ์ของแม่และคุณลักษณะโดยรวมของแม่
สำหรับคุณลักษณะเชิงอารมณ์ที่สำคัญที่เป็นพื้นฐานของความเป็นแม่และความเป็นเพศหญิงที่ปรากฏอย่างเด่นชัดในหนังสือทุกเล่มคือ แม่ที่ห่วงใยรัก

ใคร เห็นอกเห็นใจลูก คอยปลอบโยนลูก ร่ำเรงแจ่มใส อ่อนโยน ยิ้มแย้ม อารมณ์ดี ใจดี นุ่มนวล ให้การปกป้อง และให้ความมั่นคง อาทิ ในหนังสือ หัวใจดวงอ่อน ที่แม่เห็นลูกเศร้าเสียใจจากการที่ตุ๊กตาที่รักโดนสุนัขกัดขาด จึงไปหาตุ๊กตาตัวใหม่มาให้ลูก พร้อมปลอบโยนให้ลูกคลายความเศร้า หรือในเรื่อง ป้องแบ่ง ไม่สบาย ที่แม่คอยดูแลป้อนแบ่งที่ไม่สบาย นอกจากนี้ แม่รวมถึงตัวละครเพศหญิงทุกคนที่ปรากฏในหนังสือทุกเล่มจะมีรอยยิ้มและแววตาที่อ่อนโยนแจ่มใสตลอดเวลา อาทิ หนังสือ ตุ๊กตะเก็บของเล่นแล้วนะ ลูกแมวไม่ดีแล้วนะ และ เรารักกันนะ อย่างไรก็ตาม พบว่ามีแม่ในหนังสือเพียง 1 เล่มที่สะท้อนถึงความเข้มงวด นั่นคือหนังสือ หนูนิิดติดเกม ที่แม่ดูหนูนิิดให้ไปอาบน้ำ กินข้าว เนื่องจากหนูนิิดเอาแต่เล่นเกมและไม่ยอมทำอย่างอื่น

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาคุณลักษณะโดยรวมของแม่และตัวละครเพศหญิงทั้งหมดพบว่า แม่และตัวละครเพศหญิงทั้งหมดมีคุณลักษณะความเป็นหญิงอย่างชัดเจน นั่นคือแม่มีบทบาทในการรับใช้คนอื่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกในครอบครัว มักแสดงอารมณ์ผ่านทางสีหน้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นการห่วงลูก รักลูก มีเพียงในหนังสือ 1 เล่มเท่านั้นคือ หนูนิิดติดเกม ที่แม่แสดงอารมณ์โกรธ และนอกเหนือจากอ่อนหวาน อ่อนโยน ใจดีแล้ว ผู้หญิงก็ยังมีความอ่อนแอทางร่างกาย โดยตกเป็นเหยื่อได้ง่าย ต้องเป็นผู้รับการช่วยเหลือ อาทิ ในหนังสือ ข้าวเฒ่าเขาแหลม ที่กระต่ายชื่อ “นุ่มนึ่ม” ถูกหมาป่าจับตัวไป ขณะที่ตัวละครเด็กเพศชายคนอื่นๆ ไม่ถูกจับตัว และได้เขาแหลมซึ่งเป็นเด็กเพศชายเข้ามาช่วยเหลือ อีกทั้งตัวละครเพศหญิงยังอาจจะมินิสัยไม่ดี สร้างปัญหา ขี้แย อย่างเช่นลูกแมวน้อยในตอนเริ่มต้นของหนังสือเรื่อง ลูกแมวไม่ดีแล้วนะ ที่ลูกแมวน้อยแย่งของเล่นลูกกระต่าย ขณะที่ลูกกระต่ายที่เป็นเพศหญิงเช่นกันก็อาจถูกมองในลักษณะของเพศหญิงที่อ่อนแอได้เช่นเดียวกัน หรือในตอนที่ลูกแมวน้อยเล่นซ่อนหากับเพื่อนๆ และไม่ยอมเล่นตามกติกาที่ต้องซ่อนในสนามเด็กเล่น แต่หนีไปซ่อนที่อื่นทำให้ไม่มีใครตามหาเจอ จนกระทั่งพ่อ แม่ และคุณครูตามมาพบที่ใต้บันไดติดกับห้องเรียนในตอนเย็นพร้อมกับเสียงร้องไห้ของลูกแมวน้อย จากลักษณะโดยรวมเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า แม่และตัวละครเพศหญิงทั้งหมดถูกสร้างสรรค์หรือจินตนาการขึ้นบนความคิดที่ยึดโยงกับคุณลักษณะความเป็นหญิงอย่างชัดเจน

ภาพที่ 15-16 การแสดงออกทางอารมณ์ของแม่



ที่มา: ขอบใจมากนะจะปยุ่น้อย (ภาพที่ 15) และ ลูกแมวไม่ได้อ้วนนะ (ภาพที่ 16)

5. บทสรุปถึงความเป็นแม่และความเป็นภาพตัวแทน

จากรายละเอียดทั้งหมดข้างต้น สามารถกล่าวได้ว่า ความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้ทั้งหมดสะท้อนถึงแม่ในเชิงจินตนาการซึ่งเป็นแม่ที่ถูกระบายสร้างทางสังคม แม่ในหนังสือทุกเล่มแสดงถึงบทบาทหน้าที่ในการดูแลสมาชิกทุกคนในครอบครัว ไม่เคยทำสิ่งใดผิดพลาด เป็นแม่ที่ซื่อสัตย์ จงรักภักดี ยอมรับใช้ ถ่อมตัว รวมถึงสะท้อนให้เห็นถึงการอุทิศทั้งร่างกายและจิตใจเพื่อลูกและสามีหรือสมาชิกในครอบครัว ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า แม่ในหนังสือเหล่านี้ถูกระบายสร้างขึ้นให้เป็นไปตามหรือสอดคล้องกับภาพที่สังคมคาดหวังไว้เกี่ยวกับความเป็นแม่ กล่าวคือ หากพิจารณาภาพตัวแทนของแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้พบว่ามีการกระบายสร้างภาพตัวแทนให้เหมือนเดิม กล่าวคือ ภาพตัวแทนของแม่เคยเป็นมาอย่างไรก็ยังคงรักษาหรือทำให้เป็นเหมือนเดิม อีกทั้งหนังสือเหล่านี้ก็จะเป็นส่วนหนึ่งหรือเครื่องมือหนึ่งของกระบวนการขัดเกลาทางสังคมให้ผู้หญิงกลายเป็นแม่ในลักษณะเดียวกันเช่นนี้ ซึ่งในความเป็นจริงจากสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปแม่อาจจะมีลักษณะความเป็นแม่ที่แตกต่างจากสิ่งที่สังคมคาดหวังไว้ถึงความเป็นแม่ก็ได้

อย่างไรก็ตาม มีหนังสือเพียง 2 เล่มเท่านั้นที่แม้ว่าจะสะท้อนถึงแม่ในเชิงจินตนาการ แต่ก็ยังมีการสอดแทรกมุมมองเกี่ยวกับความเป็นแม่ที่แตกต่างออกไปและใกล้เคียงความจริงมากขึ้น นั่นคือ ในหนังสือ *หนูนิตติเกม* ที่มีการสะท้อนภาพของแม่ที่แท้จริง เป็นแม่ที่รักลูกแต่โกรธหรือท้อแท้ได้ ที่แม้ว่าส่วนใหญ่ตลอดทั้งเรื่องแม่จะเป็นคนที่อ่อนโยนใจดี และรับใช้สมาชิกในครอบครัว แต่ในขณะเดียวกัน แม่ก็สามารถโกรธหนูนิตที่เอาแต่เล่นเกมไม่ยอมทำอย่างอื่นได้ ซึ่งนี่เป็นการสะท้อนภาพความเป็นจริงของมนุษย์ผู้หญิงที่ถูกเรียกว่าแม่ในสังคมที่สามารถทั้งรักทั้งโกรธได้ หรือในหนังสือ *เรารักกันนะ* ที่ผู้แต่งเป็นผู้หญิงนั้น แม้ว่าแม่จะมีบทบาทหลักในการดูแลลูกและจัดเตรียมอาหารเช่นเดียวกับแม่ในหนังสือเล่มอื่นๆ แต่ในขณะเดียวกัน หนังสือเล่มนี้ได้เพิ่มบทบาทของพ่อในการเข้ามาช่วยเหลือแม่ในยามว่างของตนเอง นั่นคือ ในวันหยุดพ่อก็สามารถช่วยแม่ทำกับข้าวและซักผ้าได้ ซึ่งสิ่งนี้อาจจะเป็นการสะท้อนถึงบทบาทของผู้ชายต่อความรับผิดชอบในครอบครัวที่ผู้หญิงที่เป็นแม่อาจจะคาดหวังไว้เช่นเดียวกัน โดยผ่านทาง การนำเสนอเนื้อหาให้เห็นถึงลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการทำงานบ้านของผู้ชายกับผู้หญิง ซึ่งเป็นการนำเสนอที่แตกต่างจากหนังสือเล่มอื่นๆ อย่างเด่นชัด

นอกจากนี้ สามารถกล่าวได้ว่า เนื้อหาในหนังสือทุกเล่มสะท้อนถึงภาพตัวแทนความเป็นแม่อย่างสอดคล้องกับสิ่งที่สังคมคาดหวังไว้เท่านั้น เนื่องจากการนำเสนอถึงความเป็นแม่ในเชิงอุดมการณ์ตามที่สังคมคาดหวังไว้ต่อผู้หญิงที่ถูกเรียกว่าแม่ โดยไม่ได้มีหนังสือเล่มใดที่ได้สะท้อนภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ทำทลายต่อสิ่งที่สังคมคาดหวัง ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วมนุษย์ที่ถูกเรียกว่า แม่คือมนุษย์คนหนึ่งที่มีหลากหลายอารมณ์และหลากหลายมุมในชีวิต ทั้งดีใจ เสียใจ โกรธ อย่างไรก็ตาม หนังสือทั้ง 12 เล่ม ได้นำเสนอแต่ภาพตัวแทนของแม่ในเชิงอุดมคติที่มีลูกเป็นศูนย์กลาง แม่ผู้อุทิศทั้งร่างกายและจิตใจให้กับลูกเป็นหลัก แม้จะมีภาพของการรับใช้สามีและสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวแทรกเข้ามาบ้างก็ตามแต่ก็เป็นส่วนน้อย โดยแม่เป็นเพียงผู้หญิงที่มีหน้าที่เพียงแค่อุ้มลูก จัดเตรียมอาหาร และต้องอ่อนโยน ใจดี มีรอยยิ้มตลอดเวลา แม้ว่าลูกจะ

ทำผิดก็ตาม นั่นหมายความว่าแม่ที่ยึดตลอดเวลาสะท้อนให้เห็นว่าแม่ต้องพร้อม
สู้ในทุกสถานการณ์ แม้จะมีทุกซักก็ต้องพร้อมยอมรับด้วยรอยยิ้ม ซึ่งการนำเสนอ
ภาพตัวแทนความเป็นแม่ในลักษณะเช่นนี้จะแตกต่างจากแม่ในชีวิตจริงเป็น
อย่างมากที่ความเป็นแม่อาจจะแตกต่างกันไปทั้งในแง่มุมมองอารมณ์ที่มีทั้งแม่ที่
ใจดี แม่ที่เข้มงวด และแม่ที่โหดร้าย หรือในแง่มุมมองบทบาทหน้าที่ที่แม่ทุกวันนี้
อาจจะไม่ได้เป็นผู้ให้การเลี้ยงดูฟูมฟักหรือให้การดูแลลูกเป็นหลัก เนื่องจากสภาพ
ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านและ
กลายเป็นผู้หนึ่งในการหารายได้เช่นเดียวกันกับพ่อ ดังนั้น ในความเป็นจริงภาพ
ความเป็นแม่กับการเลี้ยงดูลูกจึงอาจไม่ได้เป็นไปตามภาพตัวแทนความเป็นแม่
เช่นนี้ เนื่องจากในวันทำงานบทบาทความเป็นแม่อาจจะถูกส่งผ่านให้กลายเป็น
บทบาทของสถานเลี้ยงเด็กหรือพี่เลี้ยง

ด้วยเหตุนี้ ในภาพรวมจึงอาจกล่าวได้ว่า ความเป็นแม่และความเป็น
ภาพตัวแทนที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้เป็นเพียงการประกอบสร้างของสังคมที่
คาดหวังต่อมนุษย์เพศหญิงที่ถูกเรียกว่า แม่ต้องมีลักษณะที่เป็นรองเพศชายทั้งใน
เชิงรูปลักษณ์หรือขนาดของร่างกายและในเชิงบทบาทหน้าที่ ต้องมีความดึงดูดใจ
น่าสนใจทางร่างกายผ่านทางสัญญาณต่างๆ ทั้งการแต่งหน้า การแต่งกาย ต้อง
มีหน้าที่ไปตามภาพเหมารวมของความเป็นแม่ ต้องมีกิจกรรมอยู่เฉพาะแค่ใน
พื้นที่ของบ้าน และต้องมีอารมณ์ความรู้สึกรวมถึงคุณลักษณะของความเป็นผู้หญิง
นั่นคือ ภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้อธิบายถึงแม่ที่ดีใน
ฐานะแม่ที่ต้องอุทิศตนในการรับใช้ ดูแล ฟูมฟักลูกและสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น
โดยที่แม่ต้องเป็นแม่อย่างนิรันดร์ ไม่ว่าแม่นั้นจะเป็นคน สัตว์ หรือสิ่งอื่นใดก็ตาม

นอกจากนี้ การสร้างความหมายของความเป็นแม่ในลักษณะซ้ำๆ เช่น
นี้จะกลายเป็นมายาคติเกี่ยวกับความเป็นแม่ที่ผู้มีอำนาจในสังคมดึงความหมาย
ของความเป็นแม่ชุดนี้ขึ้นมาทำให้กลายเป็นความหมายของความเป็นแม่ในสังคม
ไทย อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นว่าภาพตัวแทนความเป็นแม่ถูกสร้างให้เหมือนเดิม
(status quo) นั่นคือ สร้างให้เหมือนกับสิ่งที่เคยเป็นมา และรักษาให้มันยังคง
เป็นเช่นนั้น โดยแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กทั้งที่ได้รางวัลและที่วางจำหน่ายทั่วไป

สร้างภาพแม่ที่ต้องอยู่ในกรอบของความเป็นเพศหญิงแบบไทยๆ และสะท้อนภาพความเป็นแม่ในอุดมคติของแม่ชนชั้นกลาง เพื่อที่จะต่อยอดแม่ชนชั้นกลางในปัจจุบันที่อาจจะมียุทธศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงไปจากสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม โดยให้แม่ชนชั้นกลางที่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านให้หันกลับมาคิดถึงบทบาทหน้าที่ของตนเองทั้งในพื้นที่นอกบ้านและในบ้านที่ต้องให้ความสนใจ ใส่ใจ และต้องทำหน้าที่ให้ประสบความสำเร็จในทั้งสองพื้นที่ ดังนั้น ในภาพรวมจึงอาจกล่าวได้ว่า ผู้มีอำนาจในการประกอบสร้างความหมายทั้งผู้แต่งและสำนักพิมพ์ในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงาน และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในฐานะผู้ที่คัดเลือกให้ความสำคัญกับหนังสือบางเล่มด้วยการมอบรางวัลหนังสือดีเด่นต่างร่วมกันต่อยอดถึงภาพตัวแทนความเป็นแม่ตามธรรมเนียมปฏิบัติที่สอดคล้องกับสิ่งที่สังคมคาดหวัง และการต่อยอดซ้ำๆ นี้ หายที่สุดจะทำให้มายาคติแห่งความเป็นแม่ชุกตึกกลายเป็นมายาคติหลักแห่งความเป็นแม่ที่ครอบงำสังคมไทย

สรุปและอภิปรายผล

ในภาพรวมหนังสือเด็กเหล่านี้มีการนำเสนอเนื้อหาผ่านตัวละคร ทั้งที่เป็นคนและเป็นสัตว์ โดยตัวละครหลักที่นำเสนอโดยใช้สัตว์นั้นน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการสร้างตัวละครมีการแฝงถึงคุณลักษณะด้านเพศภาวะไว้อย่างชัดเจน นั่นคือ สัตว์ที่จะนำมาใช้แทนตัวละครเพศชายจะต้องดูแข็งแรง อาทิ ควาย ไodonเสาร์ ขณะที่ตัวละครเพศหญิงจะใช้สัตว์ที่ดูอ่อนหวานอย่างแมวและกระต่าย นอกจากนี้ หนังสือสำหรับเด็กชายประกอบสร้างถึงลักษณะการกดขี่เพศหญิงไว้ในระดับหนึ่ง ด้วยการลดบทบาทของตัวละครเพศหญิงไม่ให้มีบทบาทมากนัก โดยส่วนใหญ่จะปรากฏในฐานะตัวละครรองเท่านั้น ขณะเดียวกัน ก็มีความไม่สมดุลของตัวละครเพศชายและเพศหญิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหนังสือสำหรับเด็กชาย จำนวนของตัวละครเพศหญิงจะปรากฏน้อยกว่าตัวละครเพศชายอย่างมาก ขณะที่เมื่อพิจารณาถึงรูปร่างหน้าตาของแม่พบว่าเป็นไปตามประเพณีนิยมทั้งในแง่ของวัย ทรงผม การแต่งกาย ขณะที่สัตว์จะสื่อสารถึงความเป็นเพศหญิงผ่านสัญลักษณ์ เช่น ขนตา สี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสีชมพู โบว์ ดอกไม้ โดยตัวเลือกเหล่านี้ถูกเลือกมาเพื่อสะท้อนถึงชุดของความเป็นเพศหญิง

อีกทั้งบทบาทของแม่หรือเพศหญิงที่สำคัญเป็นอันดับแรกคือ การให้การดูแลและให้ความรัก รองลงมาคือการเลี้ยงดูพุ่มผักทำอาหาร อย่างไรก็ตาม น่าสนใจที่หนังสือเรื่อง *เรารักกันนะ* มีการนำเสนอว่า พ่อสามารถมีส่วนช่วยในบทบาทนี้ได้ ขณะเดียวกัน แม่มีพื้นที่อยู่ที่บ้าน ดังนั้นกิจกรรมของแม่จึงยึดโยงกับงานบ้านและการดูแลสมาชิกในครอบครัว แม้จะมีการออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน แต่ก็เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องต่อบทบาทของความเป็นแม่ อาทิ ซื้อของไปสวนสนุก รวมทั้งแม่ส่วนใหญ่ที่ปรากฏในหนังสือจะอยู่ที่บ้านไม่ใช่แม่ที่ทำงาน อีกทั้งการแสดงออกทางอารมณ์ของแม่และคุณลักษณะโดยรวมของแม่จะสอดคล้องกับคุณลักษณะความเป็นผู้หญิง นั่นคือ แม่ที่อ่อนหวานนุ่มนวลใจดี รักใคร่ห่วงใยลูก จากลักษณะเช่นนี้จึงกล่าวได้ว่า ความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้สะท้อนถึงความเป็นแม่ที่เป็นการประกอบสร้างทางสังคม โดยภาพตัวแทนความเป็นแม่คือแม่ที่ดีในฐานะแม่ที่ต้องอุทิศตนให้กับการรับใช้ ดูแลพุ่มผักลูกและสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น นั่นหมายความว่า เนื้อหาในนิทานเด็กเหล่านี้กำลังสื่อสารกับเด็กเพื่อติดตั้งพื้นที่ทดลองในจินตนาการให้แก่เด็กถึงบทบาทของตนเองในอนาคต โดยเด็กหญิงถูกประกอบสร้างว่าเมื่อโตขึ้นจะต้องมีบทบาทที่เป็นแม่ศรีเรือนคอยดูแลรับผิดชอบสิ่งต่างๆ ในบ้านเรือน ขณะที่เด็กชายถูกประกอบสร้างการมองหรือการคาดหวังว่าผู้หญิง แม่ หรือภรรยาในอนาคตของตนเองต้องมีลักษณะเช่นใด

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดถึงความเป็นแม่และภาพตัวแทนความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้ทำให้สามารถกล่าวได้ว่า แม่และเพศหญิงที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้ถูกนำเสนอผ่านวิถีชีวิตเกี่ยวกับแม่ที่แคบและจำกัด ซึ่งสอดคล้องกับที่สุวรรณา สถาอานันท์ และเนืองน้อย บุญเนตร (2535) และ Kaplan (1992) ระบุไว้ นั่นคือความเป็นแม่เป็นไปตามแบบแผนหรือประเพณี ปฏิบัติตามแบบอิทธิพลของตะวันตกที่อยู่ภายใต้คติ “ชายเป็นใหญ่” ซึ่งเป็นการประกอบสร้างมายาคติเกี่ยวกับความเป็นแม่ รวมถึงสอดคล้องกับที่ Barnette (2016) และ Lloyd et al. (1991) ได้ระบุไว้ถึงการที่บ้านกลายเป็นพื้นที่สำหรับผู้หญิง รวมถึงการบ่มเพาะภาพของสื่อเกี่ยวกับแม่ในฐานะผู้ให้การดูแล โดยที่

ผู้หญิงยังคงถูกนิยามในแง่ของหน้าที่เชิงชีวภาพที่การเลี้ยงดูเด็กคือเส้นทางที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในการเติมเต็มเชิงอารมณ์และร่างกายสำหรับผู้หญิง ผู้หญิงเป็นผู้ดูแลหลักที่ดีที่สุดของเด็กและต้องอุทิศทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และความชาญฉลาด และทุกเวลานาทีเพื่อลูก

นอกจากนี้ บทบาทและคุณลักษณะของแม่รวมถึงตัวละครเพศหญิงที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาโดย แสงดาว ถิ่นหารวงษ์ (2555) สรารักษ์ ไรจนพฤกษ์ และขจร ฝ่ายเทศ (2557) สุริดา สองสีดา และสุรวุฒิ ปัดโรสง (2559) England et al. (2011) DeWitt et al. (2013) Sihombing et al. (2014) Joosen (2015) และ Dobris et al. (2017) ที่ระบุว่า ผู้หญิงยังคงแสดงถึงคุณลักษณะความเป็นหญิงแบบประเพณีนิยม ขณะเดียวกัน บทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏเป็นสิ่งที่สังคมคาดหวังไว้ โดยผู้หญิงจะมีบทบาทและสถานะที่ต่ำต้อยกว่าผู้ชาย อีกทั้งยังมีบทบาทหน้าที่ที่ค่อนข้างจำกัดภายใต้อำนาจ ความรู้ และอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ที่ร่วมกันสร้างปฏิบัติการความเป็นแม่ที่ดีในพื้นที่ของครัวเรือน นั่นคือ ผู้หญิงต้องยอมสยบอยู่ภายในพื้นที่ของครัวเรือน ผู้หญิงเป็นเพศที่ทำงานบ้าน เป็นภรรยา เป็นแม่ที่ดี ต้องคอยเลี้ยงดูให้การศึกษา ปกป้องลูกจากอันตรายและปัญหาต่างๆ

จากลักษณะเช่นนี้ หากพิจารณาจากแนวคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนของ Hall (1997) ภาพตัวแทนเช่นนี้เป็นการประกอบสร้างความจริงหรือความหมายผ่านการใช้สื่ออย่างหนังสือเด็กในการนำเสนอความคิดและความหมายเกี่ยวกับความเป็นแม่ตามแบบที่สังคมคาดหวัง นั่นคือ หนังสือนิทานเด็กเหล่านี้เป็นพื้นที่ในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ทางเพศของผู้หญิง โดยที่หนังสือทั้งสำหรับเด็กชายและเด็กหญิงประกอบสร้างภาพความเป็นแม่ไม่แตกต่างกันในลักษณะที่ว่า แม่คือผู้ยอมสยบต่อเพศชาย แม่ที่ดีคือแม่ผู้ที่ต้องคอยรับใช้ ดูแล เลี้ยงดูพุ่มพักลูก อุทิศทั้งกายและใจให้กับลูก ขณะที่พ่อแทบจะไม่ต้องมีบทบาทในด้านนี้ ทั้งนี้ การประกอบสร้างภาพความเป็นแม่ในลักษณะเช่นนี้ที่สื่อสารผ่านตัวละครที่เป็นเพศหญิงจะเป็นการขัดเกลาผู้หญิงโดยเฉพาะเด็กหญิง ให้เรียนรู้ถึงบทบาทความเป็นแม่แบบประเพณีนิยมที่มีศูนย์กลางอยู่ที่ลูกและคอยรับใช้รวมถึงดูแลลูกและสามี

เป็นหลัก ขณะเดียวกัน ก็จะเป็นการขัดเกลาเด็กชายให้เกิดการเรียนรู้ถึงบทบาทที่สังคมคาดหวังเกี่ยวกับผู้หญิงและความเป็นแม่ และวิถีทางที่เด็กชายจะปฏิบัติต่อเพศหญิงในอนาคต

นอกจากนี้ หากพิจารณาภาพตัวแทนเกี่ยวกับเพศหญิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นแม่ที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้ผ่านมุมมองของทฤษฎีสตรีนิยมจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าภาพตัวแทนดังกล่าวมีการกดทับเพศหญิงอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2557) ได้ระบุไว้ว่าทฤษฎีสตรีนิยมวิเคราะห์สถาบันครอบครัวผ่านกรอบแนวคิดของระบบพ่อเป็นใหญ่ นั่นคือครอบครัวเป็นสถานที่ที่เพศชายจะกดขี่เพศหญิงด้วยกลไกต่างๆ ภายในบ้าน ตั้งแต่การแบ่งงานกันทำตามเพศ การปฏิบัติที่แตกต่างและไม่เท่าเทียมกันต่อเด็กหญิง เช่นเดียวกับที่ Lloyd et al. (1991) ระบุว่า ความเป็นแม่ถูกตระหนักในฐานะหนึ่งในสถาบันหลักที่ซึ่งกดขี่ผู้หญิงและป้องกันพวกเขาจากความสามารถในการควบคุมอย่างกระตือรือร้นต่อชีวิตของพวกเขาเอง นั่นหมายความว่า ภาพตัวแทนที่ปรากฏในหนังสือเด็กเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงระบบที่ซึ่งผู้ชายมีอำนาจเหนือหรือกดขี่ผู้หญิงที่ยังคงดำรงอยู่ในสังคม และสอดคล้องกับที่ Barnett (2016) ระบุว่า แม้ว่าจะมีผู้หญิงจำนวนมากที่พยายามให้คำจำกัดความใหม่ถึงความเป็นแม่ แต่มายาคติและอุดมคดียังคงครอบงำวาทกรรมเกี่ยวกับมารดา นั่นคือหนังสือเด็กเหล่านี้ซ่อนมายาคติเกี่ยวกับความเป็นแม่ที่ดีในเชิงจินตภาพมากกว่าความเป็นแม่ที่แท้จริงให้แก่ทั้งเด็กชายและเด็กหญิง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ภาพตัวแทนที่ปรากฏผ่านสื่อเหล่านี้เป็นภาพสะท้อนหนึ่งถึงการกดขี่เพศหญิงที่ยังคงดำรงอยู่ในสังคมไทย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2557), *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
ชุติมา โลมรัตนานนท์ และภาวิกา ศรีรัตนบัลล์ (2556), "อุดมคติและความเป็นจริงเรื่องความเป็นแม่ของผู้หญิงทำงาน", *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 16: 74-88.

ว.วชิรเมธี (2547), *เรารักแม่*, กรุงเทพฯ: หนังสือผูกเสี่ยว.

สรารักษ์ โรจนพฤษ์ และขจร ฝ้ายเทศ (2557), *การวิเคราะห์ภาพตัวแทนความเป็นสตรีในสื่อภาพยนตร์การ์ตูนวอลท์ ดิสนีย์*, เอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 52: สาขาศึกษาศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุธิตา สองสีดา และสุรภูมิ บัดโธสง (2559), "การสร้างตัวตนความเป็นแม่ในสังคมชายเป็นใหญ่", *วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม*, 11 (2): 223-234.

สุวรรณ สถาอานันท์ และเนื่องน้อย บุญเนตร (2535), คำ: *ร่ำรวยความคิด ความเชื่อไทย*, กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แสงดาว ถิ่นหารวงษ์ (2555), "การเปรียบเทียบภาพยนตร์การ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์และภาพยนตร์การ์ตูนไทย: ภาพสะท้อนบทบาทของสตรีในสังคม", *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์*, 14 (2): 53-67.

ภาษาอังกฤษ

Abad, C. and Pruden, S. (2013), "Do Storybooks Really Break Children's Gender Stereotypes?", *Frontiers in Psychology*, 4: 111-114.

Barnett, B. (2016), *Motherhood in the Media: Infanticide, Journalism, and the Digital Age*, New York: Routledge.

DeWitt, A. et al. (2013), "Parental Role Portrayals in Twentieth Century Children's Picture Books: More Egalitarian or Ongoing Stereotyping?", *Sex Roles*, 69 (1-2): 89-106.

Dobris, C. et al. (2017), "The Spockian Mother: Images of the 'Good' Mother in Dr. Spock's The Common Sense Book of Baby and Child Care, 1946-1992", *Communication Quarterly*, 65 (1): 39-59.

England, D. et al. (2011), "Gender Role Portrayal and the Disney Princesses", *Sex Roles*, 64 (7-8): 555-567.

Finlayson, L. (2017), *An Introduction to Feminism*, Cambridge: Cambridge University Press.

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

Joosen, V. (2015), "Look More Closely, 'Said Mum': Mothers in Anthony Browne's Picture Books", *Children's Literature in Education*, 46 (2): 145-159.

Kaplan, E. (1992), *Motherhood and Representation: The Mother in Popular Culture and Melodrama*, New York: Routledge.

Lloyd, E. et al. (1991), *Motherhood: Meanings, Practices and Ideologies*, London: Sage.

Sihombing, R. et al. (2014), "The Representation of Mother and Child Figures in Indonesian Children Books Illustration", *Arts and Design Studies*, 24: 26-33.

Smith, A. (2015), "Letting Down Rapunzel: Feminism's Effects on Fairy Tales", *Children's Literature in Education*, 46 (4): 424-437.

สิ่งพิมพ์ออนไลน์

ระพีพรรณ พัฒนาเวช และคณะทำงานห้องสมุดไทยคิด (มปป.), *คู่มือการคัดเลือกหนังสือสำหรับเด็กแต่ละวัย*, สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.tkpark.or.th/stocks/extra/000597.pdf>

Flood, A. (2011), "Study Finds Huge Gender Imbalance in Children's Literature", *The Guardian*, retrieved 24 July 2016, from <https://www.theguardian.com/books/2011/may/06/gender-imbalance-children-s-literature>

ภาคผนวก

เรื่องย่อนิทานภาพ

นิทานภาพที่ได้รางวัล

รางวัลชมเชยปี 2557

- *หัวใจดวงอุ่น* เรื่องโดยเกวลิน ชุ่มช่างทอง ภาพโดยอินชา เบ็ญจา จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์โลกหนังสือ เมื่อปี พ.ศ. 2556 – เรื่องราวเกี่ยวกับเด็กผู้หญิงที่เศร้าสร้อย เพราะตุ๊กตาหมีแสนรักจากไป แต่ก็ได้รับการปลอบใจจากแม่
- *ข้าวเฒ่าเขาแหลม* เรื่องโดยนพพร แซ่แต้ ภาพโดยโอฬาร สมชาติ จัดพิมพ์โดยประกาศการพับลิชชิ่ง เมื่อปี พ.ศ. 2556 – เรื่องราวเกี่ยวกับข้าวเฒ่า ควบคู่กับตัวน้อยที่สงสัยถึงประโยชน์ของข้าวเฒ่าๆ โค้งยาวของตัวเอง เพราะเมื่อไปเล่นกับเพื่อน ข้าวเฒ่าๆ ของเขามักจะเป็นอุปสรรคอยู่เสมอ เช่น เกี้ยวลูกบอลแตก แต่เมื่อหมาป่ามาจับลูกสัตว์ ข้าวเฒ่าก็สามารถช่วยเพื่อนๆ จนปลอดภัย และตระหนักในคุณค่าถึงสิ่งที่ตัวเองมี รวมถึงเกิดความภูมิใจในตัวเอง

รางวัลชมเชยปี 2558

- *อะไรอยู่ในอากาศ* เรื่องโดยมณีนีศา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา ภาพโดยรติมัย หงส์วิสุทธิกุล จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์แอสปี้คิดส์ เมื่อปี พ.ศ. 2557 – เรื่องราวของไดโนเสาร์ตัวน้อยต่างสายพันธุ์ในหมู่บ้านอันแสนสุข ที่เมื่ออากาศที่เคย

สะอาดสดใส แต่อยู่ๆ ก็เกิดกลุ่มควันพิษ ทำให้เหล่าไดโนเสาร์หายใจไม่ออก มองไม่เห็น เตือรื้อกันไปทั่ว เนื่องจากการเผาขยะของเหล่าไดโนเสาร์ตัวน้อย

รางวัลชมเชยปี 2559

- **ขึ้นอย่างไรรนะ** เรื่องและภาพโดยวชิราวรรณ ทับเสือ และกฤษณะ กาญจนภา จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก เมื่อปี พ.ศ. 2558 – เรื่องราวเกี่ยวกับมิตรภาพของผองเพื่อน ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากเจ้านกเค้าจุดตัวน้อยตกลงมาจากกิ่งบนต้นไม้ และจะหาวิธีกลับขึ้นไป ทั้งนกเค้าจุดตัวน้อย แมวน้อย ลิงลม และเม่นจึงต่างช่วยกันหาวิธีในแบบที่ตนเองถนัด แต่สุดท้ายแม่ของนกเค้าจุดตัวน้อยก็บินมาสอนวิธีการกลับขึ้นในบั้งในแบบฉบับที่ตนเองถนัดและถูกต้อง

รางวัลชมเชยปี 2560

- **ของขวัญพิเศษของโป๊งหน่ง** เรื่องโดยมณิศา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา ภาพโดยรติมัย หงส์วิสุทธิกุล จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์แฮปปี้คิดส์ เมื่อปี พ.ศ. 2559 – เรื่องราวเกี่ยวกับโป๊งหน่ง ไดโนเสาร์ตัวน้อยที่อยากมีของขวัญพิเศษเพื่อมอบให้แก่แม่ในวันเกิด จึงไปขอเมล็ดพิเศษมาจากคุณปู่ตุ้มตุ้ย และคอยใส่ใจดูแลเพื่อให้เมล็ดน้อยเหล่านีกลายเป็นของขวัญพิเศษสำหรับแม่

นิทานภาพที่วางจำหน่ายทั่วไป

- **กุงกิงรักพ่อแม่** เรื่องโดยมนฤดี ทองกลอย ภาพโดยชาตรี ศรีพลแผ้ว จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์แฮปปี้คิดส์ เมื่อปี พ.ศ. 2552 – เรื่องราวเกี่ยวกับกุงกิงที่เป็นเด็กดีและเชื่อฟังคำสอนของพ่อแม่ โดยนำเสนอให้เห็นว่า คุณพ่อคุณแม่รักกุงกิงมาก และกุงกิงก็รักคุณพ่อคุณแม่มากที่สุดเช่นกัน
- **ขอบใจมากนะจะปุยน้อย** เรื่องโดยทิพย์วรรณ แสงวงศรี ภาพโดยอนิชา ชำเบัญจา จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์โลกหนังสือ เมื่อปี พ.ศ. 2555 – เรื่องราวเกี่ยวกับจะปุยน้อย ลูกกระต่ายตัวเล็กๆ ที่อาศัยอยู่ในบ้านโพรงกระต่ายแสนสวย แต่เมื่อวันหนึ่งพ่อกับแม่ไม่สบายเป็นไข้ จะปุยน้อยจึงต้องหาวิธีที่จะช่วยดูแลพ่อแม่
- **ตุ๊ต๊ะเก็บของเล่นแล้วนะ** เรื่องโดยนิภาพัชร ปิ่นสุวรรณ และคมสัน สิ้นสุขภักดิ์ ภาพโดยธันยนันท์ ฉัพพรรณรังสี จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์ทองเกษม เมื่อปี พ.ศ.

2558 – เรื่องราวเกี่ยวกับตุ๊ตะ เด็กชายตัวน้อยที่ไม่เก็บของเล่นให้เรียบร้อย แม่จึงต้องฝึกระเบียบวินัยและสอนให้ตุ๊ตะเก็บของเล่นให้เรียบร้อย พร้อมกับให้รางวัลเมื่อตุ๊ตะเก็บของเล่นอย่างเป็นระเบียบ

- **ป้องกันไม่สบาย** เรื่องโดยสองขา ภาพโดยมณฑล หวานฉ่ำ จัดพิมพ์โดยบริษัท พาส เอ็ดดูเคชั่น จำกัด เมื่อปี พ.ศ. 2560 – เรื่องราวเกี่ยวกับป้องกัน เด็กชายตัวน้อยที่ไม่สบาย โดยหนังสือบอกเล่าถึงการปฏิบัติตัวและการดูแลตัวเองเมื่อป่วย
- **เรารักกันนะ** เรื่องโดยพัชรี มีสุคนธ์ ภาพโดย วินิจ ยี่สมัน จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์ทองเกษม เมื่อปี พ.ศ. 2558 – เรื่องราวเกี่ยวกับครอบครัวที่มีพ่อ แม่ ลูกสาว และลูกชาย ที่มีความสุข เพราะต่างมีความรักให้แก่กัน โดยแม่เป็นแม่บ้านที่เอาใจใส่ดูแลพ่อ ขณะที่พ่อก็เป็นหัวหน้าครอบครัวที่ดี ดูแลแม่และลูกๆ รวมถึงลูกก็ช่วยแม่ทำงานบ้านและช่วยเลี้ยงน้อง
- **ลูกแมวไม่ดื้อแล้วนะ** เรื่องโดยเกวลิน ชุ่มช่างทอง ภาพโดยอินชา เบ็ญจา จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์โลกหนังสือ เมื่อปี พ.ศ. 2557 – เรื่องราวเกี่ยวกับลูกแมวน้อยที่ดื้อ ชอบเอาแต่ใจตัวเอง ไม่ทำตามกติกา ไม่เชื่อฟังผู้ใหญ่ แต่วันหนึ่งเมื่อลูกแมวน้อยเล่นซ่อนแอบและไม่ทำตามกติกา ทำให้ไม่มีใครหาลูกแมวน้อยเจอ จนคุณครูและพ่อแม่ต้องตามหา หลังจากนั้นลูกแมวน้อยจึงกลับตัวเป็นเด็กดี และเป็นที่รักของทุกคน
- **หนูนิดติดเกม** เรื่องและภาพโดย ลำพู แสงลม จัดพิมพ์โดยบริษัทอักษราพอร์ คิดส์ จำกัด เมื่อปีพ.ศ. 2558 – เรื่องราวเกี่ยวกับหนูนิด ตัวละครเอกของเรื่องที่ติดเกมและไม่ยอมทำอะไร

จับทิศทางการสื่อสารเรื่องการเรียนรู้สำหรับเด็กศตวรรษ ที่ 21 ในโลกออนไลน์

นิธิดา แสงสิงแก้ว¹

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาการสื่อสารเรื่องการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในมิติ การพัฒนาเด็กเล็กและสื่อออนไลน์ โดยสนใจว่า วิธีคิดเรื่องการเรียนรู้สำหรับ ศตวรรษที่ 21 ได้เข้ามาประกอบกับวิถีชีวิตของครอบครัวไทยชนชั้นกลางอย่างไร ผ่านความเข้าใจเรื่องสังคมสมัยใหม่ตามแนวคิดของ Anthony Giddens ผู้เขียน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจในสื่อเฟซบุ๊ก โดยเลือกเพจ 3 เพจของ ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาซึ่งเป็นแพทย์หรือจิตแพทย์ที่ได้รับการยอมรับในฐานะ นักวิชาการที่เป็นผู้นำทางความคิดเรื่องการพัฒนาเด็ก เพื่อศึกษาว่าได้สื่อสารเนื้อหา เกี่ยวกับการพัฒนาเด็กภายใต้กรอบการเรียนรู้สำหรับศตวรรษที่ 21 อย่างไรบ้าง

ข้อค้นพบระบุว่า (1) ผู้เขียนให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาทักษะ การเรียนรู้และนวัตกรรม เช่น EF, Self Esteem มากกว่าสาระการเรียนรู้ที่เป็น เนื้อหาวิชาแกนเหมือนในอดีต (2) สื่อเฟซบุ๊กทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมร้อยโลก สร้างประสบการณ์ผ่านสื่อให้พ่อแม่ได้เห็นข้อมูลที่หลากหลายในปัญหาเดียวกัน แต่ในบริบทสังคมโลก และ (3) การสื่อสารประเด็นการพัฒนาเด็กในสื่อเฟซบุ๊ก เป็นทางเลือกสำหรับพ่อแม่ชนชั้นกลางในระบบทุนนิยม ที่ผสมผสานกันระหว่าง การสื่อสารภายในบุคคล (intrapersonal communication) การสื่อสารระหว่าง บุคคล (interpersonal communication) และการสื่อสารระหว่างกลุ่ม (group communication) เปิดโอกาสให้พ่อแม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กันกับผู้เชี่ยวชาญและกับ กลุ่มเครือข่ายออนไลน์ โดยเฉพาะการสื่อสารภายในที่ข้อมูลจากเพจ ทำให้พ่อแม่

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์ภูมิวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เกิดกระบวนการสะท้อนย้อนคิดเพื่อออกแบบอัตลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการเลี้ยงลูกในบริบทศตวรรษที่ 21

ท้ายที่สุด บทความนี้ตั้งคำถามต่อผู้เชี่ยวชาญในฐานะผู้มีอำนาจในการกำหนดนิยามความรู้เรื่องเด็กในศตวรรษที่ 21 ว่า สิ่งที่ปรากฏอาจเป็นเพียงการนิยามการเรียนรู้อีกแบบหนึ่งในปัจจุบันที่กำลังรอการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคสมัยใหม่ที่อาจมีความจริงแบบใหม่ปรากฏขึ้นเพื่อต่อสู้ ต่อรอง หรือแม้แต่ต่อต้านสิ่งที่เรียกว่าเป็นชุดความรู้เรื่องการพัฒนาเด็กที่ยากจะปฏิเสธของคนยุคนี้

Abstract

This article explores how to communicate the topic of how students learn in the 21st Century in the context of child development and online media. It examines how rethinking concept of learning in the 21st Century relates to Thai lifestyles, particularly among the middle-class family by using Anthony Giddens's concept of modern society. The analysis includes the findings from 3 Facebook content pages, written by well-known psychiatrists. 3 experts serve as opinion leaders in the field of child development in Thailand. The analysis shows the way in which Thai experts suggest the rethinking process of learning for children in the changing environment.

The findings reveal as follows. (1) The experts pay high attention to life skill development for learning such as EF, Self Esteem more than core subjects as highlighted in the past. (2) Facebook shines its role as a bridge of the local-global experiences, widening parents' eyes to see similar concerns in the wider global context. (3) Communicating how students learn in the 21st Century is one life choice for middle-class parents in capitalism that combines knowledge of intrapersonal, interpersonal and group communication altogether. Facebook allows parents to develop

relationship with experts and their network online. Particularly, through the means of intrapersonal communication, content from the 3 pages ask parents to rethink their identities that will fit in the context of child learning in the 21st Century.

At the end, this article questions the role of experts as they are legitimated to define what is the required knowledge for the 21st Century learning environment. Set of knowledge gained from this article is an alternative to define how learning skills could be shaped for the children. It is possible that in the future, new realm of knowledge could be constructed to negotiate and resist whatever people of today's world call it the best practice for child development

คำสำคัญ: การเรียนรู้ เด็ก การพัฒนาเด็ก สื่อออนไลน์

บทนำ

บทความนี้เป็นบทความวิชาการที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 การพัฒนาเด็กเล็ก และสื่อออนไลน์ โดยที่ผ่านมาชุดความรู้เรื่องการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้ถูกเผยแพร่โดยนักวิชาการทั่วโลกจำนวนมาก โดยเฉพาะการให้ข้อมูลใหม่ๆ สำหรับคนในแวดวงการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมเรื่องทักษะการเรียนรู้สำหรับเด็กในศตวรรษที่ 21 ที่สัมพันธ์กับแนวคิดแบบใหม่ในการเลี้ยงลูกและการใช้สื่อใหม่ที่ได้เข้ามามีส่วนสำคัญในกระบวนการพัฒนาเด็กเล็ก โดยมีพ่อแม่ หมอ และครูเป็นผู้สื่อสารหลัก ในบทความนี้ผู้เขียนสนใจว่า ภายใต้ระบบทุนนิยมในสังคมโลกาภิวัตน์ที่ทำงานอย่างเข้มข้นและส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนในปัจจุบัน ทั้งในเชิงโครงสร้าง รูปแบบความสัมพันธ์ และคุณลักษณะการสื่อสารนั้น วิธีคิดเรื่องการเรียนรู้สำหรับศตวรรษที่ 21 ได้เข้ามาประกับกับวิถีชีวิตของครอบครัวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมชนชั้นกลางผ่านการสื่อสารออนไลน์อย่างไร ผ่านกรอบความเข้าใจเรื่องสังคมสมัยใหม่ของ Anthony Giddens (1996)

บทความนี้ใช้ข้อมูลจากการสำรวจข้อมูลจากสื่อเฟซบุ๊ก โดยสนใจเนื้อหาสารที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในมุมมองการพัฒนาเด็กของผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์จิตวิทยา ซึ่งเป็นแพทย์หรือจิตแพทย์ที่ได้รับการยอมรับในฐานะนักวิชาการที่เป็นผู้นำทางความคิด (opinion leader) ในโลกออนไลน์ ในทัศนะของผู้เขียนนั้น รูปแบบของการเลี้ยงลูกแบบเดิมในอดีตที่เคยเรียนรู้ผ่านวิธีบอกต่อกันมา หรือที่เรียกว่า แบบเชื่อยายเชื่อย่า อาจไม่เพียงพอสำหรับโลกที่ต้องการทักษะเด็กแบบใหม่ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการพัฒนาเด็กได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ส่งสารที่นำเสนอแนวทางการพัฒนาเด็กผ่านสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงง่ายและเอื้อต่อการสร้างเครือข่าย ทั้งนี้จากการรวบรวมข้อมูลจากสื่อที่เกี่ยวข้องกับเด็กและการพัฒนาเด็ก (นิตยสาร *รักลูก*, เฟซบุ๊ก Parents One, เว็บไซต์ mascoops) พบว่า ได้มีการแนะนำเพจเฟซบุ๊กผู้เชี่ยวชาญที่มีการแพร่หลายอย่างกว้างขวาง โดยเพจเหล่านั้นมีผู้เขียนเป็นแพทย์หรือจิตแพทย์ที่สื่อสารกับสังคมในประเด็นเรื่องเด็ก การพัฒนาเด็กตลอดจนแนะนำแนวทางการเรียนรู้เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

บทความนี้วิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลังในโพสต์เฟซบุ๊กของผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่วันที่ 1-28 กุมภาพันธ์ 2561 เป็นระยะเวลา 1 เดือนเพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสารออนไลน์ของผู้ส่งสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารแนวคิดเรื่องการเรียนรู้สำหรับเด็กในศตวรรษที่ 21 ที่ทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ (Bellanca and Brandt, 2010) ทั้งนี้ได้คัดเลือกเพจที่มีผู้เขียนเป็นแพทย์หรือจิตแพทย์ที่เป็นที่รู้จัก โดยกำหนดยอดติดตามทางเฟซบุ๊กมากกว่า 200,000 คน และมีหนังสือเล่มเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกที่มีชื่อตนเองเป็นผู้เขียนออกวางจำหน่ายทั้งสิ้น จำนวน 3 เพจ ดังต่อไปนี้ (ปรับปรุงเนื้อหาแนะนำเพจและภาพประกอบจาก <https://www.parentsonone.com/10-good-pediatric-facebook-fanpages-in-2017>)

(1) เพจ **นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์** (ยอดติดตาม 232,791 คน ข้อมูล ณ วันที่ 13 มีนาคม 2561)

หนังสือเล่มที่เขียนและมีการจัดพิมพ์: *เลี้ยงลูกด้วยนิทาน, สูดยอดเคล็ดลับพัฒนาลูก, 43 ไม่ตายลบลายเจ้าตัวยุ่ง ฯลฯ*

พจนีเขียนโดย นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์ จิตแพทย์อาวุโสที่ใช้แนวทางพัฒนาเด็กด้วยความเข้าใจธรรมชาติของเด็ก เนื้อหาในเพจเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้จิตวิทยาในการเลี้ยงลูกและสิ่งที่พ่อแม่ควรจะเข้าใจในธรรมชาติของเด็กแต่ละวัย แนวคิดของนายแพทย์ประเสริฐคือ การเน้นย้ำให้พ่อแม่มีเวลาให้ลูก เลี้ยงให้เด็กเติบโตไปตามพัฒนาการแบบไม่รีบร้อน เข้าใจข้อมูลเรื่องพัฒนาการเด็กและให้ความสำคัญกับการเล่นและธรรมชาติ เป็นต้น

นายแพทย์ประเสริฐสนับสนุนแนวคิดการเลี้ยงลูกด้วยนิทาน และการมอบหมายหน้าที่ให้เด็กได้ช่วยงานบ้านตามวัย ซึ่งจะเป็นต้นทุนสำคัญที่ทำให้ลูกมี EF (Executive Function) คือกระบวนการทางการคิด ความรู้สึกและการกระทำ อันเป็นผลมาจากความสามารถในการวิเคราะห์และควบคุมตนเอง เป็นทักษะสำคัญอย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

ภาพที่ 1 เพจ นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์



(2) เพจ เลี้ยงลูกนอกบ้าน (ยอดติดตาม 482,103 คน ข้อมูล ณ วันที่ 13 มีนาคม 2561)

หนังสือเล่มที่เขียนและมีการจัดพิมพ์: เลี้ยงลูกนอกบ้าน

เพจนี้เขียนโดย พญ.จิราภรณ์ อรุณากูร หรือที่รู้จักกันในนาม หมอโอ๋ เพจเลี้ยงลูกนอกบ้าน หมอโอ๋เป็นหมอด็กและแพทย์เฉพาะทางด้านเวชศาสตร์ วัยรุ่น สื่อสารเรื่องการพัฒนาเด็กผ่านแนวคิด “นอกบ้าน” โดยเห็นว่า การพา ลูกออกไปผจญภัยนอกบ้านจะทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ที่ดีให้เด็กเล็ก ซึ่งย่อม ดีกว่าการเลี้ยงลูกโดยให้อยู่แต่ในบ้าน การนำเสนอความคิดมักเป็นเนื้อหาสั้นๆ เน้นประสบการณ์ตรงในการเลี้ยงดูลูกสาวปฐมวัย มีการแนะนำเทคนิคการเลี้ยง ลูกและรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ เพื่อให้พ่อแม่เข้าใจธรรมชาติของลูก อีกทั้ง ยังมักนำเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับเด็กหรือมีผลอันเนื่องมาจากวัยเด็กหรือการ เลี้ยงดู มาวิเคราะห์และให้ความรู้ ใช้ภาษาการเขียน ในลักษณะเล่าให้ฟัง

ภาพที่ 2 เพจ เลี้ยงลูกนอกบ้าน



(3) เพจ เข็นเด็กขึ้นภูเขา (ยอดติดตาม 330,490 คน ข้อมูล ณ วันที่ 13 มีนาคม 2561)

หนังสือเล่มที่เขียนและมีการจัดพิมพ์: เข็นเด็กขึ้นภูเขา, บางสิ่งที่พ่อแม่ น่าจะรู้ทันแล้ว, เข็นฝันขึ้นภูเขา

เพจนี้เขียนโดย พญ.เบญจพร ตันตสุติ หรือที่รู้จักกันในนาม หมอมิน บานเย็น เพจนี้ให้ความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยาแก่พ่อแม่ที่มีลูกเล็กวัยปฐมวัยจนถึง ช่วงวัยรุ่น ในเพจนี้ผู้เขียนซึ่งเป็นจิตแพทย์มักนำเรื่องราวจากในละคร ภาพยนตร์ ไทยและต่างประเทศ ข่าว หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น มาวิเคราะห์ต่อยอด จากมุมมองของแพทย์ หรืออธิบายแนวคิดด้านจิตวิทยาโดยใช้ภาษาที่เข้าใจได้ ง่าย ไม่เป็นวิชาการจนเกินไปนัก มีการยกตัวอย่างสถานการณ์เพื่อประกอบการ อธิบายประเด็นนามธรรม เช่น ความรัก ความฝัน ความกังวล ฯลฯ ทำให้เข้าใจ ความคิดของเด็กมากขึ้น ให้ผู้อ่านสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ในการเลี้ยงลูกได้

ภาพที่ 3 เพจ เชนเด็กชั้นอนุเขา



สื่อใหม่ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก จะมีความสัมพันธ์ กับบริบทการเลี้ยงลูกในปัจจุบัน เพราะเป็นช่องทางที่เหมาะสมกับยุคสมัยใน การนำเสนอ สร้างปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในเพจ โดยเฉพาะกับพ่อแม่มือใหม่ ที่สำคัญคือ เฟซบุ๊กสามารถถ่ายทอดประเด็นการเรียนรู้ในโลกสมัยใหม่ให้กับ ผู้ปกครองได้ง่ายและรวดเร็ว โดยมีผู้ถ่ายทอดคือ แพทย์หรือจิตแพทย์ เนื่องจาก

เป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกาะเกี่ยวกับประเด็นความรู้และทักษะที่ต้องรู้ในโลกสมัยใหม่โดยตรง ซึ่งแตกต่างจากอดีตอย่างสิ้นเชิงที่การเลี้ยงดูเด็กพึ่งพิงการสื่อสารแบบมุขปาฐะและสื่อสารมวลชน

ใน 3 पेजนี้ ถึงแม้จะเป็นเพจที่ผู้เขียนเป็นแพทย์/จิตแพทย์เหมือนกัน แต่ก็มีความแตกต่างบางประการอยู่ โดยเฉพาะจากจุดยืนประสบการณ์ตรงของผู้เขียน กล่าวคือ นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์ เป็นจิตแพทย์ที่มีครอบครัวและลูกๆ ได้เติบโตพ้นวัยเด็กไปหมดแล้ว พญ.จิราภรณ์ อรุณากูร หรือหมอไอ้ เพจเลี้ยงลูกนอกบ้าน เป็นกุมารแพทย์ที่เป็นคุณแม่ของลูกสาววัยปทุมวัย และ พญ.เบญจพร ตันตสุติ หรือหมอมินบานเย็น เพจเข็นเด็กขึ้นภูเข เป็นจิตแพทย์ที่ยังไม่มีลูก จากตัวแปรเรื่องจุดยืนจากประสบการณ์การเลี้ยงลูกโดยตรงดังกล่าว จึงน่าสนใจยิ่งขึ้นว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กทั้ง 3 คนได้นำเสนอประเด็นการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในฐานะผู้ส่งสาร อย่างไร

บทความวิชาการเรื่องนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) “การเรียนรู้เพื่อศตวรรษที่ 21: การสื่อสารทักษะชีวิตในสังคมสมัยใหม่” เป็นการเชื่อมโยงแนวคิดเรื่องการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สังคมและการสื่อสารเข้าด้วยกัน (2) “สารจากผู้เชี่ยวชาญการเรียนรู้สู่พ่อแม่ลูกเล็กในระบบทุนนิยม” เป็นการสรุปเนื้อหาจากการสำรวจเพจที่สื่อสารเกี่ยวกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยผู้เชี่ยวชาญตามเกณฑ์การศึกษาที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ และ (3) “ทักษะแห่งศตวรรษกับการผสมผสานการสื่อสารหลายระดับ” เป็นส่วนการวิเคราะห์และอภิปรายข้อค้นพบกับกรอบแนวคิดเรื่องการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะในมิติของการสื่อสารและการตั้งข้อสังเกตกับข้อค้นพบ

(1) การเรียนรู้เพื่อศตวรรษที่ 21: การสื่อสารทักษะชีวิตในโลกสมัยใหม่

โลกในยุคศตวรรษที่ 21 เป็นโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว พลิกผันไม่หยุดนิ่ง และยากจะคาดเดาถึงการเตรียมพร้อมปัจเจกให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ในยุคสมัยดังกล่าว เป็นประเด็นสำคัญที่นักวิชาการหลายสาขาเห็นความสำคัญและพัฒนาจนกลายเป็นชุดความรู้เพื่อการเร่งสร้างทักษะแห่งอนาคตใหม่ที่ต้อง

ออกแบบให้ผู้เรียนซึ่งเป็นเด็กในวันนี้ให้มีทักษะสูงต่อการเรียนรู้ ปรับตัว ต่อยอดความสามารถ และแปลงศักยภาพได้อย่างสมบูรณ์ในฐานะผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า

นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์ (2554: 11) ในฐานะเลขาธิการมูลนิธิสัดศรี-สฤษดิ์วงศ์ ได้กล่าวถึงความสำคัญของการเรียนรู้ในหนังสือทักษะแห่งอนาคตใหม่ การศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21 ไว้ว่า สิ่งที่ยุ่กำหนดนโยบายควรทำอย่างเร่งด่วนคือ “การมีกระบวนการทัศน์ใหม่ที่จะพัฒนาเด็กและเยาวชนให้เป็นผู้ใ้เรียนรู้ตลอดชีวิต เด็กและเยาวชนจะเรียนรู้อะไรบ้างขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละคน แต่ที่ทุกคนควรมีคือ ความสามารถในการเรียนรู้ตลอดเวลา ตลอดชีวิตและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง” แนวคิดที่ให้ความสำคัญกับ “ทักษะ” ควบคู่ไปกับความรู้เช่นนี้ สอดคล้องกับความคิดของนักวิชาการด้านการศึกษาหลายคน โดยเฉพาะ James Bellanca and Ron Brandt (2010) บรรณาธิการในหนังสือ *21st Century Skills Rethinking How Students Learn* ที่กล่าวไว้ชัดเจนว่า ความรู้และทักษะคือสองสิ่งที่จะต้องไปด้วยกันในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างทักษะแห่งการพัฒนาตัวเอง เพื่อให้พร้อมต่อการแสวงหาความรู้จากสภาพแวดล้อมแบบชุมชนโลกภายใต้ภูมิทัศน์สื่อที่ซับซ้อนที่ผู้ปรับตัวได้ทันเท่านั้นจึงจะอยู่รอด

กรอบแนวคิดเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยภาคีเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง และอธิป จิตตฤกษ์, 2554; Dede, 2010; สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย, 2558) ได้ระบุถึงองค์ประกอบ 6 ส่วน ที่สัมพันธ์กันต่อการพัฒนาโดยอธิบายรวมไปกับทักษะที่ต้องใช้ควบคู่กัน ได้แก่

(1) เนื้อหาวิชาแกน ได้แก่ ภาษาอังกฤษ การอ่านหรือศิลปะการใช้ภาษา ภาษาสำคัญของโลก ศิลปะ คณิตศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การปกครองและหน้าที่พลเมือง มีตัวชี้วัดได้แก่ ทักษะการอ่าน (reading) ทักษะการเขียน (writing) ทักษะการคำนวณ (arithmetic) บวกกับสาระการเรียนรู้ 8 กลุ่ม ได้แก่ ภาษาแม่ ภาษาโลก ศิลปะ คณิตศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และความเป็นพลเมือง

(2) แนวคิดสำคัญในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ จิตสำนึกต่อโลก ความรู้พื้นฐานด้านการเงิน ธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ ความรู้พื้นฐานด้านพลเมือง ความรู้พื้นฐานด้านสุขภาพ ความรู้พื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม มีตัวชี้วัดได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับโลก (global awareness) ความรู้ด้านการเงิน เศรษฐกิจ ธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการ (financial, economic, business and entrepreneurial literacy) ความรู้ด้านการเป็นพลเมืองที่ดี (civil literacy) ความรู้ด้านสุขภาพ (health literacy) ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (environmental literacy)

(3) ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ไขปัญหา การสื่อสารและการร่วมมือทำงาน มีตัวชี้วัด ได้แก่ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา (critical thinking and problem solving) การสื่อสารและความร่วมมือ (communication and collaboration) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (creativity and innovation)

(4) ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี ได้แก่ ความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศ ความรู้พื้นฐานด้านสื่อ ความรู้พื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (ไอซีที) มีตัวชี้วัด ได้แก่ การรู้เท่าทันสารสนเทศ (information literacy) การรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) การรู้ทันเทคโนโลยี (ICT)

(5) ทักษะชีวิตและการทำงาน ได้แก่ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว ความคิดริเริ่มและการขึ้นนำตนเอง ทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การเพิ่มผลผลิตและความรู้รับผิดชอบ ความเป็นผู้นำและความรับผิดชอบ มีตัวชี้วัด ได้แก่ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว (flexibility and adaptability) การริเริ่มสร้างสรรค์และกำกับดูแลตนเองได้ (initiative and self-direction) ทักษะสังคมและสังคมข้ามวัฒนธรรม (social and cross-cultural skills) การเป็นผู้สร้างผลงานหรือผลผลิตและความรับผิดชอบเชื่อถือได้ (productivity and accountability) ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ (leadership and responsibility)

(6) ระบบสนับสนุนการศึกษาของศตวรรษที่ 21 ได้แก่ มาตรฐานและการประเมิน หลักสูตรและการสอน การพัฒนาทางวิชาชีพ และสภาพแวดล้อม

การเรียนรู้ มีตัวชี้วัด ได้แก่ ทักษะ ความรู้และความเชี่ยวชาญจากการลงมือปฏิบัติในรูปแบบ problem-based learning (PBL) การเน้นความเข้าใจเชิงลึกมากกว่าผิวเผิน การสร้างความสมดุลในการประเมินผลเชิงคุณภาพ เน้นการใช้ประโยชน์จากผลสะท้อนของผู้เรียนมาใช้ในการปรับปรุงงาน ใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการวัดและประเมินผล สร้างและพัฒนาระบบแฟ้มสะสมผลงาน (portfolios) ให้เป็นมาตรฐานและมีคุณภาพ สร้างโอกาสในการบูรณาการการเรียนรู้ข้ามสาขาและบูรณาการแหล่งเรียนรู้

กรอบความคิดข้างต้นระบุชัดเจนในส่วนของการพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับแนวคิดด้านการสื่อสาร ทำให้มองเห็นความสำคัญของทักษะด้านการสื่อสารในฐานะที่เป็นกลไกในความสำเร็จของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 หลายประการ เช่น ความคิดสร้างสรรค์และการแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์ ความคิดวิพากษ์ การสื่อสารเพื่อแสวงหาความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว การเป็นผู้นำและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมที่มีเรื่องการสื่อสารความหมายเป็นตัวกลางของความเข้าใจ รวมไปถึงทักษะการใช้และเท่าทันสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี ซึ่งอาจตีความไปได้ในทิศทางของทักษะของการใช้สื่อและการเท่าทันสื่อในแวดวงการสื่อสาร ประเด็นต่างๆ เหล่านี้นักการสื่อสารไม่ควรมองข้าม ในทางกลับกัน อาจเป็นพื้นที่การศึกษาใหม่ๆ ข้ามศาสตร์ที่เอื้อประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้เพื่อการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับสังคมไทยได้ต่อไป

เมื่อพิจารณาลึกเข้าไปในกรอบแนวคิดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคตนั้นเป็นทักษะที่ต้องมีต้นทุนเกี่ยวกับ “จิตใจ” ซึ่งเป็นเรื่องภายในตัวค่อนข้างสูง เพราะจิตนั้นเป็นต้นทางของการรู้คิด Gardner (2010) ศาสตราจารย์อาวุโสด้านจิตวิทยาจากมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ได้กล่าวถึงความสำคัญกับจิตที่เกี่ยวกับการคิดใน 3 ลักษณะ ได้แก่ (1) จิตเชี่ยวชาญ (disciplined mind) หมายถึงการขัดเกลาความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญภายในตนอย่างต่อเนื่อง และมีวินัยอันเป็นสาระสำคัญของการเรียนรู้ตลอดชีวิต (2) จิตรู้สังเคราะห์ (synthesizing mind) คือจิตที่สำรวจแหล่งข้อมูลอันหลากหลาย รู้ว่าอะไรสำคัญ

ควรค่าแก่ความสนใจ สามารถสังเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดมาสานกันได้อย่าง มีเหตุและผล (3) จิตสร้างสรรค์ (creating mind) หมายถึงนักคิดนอกกรอบ ผู้ที่พยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ สามารถเรียนรู้และยอมรับความผิดพลาด กระตือรือร้นต่อการเรียนรู้ การค้นพบใหม่ๆ และนำข้อผิดพลาดมาใช้แก้ไขจิตใจ ในชีวิต ไม่แปลกใจว่า ทำไมข้อแนะนำเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะทางกับจิตใจจะถูก ส่งต่อจากผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาและจิตแพทย์เป็นส่วนใหญ่ ก็เพราะองค์ความรู้ ในศาสตร์ที่ผู้เชี่ยวชาญเหล่านั้นเป็นเจ้าของอยู่ ได้กลายมาเป็นต้นทุนสำคัญของ ความเข้าใจต่อยอดที่จะนำไปสู่การปรับทักษะด้านอื่นๆ ที่สอดคล้องกับการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21

นอกจากที่กล่าวมาแล้ว ยังมีคุณลักษณะทางจิตที่สำคัญอีก 2 ประการ ได้แก่ จิตรู้เคารพ (respectful mind) หมายถึงการเปิดใจต้อนรับบุคคลที่หลากหลาย ไม่ด่วนตัดสินใคร รู้จักเคารพกัน ปราศจากอคติซึ่งกันและกัน และจิตรู้ จริยธรรม (ethical mind) เป็นจิตที่นึกถึงตนเองในเชิงนามธรรม และถามตัวเอง ได้ว่า ฉันอยากเป็นคนแบบไหน ฉันอยากเป็นพลเมืองแบบไหน เป็นความคิดของ ผู้ที่คิดถึงคนอื่นและมองเห็นตนเองในบริบทโลก เป็นคุณสมบัติของผู้ที่ประพฤติ ตนสอดคล้องกับสิ่งที่ตนเองเชื่อและยึดมั่นแม้ว่าสิ่งที่ทำนั้นจะขัดแย้งกับผล ประโยชน์ส่วนตนก็ตาม

ทักษะที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเสมือนหลักการที่แวดล้อมกระบวนการเรียนรู้ ของเด็กทั่วโลกในปัจจุบันและอนาคต ส่วนหนึ่งเป็นคำอธิบายที่สะท้อนถึงสิ่งที่ ขาดหายไปจากแบบแผนการเรียนรู้ในอดีต ที่ไม่สามารถนำมาผสมผสานกับ การเรียนรู้ในยุคโลกาภิวัตน์ ที่มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายและให้ความสำคัญกับ การปรับตัวของปัจเจกที่ยืดหยุ่น ฉลาดเท่าทันให้กลายเป็นพลเมืองโลกได้อย่าง สมบูรณ์ หากพิจารณาสภาพสังคมโลกที่เปลี่ยนไปจนกลุ่มนักวิชาการต้องหยุด ทบทวนกลไกการเรียนรู้และออกแบบการจัดการเรียนรู้กันใหม่สำหรับศตวรรษ ที่ 21 แล้วนั้น สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย (สพฐ.) (2558) ได้ กล่าวถึงปรากฏการณ์ที่มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทักษะการดำเนินชีวิตในโลก ศตวรรษที่ 21 จำนวน 7 เรื่องที่นำไปสู่คำอธิบายเหตุผลความจำเป็นในการปรับ

กระบวนการเพื่อการเรียนรู้ของเด็ก ซึ่งมีความสำคัญต่อความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์โลก ดังต่อไปนี้

(1) โลกเทคโนโลยี (Technologicalization) ในส่วนของความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นหลัก โดยเฉพาะเทคโนโลยีข่าวสารและการคมนาคม คนไทยจึงต้องใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นให้รู้เท่าทันและสามารถพัฒนาทักษะความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่ตอบโจทย์คุณภาพชีวิตในเวทีเศรษฐกิจโลก

(2) โลกเศรษฐกิจและการค้า (Commercialization and Economy) จำเป็นอย่างยิ่งที่สมาชิกในสังคมต้องเรียนรู้ทักษะเศรษฐกิจและการค้าเพื่อแข่งขันกันในด้านประสิทธิภาพการทำงาน ความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจที่เน้นการขายเป็นหลัก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพัฒนาทักษะทางการค้าที่มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirit) ควบคู่ไปกับการผลิตเชิงนวัตกรรมที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญใหม่ๆ

(3) โลกาภิวัตน์กับเครือข่าย (Globalization and Network) การสื่อสาร การสื่อความหมาย และการเลือกเครือข่าย กลายเป็นทักษะสำคัญที่ตอบโจทย์ความเปลี่ยนแปลงในยุคนี้ ความเป็นโลกาภิวัตน์จะเชื่อมโลกให้เข้าถึงกันและกัน เกิดความร่วมมือในการทำงาน การแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต การเป็นพลเมืองโลกดิจิทัลและการเป็นประชาธิปไตยจะเป็นหัวใจสำคัญของการเคลื่อนไหวของโลกในศตวรรษที่ 21

(4) สิ่งแวดล้อมและพลังงาน (Environmental and Energy) ประเด็นนี้เกิดขึ้นจากศตวรรษที่ผ่านมาที่โลกนำทรัพยากรมาใช้โดยไม่คำนึงถึงสมดุล เกิดปัญหาสภาพแวดล้อมมากมาย ดังนั้น ความใส่ใจที่จะนำธรรมชาติกลับคืนมาจึงเกิดขึ้นในยุคนี้ โดยใช้โลกาภิวัตน์และเครือข่ายเป็นตัวหมุนผู้คนให้หันมาร่วมมือกันได้ง่ายขึ้นและเร็วขึ้น

(5) ความเป็นเมือง (Urbanization) สืบเนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้ลดช่องว่างในสังคมชนบทลง การซื้อขายสินค้าและธุรกิจรูปแบบต่างๆ เกิดขึ้นในทุกพื้นที่ ไม่จำกัดแต่ในสังคมเมืองเท่านั้น สิ่งที่จะ

เกิดขึ้นชัดเจนคือ เศรษฐกิจและชีวิตสมัยใหม่ ที่ยึดโยงอยู่กับการค้าและบริการ บนวิถีชีวิตที่ทันสมัยกลายเป็นเมืองของโลกเดียวกัน

(6) อายุของคนที่ยืนขึ้น (Ageing and Health) ความก้าวหน้าจากนวัตกรรมทางการแพทย์พยาบาลจะช่วยให้คนอายุยืนขึ้น ประกอบกับการเข้าถึงองค์ความรู้สุขภาพที่หลากหลายมากขึ้น กลายเป็นประเด็นความรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับสุขภาพ สังคมกลายเป็นสังคมสูงอายุ ที่ผู้สูงอายุยังสามารถทำงานได้อยู่ คนรุ่นใหม่จะกลับมีจำนวนน้อยลง เกิดการสร้างสังคมการอยู่ร่วมกันของคนรุ่นเก่า และคนรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพชีวิตผสมผสานกัน

(7) การอยู่กับตัวเองมากขึ้น (Individualization) บุคคลจะอยู่กับตัวเองอยู่กับเทคโนโลยีและสื่อส่วนตัว การสื่อสารจะเกิดขึ้นผ่านเทคโนโลยีมากกว่า การพบปะพูดคุยแบบเห็นหน้าเช่นเดียวกับศตวรรษก่อน เทคโนโลยีกลายมาเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารกับชีวิตประจำวัน

การเปลี่ยนแปลง 7 ประการนี้ อธิบายความเป็นโลกาภิวัตน์ได้อย่างชัดเจน และทำให้เกิดภาพความเชื่อมโยงกับแนวคิดสังคมสมัยใหม่ที่สำคัญกับอัตลักษณ์และโครงสร้างสังคมเชิงวิพากษ์ของ Anthony Giddens ที่มีจุดยืนต่อภาวะความเป็นสังคมสมัยใหม่ควบคู่ไปกับบริบทสังคมความเสี่ยงของ Ulrich Beck ที่นำเสนอแนวคิดการสะท้อนย้อนคิด (reflexivity) ทั้งในระดับสังคมและบุคคล (Giddens, 1991 อ้างถึงในนิธิดา แสงสิงแก้ว, 2558) Giddens ได้อธิบายว่า ในยุคสมัยใหม่นั้นสถานการณ์ความเสี่ยงใหม่ๆ ได้ถูกสร้างขึ้นให้มีลักษณะแตกต่างจากสิ่งที่เคยถูกนิยามว่าเป็นความเสี่ยงในอดีต แต่กลับเป็นความเสี่ยงจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนโฉมหน้าสังคมและเรียกร้องสมาชิกในสังคมให้ปรับตัวอย่างเท่าทัน ภาวะการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นคุณลักษณะสำคัญของสังคมแบบใหม่ที่เน้นปฏิสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ซับซ้อน ด้านหนึ่งทำให้เกิดความพยายามทำความเข้าใจกับอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ที่แพร่ขยายสู่สังคมโลก แต่อีกด้านหนึ่ง ก็ชวนสะท้อนกลับมามองความเป็นปัจเจกและการสร้างอัตลักษณ์บุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับโลกที่เปลี่ยนไปภายใต้วิถี “reflexive project of the self” ที่ Giddens อธิบายว่า เป็นกระบวนการสะท้อนย้อนคิดภายในที่เรียกร้อง

ให้บุคคลทบทวนตัวตน และแสวงหาทักษะที่จะประกอบร่างเป็นอัตลักษณ์ใหม่ให้สอดคล้องกับสังคมแห่งการเรียนรู้ที่หน้าตาเปลี่ยนแปลงไปแล้วจากในอดีต

สะพานเชื่อมโยงประเด็นเรื่องอัตลักษณ์เข้ากับทักษะการเรียนรู้เพื่อให้เหมาะกับบริบทโลกาภิวัตน์ศตวรรษที่ 21 ในมิติการสื่อสารนั้นควรมีหลายวาระที่ทำงานสอดรับ ส่งต่อ และก้าวनाให้พันศาสตร์ด้านการสื่อสาร เพื่อไปสู่การทำความเข้าใจโลกของการแสวงหาความรู้ในอนาคต โดยในที่นี้จะขอนำเสนอการทบทวนประเด็น 4 ข้อเพื่อใช้เป็นกรอบความเข้าใจเบื้องต้นในการควมรวมศาสตร์ทั้งสองเข้าไว้ด้วยกัน อันได้แก่ศาสตร์การศึกษาในศตวรรษที่ 21 และศาสตร์การสื่อสารด้วยการอธิบายผ่านแบบจำลองการสื่อสาร (S-M-C-R model) ของ David K. Berlo (1960) ดังนี้

(1) ผู้ส่งสาร (Sender) น่าสังเกตว่า เมื่อย้ายจุดโฟกัสมาที่ประเด็นการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะในกรอบความเข้าใจร่วมของภาคีในมุมมองวิชาการ ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าแนวคิดดังกล่าวถูกเผยแพร่ ขยายความ และตีความออกเป็นวงกว้างทั่วโลก ส่วนใหญ่มันถูกพูดถึงในแวดวงการศึกษานักการศึกษา ครู และผู้เกี่ยวข้องกับระบบการสร้างนักเรียน อย่างไรก็ตามดังที่กล่าวมาแล้ว แนวคิดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เชื่อมโยงผูกพันกับความคิดและการปลูกฝังวิธีคิด ซึ่งเป็นการทำความเข้าใจกระบวนการคิดผ่านศาสตร์จิตวิทยา จึงไม่แปลกใจนักเมื่อเห็นจิตแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กได้กลายมาเป็นกลุ่มผู้ส่งสารหลักในเรื่องนี้ สำหรับประเด็นเรื่องความสำคัญของผู้เชี่ยวชาญนั้น Giddens (1991 อ้างถึงในนิติดา แสงสิงแก้ว, 2558) ได้เสนอแนวคิดเรื่องระบบนามธรรม (abstract systems) โดยอธิบายว่า เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากผลของโลกาภิวัตน์ ที่ทำให้สิ่งที่เรียกว่าเป็นความรู้นั้นแตกแขนงออกเป็นศาสตร์แยกย่อยที่ทุกคนไม่อาจล่วงรู้ได้อย่างถ่องแท้ ความรู้เชิงเทคนิคที่มาควบคู่กับชีวิตที่ซับซ้อนขึ้นในยุคแห่งสังคมความเสี่ยง จึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ (expert) หรือผู้ที่สังคมเรียกว่าเป็นเจ้าของศาสตร์ทำหน้าที่ให้ความรู้ ทำให้เรื่องซับซ้อนเข้าใจง่ายขึ้น ขณะเดียวกัน ก็ทำหน้าที่แทนบัจเจกในการจัดการลดภาวะที่กำลังรู้สึกเสี่ยงหรือไม่มั่นใจ ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงการพึ่งพิงผู้เชี่ยวชาญเพื่อการพัฒนา

เด็กที่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะในช่วงเวลาสำคัญของโลกที่รูปแบบการเรียนรู้เปลี่ยนโฉมหน้า

การเคลื่อนย้ายเรื่ององค์ความรู้นี้ เป็นลักษณะของสังคมสมัยใหม่ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จากที่ความรู้เกิดจากการติดต่อระหว่างบุคคลที่ต้องใช้เวลาในการพัฒนาความสัมพันธ์เพื่อสร้างความไว้วางใจเชื่อใจแทนที่ด้วยรูปแบบแห่งปฏิสัมพันธ์ใหม่ ซึ่งความไว้วางใจเกิดจากความเชื่อมั่นในระบบนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ ดังเช่น รูปแบบชีวิตที่ถูกกำกับโดยผู้เชี่ยวชาญแขนงต่างๆ รวมไปถึงเรื่องทักษะการเรียนรู้ ซึ่ง Giddens (1991) เสนอว่า ความเชื่อใจในระบบนามธรรมนี้เองที่เป็นทางออกให้กับปัจเจกจำนวนมากที่ขาดรหัสความรู้เชิงเทคนิคซึ่งมีผลโดยตรงต่อความรู้สึกสามารถในการควบคุมชีวิต

(2) วาระและเนื้อหาสาระ (Message) ประเด็นในการสื่อสารเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการสำรวจครั้งนี้ น่าสนใจที่จะเห็นทิศทางของประเด็นที่เป็นตัวชีวิตของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ตามมิติ 6 ด้านที่กล่าวมาข้างต้นว่าถูกนำเสนออย่างไร โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร อันกลายเป็นทักษะจำเป็นสำหรับผู้คนในศตวรรษที่ 21 นอกจากนั้น ยังน่าสนใจที่จะลงไปสำรวจเทคนิคการนำเสนอเนื้อหาวิชาการเหล่านั้นว่า ได้ถูก “ส่งต่อ” จากผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญจากกลุ่มแพทย์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นพ่อแม่ชนชั้นกลางในสังคมไทยผ่านช่องทางเพชฌัญญูอย่างไรบ้าง

ข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 นับได้ว่า เป็นข้อมูลดิบสำคัญที่พ่อแม่กลุ่มเป้าหมายต้องการเพื่อนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง “ตัวตน” ให้ลูกอย่างเหมาะสมและเท่าทันสังคมสมัยใหม่ เป็นวิธีการที่แต่ละคนจะต้องต่อสู้ต่อรองเพื่อสร้างแบบฉบับเฉพาะของตัวเอง เพื่อให้สามารถควบคุมชีวิตข้างหน้าได้ ในทางกลับกัน ก็เป็นการเพิ่มอำนาจระดับบุคคลเพื่อให้ใช้ชีวิตอยู่ภายใต้สังคมแห่งโอกาสที่เต็มไปด้วยทางเลือกร้อยแปดพันประการได้ด้วยเช่นกัน หรืออาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลเรื่องการสร้างทักษะสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นทางเลือกเพื่อให้นักเรียนในสังคมสมัยใหม่กำหนดบทบาทและออกแบบชีวิตได้อย่างที่ต้องการตามทัศนะของ Giddens (1991)

(3) รูปแบบการสื่อสารและช่องทางการสื่อสาร (Form and Channel)

ในสังคมสมัยใหม่โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีเชื่อมความเป็นสังคมผ่านปฏิบัติการออนไลน์นั้น ความสำคัญของช่องทางการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นหนทางที่ทรงพลังในการสร้างปฏิสัมพันธ์และเครือข่ายผู้รับสาร ในยุคนี้บทบาทของสื่อสารมวลชน (mass media) ที่ยากต่อการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของผู้รับสารได้ลดกำลังลงไป เมื่อพิจารณาในมิติสื่อ เราจะมองเห็นการทำงานของช่องทางใหม่ๆ (platform) ที่เข้ามาอยู่ในปฏิสัมพันธ์ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางประสานโครงข่ายความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ และส่งต่อข้อมูลความรู้จากทั่วโลกสู่ปัจเจกให้เลือกรับ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาเป็นแบบแผนที่ได้รับการรับรองจากผู้รู้มาเป็นตัวอย่างในการดำเนินชีวิต ดังเช่นสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงให้ผู้ต้องการข้อมูลเรื่องการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (โดยเฉพาะพ่อแม่ที่มีลูกอยู่ในช่วงปฐมวัย) ได้ติดต่อสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญ (แพทย์และจิตแพทย์) ทั้ง 3 คนในการศึกษาครั้งนี้ด้วยรูปแบบการสื่อสารสนทนาแบบไม่เป็นทางการหรือกึ่งทางการ ทำให้เกิดการไหลของข้อมูลข่าวสารแบบไม่เป็นทางการผ่านการถามตอบในหน้ากระดานสนทนา (facebook wall) ของผู้เชี่ยวชาญนั้น

ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นการสื่อสารแบบมวลชนแบบในอดีต หากแต่กระชับ เข้มข้น และเข้าถึงได้ง่ายขึ้นผ่านระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล (แพทย์และพ่อแม่ที่เขียนคำถามปรึกษาหรือแสดงความคิดเห็น) และการสื่อสารระดับกลุ่มใหญ่ (เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ติดตามเพจของผู้เชี่ยวชาญท่านเดียวกันและมีความสนใจร่วมกัน) โลกาวัดน์ที่ทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมของทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผู้คนจะมีความใกล้ชิดมากขึ้น เทคโนโลยีช่วยย่นย่อระยะทางและทะลุข้อจำกัดเรื่องเวลา เอื้อให้ปัจเจกได้พบเจอประสบการณ์ล้นวงหน้าก่อให้เกิดความสัมพันธ์แบบใหม่ในชุมชนโลกเสมือน ในขณะที่บุคคลสามารถเลือกรับและตีความข้อมูลที่มีอยู่ตามความเข้าใจของแต่ละคน

ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กของแพทย์และจิตแพทย์ในการศึกษานี้เรียกได้ว่า เป็นตัวบทเปิด (open text) เพื่อให้พ่อแม่ผู้รับสารได้เลือกตีความและเชื่อมโยงประสบการณ์การเลี้ยงลูกเล็ก

ในแบบของใครของมันผ่านการสะท้อนย้อนคิดอันเป็นประสบการณ์เฉพาะตน ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยให้บุคคลได้พิจารณารับแนวคิด แนวปฏิบัติจากระบบผู้เชี่ยวชาญที่จะเหมาะกับตัวเองที่สุดภายใต้ทางเลือกอันหลากหลาย

(4) ผู้รับสาร (Receiver) การสื่อสารในสังคมสมัยใหม่จะเห็นกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ในกรณีศึกษานี้ กลุ่มเป้าหมายได้แก่ พ่อแม่ผู้รับสารที่มีความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการเด็กและการเตรียมพร้อมบุตรหลานปฐมวัยสำหรับโลกในศตวรรษที่ 21 พ่อแม่จะพึงพิถีพิถันต่อการรับข้อมูลจำเพาะที่ตรงกับความสนใจ จะสังเกตเห็นได้ชัดในกลุ่มของพ่อแม่ที่กตัตติตามเพจเฟซบุ๊กของแพทย์หรือจิตแพทย์ในการศึกษาครั้งนี้ จะมีความคล้ายคลึงในลักษณะที่เรียกว่า “grouplike” กล่าวคือ มีลักษณะร่วมกันบางประการในกลุ่ม ได้แก่ เป็นพ่อแม่ที่มีการศึกษา เริ่มท้อแท้ เบื่อหน่ายและหมดหวังกับการดำเนินชีวิตที่มีทุนนิยมเป็นตัวกำหนด เริ่มเรียกร้องความเปลี่ยนแปลงด้วยการโยนหาการกลับสู่ความเป็นธรรมชาติตั้งแต่การอยู่ การกิน ความคิด ทศนคติ รวมไปถึงวิธีการเลี้ยงลูก และการจัดการปัญหาเกี่ยวกับลูก ข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้พ่อแม่ชนชั้นกลางในสังคมไทยได้ต่อรองกับความอึดอัดจากระบบทุนนิยม ข้อมูลใหม่ที่ได้รับจากผู้รู้จะนำมาซึ่งความมั่นใจเพื่อการออกแบบชีวิตลูกที่คิดว่าเหมาะสมและปลอดภัยในวันข้างหน้า

วิธีคิดของผู้รับสารลักษณะข้างต้นเทียบเคียงกับคำอธิบายของ Giddens (1991) ได้ว่า เป็นหัวใจของสังคมสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการสะท้อนย้อนคิด หลักการนี้อธิบายถึงวิธีการที่แต่ละคนต้องต่อสู้กับสภาวะความเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ภายใต้บริบททางสังคมวัฒนธรรมโลกที่สลับซับซ้อน เป็นนามธรรมไร้แบบแผน นำมาซึ่งการที่แต่ละคนจะต้องสร้างตัวตนแบบเฉพาะ เพื่อให้สามารถควบคุมชีวิตข้างหน้าให้ปลอดภัย และในทางกลับกัน ก็เป็นการเพิ่มอำนาจระดับปัจเจกผ่านการสร้างอัตลักษณ์ เพื่อให้ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมแห่งโอกาสที่เต็มไปด้วยทางเลือกมากมายด้วยเช่นกัน กล่าวได้ว่า การสะท้อนย้อนคิดเป็นผลลัพธ์ของความย้อนแย้งในยุคสมัยใหม่ที่มนุษย์ถึงจุดตัดสินใจว่า จะต้องหันกลับมาทบทวนตรวจสอบความเป็นไปรอบตัว ตอบคำถามเกี่ยวกับตัวตนที่ไม่เพียงแต่

ชวนขบคิดว่าเราเป็นใครเท่านั้น แต่ยังเรียกร้องให้บุคคลตั้งคำถามด้วยว่า เราจะ
เป็นอะไรและอย่างไรในอนาคต

(2) “สารจากผู้เชี่ยวชาญการเรียนรู้สู่พ่อแม่ในระบบทุนนิยม”

ในส่วนนี้เป็นการสรุปภาพการศึกษา ซึ่งเป็นการพรรณนาเนื้อหาใน
เพชฌัญของแพทย์/จิตแพทย์ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้ของเด็กจาก 3 เพจ
เพื่อให้เห็นภาพรวมของข้อมูลและทิศทางเชิงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการ
เรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ประกอบกับการยกตัวอย่างเนื้อหาในเพจ เพื่อให้เห็น
ประเด็นและวิธีการนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กและการเรียนรู้ ได้แก่

(1) เพจ นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์

เนื้อหาในเพจนี้สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน (theme) ได้ดังนี้ (1) บทความ
ที่เกี่ยวข้องกับเด็กและการพัฒนาเด็ก เช่น เรื่องการเลี้ยงลูกด้วย EF (Executive
Function) ความสุขคือพัฒนาการ ความสำคัญของการเล่นกับเด็ก การฝึกให้
พ่อแม่เป็นผู้ฟังที่ดี ประโยชน์ของการเล่นปาลมอน เล่นดิน เล่นทราย ฯลฯ
(2) ข้อมูลแนะนำหนังสือนิทานที่เหมาะสมกับเด็ก เช่น เรื่อง *ต้นไม้แห่งความจริง*
โดย บริตต้า เทกเกนทรัป และ *น่านกฮูก* เรื่อง *เอลเมอร์กับโรส* โดย เดวิด แมคคี
(3) แนะนำภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาน่าสนใจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเด็ก เช่น
Extraordinary Measures, *Titus*, *A Christmas Tale* (4) ตอบคำถามจากพ่อแม่
ที่เป็นสมาชิกเพจที่เขียนเข้ามาถาม เช่น ปัญหาลูกไม่ยอมไปโรงเรียน ลูกร้องไห้
(5) อื่นๆ เช่น ข่าวสารการอบรมด้านจิตวิทยา การโพสต์ข้อบทความที่เคย
เผยแพร่ผ่านนิตยสารหรือเว็บไซต์ต่างๆ รวมทั้งข้อมูลวิชาการเกี่ยวกับจิตวิทยา
ที่เกี่ยวกับเด็ก เป็นต้น

สำหรับการจัดกลุ่มด้วยแฮชแทก (hashtag) สัญลักษณ์ในโลก
ออนไลน์ที่ใช้ในการจัดหมวดหมู่ของประเด็นเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารนั้น ผู้เขียน
คือ นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์ จะใช้ในตอนท้ายของแต่ละโพสต์ เพื่อ
จัดกลุ่มของโพสต์ให้สามารถสืบค้นข้อมูลในประเด็นใกล้เคียงได้โดยง่าย เช่น กลุ่ม
ข้อมูลเรื่องพัฒนาการ การศึกษา ความเป็นพ่อแม่ จิตวิทยา วัยรุ่น การศึกษา

และ EF (Executive Function) ดังตัวอย่างแฮชแท็ก เช่น #development, #education, #parenting, #psychology, #adolescents, #education, #ef, #เลี้ยงลูกให้ได้EF

เมื่อจัดกลุ่มข้อมูลในรายละเอียดของเนื้อหาแล้ว พบว่า มีประเด็นเน้นย้ำผู้เขียนฉายภาพผ่านรูปแบบ (form) ในการนำเสนอที่แตกต่างกัน เช่น บทความ การตอบคำถาม การแนะนำหนังสือ ฯลฯ ได้แก่ 3 ประเด็นหลัก อันเป็นความรู้เชิงวิชาการด้านจิตวิทยา ดังต่อไปนี้

(1) ความรู้เรื่อง EF ทั้งนี้ EF ย่อมาจาก Executive Function ซึ่ง ปณัฏฐา ธนเศรษฐกร (2561) อธิบายว่า เป็นการทำงานของสมองชั้นสูง เป็นการควบคุมอารมณ์ ความคิด และการกระทำของมนุษย์ เปรียบเทียบกับ EQ หรือ IQ เป็นแบบทดสอบสติปัญญาที่ออกมาแล้ว แต่สิ่งที่ทำให้คนๆ หนึ่งมี EQ หรือ IQ ดีหรือไม่ดี คือ EF เมื่อ EF ทำงานแล้ว มันจะทำหน้าที่คิดวิเคราะห์ ตัดสินใจ แก้ไขปัญหา ควบคุมอารมณ์ วางแผน จัดลำดับความสำคัญ ที่ต้องใช้ประสบการณ์เดิม ประมวลผลเข้ากับประสบการณ์ปัจจุบัน เป็นทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

“เมื่อวานนี้ได้ขึ้นคำถามไว้ เราจะรู้ได้อย่างไรว่าเด็กคนหนึ่งอยากเป็นนักดนตรีอาชีพจริงๆ?

เราจะรู้ได้อย่างไรว่า เด็กคนหนึ่งชอบสิ่งที่เขาเลือกจริงๆ และพร้อมจะเอาจริงเอาจังกับมัน?

คำตอบคือไม่รู้ หมายความว่า เราไม่รู้หรอกว่าเขาจะชอบจริงรึเปล่า หรือชอบชั่วคราว เดียวก็ทิ้ง แต่ที่เราทำได้คือ เลี้ยงลูกเพื่อสร้างวงจรประสาทของ Executive Function หรือ EF ขึ้นมา ได้แก่ วงจร การควบคุมตนเอง-บริหารความจำใช้งาน-คิดวิเคราะห์อย่างยืดหยุ่น ความสามารถทั้ง 3 ประการนี้หมุนเป็นวงจร เริ่มจากเลี้ยงลูกให้มีสมองส่วนหน้าและ EF ที่ดี สมองส่วนหน้าดีพอที่จะรู้ว่าตัวเองชอบอะไร ตั้งใจมันอยากเป็นอะไร บริหารความจำใช้งานด้วยการลงมือทำ ทำแล้วคิดวิเคราะห์เพื่อ

ประเมิน ควบคุมตัวเองให้มั่นคงมากขึ้น ลงมือทำมากขึ้น คิดวิเคราะห์
อีกครั้งหนึ่ง ควบคุมตัวเองให้มั่นคงมากขึ้น ลงมือทำมากขึ้น คิดวิเคราะห์
อีกครั้งหนึ่ง ควบคุมตัวเองให้มั่นคงมากขึ้น ลงมือทำมากขึ้น คิดวิเคราะห์
อีกครั้งหนึ่ง...จนกว่าจะถึงเป้าหมาย

มีคำถามมากมายว่าถ้าไม่ไป ร.ร. ดีๆ ดังๆ ติดหมอเยอะๆ แล้วจะเรียน
เก่งสู้เพื่อนได้อย่างไร เรามาถึงทางแยกที่พ่อแม่สมัยใหม่คงต้องเลือก

ก ท่อง ตีว สอบ แล้วต้องชนะ ห้ามแพ้ ข สร้าง EF ให้ลูกรู้จักกรุย
ทางสู่ออนาคตเอง”

(16 กุมภาพันธ์ 2561)

(2) การสร้างความนับถือตนเอง (Self-Esteem) เป็นการสร้างความ
รู้สึกจากภายใน เป็นการให้ความรักกับตัวเอง ให้นับถือตัวเอง เป็นการเสริมสร้าง
กำลังใจในตนเพื่อให้ภายในเกิดความสมบูรณ์เพื่อรับมือกับปัญหาต่างๆ ภายนอกได้
ต่อไป

“...เดิมเขากำลังเริ่มพูดได้ เล่นสนุกสนาน พอไป ร.ร. ได้ไม่นานก็เริ่ม
ไม่พูด พูดน้อย เกะกะแม่ตลอดไม่เหมือนเดิม เราควรให้คุณครูสอน
เสริมอะไรให้คะ...

บทบาทอยู่ที่พ่อแม่ มิใช่ ร.ร. หลักการคือหยุดการถดถอย คือหยุด
regression แล้วสร้างความรักตัวเองขึ้นมาใหม่คือสร้าง self-esteem
ทำให้เขานับถือตัวเองอีกครั้งหนึ่ง เรื่องไม่พูด มีได้หลายสาเหตุ หา
คุณหมอที่ไว้ใจได้ แล้วตามคุณหมอนั้น อย่าเปลี่ยนบ่อยครับ”

(22 กุมภาพันธ์ 2561)

“...แล้วไม่ใช่ว่า ตอน ป.4 เรียนไม่เก่ง แล้วก็ต้องเป็นช่างไม้ไปตลอด
มันมีหนทางย้ายโรงเรียนได้ ถ้าต่อมาเกิดเรียนเก่งขึ้นมา หรือถ้าไป
ทำงานเป็นช่างแล้วเบื่อ อยากจะเรียนอะไรยากๆ ก็มีหนทางให้ไปเข้า
มหาวิทยาลัย ระบบมีความยืดหยุ่น แล้วสำหรับเด็กที่เคยทำงานได้เงิน

แล้วเปื้อกับงานที่ต้องทำซ้ำๆ เดิมๆ เขาก็จะมีแรงบันดาลใจในการเรียนมากกว่า รู้ว่าจะเรียนไปทำไม และเรียนอะไร ไปเป็นช่างไม้ก่อน คือไปทำงาน ด้วยนิ้วมือทั้งสอง สิ่งที่ได้คือ (1) เชลฟ์เอสติม เราทำได้ ไปต่อไป (2) สมอที่มี EF ที่ดี ไปต่อไป ขอบพระคุณคุณแม่จาก ตปท. ทุกๆ ท่านเลยครับ พวกเราอยู่ในนี้ อยากรู้เรื่องจริง”

(18 กุมภาพันธ์ 2561)

(3) คำแนะนำสำหรับพ่อแม่เพื่อเพิ่มพัฒนาการอย่างมีคุณภาพ เช่น การรับฟัง การสัมผัส การให้เวลากับการเล่น การทำให้ลูกมั่นใจได้ว่าแม่มีอยู่จริง การหยุดเร่งเรียนในระดับปฐมวัย เป็นต้น

“เลี้ยงลูกให้ดีดี ตอนที่ 34/100

เด็กเห็นตนเองเป็นศูนย์กลาง โลกมี 1 มิติ (1-Dimension) ก่อนที่จะกลายเป็น 2 และ 3 มิติในเวลาต่อมา

อวกาศและเวลาเป็นเรื่องสำคัญ เด็กเรียนรู้ได้เองก็จริง แต่สัมผัสด้วยตนเองจริงๆ ก็เป็นเรื่องมีประโยชน์ การศึกษาที่เอาเด็กไว้ในห้องเรียนมากกว่า กับการศึกษาที่เอาเด็กไปในสถานที่ต่างๆ มากกว่า อย่างหลังมีพัฒนาการดีกว่า เหตุผลพื้นฐานคือมีอวกาศที่กว้างใหญ่ไพศาลมากกว่า

เด็กขยายอวกาศได้ด้วยนิทานที่แม่อ่านให้ฟังก่อนนอน ป่า ทะเล ใต้ฟ้า เขาสูง ใต้ดิน และอวกาศ แต่การได้สัมผัสของจริงช่วยขยายขอบเขตของโลกทัศน์ และจัดสัมพันธ์ของสรรพสิ่งได้ดีกว่า ที่สำคัญคือการจัดสัมพันธ์ระหว่างตัวตนและอวกาศ อันจะเป็นรากฐานของการเปลี่ยนมุมมองที่ดีกว่าในอนาคต นั่นคือย้ายศูนย์กลางจากตนเองไปที่ตำแหน่งอื่น

สัมผัส (touching) มิได้หมายถึงการแตะแล้วรู้สึกที่มือ แต่หมายถึงการแตะแล้วรู้สึกที่ใจ เช่น การสัมผัสของเล่นเก่าๆ ในอดีตสักชิ้น หรือการ

สัมผัสวัตถุศักดิ์สิทธิ์ อวกาศและเวลาก็พร่างพรู ขยายตัวยืดยาวออก คือ เหตุผลหนึ่งที่ทำให้การอ่านหนังสือด้วยการ “จับ” และ “ลูบคลำ” หน้ากระดาษ จริงๆ ช่วยให้สมองเรียนรู้ได้ดีกว่า เพราะอวกาศและเวลาชัดเจนกว่า

แม่อ่านนิทาน เด็กเดินป่าปีนเขา ตามด้วยการอ่านหนังสือดีๆ สักเล่ม คือเรื่องพื้นฐานของสิ่งที่เรียกว่า อวกาศและเวลา (space & time) ซึ่งมีเวลาวิกฤตที่ 2-7 ขวบ”

(21 กุมภาพันธ์ 2561)

(2) เพจ เลี้ยงลูกนอกบ้าน

เพจเลี้ยงลูกนอกบ้าน โดยหมอโอิ พญ.จิราภรณ์ อรุณากูร กุมารแพทย์ ซึ่งมีลูกสาวอยู่ในวัยก่อนประถม เนื้อหาแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ (1) การแลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อคิดจากบทบาทแม่และหมอ (การให้ความสำคัญกับกระบวนการมากกว่าผลลัพธ์ เลี้ยงลูกให้รักตัวเอง เลี้ยงลูกด้วยความเข้าใจ แทนการสั่งสอน) (2) ให้ข้อมูลเรื่องหนังสือเล่ม เลี้ยงบวกลูกบวก ที่หมอโอิเป็นผู้เขียนพร้อมรายละเอียดกิจกรรมสัจจและการเสวนาพบปะผู้อ่าน (รายละเอียดกิจกรรม กำหนดการพบปะ แลกเปลี่ยนภาพถ่าย) (3) บทความในประเด็นวิชาการทางจิตวิทยาหรือการตอบคำถามจากสมาชิกในเพจ (ลูกอแง, EF, สอนลูกให้เรียนรู้กฎแห่งกรรม) (4) วิเคราะห์ข่าวที่เกี่ยวข้องกับมุมมองจิตวิทยาและพัฒนาการเด็ก (ประเด็นเพศสภาพ เด็กเสียชีวิตจากการทำโทษให้วิ่งรอบสนาม)

(1) การแลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อคิดจากบทบาทแม่และหมอ

#วันที่อะไรไม่เป็นอย่างไร

ลูกหมอไปวิ่งในงาน “ไดโนรัน” เมื่อเช้านี้ ขณะกำลังวิ่งร่าเริงออกจากจุดสตาร์ทยังไม่ถึงไหน ก็ดันล้มหัวเข้ากระแทกพื้นจนเป็นแผล แผลถลอกดูไม่ใหญ่มาก แต่ลูกก็คงเจ็บเอากการ เพราะร้องไห้หน้าตาไหลแถมบอกว่า “ไม่อยากวิ่งแล้ว ยอมรับว่าในใจหมอเผลอคิดไปว่า “อะไรกัน แผลแค่นี้

เอง” สังเกตได้ว่าน้ำเสียงที่พูดกับลูกก็เปลี่ยนไป

“ผลนิตเดียวเองลูก หนูอดทนหน่อย จะได้ไปวิ่งกับเพื่อน”

“ถ้าจะให้แม่อุ้ม งั้นเรากลับบ้านกันก็ได้นะ”

ประโยคที่ไม่ช่วยลูกเลยสักนิด แถมลูกก็จิตใจอ่อนแอมากขึ้น “ไม่อยากวิ่งแล้วๆๆ ให้หมามีอุ้มๆๆ”

โชคดีที่สวมวิญญานหมอโอบจอมโม้ในเพจได้ทันเลยหันมาแสดงความเข้าใจแทนการสั่ง...

(18 กุมภาพันธ์ 2561)

(2) ให้ข้อมูลเรื่องหนังสือ “เลี้ยงลูกนอกบ้าน” และกิจกรรม “เลี้ยงลูกนอกบ้าน”

“จบลงแล้วนะคะ “เลี้ยงลูกนอกบ้าน On tour ครั้งที่ 4” ณ Farm De Lek รายได้สมทบทุนมูลนิธิหนังสือเพื่อเด็กลูกเพจกว่า 700 ชีวิต มาใช้ชีวิตแน่นๆ ในฟาร์มอย่างเรียบง่าย จนเจ้าของฟาร์มถึงกับออกปากชม ^ ^ หมอเองก็ประทับใจมากกกก ที่ขนาดอากาศร้อน พ่อแม่ก็ทุ่มเทพาลูกๆ ฝักใฝ่ในฟาร์มอย่างไม่ทอดทิ้ง ที่ประทับใจสุดตด คือพ่อแม่หลายร้อย สามารถเอาลูกอยู่นั่งฟังบรรยายในโรงนาร้อนๆ เป็นชั่วโมงได้อย่างอดทน นี่มัน EF ขั้นสูงสุดๆ”

(26 กุมภาพันธ์ 2561)

(3) บทความในประเด็นวิชาการทางจิตวิทยาหรือการตอบคำถามจากสมาชิกในเพจ

#ยุคที่ความไม่รู้ไม่น่ากลัว

ต่อไปการเรียนรู้ของเด็กจะเปลี่ยนไป ความรู้ไม่ได้หาได้แค่จากครู หรืออยู่แค่ในห้องเรียนเท่านั้น

แต่ความรู้หาได้จากทุกที่ในโลก สิ่งที่เราควรสร้าง...อาจไม่ใช่สมองที่เก่ง
ในการท่องจำ

แต่เป็นสมองแห่งการ...อยากเรียนรู้ รู้จักวิธีหาความรู้ ประยุกต์และ
วิเคราะห์องค์ความรู้ สร้างสรรค์องค์ความรู้หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ควบคุม
ตนเองไปถึงเป้าหมาย และทำงานได้เป็นทีม

สมองเหล่านี้ หลายครั้งไม่ได้เกิดจากการศึกษาที่เน้นท่องจำ หรือเน้น
เรื่องการแข่งขัน

แต่เกิดจากการศึกษา ที่ทำให้เด็กมีประสบการณ์หลากหลาย รู้จักตั้งคำถาม
สนุกกับการได้หาคำตอบ มีความสุขและสนุกในการเรียน มีแรงบันดาลใจ
ที่สำคัญ เด็กมีส่วนร่วมในการเรียนทั้งการเป็น “ฝ่ายให้” ไม่ใช่แค่
คอยรับ การศึกษาที่พัฒนา EF (Executive Function) ไม่ใช่แค่ IQ
การศึกษาที่ดี...ที่เริ่มได้ตั้งแต่ “ในบ้าน”

(1 กุมภาพันธ์ 2561)

(4) วิเคราะห์ข่าวที่เกี่ยวข้องกับมุมมองจิตวิทยาและพัฒนาการเด็ก

#ชีวิตที่ไม่หวานคืน

“หมออ่านข่าวนี้ด้วยความเศร้าสลดใจ แอบสงสารและเห็นใจคนเป็น
พ่อแม่

นักเรียนหญิง ป.5 ถูกครูทำโทษด้วยการให้วิ่งรอบสนาม 4 รอบ เพราะ
เพื่อนนักเรียนชายเล่นกันเสียงดัง เลยถูกทำโทษทั้งชั้นเรียน ขณะวิ่งรู้สึก
ตัวร้อนมาก คล้ายจะเป็นลม และเสียชีวิตในที่สุด (อาการดูคล้าย heat
stroke ไม่รู้ไข้มั้ย) หมอได้ยินจากเด็กๆ บ่อยมาก

“ถ้าทะเลาะกัน ไปฟ้องครู ครูทำโทษทั้งคู่” “ถ้าแกล้งกันในห้อง ครูจับ
ทำโทษทั้งห้อง” “ถ้ามีคนเสียงดัง ครูจับทำโทษทั้งชั้น” แล้วใคร... จะ

อยากไปฟ้องครู แล้วใคร... อยากจะให้ครูรู้ เพราะหลายครั้งมันก็ไม่ใช่ว่า
ความผิดของผู้ไม่ได้กระทำ การแก้ปัญหา ที่พยายามควบคุมพฤติกรรม
โดยการสั่งลงโทษ มักทำให้เราละเลยการหาสาเหตุของปัญหา ซึ่งสุดท้าย
มักนำมาซึ่งอีกหลายปัญหาที่ไม่ได้แก้ไข

เด็ก... เรียนรู้ดีที่สุด จากเหตุและผลแห่งการกระทำนั้น บางที... เราอาจ
ต้องกลับมาตั้งคำถามจริงๆ จังๆ

การลงโทษที่เราสั่ง...จริงๆ ทำให้เด็กๆ ได้เรียนรู้อะไร แล้วมันคุ้มค่าจริงๆ
มั๊ย...ทั้งกับบาดแผลในใจ และกับชีวิตที่ต้องสูญเสีย"

(6 กุมภาพันธ์ 2561)

ในส่วนของการใช้แซทเทกของเพจนี้ จะเป็นคำพูดหรือคำคมอันเป็นบท
สรุปของโพสหรือบทความ มากกว่าที่จะใช้แซทเทกเพื่อสรุปประเด็นหรือจัดกลุ่ม
ข้อความ เช่น #มันอาจไม่ใช่ที่ผลลัพธ์ เป็นแซทเทกที่ใช้เพื่อเตือนผู้อ่านโดย
เฉพาะพ่อแม่ ให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้มากกว่าผลลัพธ์ของกิจกรรม
ที่เป็นที่มุ่งหวัง หรือ #ยุคที่ความไม่รู้ไม่น่ากลัว เป็นการสรุปคำพูดเพื่อสื่อสารกับ
พ่อแม่ให้เข้าใจเรื่อง EF เพราะ EF จะเป็นทักษะใหม่ที่ทำให้พ่อแม่ต้องทำความเข้าใจกับความรู้ใหม่ว่าไม่จำกัดอยู่เพียงในห้องเรียนเท่านั้น และพ่อแม่สามารถ
นำลูกออกไปค้นพบความรู้ที่หลากหลายได้ด้วยตนเอง รวมทั้ง #มนุษย์ทุกคนรัก
ตัวเอง เป็นแซทเทกที่สรุปรวมความคิดของผู้เขียนให้รู้จักรักตัวเองให้เป็นก่อนที่จะ
สอนลูกให้รู้จักความรัก เป็นต้น

(3) เพจ เข็นเด็กขึ้นภูเขา

เพจเข็นเด็กขึ้นภูเขา โดย พญ.เบญจพร ตันตสุติ หรือหมอมินบานเย็น
เป็นเพจมุ่งให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงลูกยุคใหม่ มีวิธีการนำเสนอหลายรูปแบบ
เช่น ข้อคิดประจำวัน (ความหมายของคำว่าสบายใจ การใช้เวลากับลูก การเป็น
พ่อแม่ที่ดี) กรณศึกษาจากผู้ป่วย (ปัญหาวัยรุ่นหาตัวเองไม่เจอ การแบ่งเวลา

ในการเรียน) คำแนะนำเป็นข้อๆ เกี่ยวกับการเลี้ยงลูกหรือ how to (การเลี้ยงลูกที่ทำให้เกิดปัญหา วิธีเลือกโรงเรียนให้ลูก บางสิ่งที่พ่อแม่กังวลเสมอเรื่องลูก) การวิเคราะห์ข่าว (กรณีคุณป้าทุบรถ กรณีแม่วัยรุ่นผลักลูกลงคลอง กรณีเสือด่า) เป็นที่สังเกตว่า ในพจนานุกรมไม่ได้ใช้ประสบการณ์ส่วนตัวในฐานะแม่เป็นวัตถุดิบในการเขียน เนื่องจากผู้เขียนยังไม่มีบุตร การเขียนจึงเป็นการวิเคราะห์และถ่ายทอดจากมุมมองคนที่สาม ซึ่งมีหลายข้อเขียนจะมีลักษณะเป็นนามธรรมค่อนข้างสูง เช่น การแนะนำเรื่องความฝัน เป้าหมายในชีวิต ความกังวล ซึ่งมีความแตกต่างจากสองเพจแรกข้างต้น ที่มีน้ำหนักไปในการให้คำปรึกษาและข้อมูลจากประสบการณ์ตรง นอกจากนั้น ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับวัยรุ่นเพิ่มเติมจากข้อมูลเด็กปฐมวัยด้วย รวมทั้งมีการอ้างอิงบทความและงานวิจัยจากต่างประเทศด้านจิตวิทยาอยู่บ่อยครั้ง

(1) ข้อคิดประจำวัน

“ข้อคิดวันเสาร์

จะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ ทุกคนก็อยากจะอยู่กับคนที่รู้สึกสบายใจที่จะได้อยู่ด้วย

สบายใจหมายถึงใจสงบ ไม่หงุดหงิด ไม่ร้อนรน ทำให้ผ่อนคลายแม้จะขัดใจกัน แต่ก็อยู่บนพื้นฐานที่เข้าใจกันดี ไม่ต้องใช้อารมณ์รุนแรงใส่กัน เป็นที่พึ่งทางใจเมื่อต้องการ”

(17 กุมภาพันธ์ 2561)

(2) คำแนะนำเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกในลักษณะ How To

“การเลี้ยงลูก 10 แบบที่ทำให้เกิดปัญหา

1. ตามใจไปหมดทุกอย่าง
2. ปกป้องทะนุถนอมจนเกินไป

3. เจ็บเรอเบียบมากเกินไป
4. วิดกกังวลมากเกินไป...
8. คนที่ดูแลมีอารมณ์ไม่คงเส้นคงวา
9. สอนให้เป็นเด็กดี แต่ไม่เป็นตัวอย่างที่ดี
10. เปรียบเทียบลูกเรากับลูกเขาอยู่เสมอ”

(19 กุมภาพันธ์ 2561)

(3) กรณีศึกษาหลากหลายจากผู้ป่วย

“มีวัยรุ่นบางคนที่มาปรึกษาบอกว่าไม่ชอบสิ่งที่กำลังเรียนอยู่ แต่ก็ไม่แน่ใจว่าตัวเองชอบอะไรกันแน่ รู้สึกสับสน หมอว่ามันธรรมดา ไม่แปลกหรอก คือตอนที่ยังเป็นเด็ก เราอาจจะอยากเป็นในสิ่งที่เราคิดไว้ มันเจ๋งดี มันเทดี แต่พอโตขึ้น มันมีบริบทอื่นๆ เข้ามา เช่น ความคาดหวังจากพ่อแม่และสังคม ด้วยประสบการณ์ที่ไม่ได้มาก ก็ไม่แปลกเลยที่วัยรุ่นจะยังไม่รู้จักตัวเอง

ที่สำคัญ สิ่งที่เกิดขึ้นคือพอ บริบทต่างๆ เข้ามา (ความคาดหวังจากพ่อแม่และสังคม) สิ่งเหล่านั้นอาจจะไม่ได้ตอบโจทย์เด็กทุกคน ความฝันของเด็กบางคนอาจไม่ใช่ความร่ำรวยเงินทอง โอเคเด็กส่วนใหญ่บอกว่ามีเงินมันก็ดี แต่ก็ต้องเป็นสิ่งที่ทำแล้วมีความสุขด้วย เป้าหมายอาจไม่ใช่ชื่อเสียง

การที่พ่อแม่ลืมหัดและไปขีดเส้นให้เด็กมากเกินไป ทำให้เด็กรู้สึกว่ามีอะไรที่เป้าหมายของฉัน ฉันไม่ได้เลือก ซึ่งนำมาสู่การไม่รู้จักตัวเอง เพราะฉันรู้สึกว่าพ่อแม่และสังคมรู้จักฉันดีกว่า

จริงๆ แล้วหมอมันมีทางเลือก ทุกคนเลือกได้ วัยรุ่นอาจเลือกที่จะทนกับความคาดหวังของพ่อแม่ สิ่งที่พ่อแม่บอกว่ามันดี ก็อาจไม่ใช่เรื่องไม่ดีเสมอไป มีเด็กหลายคนที่ยึดตามพ่อแม่แนะนำคาดหวังและสุดท้ายชอบสิ่งนั้น...

สิ่งสำคัญคือการสื่อสาร ระหว่างเด็กกับพ่อแม่ให้เข้าใจและร่วมกัน
ไตร่ตรองเพื่อเลือกทางที่เหมาะสม ทุกอย่างถ้าอยู่บนพื้นฐานของการ
คิดในมุมมองของแต่ละฝ่าย อะไรก็น่าจะง่ายขึ้น ใจเขาใจเราเนอะ
ทุกคนเลย ไม่ว่าจะเป็นใคร

พ่อแม่ทุกคนรักลูก ห่วงและอยากให้ลูกมีความสุข แต่บางทีก็ลืม เผลอ
เอาไม่บรรทัดแห่งความสุขของเขามาวัดที่ตัวเด็ก บางทีมันก็ไม่ใช่แบบ
นั้น...

อย่าลืมนะว่า ความสุขของเด็กอาจไม่ตรงกับความคิดหวังพ่อแม่เสมอไป"

(21 กุมภาพันธ์ 2561)

(4) วิเคราะห์ข่าวและภาพยนตร์เกี่ยวกับมุมมองจิตวิทยา

"เป็นข่าวที่หมอดูแล้วรู้สึกเศร้าใจมาก การที่เด็กคนหนึ่งเกิดมาได้ พ่อแม่
เป็นผู้ที่ทำให้เขาเกิดมา ดังนั้นมันจึงตามมาด้วยความรับผิดชอบใหญ่
หลวง การเลี้ยงลูกเป็นงานที่ต่อเนื่องยาวนาน ต้องใช้แรงกายแรงใจ การ
เสียสละ ดังนั้น ความพร้อมของพ่อแม่จึงมีความสำคัญ ก่อนที่จะมีลูก
สักคนสามีภรรยาต้องถามใจตัวเองว่า "พร้อมหรือยัง"

- พร้อมที่จะมีเวลาเลี้ยงดูเอาใจใส่ ไม่ว่าจะเป็นร่างกายและจิตใจ
- สุขภาพจิตที่พร้อมพอสมควร
- พร้อมด้วยศักยภาพในการมีรายได้ค่าใช้จ่ายที่จะจุนเจือครอบครัว
เมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นมาอีกคนหนึ่ง
- มีร่างกายที่พร้อมและแข็งแรง
- มีคนคอยดูแลลูกสามารถทำหน้าที่ได้อย่างดีแทนเรา ถ้าเราต้องไป
ทำงาน

พูดตรงๆ เลยก็คือ ถ้าคุณรู้ว่าชีวิตส่วนตัวยังไม่รอด ก็อย่าเพิ่งมีลูก วางแผนครอบครัว รอให้พร้อมก่อนน่าจะดีกว่าค่ะ ที่รัฐบาลบอกว่ามีลูกจะลดภาษี ลดค่าคลอด มันแค่จุดเริ่มต้น มีปัจจัยหลายอย่างมากมายที่จะเลี้ยงเด็กคนหนึ่งให้เติบโตขึ้นมา หมอคิดว่าควรมีนโยบายระยะยาวที่ส่งเสริมการเลี้ยงลูกอย่างมีคุณภาพนะคะ

แต่ก็ให้กำลังใจสำหรับพ่อแม่ที่มีลูกแล้ว กำลังเกิดความเครียด ก็ต้องเดินหน้าสู้ต่อไป ถ้าเครียดมาก ก็อย่าถึงกับทอดทิ้งไม่ดูแล หรือทำโทษเด็กรุนแรงเป็นการระบายความเครียด (การจะฆ่าให้ตายแบบนี้ คงไม่ได้เกิดขึ้นบ่อย) พวกนี้มาพบจิตแพทย์เด็กหรือขอความช่วยเหลือต้องคัดรคุมครองสตรีและเด็กก็อาจจะทำให้หาทางออกได้"

(27 กุมภาพันธ์ 2561)

ในส่วนของการใช้ hashtag นั้น เพจเด็กขึ้นภูเขาใช้เพื่อกำหนดวลีที่เป็นข้อแนะนำหรือข้อคำถามเตือนใจให้คิดจากผู้เขียน เช่น #เรากำลังผลักดันเด็กเกินไปอยู่หรือเปล่า #อยากให้ลูกมีความสุขพ่อแม่ควรต้องมีสุขภาพจิตที่ดี #ก็แค่อยากให้แม่ชมหนูบ้าง เป็นต้น รวมถึงการใช้ hashtag เพื่อเน้นย้ำประเด็นที่ต้องการสื่อสารในลักษณะหัวเรื่องให้ชัดเจนขึ้น เช่น #ว่าด้วยจิตสำนึกกับความรับผิดชอบและความเห็นอกเห็นใจ #ความสำเร็จที่เกิดจากความมุ่งมั่นพยายาม เป็นต้น

โดยสรุป การศึกษาเชิงสำรวจครั้งนี้ได้มองเห็นเนื้อหาอันเป็น "สาร" จากผู้เชี่ยวชาญที่ส่งต่อถึงพ่อแม่ในประเด็นการเรียนรู้ที่สอดคล้องกันหลายประการ แหล่งที่มาของข้อมูลหนึ่งที่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คนได้เลือกใช้เพื่อการวิเคราะห์เหมือนกันคือ ข้อมูลจากข่าว บทความ และภาพยนตร์ อันเป็นการยืนยันแนวคิดที่ว่า ในสังคมสมัยใหม่นั้นการสื่อสารมีความสำคัญมาก เพราะเป็นกระบวนการที่ทำให้มีการไหลเวียนของข่าวสารและความรู้ (circulation of information and knowledge) ผ่านสื่อ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในปรากฏการณ์ไร้พรมแดนและทำหน้าที่เป็น "ตัวเลือก" (choice) ให้กับพ่อแม่ที่จะสะท้อนย้อนคิดว่าจะจัดการสร้าง

สภาวะแวดล้อมเพื่อควบคุมความเสี่ยง รวมทั้งจัดการตัวพ่อแม่และลูกที่เอื้อต่อการเรียนรู้สำหรับศตวรรษที่ 21 กันอย่างไร ภาพรวมผู้เชี่ยวชาญจะมุ่งให้ข้อมูลควบคู่ไปกับการให้ความรู้โดยอ้างอิงชุดข้อมูลจิตวิทยาและพัฒนาการเด็ก บริบทของการอธิบายเป็นรูปธรรมของความเป็นโลกาภิวัตน์ภายใต้ระบบทุนนิยมที่สังคมกำลังให้ความสำคัญกับวัตถุ เทคโนโลยีและความสะดวกสบายอย่างเข้มข้น ผู้เขียนทั้ง 3 เพจจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและให้ความสำคัญกับการยกตัวอย่าง ไม่ว่าจะเป็นตัวอย่างจากประสบการณ์ตรง ตัวอย่างจากข่าว ตัวอย่างจากภาพยนตร์ สามารถวิเคราะห์เนื้อหาโดยรวมจากภาพตัดขวางทั้ง 3 เพจออกเป็น 3 หัวเรื่องใหญ่ๆ ที่สะท้อนถึงบทบาทของผู้ส่งสารและสื่อเพชบุรีได้ ดังนี้

(1) ผู้เขียนให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม มากกว่าสาระการเรียนรู้ที่เป็นเนื้อหาวิชาแกนเหมือนในอดีต กล่าวคือผู้เชี่ยวชาญจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะที่ต้องมีการ “ฝึก” และการ “จัดการ” อันหมายรวมถึงทักษะชีวิต (life skill) ของเด็กมากกว่าวิชากลาง เช่น คณิตศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ฯลฯ มีการอ้างอิงตำรา บทความ และงานวิจัยจากต่างประเทศมาสนับสนุนข้อเสนอดังกล่าว ผู้เชี่ยวชาญได้พูดถึงแนวคิดการเรียนรู้ร่วมสมัย เช่น EF (executive function), PBL (problem-based learning), EQ (emotional quotient), self-esteem เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะที่ถูกเน้นย้ำมากที่สุดได้แก่ EF ที่เป็นทักษะด้านความคิด การวิเคราะห์และการควบคุมตัวเอง โดยนำเสนอผ่านการยกตัวอย่างกรณีศึกษา ซึ่งมักเป็นการสอดแทรกความรู้เข้าไปในปัญหาระดับชีวิตประจำวัน เช่น การสร้างวินัย การสอนให้รู้จักรับผิดชอบตัวเอง การเรียนรู้ความแตกต่างหลากหลาย เหล่านี้ล้วนเป็นสาระสำคัญในการสร้าง EF อันเป็นทักษะที่ผู้เชี่ยวชาญส่งเสริมและสนับสนุนให้พ่อแม่นำไปใช้เลี้ยงลูกตามกรอบการเรียนรู้สำหรับเด็กในศตวรรษที่ 21 นอกจากนั้นสิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญเน้นย้ำอย่างมาก ได้แก่ บริบทการเรียนรู้ โดยแนะนำให้เลี้ยงลูกแบบใกล้ชิดธรรมชาติและเพิ่มบทบาทของพ่อแม่ในการเลี้ยงดู มากกว่าการฝากความหวังไว้กับระบบโรงเรียน ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญจะมีท่าที่ไม่เห็นด้วยกับการฝึกทักษะการอ่านออกเขียนได้และการวัดผลสำหรับเด็กอนุบาล ที่กล่าวว่าเป็นหลุมพรางของการพัฒนาเด็กยุคปัจจุบันและอนาคต

(2) สื่อเพชบุรีเป็นสะพานเชื่อมร้อยโลก กล่าวได้ว่า เพชจากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นแพทย์และจิตแพทย์ 3 เพชนี้ ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมวัฒนธรรม “แบบมือสอง” ให้กับพ่อแม่ผู้อ่านที่อาจไม่มีประสบการณ์ตรงในมิติความหลากหลายของโลกได้พอเห็นภาพความแตกต่าง และสามารถเปรียบเทียบกลับเข้ามาสู่บริบทของแต่ละครอบครัวได้ ประเด็นเรื่องความรู้เกี่ยวกับโลก โลกาภิวัตน์และเครือข่าย (globalization and network) เป็นสาระสำคัญที่จะทำให้เข้าใจการเปลี่ยนแปลงสังคมสมัยใหม่ น่าสังเกตว่า ผู้เขียนซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญจากทั้ง 3 เพช ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับโลกและวิถีคิดของโลกผ่านสื่อ ได้แก่ สื่อภาพยนตร์ หนังสือ และนิทานจากต่างประเทศโดยนำเนื้อหาจากสื่อเหล่านั้นมาวิเคราะห์ในมุมมองจิตวิทยา เชื่อมโยงข้อมูล สร้างประสบการณ์ให้กับผู้อ่านด้วยการชวนคิด ตั้งคำถาม เปรียบเทียบความเหมือนและความต่างกับบริบทสังคมไทย เหล่านี้ล้วนเป็นวิธีการสื่อสารเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ “ข้ามวัฒนธรรม” สำหรับกลุ่มเป้าหมายเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ต่างวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่านโลกดิจิทัล ถึงแม้จะไม่ใช้ข้อมูลจากประสบการณ์ตรง แต่การเชื่อมร้อยดังกล่าวก็เป็นกลยุทธ์ที่ชวนให้พ่อแม่มองเห็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหาที่มีความคล้ายกัน นำมาสู่ความเข้าใจ การวิเคราะห์และมองเห็น “ทางเลือก” ที่เปิดอยู่ท่ามกลางบริบทความเป็นโลกที่แตกต่างหลากหลาย

(3) การสื่อสารประเด็นการพัฒนาเด็กในสื่อเพชบุรีสร้างทางเลือกสำหรับพ่อแม่ชนชั้นกลางในระบบทุนนิยม สื่อออนไลน์โดยเฉพาะเพชบุรี ได้กลายมาเป็นตัวกลางการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสาร (ผู้เชี่ยวชาญ) และผู้รับสาร (พ่อแม่ลูกเล็ก) เพื่อนำเสนอทางเลือกในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ การสื่อสารทางเลือกเป็นรหัสสำคัญที่ฝังอยู่ในตัวบทเนื้อหาจากเพชผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน จากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า ข้อมูลที่นำเสนอเป็นข้อคิดเห็นเพื่อช่วยหาทางออกให้กับปัญหาของพ่อแม่ภายใต้ระบบทุนนิยมโลกาภิวัตน์อย่างชัดเจน กล่าวคือ สิ่งที่เป็นประเด็นร่วมของพ่อแม่ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญนั้นพบว่า เป็นปัญหา “ซ้ำวน” ที่เป็นประสบการณ์ร่วมของครอบครัวไทยชนชั้นกลาง เช่น ปัญหาการเลือกโรงเรียนอะไรให้ลูกดี (โรงเรียนไทย โรงเรียนอินเตอร์ หรือบ้านเรียน) ปัญหา

ทำอะไรให้ลูกไม่ติดเทคโนโลยี เช่น แท็บเล็ต หรือเกม ปัญหาเรื่องไม่มีเวลาให้ลูก (เนื่องจากทั้งพ่อและแม่ต้องทำงานนอกบ้านเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในบ้าน) หรือปัญหาลูกไม่มีระเบียบ จะสร้างวินัยได้อย่างไรดี จะสอนให้ลูกเริ่มช่วยงานบ้านได้อย่างไร ฯลฯ

น่าสังเกตว่า จิตแพทย์และแพทย์เจ้าของเพจในการศึกษาค้างนี้ แม้จะมีวิธีการสื่อสารทางเลือกที่ค่อนข้างหลากหลาย (อาทิ บทความ ข้อคิด ถามตอบ ยกกรณีศึกษา อ้างอิงภาพยนตร์ วิเคราะห์ข่าว ฯลฯ) แต่ก็พอจะสังเกตเห็นรูปแบบคำแนะนำที่สอดคล้องไปในทางเดียวกัน โดยต้องการให้พ่อแม่ให้ความสำคัญกับเวลาที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวเพื่อเพิ่มความเข้าใจกันและกัน ความพยายามในการดืงเด็ก (และพ่อแม่) กลับสู่ธรรมชาติแห่งการเรียนรู้ด้วยนิทาน การเล่นทราย การปั้นแป้ง ฯลฯ การสร้างวินัยตั้งแต่เด็กด้วยการมอบหมายงานบ้าน การฝึกให้รู้จักอดทน รอคอย ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม เป็นต้น ซึ่งข้อแนะนำเหล่านี้ล้วนเป็นทางเลือกที่ให้พ่อแม่ถอยกลับเข้าสู่มิติธรรมชาติภายใต้เงื่อนไขเวลาที่จำกัด ที่ทั้งพ่อและแม่ต่างต้องทำงานอยู่ในระบบทุนนิยมและกระแสโลกาภิวัตน์อันเข้มข้น ท่ามกลางวิถีชีวิตครอบครัวชนชั้นกลางที่มีเน้นวัตถุนิยม เทคโนโลยีและความสะดวกสบาย

3) “ทักษะแห่งศตวรรษกับการผสมผสานการสื่อสารหลายระดับ”

ข้อมูลจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือทีดีอาร์ไอ (2560) ระบุถึงความสำคัญของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ว่า แนวคิดทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ตั้งอยู่บนฐานคิดที่เชื่อว่า รูปแบบการศึกษาแบบดั้งเดิม ซึ่งเน้นย้ำแต่การเรียนรู้และท่องจำเนื้อหาในสาระวิชาหลักไม่เพียงพออีกต่อไปแล้ว แนวคิดแห่งศตวรรษที่ 21 ให้ความสำคัญกับการปลูกฝัง “ทักษะ” เช่น การคิดขั้นสูง การเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะชีวิตและการทำงาน ทักษะด้านสารสนเทศ และการสื่อสาร ควบคู่กับเนื้อหาความรู้อื่นที่สำคัญ ได้แก่ ความรู้เรื่องโลก ความรู้ด้านการเงิน เศรษฐกิจ ธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ ความรู้ด้านพลเมือง ความรู้ด้านสุขภาพ และความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างผู้เรียนให้เหมาะสมกับ

ศตวรรษที่ 21 กล่าวคือ รู้จักคิด รักการเรียนรู้ มีสำนึกพลเมือง มีความกล้าหาญทางจริยธรรม มีความสามารถในการแก้ปัญหา ปรับตัว สื่อสาร และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดชีวิต

ข้อมูลจากการสำรวจครั้งนี้ สะท้อนถึงสาระสำคัญอันเป็นคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาเด็ก เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการเรียนรู้ที่เรียกร้องให้เกิดเปลี่ยนแปลงโดยเน้น “ทักษะ” ที่พ่อแม่จำเป็นต้อง “สร้างใหม่” หรือต้องมีการ “จัดการ” ให้กับลูก โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะชีวิตและการทำงาน ที่รวมถึงความยืดหยุ่น ความสามารถในการปรับตัว ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ การคิดและการแก้ปัญหา ซึ่งทั้งหมดได้นำเสนอผ่านมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ ที่ได้สื่อสารผ่านเพจในมุมมองจิตวิทยาและพัฒนาการเด็กที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดสมัยใหม่ เช่น executive function (EF), emotional quotient (EQ), self-esteem และ problem-based learning (PBL) ในขณะที่ยีกด้านหนึ่ง ข้อเสนอแนะดังกล่าวได้เรียกร้องให้พ่อแม่ “รื้อถอน” ความเคยชินหรือทัศนคติบางอย่างที่ติดตัวจากอดีต เช่น การเอาตัวเองเป็นศูนย์กลาง การยึดติดกับค่านิยมบางอย่างที่ไม่ให้คุณค่าในการรับฟังกันและกัน ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในโลกอนาคตของลูก ที่พ่อแม่ต้องเป็นส่วนหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ชุดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญนั้นสอดคล้องกับความคิดของ Giddens (1991) ที่อธิบายถึงระบบผู้เชี่ยวชาญอันเป็นผลจากโลกาภิวัตน์ ทำให้มนุษยชาติเกิดความรู้สึกร่วมในความกลัว ไม่มั่นใจ ไม่ปลอดภัยจากสถานการณ์ความเสี่ยง นำมาซึ่งการแสวงหารูปแบบการใช้ชีวิตที่ได้รับการยืนยันว่า จะช่วยให้บุคคลสามารถควบคุมอนาคตได้ ประสบการณ์และคำแนะนำจากผู้รู้กลายเป็นทางเลือกในการจัดการความรู้สึกเสี่ยงของพ่อแม่ที่ต้องเผชิญกับความไม่แน่ใจในรูปแบบการเรียนรู้ในอนาคต พ่อแม่จะสะท้อนย้อนคิด ตรึกตรอง และแก้ปัญหาด้วยคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ทำให้รู้สึกมั่นใจและปลอดภัย แนวคิดดังกล่าวเป็นเสมือนข้อมูลนำร่องที่ให้พ่อแม่ในบริบทการพัฒนาเด็กในศตวรรษที่ 21 ได้ตั้งคำถามกับตัวเองได้ต่อไปว่า จะปรับตัวเองอย่างไรจึงจะช่วยบรรเทาภาวะความไม่มั่นใจในโลกแห่ง

การเรียนรู้แบบใหม่ให้ลูกได้อย่างมีคุณภาพมากที่สุด

เมื่อพิจารณาถึงสิ่งที่ข้อแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในเพจทั้ง 3 เกี่ยวกับการเลี้ยงลูกและสร้างทักษะการเรียนรู้สำหรับเด็ก พบว่า มี “สาร” จำนวนไม่น้อยที่ต้องการปรับวิธีคิดของพ่อแม่และแนะนำให้พ่อแม่เกิดการรู้คิดต่อตัวเองหรือ self actualisation ซึ่งก็สอดคล้องกับทักษะเรื่องการเรียนรู้ที่ระบุไว้ในกรอบแนวคิดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทั้งเรื่องจิตเชี่ยวชาญ จิตรู้สังเคราะห์ จิตสร้างสรรค์ จิตรู้เคารพ และจิตรู้จริยธรรม ที่ต่างมุ่งสื่อสารกลับไปให้พ่อแม่ว่า จะปรับตัวให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงได้ในระดับใด ดังเช่นนายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์ ที่มักตั้งคำถามกับพ่อแม่ผ่านคำแนะนำเสมอว่า มีเวลาอ่านนิทานให้ลูกฟังมากแค่ไหน หรือเปิดโอกาสให้ลูกได้เล่นปีนป่าย เล่นทราย อยู่กับธรรมชาติได้บ่อยเพียงใด เมื่อเทียบกับเวลาที่หิบบ่นเทคโนโลยีและของเล่นราคาแพงให้ลูก เพจเลี้ยงลูกนอกบ้านสื่อสารให้พ่อแม่เห็นบทบาทของตนเองในการเสริมพัฒนาการลูกมากกว่าการผลักภาระความรับผิดชอบไปที่โรงเรียน รวมถึงข้อคิดที่ให้พ่อแม่รู้จักรักตัวเองให้เป็นเสียก่อนที่จะสอนให้ลูกรู้จักความรัก นอกจากนั้น ยังมีตัวอย่างที่หมอบินบานเย็น เพจเซ็นเด็กชั้นภูเขาลองให้พ่อแม่ทบทวนตัวเองว่า กำลังกดดันลูกวัยรุ่นอยู่โดยที่ไม่รู้ตัวหรือเปล่า รวมทั้งให้ข้อคิดด้วยว่าสิ่งที่พ่อแม่เลือกหรือคิดว่าดีสำหรับลูกอาจไม่ได้เหมาะสมที่สุดในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงนี้ก็เป็นได้

การชักชวนพ่อแม่รู้คิดต่อตนเอง หรืออีกนัยหนึ่งคือ การสื่อสารให้พ่อแม่ได้มีโอกาสสะท้อนย้อนคิด (reflexivity) หรือสนทนากับตัวเอง (self-dialogue) ผ่านพื้นที่สังคมออนไลน์ เป็นกระบวนการสร้างตัวตนในยุคสมัยใหม่ กระบวนการนี้ทางวิชาการสื่อสารอาจเรียกได้ว่า เป็นการสื่อสารภายในบุคคล (intrapersonal communication) ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในฐานะที่เป็นทั้ง “เครื่องมือ” และ “ช่องทาง” ในการเสริมพลัง (empowerment) ให้กับพ่อแม่ให้ตระหนักถึงบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเด็ก คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญได้มุ่งตรงไปในทิศทางเดียวกันที่ทำให้พ่อแม่ได้ย้อนคิดถึงความรู้สึกต่อตัวเองไป จนถึงวิธีปฏิบัติต่อลูกและความเคยชินในการจัดการโลก ทำให้พ่อแม่ได้สร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นกลับมาอีกครั้ง มองเห็นศักยภาพ คุณค่าและความหมายของการเป็นพ่อแม่ของหนึ่งชีวิต

รวมทั้งเปิดโอกาสให้พ่อแม่ได้สำรวจความรู้สึกต่อตนเองในสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจมีผลต่อการส่งต่ออารมณ์ด้านลบสู่ลูก

การสำรวจตัวเองเพื่อการเปลี่ยนแปลงจากภายในผ่านการสื่อสารภายในบุคคล จะเป็นทักษะพื้นฐานสำคัญที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องฝึกฝน มีความเฉพาะตัว เป็นแบบฉบับการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวความคิดที่แต่ละบุคคลมีต่อตนเอง เป็นกระบวนการใคร่ครวญ ตรึกตรอง ชั่งน้ำหนัก ทำให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ทำให้มองเห็นคำตอบว่า บุคคลจะสร้างอัตลักษณ์ที่เหมาะสมและอยู่รอดท่ามกลางสังคมที่เปลี่ยนไปได้อย่างไร เทียบเคียงได้ว่า ความรู้ที่ได้จากทั้ง 3 पेजนี้ได้กลายเป็นชุดข้อมูลดิบที่สำคัญให้พ่อแม่ใช้เป็นทางเลือกกับตัวเองและกับลูก เพื่อปลูกฝังวิธีเรียนรู้ที่ถูกต้องตามแนวทางที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำเพื่อให้พร้อมเข้าสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน

นอกจากโลกใหม่จะให้ความสำคัญกับการสื่อสารสู่ผู้คนมหาศาลผ่านความเร็วและความหลากหลายแล้ว ในมิติของการพัฒนาเด็กพบว่า การสื่อสารเรื่องเรียนรู้สำหรับพ่อแม่ในศตวรรษที่ 21 ในสื่อออนไลน์ได้ผสมผสานแนวคิดเรื่องระดับการสื่อสารไว้ด้วยกัน ทั้งการสื่อสารภายในบุคคล (intrapersonal communication) ดังที่กล่าวมา ผสมผสานกับการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) ที่เพจเฟซบุ๊กทำหน้าที่เชื่อมผู้เชี่ยวชาญกับพ่อแม่เปิดโอกาสให้เกิดการถามตอบและแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันผ่านทางหน้ากระดานเฟซบุ๊กและทางกล่องข้อความ (inbox message) ที่มีความเป็นส่วนตัวสูงกว่า นอกจากนั้นยังประกอบไปด้วยการสื่อสารระหว่างกลุ่ม (group communication) ที่เปิดโอกาสให้คนจำนวนมากขึ้นได้เข้ามาติดตามอ่านและร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของตนเองร่วมกับผู้อื่นได้ด้วย เป็นการไหลของข้อมูลข่าวสารในลักษณะเครือข่ายที่คุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ได้เอื้อให้เกิดการสื่อสารในมิติดังกล่าว ทำให้พ่อแม่ชนชั้นกลางได้เข้าถึงข้อมูลการเลี้ยงลูก โกลัซิดผู้เชี่ยวชาญที่ตนเชื่อถือได้ง่ายขึ้นและเข้าถึงกลุ่มเครือข่ายที่มีลักษณะ grouplike เป็นกลุ่มที่แลกเปลี่ยนข้อมูลภายใต้ความสนใจคล้ายกันได้ในเวลาเดียวกัน

ความรู้เรื่องการสื่อสาร โดยเฉพาะในเรื่องระดับการสื่อสารที่อธิบายให้เข้าใจถึงความแตกต่างและการนำไปใช้ร่วมกันของการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารระหว่างกลุ่ม น่าจะเป็นศาสตร์ที่สามารถข้ามไปสู่แวดวงการศึกษาและการพัฒนามนุษย์ กลายเป็นคำอธิบายสำคัญต่อภาพการเปลี่ยนแปลงสังคมในบริบทการศึกษาและการพัฒนาเด็ก นอกจากนั้น ข้อมูลจากบทความชิ้นนี้ทำให้เชื่อได้ว่า เนื้อหา รูปแบบ และทักษะของการเลี้ยงลูกในปัจจุบัน ได้ปรับและซบเข้าสู่โลกสมัยใหม่แบบโลกาภิวัตน์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นความต้องการที่ตรงกับทุนนิยมใหม่ แตกต่างจากภาพในอดีตและปัจจุบัน จึงไม่แน่ว่าเด็กที่ข้อมูลในบทความนี้จะทำให้เห็นรูปแบบการสื่อสาร ที่สะท้อนให้เห็นถึงการพึ่งพิงผู้เชี่ยวชาญมากขึ้นในศาสตร์ของการเลี้ยงลูก (ที่ดูจะเป็นเรื่องธรรมชาติ ที่ไม่น่าต้องมีหลักการและแบบแผนใดๆ เช่นในอดีต)

ท้ายที่สุดนี้ ท่ามกลางความเป็นไปของการอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญเพื่อลดความเสี่ยงในภาวะไม่มั่นใจต่อการจัดการเรื่องการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 แล้ว ก็ชวนสังเกตว่า ผู้เกี่ยวข้อง (actor) ที่อยู่ในบริบทการพัฒนาเด็กในสื่อออนไลน์นั้นล้วนเป็นชนชั้นกลางระดับสูง (หมอ ครู พ่อแม่ยุคใหม่) มีความรู้ดี ไม่มีข้อจำกัดเชิงเศรษฐกิจ สามารถใช้สื่อใหม่ที่ต้องการปฏิสัมพันธ์สูงได้เป็นอย่างดี กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างหมอ พ่อแม่และผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนาเด็กตามที่เราเห็นในตัวอย่างเพจทั้ง 3 เพจ ทำให้เกิดปรากฏการณ์การนิยามความรู้แบบใหม่ในการพัฒนาเด็กเพื่อให้เข้ากับศตวรรษที่ 21 เป็นแบบแผน (pattern) ที่ถูกทำให้เชื่อว่า จะทำให้เกิดเด็กยุคอนาคตที่เป็นทรัพยากรในแบบที่โลกต้องการ หากในทางกลับกัน ครอบครัวใดที่ไม่ได้เข้าถึงข้อมูลชุดนี้หรือมีความเชื่อที่ผิดต่างออกไปจากนี้ ก็อาจกลายเป็นเด็กกลุ่มที่สังคมมองได้ว่า ไม่เหมาะสำหรับโลกที่รูปแบบการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงไป อำนาจในการกำหนดนิยามของชุดความรู้เรื่องเด็กในศตวรรษที่ 21 จึงอาจเป็นเพียงการนิยามการเรียนรู้อีกแบบหนึ่งที่เป็นผลผลิตจากวาทกรรมผู้เชี่ยวชาญ บักหลักยึดแน่นเป็นชุดความรู้ที่ชอบธรรมในยุคสมัยนี้ ที่รอกการเปลี่ยนผ่านของเวลาสู่ยุคที่น่าจะมีความจริงแบบใหม่ปรากฏขึ้น ทั้งนี้เพื่อต่อสู้ ต่อรอง หรือแม้แต่ต่อต้านสิ่งที่เคยถูกเรียกว่า เป็นความรู้เรื่องการพัฒนา

เด็กที่ยากจะปฏิเสธของคนยุคนี้ ดังที่ Michel Foucault (1980) กล่าวถึงความ
รู้ไว้ในมิติอำนาจซึ่งปรากฏในหนังสือ *Power/Knowledge* ว่า “Knowledge is
not made for understanding, it is made for cutting”

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

นิธิดา แสงสิงแก้ว (2558), “บทบรรณนิทัศน์ ตามรอยความคิด Anthony Giddens: ว่าด้วยเรื่อง
สังคม สื่อและการทบทวนตัวตนในสังคมสมัยใหม่”, *วารสารศาสตร์*, ปีที่ 8 ฉบับที่ 3
(กันยายน-ธันวาคม).

วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง และอธิป จิตตฤกษ์ (แปล) (2554), *ทักษะแห่งอนาคตใหม่ การศึกษาเพื่อ
ศตวรรษที่ 21*, กรุงเทพฯ: openworlds.

ภาษาอังกฤษ

Bellanca, J. and Brandt, R. (2010), *21st Century Skills: Rethinking How Students Learn*,
Bloomington, IN: Solution Tree.

Berlo, D. (1960), *The Process Communication: Introduction to Theory and Practice*,
Harcourt College.

Dede, C. (2010), in Bellanca, J. and Brandt, R. (eds.), *21st Century Skills: Rethinking
How Students Learn*, Bloomington, IN: Solution Tree.

Foucault, M. (1980), *Power/Knowledge*, Brighton: Harvester.

Gardner, H. (2010), in Bellanca, J. and Brandt, R. (eds.), *21st Century Skills: Rethinking
How Students Learn*, Bloomington, IN: Solution Tree.

Giddens, A. (1991), *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern
Age*. Cambridge: Polity Press.

สื่อออนไลน์

ปนัดดา ธนเศรษฐกร (2561), “EF คือความรักแต่ไม่ใช่รักที่ต้องแลกจากการเรียน เรียนและเรียน”,
บทสัมภาษณ์ ใน The Potential, 7 กุมภาพันธ์ 2561, สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2561
จาก <https://thepotential.org/2018/02/07/panatda-ef/>

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) (2560), “ข้อเสนอว่าด้วยการปฏิรูประบบการศึกษา
ไทย”, สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2561 จาก <https://tdri.or.th/tag>

สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย (สพฐ.) (2558), “แนวทางการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษ
ที่ 21”, 21st Century Skills, สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2561 จาก [https://webs.rmutl.
ac.th/assets/.../09/20160908101755_51855.pdf](https://webs.rmutl.ac.th/assets/.../09/20160908101755_51855.pdf)

<https://www.parentsone.com>

<http://www.rakluke.com>

<http://www.mascoops.com/>

ผลกระทบของแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิ¹

รุจน์ โกมลบุตร²

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “ผลกระทบของแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิ” พัฒนามาจากงานวิจัยชื่อเรื่องเดียวกัน บทความนี้จะอธิบายถึงรูปแบบที่สื่อมวลชนละเมิดสิทธิของแหล่งข่าว ผลกระทบของแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิ และข้อเสนอแนะเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวคิดเรื่องสิทธิเสรีภาพ และแนวคิดเรื่องจริยธรรมสื่อ และเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลกระทบจากการที่สื่อละเมิดสิทธิจำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน รวม 12 คน ได้แก่ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มผู้ป่วย กลุ่มบุคคลทั่วไป และกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง และ (2) นักวิชาการและผู้บริหารสภานิติบัญญัติ โดยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

รูปแบบที่สื่อมวลชนละเมิดสิทธิของแหล่งข่าว มี 4 รูปแบบหลักๆ ตามกระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการ คือ (1) การละเมิดแหล่งข่าวในงานสนาม (2) การละเมิดกีดกีดการทำงานสนาม (3) การละเมิดทักษะการทำข่าวเบื้องต้น และ (4) การละเมิดในการนำเสนอ

ส่วนผลกระทบของแหล่งข่าวจากการถูกละเมิดสิทธิ 2 ประเภท ได้แก่ ผลกระทบด้านลบจำนวน 6 ลักษณะ คือ (1) สูญเสียความเป็นส่วนตัว (2) ผลกระทบด้านจิตใจ (3) ผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน (4) ผลกระทบต่อชื่อเสียง หน้าที่การงาน และการสูติ (5) ผลกระทบต่อการสูญเสียชีวิต และ

¹ บทความนี้พัฒนามาจากโครงการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

² รองศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

(6) ผลกระทบในการขัดขวางการทำงานของเจ้าหน้าที่ และผลกระทบด้านบวกจำนวน 2 ลักษณะคือ (1) ทำให้คดีมีความคืบหน้า แหล่งข่าวได้รับความเป็นธรรม และ (1) แหล่งข่าวได้รับกำลังใจและความช่วยเหลือจากสังคม

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนี้ ได้แก่ (1) สื่อ กองบรรณาธิการ และองค์กรสื่อ ต้องเพิ่มความละเอียดอ่อนต่อการเคารพสิทธิของแหล่งข่าว เช่น แจ้งเงื่อนไขและรายละเอียดการสัมภาษณ์ให้แหล่งข่าวทราบ ปกปิดเอกลักษณ์ของแหล่งข่าวเมื่อจำเป็น นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่นำเสนอเนื้อหาที่มีความรุนแรง ไม่นำเสนอภาพศพ ฯลฯ (2) แหล่งข่าวต้องรักษาสิทธิของตนเอง เช่น ปฏิเสธการให้สัมภาษณ์กับสื่อ หรือแจ้งให้สื่อปกปิดเอกลักษณ์ หรือร้องเรียนเมื่อถูกละเมิดสิทธิ และ (3) สภาวิชาชีพสื่อต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน

Abstract

The article titled “Impacts on News Sources Violated by Media” is adapted from the research project with the same title. This article illustrates categories of abuses introduced by media to news sources, impacts on new sources violated by media, and recommendations to reduce these adverse impacts.

This is a qualitative study adopting the concepts of liberty and rights, and media ethics. The purposive sampling is applied with two groups: (1) cases affected by violation of media which are four clusters, three cases per clusters, totaling 12 cases—children and youth, patients, normal persons and celebrities; and (2) academics and the Media Council's executives. A method of in-depth interview is used.

Following the editorial procedures, there are four key categories of abuses done by media to the news sources: (1) violating the new sources during the field work, (2) violation of agreement during the

field work, (3) violation of basic news reporting, and (4) violation in presenting news.

Regarding impacts on new sources violated by media, there are two categories of impacts affecting the new sources: the negative and positive impacts. For the negative impacts, there are six characters: (1) loss of privacy, (2) mental impact, (3) impacts on daily life, (4) impacts on reputation, career, and fights for lawsuits, (5) loss of life, and (6) interruption of work of government officials. On the contrary, for the positive impacts, there are two favourable characters: (1) advancement or progress of the lawsuits and the new sources receiving justice, and (2) the new sources receiving moral support and other assistance from society or public.

Recommendations from the research project are as follows. (1) Media, editorial staff, and media organisations must increase their sensibility in respecting rights of new sources such as informing news sources on conditions and details of the interviews, concealing identification of news sources when necessary, presenting correct information, not presenting contents of violence, not showing pictures of body/corpse, etc. (2) News sources must retain for their rights such as rejecting the interviews or informing media to conceal their identity or appealing when their rights are infringed. (3) The Media Council must better publicize to increase people's participation.

คำสำคัญ: แหล่งข่าว สื่อมวลชน การละเมิดสิทธิ

ทำไมเราต้องสนใจผลกระทบของแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิ

ประเทศไทยมีกฎระเบียบที่คุ้มครองสิทธิมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากระดับนานาชาติ กฎหมายของประเทศ และจริยธรรมของสภาวิชาชีพสื่อ แต่ก็ยังปรากฏ

ว่า มีสื่อมวลชนละเมิดสิทธิแหล่งข่าวอยู่เป็นระยะๆ

ตัวอย่างกฎระเบียบที่คุ้มครองสิทธิระดับนานาชาติ อาทิ ประเทศไทย เป็นหนึ่งใน 48 ประเทศแรกจาก 191 ประเทศ ที่ลงคะแนนเสียงร่วมรับรอง ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) ซึ่งถือเป็นเอกสารประวัติศาสตร์ในการวางรากฐานด้านสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศฉบับแรกของโลก และเป็นพื้นฐานของกฎหมายระหว่างประเทศด้านสิทธิมนุษยชนทุกฉบับที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของประชาชนทั่วโลก (กรมองค์การระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ, 2551: 1)

ตัวอย่างของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน เช่น

ข้อ 12 บุคคลใดจะถูกแทรกแซงตามอำเภอใจ ในความเป็นส่วนตัว ครอบครัว ที่อยู่อาศัย หรือการสื่อสาร หรือจะถูกหลอกล่อเกียรติยศและชื่อเสียงไม่ได้ ทุกคนมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองของกฎหมาย ต่อการแทรกแซงสิทธิหรือการหลอกล่อดังกล่าวนั้น (กรมองค์การระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ, 2551: 25-26)

สำหรับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มีหมวดที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย คือหมวด 3 เช่น เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (มาตรา 34) เสรีภาพในการเสนอข่าวสารหรือแสดงความคิดเห็นตามจริยธรรมวิชาชีพ (มาตรา 35)

นอกจากนี้ ในปี 2540 ยังเกิดเหตุการณ์สำคัญต่อวงการหนังสือพิมพ์ เมื่อผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ รวมตัวกันเพื่อประกาศเจตนารมณ์จัดตั้งองค์กรเพื่อควบคุมกันเองในรูปแบบ “สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ” เนื่องจากมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ถึงการทำหน้าที่ที่ไม่เหมาะสม และความวิตกกังวลว่ารัฐจะเข้ามาควบคุม จำกัดเสรีภาพของหนังสือพิมพ์โดยการบัญญัติกฎหมายในรัฐธรรมนูญ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556: 213)

ในส่วนของข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาตินั้น (<http://www.presscouncil.or.th/>) มีข้อที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของแหล่งข่าว เช่น ข้อ 4 หนังสือพิมพ์ต้องยึดถือข้อเท็จจริง ถูกต้องแม่นยำ

และครบถ้วน, ข้อ 11 ต้องเปิดโอกาสให้ฝ่ายที่ถูกกล่าวหาแสดงข้อเท็จจริง, ข้อ 12 ในกรณีที่มีการเสนอข่าวผิดพลาด หนังสือพิมพ์ต้องแก้ไขโดยไม่ชักช้า, ข้อ 13 หนังสือพิมพ์ต้องปกปิดแหล่งข่าวเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัย, ข้อ 15 ในการเสนอข่าวหรือภาพใดๆ หนังสือพิมพ์ต้องคำนึงมิให้ล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยเฉพาะเด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาส, ข้อ 17 หนังสือพิมพ์จะต้องไม่เสนอภาพข่าวที่อุจาด ลามกอนาจาร หรือน่าหวาดเสียว, ข้อ 27 หนังสือพิมพ์พึงระงับการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ และ ข้อ 30 ภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์พึงหลีกเลี่ยงคำที่ไม่สุภาพ

นอกจากนั้น สมาคมหนังสือพิมพ์แห่งชาติได้กำหนดแนวปฏิบัติสภากาหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เรื่องการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น และภาพข่าว ผู้หญิงและเด็กถูกล่วงละเมิดทางเพศ พ.ศ. 2560 โดยมีสาระสำคัญ เช่น หนังสือพิมพ์ต้องไม่เปิดเผยชื่อ นามสกุล ภาพ หรือเอกลักษณ์ใดๆ ของผู้หญิงและเด็กที่ถูกล่วงละเมิดทางเพศ รวมทั้งเอกลักษณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือการนำเสนอเนื้อหาจะต้องกระทำด้วยความระมัดระวัง ทั้งในเรื่องการใช้ภาษา การให้รายละเอียด และพฤติกรรมเกี่ยวกับการล่วงละเมิดทางเพศ โดยต้องคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน

ในอีกด้านหนึ่ง ผู้ประกอบวิชาชีพข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ได้ร่วมกันจัดตั้งสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยขึ้น เมื่อเดือนเมษายน 2552 และได้ประกาศใช้ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เพื่อใช้กำกับควบคุมผู้ประกอบวิชาชีพข่าววิทยุฯ ด้วย สำหรับข้อบังคับฯ ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของแหล่งข่าว (<http://www.newsbroadcastingcouncil.or.th/>) เช่น ข้อ 6 วิทยุและโทรทัศน์ต้องไม่ละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่น, ข้อ 7 วิทยุและโทรทัศน์มีหน้าที่ปฏิบัติตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ดังนี้ (1) ต้องนำเสนอข้อมูลด้วยความถูกต้องเที่ยงตรง แม่นยำ และครบถ้วน, (4) เมื่อนำเสนอข้อมูลผิดพลาด ต้องแก้ไขทันที พร้อมทั้งขออภัย (5) การนำเสนอข้อมูลต้องคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์และโศกนาฏกรรมแก่ผู้ที่ตกเป็นข่าว

นอกจากนี้ เมื่อปี 2559 สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ได้ร่วมกันออกแนวปฏิบัติการได้มาและการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของสื่อมวลชน โดยไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ตกเป็นข่าว มีสาระสำคัญ เช่น ข้อ 1 ผู้ปฏิบัติงานข่าวพึงเคารพสิทธิขั้นพื้นฐาน ระมัดระวังการกดดัน ขู่เดิมหรือการคุกคามเหยียดหยามผู้ต้องสงสัย ผู้ต้องหา และจำเลย, ข้อ 2 พึงหลีกเลี่ยงการถ่ายภาพผู้บาดเจ็บที่มีลักษณะอุจาดและสร้างความรู้สึกสยดสยอง, ข้อ 3 (1) ผู้ปฏิบัติงานข่าวพึงหลีกเลี่ยงการถ่ายภาพผู้ป่วย (2) พึงเคารพสิทธิในข้อมูลและความเป็นอยู่ของผู้ป่วย เว้นแต่ได้รับการยินยอมจากผู้ป่วย (3) พึงระมัดระวังการกระทำที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ และพึงปฏิบัติตามประกาศของสถานพยาบาลอย่างเคร่งครัด, ข้อ 5 ผู้ปฏิบัติงานข่าวพึงเคารพสิทธิส่วนบุคคลในการได้มาซึ่งข้อมูลของผู้ตกเป็นข่าว

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีกฎหมาย และสภาวิชาชีพสื่อจะมีข้อบังคับและแนวปฏิบัติที่ปกป้องแหล่งข่าวจากการทำงานของสื่อข่าว แต่สื่อมวลชนก็ยังถูกวิพากษ์วิจารณ์การทำหน้าที่อยู่บ่อยครั้ง โดยเฉพาะการละเมิดสิทธิของแหล่งข่าวอยู่เป็นระยะๆ เช่น การที่สื่อมวลชนเข้าไปเบียดเสียดทำข่าวในพิธีเคลื่อนศพคานา นักแสดง ทฤษฎี สหวงศ์ หรือการที่สถานีโทรทัศน์ 4 ช่องถ่ายทอดศพการฆ่าตัวตายของวันชัย ดนัยตโนมุต หรือการเปิดเผยภาพใบหน้า ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ของญาติของเด็กวัย 3 ขวบที่ถูกล่อลวงละเมิดทางเพศ หรือการนำเสนอข่าวการกล่าวหาสืบศักดิ์ เอี่ยมวิจารณ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดแม่ฮ่องสอน พัวพันกับการค้าประเวณี โดยสื่อมีท่าทีตัดสินว่าเขามีความผิด (เช่น สำนักข่าวทีนิวส์พาดหัวข่าวว่า “ช็อก!! ‘ผู้ว่าแม่ฮ่องสอน’ ถูกลากไส้ ช้อบริการเด็กสาว จ่ายแค่พันเดียว ล่าสุดเจ้าตัวหน้าเครียดโผล่แถลงข่าวด่วนจี๋”) ทั้งๆ ที่ในเวลาต่อมากกระทรวงมหาดไทยชี้ว่าเขาเป็นผู้บริสุทธิ์ (<http://www.tnews.co.th/contents/313901>)

เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบของแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิบทความเรื่องนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากการวิจัยเรื่องเดียวกันคือ “ผลกระทบของแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิ” เพื่อจะอธิบายว่า รูปแบบที่สื่อมวลชนละเมิดสิทธิ

ของแหล่งข่าวมีอะไรบ้าง แหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธินั้นได้รับผลกระทบอย่างไร และมีข้อเสนอแนะอะไรบ้างเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแหล่งข่าวที่ถูกสื่อมวลชนมีอาชีพละเมิดสิทธิจำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน รวม 12 คน ได้แก่ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มผู้ป่วย กลุ่มบุคคลทั่วไป และกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยใช้การตรวจสอบข่าวที่พบว่ามีการละเมิดสิทธิของแหล่งข่าวจากปีปัจจุบัน (2560) ย้อนหลังไปในอดีต และได้รับอนุญาตจากตัวอย่างให้สัมภาษณ์จนครบ 12 กรณี ซึ่งด้วยวิธีนี้ทำให้ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เผชิญปัญหาระหว่างปี 2557-2560 เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและผลกระทบจากการถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิ รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้บริหารสภานิติบัญญัติ 2 คน และนักวิชาการ 2 คน เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการคลี่คลายปัญหา ข้อเสนอแนะจากตัวอย่าง 12 กรณี และผู้บริหารสภานิติบัญญัติ 2 คน และนักวิชาการ 2 คน จะนำเสนอไว้ในตอนท้ายของบทความนี้

รูปแบบการละเมิดสิทธิมีหลากหลาย

การศึกษาจากกรณีทั้ง 12 กรณี พบว่ารูปแบบของสื่อมวลชนที่ใช้ในการละเมิดสิทธิแหล่งข่าวมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้สามารถจำแนกได้เป็น 4 รูปแบบหลักๆ ตามกระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการ คือ (1) การละเมิดแหล่งข่าวในงานสนาม (2) การละเมิดกติกาการทำงานสนาม (3) การละเมิดทักษะการทำข่าวเบื้องต้น และ (4) การละเมิดในการนำเสนอ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) การละเมิดแหล่งข่าวในงานสนาม การละเมิดแหล่งข่าวในงานสนามมีลักษณะย่อยๆ ได้แก่

1.1 ผู้สื่อข่าวหลอกแหล่งข่าวว่าเป็นเจ้าหน้าที่ การที่ผู้สื่อข่าวหลอกแหล่งข่าวว่าผู้สื่อข่าวเป็นเจ้าหน้าที่มีจุดประสงค์แอบแฝงเพื่อจะได้เข้าถึงแหล่งข่าวได้สะดวกมากขึ้น เช่น เมื่อเดือนตุลาคม 2559 มีข่าวนำเสนอว่า สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) ในจังหวัดหมายเลข 1 ได้ยืนยันว่า หวาน (นามสมมติ) ติดเชื้อไวรัสซิกา

หวาน (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560) เล่าว่า ผู้สื่อข่าวที่มาหาหวาน ครั้งแรกเป็นชาย 2 คน พวกเขาบอกกับหวานว่าเป็นเจ้าหน้าที่ สสจ. มาขอ สัมภาษณ์และขอถ่ายรูปหวานและลูกวัย 3 เดือน โดยระหว่างที่ถ่ายรูป เขาสั่ง หวานห้ามยิ้ม และให้ทำหน้าเศร้าไว้ ซึ่งหวานก็ได้ให้ความร่วมมือกับชายสองคน แต่เมื่อชายทั้งสองคนกลับไปแล้ว มีเพื่อนบ้านมาเล่าให้หวานฟังว่า ชายที่มาบ้าน หวานนั้นเป็นผู้สื่อข่าว เพราะพวกเขาบอกกับเพื่อนบ้านหวานเอง

การเสนอข่าวของหวานมีหลายลักษณะ เช่น เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ ส่วนกลาง นำเสนอภาพถ่ายหน้าตรงของหวาน โดยมีการเบลอบนใบหน้า ส่วน เนื้อข่าวมีการเปิดเผยชื่อจริง อายุ และอำเภอที่หวานอาศัยอยู่ อีกตัวอย่างหนึ่ง เป็นเว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแห่งหนึ่ง นำเสนอภาพของหวานด้าน ข้างในระยะไกล และเนื้อข่าวเปิดเผยชื่อ นามสกุล ของหวาน อีกกรณีหนึ่งเป็น เว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลอีกแห่งหนึ่ง นำเสนอภาพของหวานครึ่ง ใบหน้าด้านล่างตั้งแต่ริมฝีปากลงมา (ผู้เขียนขอปกปิดชื่อสำนักข่าวเพื่อปกปิด เอกลักษณ์ของหวาน)

หวานเล่าถึงผลกระทบว่า “รู้สึกไม่สบายใจเลยที่เป็นโรค ไม่กล้าออกไปไหนอยู่สองสามเดือน กลัวเพื่อนรังเกียจ เพราะว่าเป็นโรคที่ติดต่อกันได้ หลังจาก มีข่าวออกไป ผู้ใหญ่ในชุมชนก็บอกลูกบอกหลานว่าอย่าเดินผ่านหน้าบ้านอย่า เข้ามานั่งใกล้ เดี่ยวติดโรค ส่วนคนที่เคยมาหาเราก็ไม่มา เราก็ไม่ออกไปหาเขา เหมือนกัน เพราะกลัวเขารังเกียจ”

1.2 การเปิดเผยเอกลักษณ์แหล่งข่าวโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ เมื่อเดือน มิถุนายน 2559 มีรายงานข่าวว่า พบผู้ป่วยไวรัสซิกา 2 คนรายแรกของ จังหวัด หมายเลข 2 (ผู้วิจัยปกปิดชื่อจังหวัด เพื่อป้องกันผลกระทบต่อกรณี) เป็นเด็กชาย และเด็กหญิงอายุ 9 และ 6 ปี ตามลำดับ ทั้งนี้เทศบาลที่ผู้ป่วยอาศัยอยู่ (ผู้วิจัย ปกปิดชื่อเทศบาล เพื่อป้องกันผลกระทบต่อกรณี) ในจังหวัดหมายเลข 2 ได้ออก ประกาศพื้นที่เป้าหมายโดยรอบบ้านของเด็กทั้งสองคน ในระยะรัศมี 100 เมตร เป็นเขตเฝ้าระวังการติดต่อโรค เป็นระยะเวลา 28 วัน สำหรับการนำเสนอข่าว ของเด็กทั้งสองคนนี้ สื่อมวลชนได้เผยแพร่ที่อยู่บ้านพักของเด็ก โดยระบุบ้านเลขที่

หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัด โดยอาศัยข้อมูลจากประกาศของเทศบาลดังกล่าว

ผึ้ง (นามสมมติ) (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560) อายุ 24 ปี พี่สาวของเด็ก 2 คนที่ติดเชื้อไวรัสซิกา ที่จังหวัดหมายเลข 2 ให้สัมภาษณ์ว่า นอกจากสื่อนำประกาศของเทศบาลไปเผยแพร่แล้ว เช้าวันหนึ่ง มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) มาที่บ้าน เพื่อจะดูแลและควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสซิกา แต่ในกลุ่มคนจำนวน 10 กว่าคนนั้น แม่ของเธอสังเกตเห็นว่า มีผู้ชายถือกล้องบันทึกภาพประมาณ 2-3 คน มายืนรวมๆ อยู่กับเจ้าหน้าที่ สสจ. ด้วย และเมื่อเจ้าหน้าที่จะเข้าไปตรวจสอบบริเวณบ้าน ผู้ชายก็จะเดินตามเข้าไปบันทึกภาพด้วย แต่แม่ห้ามไม่ให้เข้าไป เพราะไม่อยากให้ทำข่าว กลุ่มผู้ชายจึงไม่ได้เข้ามาที่บ้าน

ผึ้งเล่าว่า สำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเสนอข่าวมีหลายอย่าง เช่น เมื่อผึ้งออกไปซื้ออาหารที่ตลาดมีสายตาคบรอบข้างมองมาด้วยสายตายุ่งยาก ระวัง กลัว หรือรังเกียจ ในบางครั้งแม่ค้าที่ร้านค้าก็จะสอบถามอาการป่วยของน้องที่บ้าน และรีบๆ ขายให้เสร็จ ส่วนแม่ของเธอไม่ยอมเดินไปซื้อของที่ตลาดหน้าปากซอยหน้าอยู่ช่วงหนึ่ง เพราะไม่ชอบสายตาที่มีคนมองมา หรือเข้ามาพูดคุยด้วย โดยแม่จะขับรถออกไปซื้อของที่เลยชุมชนออกไป ส่วนผลกระทบที่เกิดขึ้นกับน้องชายและน้องสาวที่กำลังเรียนอยู่ชั้นประถมศึกษาชั้นนั้น น้องๆ เล่าให้เธอฟังบ้างว่า มีเพื่อนมาล้อว่า ป่วยด้วยเชื้อไวรัสซิกา

สำหรับผลกระทบด้านจิตใจ ผึ้งบอกว่า ช่วงเวลานั้นครอบครัวรู้สึกเครียดกับอาการป่วยของน้องอยู่แล้ว และเมื่อมาตกเป็นข่าวก็ยิ่งเครียดมากขึ้นไปอีก โดยคนที่เครียดและวิตกกังวลมากที่สุดในบ้านน่าจะเป็นแม่ เพราะแม่ไม่พอใจสื่อมวลชนอย่างมากที่นำเสนอข่าวโดยเปิดเผยข้อมูลที่อยู่บ้าน และเคยบอกกับเธอครั้งหนึ่งว่า หากสื่อมวลชนเข้ามายุ่งวุ่นวายหรือมาทำข่าวที่บ้านอีก แม่จะฟ้องร้องสื่อมวลชนที่จะละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

1.3 การแอบถ่ายรูปแหล่งข่าวโดยไม่ขออนุญาต เมื่อเดือนกันยายน 2559 แนน (นามสมมติ) นักเรียนหญิง ชั้น ม.5 จากโรงเรียนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา เขียนข้อความลงเฟซบุ๊กกว่า แนนโดนครูพละเขวี้ยงแก้วใส่

หน้า จนหน้าไบหน้าของเธอมีอาการเบี้ยวผิดรูป หมอบอกว่าจะต้องใช้เงินค่ารักษาประมาณสามแสนถึงสี่แสนบาท แต่ครูพลจะให้เงินเพียงแปดหมื่นบาทเท่านั้น แนนจึงนำเรื่องที่เกิดขึ้นไปเล่าในเฟซบุ๊ก พร้อมกับนำเสนอรูปภาพ 2 รูป รูปแรกเป็นภาพอาการป่วยของเธอปากเบี้ยว หลังตาแล้วเปลือกตาปิดไม่สนิท ส่วนอีกรูปเป็นภาพไบหน้าปกติ

ต่อมาเดือนกันยายน 2559 สื่อมวลชนนำเสนอข่าวว่า ปวีณา หงสกุล ประธานมูลนิธิ ปวีณา หงสกุลเพื่อเด็กและสตรี ได้พาแนนไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาลยันฮี กรุงเทพฯ เพื่อรักษาตัว แนนพักอยู่ที่โรงพยาบาลประมาณ 5 เดือน อาการจึงหายเป็นปกติ

ในส่วนการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนนั้น ได้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของแนน ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่บ้าน สถานศึกษา และภาพไบหน้าของแนนขณะพบแพทย์ที่โรงพยาบาลยันฮี และขณะเป็นผู้ป่วยในพักอยู่ในห้องคนไข้ที่โรงพยาบาล ซึ่งเป็นภาพที่แอบถ่ายโดยไม่ได้รับอนุญาตจากแนน

แนน (สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2560) กล่าวว่า ไม่พอใจที่มีการนำข้อมูลในเฟซบุ๊กไปใช้โดยไม่ขออนุญาตอยู่บ้าง แต่การที่สื่อมวลชนมาทำข่าวให้ ถือว่ามีส่วนช่วยให้คนที่ได้รับรู้ข่าวสารของเธอเสนอความช่วยเหลือมาให้ เช่น โรงพยาบาลยันฮีรักษาไบหน้าจนหายขาด และไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่การแอบถ่ายภาพขณะที่เรนอนพักเป็นผู้ป่วยในนั้น แนนบอกว่า หากเป็นกรณีที่ไม่รู้สึกตัวและอยู่ในโรงพยาบาลเช่นนี้ สื่อมวลชนไม่ควรบันทึกภาพอย่างยิ่ง

แนนบอกว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรงและทำให้เธอเสียหายมากที่สุดมาจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ที่มีผู้กดติดตาม (follow) แนนสูงสุดราวๆ 26,000-27,000 คน ทั้งนี้ แนนเล่าว่า ผู้ติดตามส่วนใหญ่มักแสดงความคิดเห็นในเชิงให้กำลังใจ แต่ก็มียุติติตามประมาณ 20 คน ที่ชอบแสดงความคิดเห็นในเชิงจับผิด เช่น เมื่อแนนพูดหยอกล้อกับเพื่อนด้วยคำหยาบคาย ซึ่งเธอบอกว่าเป็นเรื่องธรรมดาของวัยรุ่น จะมีคนมาบอกว่าแนนก้าวร้าว ในท้ายที่สุด แนนก็ตัดสินใจลบเฟซบุ๊กบัญชีนั้นทิ้งไป และสร้างขึ้นมาใหม่โดยบอกเฉพาะเพื่อนสนิทกันเท่านั้น

นอกจากนี้ เมื่อแนนไปอยู่ในที่สาธารณะ คนที่ผ่านไปผ่านมาจำนวนหนึ่ง จะยืนซุบซิบกัน เหมือนคุยกันว่าใช่เธอหรือไม่ที่เป็นข่าว มีจำนวนไม่มากเดินเข้ามาถามแนนโดยตรงว่าเธอคือคนที่ครูพลจะเขี่ยแกว้ไหม ซึ่งแนนบอกว่า เธอไม่ชอบที่คนทำแบบนี้เลย เพราะทำให้เธอรู้สึกเหมือนเป็นตัวประหลาด

1.4 การสัมภาษณ์เด็กโดยไม่พิจารณาถึงความพร้อม โดยทั่วไปเด็ก จะได้รับความคุ้มครองมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะเมื่อให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน เพราะอยู่ในช่วงวัยที่เปราะบาง แต่ก็ยังมีกรณีที่สื่อมวลชนสัมภาษณ์เด็กในภาวะที่เด็กไม่พร้อม เช่น เมื่อเดือนพฤษภาคม 2559 มงคล (นามสมมติ) ชายพิการถูกวัยรุ่นรุมทำร้ายร่างกายจนเสียชีวิต คดีนี้เป็นที่น่าสนใจของสังคมเพราะผู้ต้องหาเป็นลูกของตำรวจในท้องที่ สื่อมวลชนได้ไปสัมภาษณ์ลูกชายของมงคล อายุ 12 ปี และ 9 ปี ตามลำดับ เพื่อสอบถามความเห็นและความรู้สึกเกี่ยวกับพ่อและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยสื่อมวลชนได้เปิดเผยชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ที่บ้าน และภาพของเด็กชายสองคน รวมถึงภาพใบหน้าที่อยู่ภาวะเสียใจ (ในกรณีนี้ผู้วิจัยขอไม่นำเสนอตัวอย่างจริง เพื่อป้องกันการเปิดเผยเอกลักษณ์ของเด็กๆ)

สมศรี (นามสมมติ) อดีตภรรยาของมงคล และมารดาของเด็กทั้งสอง (สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2560) กล่าวว่า มีสื่อมวลชนมากกว่า 10 แห่งติดต่อมาสัมภาษณ์เธอและลูกชายทั้งสองคนที่บ้านพัก ส่วนมากจะพูดคุยกับเธอก่อน จากนั้นจะขอไปสัมภาษณ์ลูก โดยมีเธออยู่ร่วมด้วย ทำให้ผู้สื่อข่าวค่อนข้างระมัดระวังในการสัมภาษณ์ คำถามส่วนใหญ่มักคล้ายๆ กันว่ารู้สึกอย่างไร อยากให้รัฐหรือเจ้าหน้าที่รัฐช่วยเหลืออย่างไร ทั้งนี้ เธอก็ต้องช่วยกระตุ้นลูกว่ารู้สึกอย่างไรก็ให้บอกไปแบบนั้น แต่เด็กจะรู้สึกอึดอัดเมื่อเจอคำถามยากๆ เช่น รัฐจะเข้ามาช่วยเหลือครอบครัวได้อย่างไร คำถามที่เมื่อถามแล้วเด็กจะเศร้าหรือซึมลงเวลาตอบคือเรื่องหลังจากนี้จะใช้ชีวิตต่อไปอย่างไรเมื่อพ่อไม่อยู่แล้ว ซึ่งเด็กๆ มักจะตอบว่าจะตั้งใจเรียนหนังสือ จะใช้ชีวิตเรียบง่าย จะทำตัวให้ดีที่สุด

สมศรีให้สัมภาษณ์ว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นก็คือ เด็กรู้สึกเบื่อกับที่ต้องพูดเรื่องเดิมหลายๆ รอบ ขณะที่สมศรีเองก็ไม่กล้าปฏิเสธผู้สื่อข่าวที่ติดต่อมาเพราะว่าเกรงใจ “บางครั้งเนี่ย คนโตช่วงที่เกิดเรื่องใหม่ๆ เค้ามีความรู้สึกว่ายากจะ

แก้แค้น เค้านบอกว่าถ้าโตไปมีโอกาสไปเจอหน้าที่ไหน เค้าจะจัดการ ก็เลยบอก เค้าว่าเรื่องนี้ให้เป็นเรื่องกฎหมายดีกว่า อย่าคิดที่จะไปทำแบบนี้เอง เพราะว่าถ้าไปทำแบบนี้เองอนาคตจะหมด”

สมศรีกล่าวว่า ยังรู้สึกกังวลใจที่บางสำนักข่าวเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของเด็กชาย ทั้งภาพใบหน้าของเด็กที่อยู่ในอาการซึมเศร้า และข้อมูลชื่อ-นามสกุล ที่อยู่อาศัย ซึ่งสื่อมวลชนไม่ควรเผยแพร่ เพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับมงคล มีคุณธรรมเป็นผู้มีอิทธิพล สมศรีเกรงว่าเด็กๆ จะไม่ปลอดภัย ซึ่งความกังวลนี้เกิดขึ้นเมื่อเธอได้มาติดตามข่าวภายหลังจากที่สื่อมวลชนได้สัมภาษณ์ผ่านไปแล้ว โดยในระหว่างที่ได้พูดคุยกับผู้สื่อข่าว สมศรีก็ไม่ทันนึกถึงการเปิดเผยข้อมูลของลูกชายมาก่อนเลย

นอกจากนี้ หลังเกิดเหตุการณ์ช่วงแรก เด็กๆ จะถูกเพื่อนล้อที่โรงเรียน เช่น เด็กชายคนเล็ก ถูกเพื่อนล้อว่า “พ่อมึงโดนฆ่าเหอ” ซึ่งเขาโกรธและโมโห เพื่อนเลยบอกกลับไปว่า “พ่อถูกตายแล้วทำไม ทำไมมึงมาพูดแบบนี้”

อย่างไรก็ดี เมื่อเด็กๆ ตกเป็นข่าว ยังมีบุคคลทั่วไปเข้ามาพูดคุยด้วยในที่สาธารณะ ทั้งให้กำลังใจเด็กชายให้สู้ต่อไป หรือบางครั้งก็ให้เงินจำนวนหนึ่งแก่เด็กๆ ด้วย ผู้วิจัยสอบถามว่า ความช่วยเหลือด้านการเงิน ถือเป็นการเยียวยาผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ไหมหรือไม่ สมศรีบอกว่า สองสิ่งนี้อะมาเปรียบเทียบกันไม่ได้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องการทำงานของสื่อมวลชน ถ้าอยากได้ข้อมูลเรื่องเด็กชายทั้งสองคน ควรมาสัมภาษณ์เธอโดยตรง ซึ่งประเด็นนี้ก็ไม่เกี่ยวกับเรื่องเงิน

(2) การละเมิดกติกาการทำงานสนาม ในบางกรณีการทำงานภาคสนามของผู้สื่อข่าวจะมีการตกลงกติกาการทำงานกับแหล่งข่าว หรือผู้สื่อข่าวควรที่จะระลึกได้เองว่า ควรจะจำกัดพื้นที่การทำข่าวของตัวเองเอาไว้เพื่อที่จะไม่ไปละเมิดสิทธิของแหล่งข่าว เช่น การสังเกตการณ์ในจุดที่กำหนด ฯลฯ แต่ก็มีกรณีละเมิดกติกาเกิดขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อแหล่งข่าว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.1 การเคลื่อนย้ายศพทฤษฎี สหวงศ์ เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นเมื่อเดือนมกราคม 2559 ทฤษฎี สหวงศ์ (ปอ) นักแสดงชายชื่อดังเสียชีวิตด้วยโรคไข้เลือดออก ในระหว่างการเคลื่อนย้ายร่างของเขาจากโรงพยาบาลรามาริบัติเพื่อ

ไปประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่บ้านเกิดจังหวัดบุรีรัมย์ สื่อมวลชนถูกวิพากษ์วิจารณ์เรื่องความไม่เหมาะสม เช่น สื่อแตกออกจากแนวกั้นเพื่อเข้าไปถ่ายภาพแหล่งข่าวในระยะประชิด จนทำให้ครอบครัวและพระสงฆ์ที่กำลังประกอบพิธีถูกเบียด (ดูตัวอย่างภาพที่ 1)

ภาพที่ 1 ภาพที่สื่อมวลชนจำนวนมากฝ่าแนวกั้นไปรุมถ่ายภาพแหล่งข่าว จนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวิจารณ์การทำงานของสื่อที่ลบล้างความเป็นส่วนตัว



ที่มา: <http://www.thaijobsgov.com/jobs=45386>, สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2559

สงวน สหวงษ์ (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560) บิดาของทฤษฎี สหวงษ์ ให้สัมภาษณ์ว่า ระหว่างที่ทฤษฎีรักษาที่โรงพยาบาลรามาริบัติในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2558 จนถึงวันที่ 18 มกราคม 2559 ซึ่งเป็นวันเสียชีวิต รวมทั้งสิ้น 70 วัน มีผู้สื่อข่าวมาเฝ้าติดตามอาการทุกวัน ตั้งแต่เช้าจนถึงดึก เมื่อบุคคลในครอบครัวหรือผู้มาเยี่ยมทฤษฎีโดยสารสิทธิ์มาที่ชั้น 9 หรือมีความเคลื่อนไหวใดๆ จากห้องซีซียูก็จะถูกสื่อมวลชนบันทึกภาพตลอดเวลา และในบางครั้งผู้สื่อข่าว

ก็จะตะโกนถามคำถามผู้ที่เกี่ยวข้องเมื่อเดินผ่าน เช่น ถามความคืบหน้าของ ทฤษฎีกับญาติ

“เราก็เข้าใจว่า ตลอดระยะเวลาความกระตือรือร้นที่จะได้ข่าวก็เป็น ธรรมดา แต่มันควรจะได้ข่าวเฉพาะในส่วนที่ออกมาให้สัมภาษณ์ แต่นี่เรา เคลื่อนไหวอะไรถ่ายหมดนะครับ ในที่สุดต้องใช้ผ้ากัน โดยเฉพาะตอนจะเคลื่อน ย้ายออกไปห้องผ่าตัดหรือห้องรักษา”

ต่อมา โรงพยาบาลรามฯ จึงได้จัดระเบียบพื้นที่สื่อมวลชนให้อยู่ในมุม หนึ่ง ที่หลบสายตาจากบริเวณทางเดินหน้าลิฟต์ไปสู่ห้องซีซียู ชั้น 9 พร้อมกับ มีเส้นเชือกกั้นจำกัดขอบเขตไว้ ทำให้สื่อมวลชนไม่สามารถเก็บภาพผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้เหมือนช่วงเดือนแรก เว้นแต่ญาติหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะเดินไปยังพื้นที่ของ สื่อมวลชนเพื่อให้ข้อมูลด้วยตนเอง

หลังจากทฤษฎีเสียชีวิตเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2559 เช้าวันถัดมา ครอบครัวได้จัดการเคลื่อนย้ายร่างทฤษฎีจากโรงพยาบาลรามฯ กลับไปประกอบ พิธีทางศาสนาที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยเมื่อญาติได้ทำพิธีรดน้ำศพภายในอาคาร แล้ว จะต้องเคลื่อนย้ายร่างทฤษฎีไปยังขบวนรถที่จอดอยู่ด้านหน้าอาคาร ห่างไป ประมาณ 30 เมตร เมื่อขบวนพระสงฆ์และครอบครัวที่เดินนำหน้าร่างทฤษฎี เริ่มเคลื่อนย้ายออกจากอาคาร ช่างภาพสื่อมวลชนต่างๆ ได้ฝ่าขอบเขตที่กั้นไว้ แล้วเข้าไปเบียดกลุ่มคนที่เดินนำหน้าจนเคลื่อนไหวไม่สะดวกและแตกออกจาก แถว และสื่อมวลชนก็ขยับเข้ามาประชิดขบวนเพื่อให้ได้บันทึกภาพร่างทฤษฎี จน เจ้าหน้าที่ทำงานไม่สะดวก ทั้งนี้ขบวนเคลื่อนย้ายติดขัดอยู่ในพื้นที่ระยะทาง 30 เมตร ประมาณ 20 นาที กว่าจะไปถึงรถที่จอดอยู่และเดินทางต่อได้

“ภาพที่กำลังเห็นอยู่ไม่ใช่สิ่งที่จะไปเผยแพร่ได้อะไรมากมาย มันเป็น เหตุการณ์ เป็นภาพที่มีขอบเขตที่คุณควรจะเอาไปเผยแพร่ คุณเห็นขบวนไป กี่พอแล้ว เห็นคนยกก็พอแล้ว ไม่ต้องไปจ่อถึงขนาดเอาหน้าเอาตา”

สงวนเล่าถึงผลกระทบว่า ไม่ส่งผลเสียต่อครอบครัวหรือเกิดสิ่งร้ายแรง ใดๆ แม้บางสถานการณ์ที่ลูกเข้ามาครอบครัวจะรู้สึกไม่สะดวกอยู่บ้าง อย่างไรก็ตาม การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่โรงพยาบาลรามฯ นั้น มีบางสิ่งที่สงวนรู้สึก

ไม่สบายใจ “ผมเพียงแค่คิดนะครับว่า มันไม่น่าเลยที่จะมารุมเอาภาพที่ไม่ดี ไม่เหมาะสมออกไปเผยแพร่ ซึ่งจริงๆ แล้ว ขณะนั้นผมก็ไม่สามารถไปเห็นข้อมูลที่มัน แพร่ออกไปได้ เราก็เลยยังไม่มีความรู้สึกเท่าไร แต่พอมานึกย้อนหลัง ผมรู้สึก ไม่สบายใจ ตรงที่ว่าไม่น่าเลย ก็เห็นใจทางโรงพยาบาลด้วยว่า โรงพยาบาลไม่ได้ ปล่อยปะละเลยในจุดนี้นะครับ เผื่อระวังในจุดนี้อยู่ แต่เอาไม่อยู่เท่านั้นเอง”

2.2 สื่อถ่ายทอดสดการฆ่าตัวตายของวันชัย ดนัยตโมนุท หลังจาก วันชัย ดนัยตโมนุท อาจารย์ประจำวิทยาลัยการฝึกหัดครู สาขาการบริหาร การศึกษา หลักสูตรปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏ (มรภ.) พระนครศรีอยุธยา ร่วมสถาบันเสียชีวิต 2 คน ภายใน มรภ.พระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2559 ต่อมาในช่วงบ่ายของวันที่ 19 พฤษภาคม วันชัยได้หลบหนีไปพักที่โรงแรมแห่ง หนึ่งย่านสะพานควาย เจ้าหน้าที่และสื่อมวลชนจำนวนมากจึงรีบตามไปยังโรงแรม ดังกล่าว และได้พบว่าวันชัยอยู่ภายในรถและใช้ปืนจ่อที่ศีรษะไว้ เจ้าหน้าที่และ ผู้เกี่ยวข้องจึงช่วยกันเกลี้ยกล่อมให้มอบตัว ในการรายงานข่าวของสื่อครั้งนี้ มี สถานีโทรทัศน์ 4 ช่องถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์และรายงานสดผ่านทาง Facebook Live ได้แก่ ไทยรัฐทีวี TNN24 สปริงนิวส์ และเนชั่นทีวี โดยถ่ายทอดติดต่อกันยาวนานหลายชั่วโมง ตั้งแต่ช่วงบ่ายที่มีการเจรจาพูดคุย จนถึงช่วงเวลาราว 18.00 น. ที่ผู้รับชมการถ่ายทอดจะได้ยินเสียงปืนดังขึ้นหนึ่งนัดซึ่งเป็นการตัดสินใจ จบชีวิตของวันชัย (ดูตัวอย่างภาพที่ 2)

ญาติคนหนึ่งของวันชัย ดนัยตโมนุท (ขอปกปิดชื่อ) (สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2560) ให้สัมภาษณ์ว่า ในระหว่างการเจรจายาวนานกว่า 5 ชั่วโมง เพื่อให้วันชัยที่ใช้อาวุธปืนจ่อศีรษะตัวเองยอมมอบตัว บริเวณโดยรอบเต็มไปด้วย สื่อมวลชนจำนวนมาก มีทั้งที่อยู่ในอาคารต่างๆ ใกล้เคียงกับโรงแรม โดรนบันทึก ภาพถ่ายทางอากาศ และสื่อมวลชนที่อยู่บนพื้นราบ ซึ่งมีทั้งส่วนที่อยู่นอกรั้วประตู โรงแรม และส่วนที่อยู่ภายในโรงแรม โดยกลุ่มนี้พยายามกระชกพื้นที่เข้าใกล้ บริเวณที่วันชัยยืนอยู่เพื่อบันทึกภาพ

ญาติของวันชัยกล่าวว่า การทำข่าวของสื่อมวลชนส่งผลให้เจ้าหน้าที่ ตำรวจที่กำลังติดตามสถานการณ์ของวันชัยทำงานยากขึ้น เนื่องจากต้องหันมา

ภาพที่ 2 การรายงานสถานการณ์สดทางโทรทัศน์เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2559 ของสถานีโทรทัศน์ TNN24 โดยแสดงภาพวันชัยใช้ปืนจ่อศีรษะและมีการเบลอภาพบริเวณมือที่ถือปืน (ผู้วิจัยเบลอภาพให้กว้างขึ้น)



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=0by7XVBjqqQ&app=desktop>, สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2559

กันสื่อมวลชนถอยออกจากพื้นที่ด้วย เพราะเกรงว่าหากเข้าไปใกล้ในระยะที่วันชัยเห็นการเฝ้าติดตามของสื่อมวลชนได้ จะยิ่งสร้างความกดดันในการเจรจาต่อรอง แต่การกันสื่อมวลชนออกจากพื้นที่ก็ไม่ประสบผล

ญาติของวันชัยกล่าวว่า แม้ญาติจะเชื่อว่าวันชัยได้เตรียมทางออกสำหรับเหตุการณ์ครั้งนี้ไว้แล้ว แต่คิดว่าสื่อมวลชนมีส่วนสร้างความตึงเครียดและกดดันการตัดสินใจของวันชัย เพื่อรับผิดชอบต่อสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งหมดด้วย

ภายหลังจากเสียงปึงดังขึ้นจากการฆ่าตัวตาย สื่อมวลชนที่อยู่นอกโรงแรมจำนวนมากก็วิ่งกรุผ่านประตูรั้วเข้าไปในที่เกิดเหตุ เพื่อบันทึกภาพเหตุการณ์ ซึ่งการวิ่งฝ่าเข้าไปนี้เป็นการขัดขวางเจ้าหน้าที่กู้ชีพ และรถพยาบาลที่จะเข้าไปช่วยเหลือวันชัย

สำหรับการถ่ายทอดสดของบางสำนักข่าวนั้น ญาติของวันชัยกล่าวว่า เป็นสิ่งที่ไม่ควรเกิดขึ้นอย่างยิ่ง เพราะไม่อาจคาดเดาได้เลยว่าภาพความรุนแรง จะเกิดขึ้นเมื่อใด และเมื่อความรุนแรงนี้ได้เกิดขึ้นและถูกเผยแพร่ในวงกว้างแล้ว สื่อมวลชนจะรับผิดชอบต่อความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับญาติหรือครอบครัวของวันชัย ผู้ที่ยังคงดำเนินชีวิตต่ออย่างไร

หลังจากเหตุการณ์ฆ่าตัวตาย ญาติได้ขอจัดการให้ข่าวกับสื่อมวลชน เพราะต้องการทำพิธีศพเป็นการส่วนตัว และขอไม่เปิดเผยชื่อวัดที่จะจัดพิธีทาง ศาสนา แต่ภายหลังพบว่า มีผู้สื่อข่าว จำนวน 2-3 คน ขับตามรถที่เคลื่อนย้าย ศพวันชัยจากโรงพยาบาลไปถึงวัด

“เรารู้สึกว่า นักข่าวคุณไม่ได้มีกาลเทศะหรือมารยาทที่จะถามเลย เหตุการณ์เกิดเมื่อวาน วันรุ่งขึ้นเราไปรับศพ อารมณ์ของญาติมันสดใหม่มาก แล้ว เราไม่ได้นอนกันเลย คุณไม่ได้นึกถึงเลยว่าเราจะอยู่ยังไง หรือหลังจากฌาปนกิจ ศพไปแล้วเราจะอยู่ยังไงจากนี้”

ผลกระทบที่ญาติและครอบครัวของวันชัยได้รับโดยตรงจากการที่ สื่อมวลชนละเมิดสิทธิคือด้านจิตใจ โดยญาติวันชัยรู้สึกว่าการเกิดเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2559 นั้นยังเพิ่งเกิดไม่นานมานี้ และอยู่ในความนึกคิดเสมอ เนื่องจากความรู้สึกได้ถูกสั่นคลอนอย่างรุนแรงจากครั้งนั้น ประกอบกับภาพและ เสียงความรุนแรงต่างๆ ที่ถูกเผยแพร่ออกไปโดยสื่อมวลชน ยังค้นหาได้อยู่จนถึง ปัจจุบัน ยังไม่รวมความคิดเห็นจำนวนมากภายใต้ภาพหรือคลิปถ่ายทอดสดทาง สื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ถ้อยคำไม่สุภาพ ด่าทอ เหยียดหยาม ซึ่งเป็นการที่บั่นทอน ความรู้สึกและซ้ำเติมความสูญเสียของญาติทั้งสิ้น

ผลกระทบอีกประการหนึ่งคือ ญาติรู้สึกว่าจะไม่มีความเป็นส่วนตัว มีผู้คน จำนวนมากถามไถ่เรื่องราวที่เกิดขึ้นของวันชัย ซึ่งเหตุการณ์ต่างๆ เหล่านั้น ญาติ เองก็ไม่ทราบความเป็นไป จึงไม่สามารถให้ข้อมูลได้ แต่การเป็นที่จดจำได้นี้ ทำให้ ญาติรู้สึกอึดอัด ลำบากใจ ที่ต้องตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับวันชัย ซึ่งญาติคนที่ ให้ข้อมูลคนนี้ไม่อยากให้ใครจดจำได้ จึงแก้ปัญหาด้วยการเปลี่ยนแปลงตัวเอง ไปตัดผมสั้นและทำสีผม จากเดิมที่ไว้ผมยาวและมีสีเข้ม ซึ่งก็มีส่วนช่วยได้มาก

การศึกษายังพบว่า เมื่อ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้สัมภาษณ์ว่า สื่อมวลชนควรยกเลิกการติดตามข่าวการฆ่าตัวตายของวันชัย ดนัยตโนมุต เพื่อให้ญาติมีความเป็นส่วนตัว ทำให้สื่อยุติการติดตามความเคลื่อนไหวของญาติในที่สุด

(3) การละเมิดทักษะการทำข่าวเบื้องต้น การศึกษาพบว่า หลังจากสื่อได้ข้อมูลจากการทำงานสนามแล้ว ได้มีการละเมิดสิทธิเกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นการละเมิดทักษะการทำข่าวเบื้องต้น เช่น สื่อนำเสนอข้อมูลผิดพลาด โดยไม่ตรวจสอบข้อมูลอย่างเพียงพอก่อนการนำเสนอ หรือสื่อไม่สัมภาษณ์แหล่งข่าวให้ครบทุกฝ่ายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้าน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1 จตุภัทร์ บุญภัทรรักษา ถูกนำเสนอข่าวผิดพลาดว่าหนีการเกณฑ์ทหาร นับจากที่ จตุภัทร์ บุญภัทรรักษา หรือไผ่ นักศึกษาชั้นปีที่ 6 คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สมาชิกกลุ่มดาวดิน ถูกควบคุมตัวในข้อหาข้อหาหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 112 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์) เมื่อเดือนธันวาคม 2559 ต่อมาเมื่อเดือนเมษายน 2560 มีการนำเสนอข่าวจากหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ และรายการ เรื่องเล่าเช้านี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ว่า จตุภัทร์หลบหนีการเกณฑ์ทหารมาหลายปี ยังไม่เคยไปผ่อนผันการเกณฑ์ทหาร จากนั้นต่อไปจตุภัทร์จึงจะต้องถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย ดังตัวอย่างตอนหนึ่งของการนำเสนอข่าวจากรายการ เรื่องเล่าเช้านี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่มีผู้ประกาศข่าวหญิงคือ พิชญทัฬห์ จันทร์พุฒ และผู้ประกาศชายคือ พิภู พุ่มแก้ว (<https://www.youtube.com/watch?v=5W2qbcqIo9Q>)

ผู้ประกาศข่าวหญิง: ส่วนอีกคนที่เป็นที่จับตามองคือไผ่ ดาวดินนะคะ ซึ่งตกเป็นผู้ต้องหาตามมาตรา 112 ตอนนี้อยู่ถูกควบคุมตัวอยู่ที่เรือนจำขอนแก่นคะ ก็ตลอดช่วงการเกณฑ์ทหารที่ผ่านมา ไผ่ดาวดินไม่ได้มีญาติมายื่นขอผ่อนผัน สัสดีบอกว่าหนีทหารมาหลายปีแล้ว เพราะฉะนั้นหลังจากนี้จะต้องถูกดำเนินการตามกฎหมายนะคะ

ผู้ประกาศข่าวชาย: ครับ

ผู้ประกาศข่าวหญิง: คือจริงๆ ถึงแม้ว่าตัวจะอยู่ในเรือนจำเนี่ย ให้ญาติมาเยี่ยมผ่อนผันได้ แต่กรณีนี้ ก่อนหน้านี้นี้ไม่เคยมาเยี่ยมอะไรอยู่แล้ว รอบนี้ก็ไม่มาเยี่ยมอีก เพราะฉะนั้นทางสัสดีที่ชัยภูมิบอกก็จะต้องดำเนินคดีต่อ

พริ้ม บุญภัทรรักษา (สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2560) มารดาของ จตุภัทร์ ให้สัมภาษณ์ว่า ข้อกล่าวหาตามข่าวนี้ไม่เป็นความจริง เพราะจตุภัทร์ผ่านการเรียนรักษาดินแดนมา 3 ปี และมีหลักฐานยืนยันว่าผ่านหลักสูตรแล้วด้วย

เมื่อสัสดีทราบข่าวว่าครอบครัวจตุภัทร์จะดำเนินการฟ้องร้อง เขาได้ติดต่อพริ้มกลับมาว่า รายการข่าวโทรทัศน์ได้นำเสนอข่าวแก้ไขให้ในลักษณะว่า แถบยาวอยู่ด้านข้างฝั่งซ้ายของจอโทรทัศน์หลังจากผ่านแล้วหลายวัน ซึ่งพริ้มบอกว่า การแก้ไขข่าวให้มัน ไม่เพียงพอกับการที่จตุภัทร์เสียชื่อเสียงจากการที่นำเสนอข่าวไปแล้ว ส่วนทางด้านหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข่าว พริ้มไม่เห็นการแก้ไขข่าวใดๆ ให้

“เราคิดว่าเราไม่สำคัญ เราเป็นบุคคลที่แค่นี้พอแล้วในความคิดเขา แต่เราว่าไม่ใช่ คนนะในเมื่อมันเสียหาย การชดใช้การเยียวยามันจะต้องมี แล้วต้องมาคุยกัน เขาต้องมาขอโทษครอบครัวเราด้วย แต่ตอนนี้ไม่มีการขอโทษ ไม่มีอะไรเลย ไม่ได้ติดต่อ แล้วไปขึ้นแปะแบบนั้น (ข้อความข่าวข้างจอโทรทัศน์) คือเขาไม่ให้ความสำคัญของการเป็นคน”

ทั้งนี้ พริ้มบอกว่า เมื่อตกเป็นข่าวนี้ ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของครอบครัว โดยทั้งพริ้มและสามีมีอาชีพเป็นนายความ เมื่อมีข่าวว่าลูกชายหลบหนีการเกณฑ์ทหารก็ย่อมส่งผลต่อชื่อเสียง ในด้านความน่าเชื่อถือของวิชาชีพ และอาจทำให้คนเข้าใจได้ว่า ขนาดเป็นผู้ที่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายก็ยังทำผิดกฎหมายได้

นอกจากนี้ ยังมีคนอื่น ๆ มาพูดคุยกับพริ้มว่า เห็นข่าวจตุภัทร์ในสื่อ พริ้มจึงต้องอธิบายให้ข้อมูลอีกว่าจตุภัทร์ไม่ได้หลบหนีตามที่เป็นข่าว ซึ่งเธอก็ตั้งข้อ

สังเกตว่า การไปชี้แจงข้อเท็จจริงนี้ ไม่ควรเกิดขึ้นเลย หากสื่อมวลชนนำเสนอข่าวอย่างถูกต้อง

3.2 ค.ต.ถุษา ชนะกาญจน์ ประสบอุบัติเหตุรถชนขาขาด เมื่อเดือนธันวาคม 2559 สื่อมวลชนนำเสนอข่าวอุบัติเหตุ ค.ต.ถุษา ชนะกาญจน์ เจ้าหน้าที่ยุทธศาสตร์ สถานีตำรวจภูธรเมืองลำปาง ถูกรถยนต์ชนนอนอยู่ริมถนน ขาซ้ายฉีกขาด สื่อนำเสนอว่า หญิงสาวผู้ขับรถชนขับรถไปส่งของให้ลูกค้าที่โรงเรียนอนุบาลลำปาง แต่ ค.ต.ถุษาวิ่งข้ามถนนตัดหน้า เธอตกใจจึงเหยียบคันเร่งแทนการเหยียบเบรคและพุ่งชน ค.ต.ถุษา แต่ภายหลังมีข่าวนำเสนอว่าหญิงสาวได้ยอมรับในเวลาต่อมาว่า เธอไปดื่มสุรากับเพื่อนจนถึงเช้า และได้ขับรถกลับจนเกิดอุบัติเหตุกับ ค.ต.ถุษา

ส่วนด้านอาการบาดเจ็บของ ค.ต.ถุษานั้น สื่อมวลชนรายงานว่า แพทย์ไม่สามารถปลูกเนื้อเยื่อหรือเย็บขาซ้ายที่ขาดของ ค.ต.ถุษา ได้ จึงต้องตัดขาซ้ายตั้งแต่ช่วงหัวเข่าลงมา และ ค.ต.ถุษา จะต้องพักรักษาตัว รวมถึงทำกายภาพบำบัดนานกว่า 6 เดือนด้วย โดยขณะนี้ ค.ต.ถุษาอยู่ในสภาวะทำใจไม่ได้ และไม่พร้อมจะให้ข้อมูลใดๆ กับผู้สื่อข่าว

ค.ต.ถุษา ชนะกาญจน์ (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2560) ให้สัมภาษณ์ว่า ในวันเกิดเหตุ เขาขับรถกระบะมาจอดฝั่งตรงข้ามโรงเรียนอนุบาลลำปางเนื่องจากจะเอาสิ่งของไปส่งให้ลูกสาวเพื่อไปทำกิจกรรมที่โรงเรียน เมื่อมาถึงแล้วเขาจอดรถชิดริมถนน ก่อนจะเดินไปที่ท้ายรถกระบะเพื่อหยิบของ ระหว่างนั้นมีรถเก๋งคันหนึ่งพุ่งมาชนเขาที่ยืนอยู่ที่ท้ายรถ จนขาขวาพาดอยู่กับรถเก๋งและขาซ้ายฉีกขาดดังที่เป็นข่าว ซึ่งไม่ตรงกับข่าวที่เสนอว่าเขาวิ่งข้ามถนนและไปตัดหน้ารถหญิงสาว

อีกกรณีหนึ่งที่บิดเบือนข้อเท็จจริงคือ สื่อมวลชนนำเสนอข่าวว่า หลังจากที่เขาต้องตัดขาซ้ายทิ้งนั้น ทำให้เขาทำใจไม่ได้ เสียใจอย่างหนัก จนไม่พร้อมให้สัมภาษณ์ใดๆ กับผู้สื่อข่าว แต่ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นคือ ค.ต.ถุษา เข้าใจและยอมรับกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ไม่ได้เศร้าหรือผิดหวังอย่างที่ เป็นข่าว ทั้งเขาและภรรยา ก็พร้อมจะให้ข่าว และรอผู้สื่อข่าวมาขอสัมภาษณ์ แต่จนทุกวันนี้ก็ไม่พบว่า มีผู้สื่อ

ข่าวติดต่อไปเพื่อสัมภาษณ์เลยแม้แต่ครั้งเดียว

การนำเสนอข่าวผิดในช่วงแรกนั้น ด.ต.อุษาบอว่า ทำให้เขากลายเป็นจำเลยของสังคมไปแล้ว จากการที่มีคนมาต่อว่าเขาอย่างรุนแรงในข่าวที่นำเสนอทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยแสดงความเห็นในลักษณะว่า ทั้งที่เขาเป็นตำรวจแต่ยังทำผิดกฎหมายเสียเองจากการไม่ใช้สะพานลอยข้ามถนน ทั้งนี้ ด.ต.อุษา แสดงความเห็นว่ ปัจจุบันประชาชนไม่ค่อยเลื่อมใสในตำรวจอยู่แล้ว ยังมีข่าวเขาทำผิดกฎหมายก็ยังมีคนมาด่าซ้ำเติมต่อไปอีก

อย่างไรก็ดี แม้จะมีการแก้ไขข่าวแล้ว แต่ก็ยังมีผู้ที่เข้าใจข้อเท็จจริงผิดอยู่อีกหลายคน ด.ต.อุษา เล่าว่า เร็วๆ นี้ก็ยังมีเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ทำงานด้วยกันพูดเตือนเขาว่า คราวหน้าอย่าไปวิ่งข้ามถนนอีก นอกจากนี้ ขณะที่เขาพักรักษาตัว เพื่อนในลำปางก็ไปเยี่ยมเขาน้อยมาก ทั้งที่ก่อนหน้านี้ประสบอุบัติเหตุยังเพิ่งไปสังสรรค์กันมา ซึ่ง ด.ต.อุษาแสดงความเห็นว่า เขาอาจจะถูกเพื่อนๆ ตัดสินจากข่าวที่นำเสนอไปแล้วก็เป็นได้

นอกจากนี้ การนำเสนอข่าวผิดว่า ด.ต.อุษา วิ่งตัดหน้ารถยนต์ มีผลต่อการดำเนินคดีในชั้นศาล ทำให้ฝ่ายด.ต.อุษา จะต้องตอบคำถามและชี้แจงกับผู้พิพากษาหลายครั้ง รวมถึงต้องหาพยานหลักฐานเพิ่มเติมมาชี้แจงต่อศาลด้วย หากข่าวนำเสนอถูกต้องตั้งแต่แรก การตัดสินคดีความของเขาจะเสร็จสิ้นเร็วกว่านี้ ซึ่งศาลชั้นต้นเพิ่งจะตัดสินคดีความว่าจำเลยมีความผิดไปเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560 ที่ผ่านมา

(4) *ละเมิดในการนำเสนอ* การละเมิดการนำเสนอเป็นการละเมิดในระดับกองบรรณาธิการ มีตั้งแต่การเปิดเผยเอกลักษณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของแหล่งข่าวที่ควรปกปิด การใช้พาดหัวข่าวที่รุนแรงตัดสินแหล่งข่าว หรือการนำเสนอภาพที่รุนแรง ฯลฯ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

4.1 *ศรัณย์รัชต์ ชูสัน* ผู้ต้องหาล่วงละเมิดทางเพศเด็กหญิงอายุ 8 ปี เมื่อเดือนพฤษภาคม 2559 ศรัณย์รัชต์ ชูสัน หรือเฟิร์ส อายุ 20 ปี ถูกตำรวจคุมตัวเป็นผู้ต้องหาใช้สารเสพติดมอมเมาเด็กหญิงอายุ 8 ปี เพื่อนบ้านในละแวกเดียวกัน และล่วงละเมิดทางเพศเด็กหญิงจนเสียชีวิต ตำรวจหว่านล้อมและหลอก

ล่อให้เขาลงนามยอมรับการแปลงข่าว และนำเขาแปลงข่าวต่อหน้าสื่อมวลชน แต่เขาให้การปฏิเสธข้อกล่าวหาในระหว่างแปลงข่าว หลังจากวันแปลงข่าว ศรัณย์รัชต์ถูกคุมตัวอยู่ในเรือนจำ โดยไม่ได้รับการประกันตัว รวม 42 วัน ก่อนที่จะถูกปล่อยตัว เนื่องจากผลตรวจดีเอ็นเอคนร้ายที่พบจากตัวเด็กหญิง ไม่ใช่ของเขา แต่มีผลตรงกับพ่อของเด็กหญิง ซึ่งภายหลังได้รับสารภาพว่าเป็นผู้กระทำความผิด ศาลจึงตัดสินให้จำคุก 21 ปี 8 เดือน

ศรัณย์รัชต์ ชูสัน (สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2560) ให้สัมภาษณ์ว่า ใน การแปลงข่าวดังกล่าวมีสื่อมวลชนหลายสำนักมารอทำข่าวทั้งท้องถิ่นและส่วนกลาง และในระหว่างที่เขานั่งรอ นั้น มีผู้สื่อข่าวค่อนข้างมีอายุคนหนึ่ง มานั่งจ้องหน้าเขาแล้วพูดว่า “มึงโดนประหารแน่”

ในระหว่างการแปลงข่าว ตำรวจเป็นผู้ที่ชี้แจงข้อมูลเพียงฝ่ายเดียว สื่อมวลชนจำนวนมากก็ไม่ได้ซักถามข้อมูลใดกับทั้งเขาและตำรวจเลย ซึ่งเขาเกือบไม่มีโอกาสได้ชี้แจงในการแปลงข่าวแล้ว หากไม่มีผู้สื่อข่าวคนหนึ่ง ไม่ทราบสังกัด แต่ทราบภายหลังว่าเป็นเพื่อนของพ่อเขา ถามขึ้นมาในระหว่างการแปลงข่าวเพื่อให้เขาได้พูดชี้แจงบ้าง

“ตอนนั้นตำรวจเค้าจะไม่ให้พูดอะไร ให้นั่งเงียบ แล้วเค้าจะเป็นคนพูดเองตลอด แล้วมีเพื่อนของพ่อที่เป็นนักข่าว แกล้งขึ้นมาให้เราได้พูดบ้าง ถามว่าน้องอยู่ไหนตอนนั้นเวลานั้น น้องรู้เรื่องหรือยัง ผมก็ตอบว่าผมไม่รู้เรื่อง ไม่รู้ว่าเด็กตาย ผมไม่รู้เรื่องจริงๆ ผมปฏิเสธทุกข้อกล่าวหา”

ในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนได้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งชื่อ-สกุล ที่อยู่อาศัย และภาพใบหน้าของศรัณย์รัชต์ที่ขณะนั้นยังเป็นผู้ต้องหาในคดีความ รวมถึงการใช้ภาษาหรือถ้อยคำที่ตัดสินศรัณย์รัชต์คล้ายว่าเป็นผู้กระทำความผิดแล้ว เช่น

ศรัณย์รัชต์ให้สัมภาษณ์ถึงผลกระทบจากการเปิดเผยเอกลักษณ์ และใช้ถ้อยคำตัดสินว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรงคือเรื่องจิตใจ หลังออกจากเรือนจำ ศรัณย์รัชต์ได้กลับมาติดตามข่าวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เขาพบว่าข่าวที่ถูกนำเสนอออกไปคลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริง โดยเฉพาะการใช้คำหรือภาษาในข่าวที่นำ

ภาพที่ 3 ภาพการแถลงข่าวจับกุมศรณัฎฐ์ ผู้ต้องหาในคดีกระทำชำเราเด็กหญิงอายุ 8 ปี อันเป็นการเปิดเผยใบหน้าผู้ต้องหา ในระหว่างการแถลงข่าว และใช้ถ้อยคำที่ตัดสินกรณี



ทูปโต๊ะขาว : รบโจข้างบ้านขึ้นใจเด็ก 8 ขวบบังคับมอมยาบ้าช็อกดับ -เจ้าตัว
ยังปากแข็ง 12/05/59



AMARIN TVHD

Subscribe 777K

5,129 views

ที่มา: สำนักข่าวอมรินทร์ทีวี เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2559, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=aaBzY5sEM8w>, สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2560

ไปสู่การเข้าใจผิดว่าเขาเป็นผู้กระทำความผิด ทั้งที่จริงแล้วในทางกฎหมายเขายังเป็นเพียงผู้ต้องหาเท่านั้น รวมถึงการรายงานข่าวที่เปิดเผยมูลส่วนบุคคลของเขา ทั้งภาพใบหน้าตอนแถลงข่าว ชื่อ-นามสกุล และข้อมูลที่อยู่อาศัย ซึ่งศรณัฎฐ์คิดว่าไม่เหมาะสม ไม่ควรเปิดเผย

“รุนแรงมาก ยิ่งช่องสาม ช่องเจ็ด แรงสุดเลย บางทีพูดแบบไม่เป็นความจริง คำพูดให้ข่าวดูมัน ดูสนุกมากกว่า คือใส่มาเต็มๆ เลย ทั้งที่จริงไม่เป็นความจริง เราแค่เป็นผู้ต้องหา แต่เค้าบอกเราเป็นคนทำร้ายร้ายแล้ว ไอ้โหด ไอ้ชั่ว”

ศรัณย์รัชต์ให้สัมภาษณ์ว่า ผลกระทบสำคัญอีกประการหนึ่งเกิดขึ้นกับ รชต ชูสั้น ผู้เป็นพ่อ ซึ่งทำงานเป็นผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ที่โรงแรม แห่งหนึ่งใน จังหวัดกระบี่ ได้ลางานประจำราว 2 เดือน เพื่อมาดำเนินเรื่องเรียกร้อง ความยุติธรรมให้กับเขา ทั้งว่าจ้างทนายความให้มาดูแลคดี ขอความช่วยเหลือจาก สื่อมวลชนเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงจากฝั่งครอบครัวเขา รชตเตรียมฟ้องร้องเอาผิดกับ ตำรวจที่จับผิดคน ฟ้องร้องสื่อมวลชนที่รายงานข่าวเกินความจริง โดยครอบครัว ได้ช่วยกันเก็บรวบรวมหลักฐานต่างๆ ไว้แล้ว ระหว่างนั้นรชตมีภาวะเครียดจัด นอนไม่ได้ มีหนี้สินที่กู้ยืมมาเพื่อต่อสู้คดีและใช้จ่ายในครอบครัวเกือบสองแสน บาท จนกระทั่งต้นเดือนพฤศจิกายน 2559 รชตได้เสียชีวิตลง ด้วยโรคหัวใจ และอาการปอดติดเชื้อ

“ตอนแรกแกคิดกับแม่ว่า แกจะฆ่าตัวตาย จะไปเผาตัวเองที่หน้าศาล ด้วยถ้าเขาไม่ปล่อยผม แกเอาจริง แล้วแกมาบอกกับแม่ว่า แกอยู่ไม่ได้แล้วแก ตายดีกว่า แต่แม่บอกว่าอย่าตายเลย อยู่ช่วยลูกออกมาก่อน ตอนนั้นคือสุดๆ เลยที่บ้าน”

เมื่อสอบถามศรัณย์รัชต์และครอบครัวถึงเรื่องการได้รับความช่วยเหลือ หรือเยียวยา ศรัณย์รัชต์บอกว่า ตำรวจได้มอบเงินส่วนตัวชดเชยให้จำนวนหนึ่ง ซึ่งครอบครัวก็นำไปใช้จ่ายหนี้สินที่เกิดจากคดีความ และมีสื่อมวลชนบางสถานี เช่น อมรินทร์ทีวี ได้มอบเงินช่วยเหลือให้ตอนงานศพของรชตด้วย ซึ่งศรัณย์รัชต์ เห็นว่าเงินที่ได้รับมาไม่สามารถบรรเทาความรู้สึกหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ เพราะชื่อเสียงของครอบครัวหรือการที่พ่อเสียชีวิตจากความเครียดกับเรื่องที่เกิดขึ้น ไม่สามารถเรียกคืนกลับมาได้แล้ว และหากจะให้ฟ้องร้องเอาผิดกับตำรวจ อย่างที่เคยตั้งใจไว้กับรชตนั้น ศรัณย์รัชต์บอกว่า เมื่อพ่อเสียชีวิตลงครอบครัว ก็ไม่มีกำลังใจที่จะดำเนินเรื่องฟ้องร้องต่อ จึงอยากให้เรื่องราวทั้งหมดยุติลง

ส่วนการที่สื่อมวลชนติดตามรายงานข้อเท็จจริงว่าผู้กระทำความผิดที่แท้จริงเป็นพ่อของเด็กหญิง หรือรายงานข่าวว่าเขาเป็นผู้บริสุทธิ์นั้น ศรัณย์รัชต์ เห็นว่าสื่อมวลชนก็ได้ทำตามหน้าที่ในการนำเสนอข้อเท็จจริงสำหรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ก็ไม่อาจถือว่าเป็นการเยียวยาผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ ส่วนหนึ่งเพราะ

ครอบครัวเขาได้รับผลกระทบไปแล้ว และเขาคิดว่าการรายงานข้อเท็จจริงในช่วงหลังของสื่อมวลชนยังไม่เพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับ การนำเสนอข่าวในช่วงแรกที่ใช้คำหรือข้อความกล่าวหาว่าเขาเป็นคนชั่วร้าย เลวทราม ทั้งนี้ ส่วนที่อาจช่วยเยียวยาได้คือ เวลาที่ผ่านมา น่าจะทำให้ความรู้สึกดีขึ้น

4.2 เด็กหญิงอายุ 11 ปี จังหวัดตรัง เมื่อเดือนพฤษภาคม 2557 เด็กหญิงอายุ 11 ปี อยู่ที่จังหวัดตรัง หายตัวไปจากบ้านพัก คนในครอบครัวจึงออกตามหาเด็กหญิงในละแวกบ้านแต่ไม่พบ วันถัดมาครอบครัวจึงไปแจ้งตำรวจว่าเด็กหญิงหายตัวไป พร้อมกับประกาศตามหาเด็กหญิงในสื่อสังคมออนไลน์ จนเมื่อผ่านไป 3 วัน มีคนพบร่างเด็กหญิงเสียชีวิตอยู่ในท่อระบายน้ำ ใกล้กับบริเวณทางเข้าวัดแห่งหนึ่ง

ในส่วนการนำเสนอข่าวเด็กหญิงนั้น สื่อมวลชนรายงานข่าวตามหาเด็กหญิงตั้งแต่ช่วงที่หายตัวไป จนพบศพเด็กหญิง โดยมีส่วนที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของเด็กหญิงจากการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งชื่อ-นามสกุล ที่อยู่อาศัย และโรงเรียน และเปิดเผยภาพใบหน้าเด็กหญิงและภาพศพประกอบการรายงานข่าวการเสียชีวิต ตัวอย่างการนำเสนอข่าวของเด็กหญิง มีดังต่อไปนี้

สุวัฒน์ รานา และพนมวรรณ รานา (สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2560) ผู้เป็นบิดามารดาของเด็กหญิง ให้สัมภาษณ์ว่า สื่อมวลชนเริ่มมาข้องเกี่ยวกับครอบครัวตั้งแต่การตามหาเด็กหญิงที่หายตัวกระทั่งเจอร่างเด็กหญิงที่ท่อระบายน้ำ มีสื่อมวลชนไปรื้อทำข่าวกว่าร้อยคน รุมเข้าไปสัมภาษณ์พนมวรรณ โดยไม่ได้พิจารณาว่าเธอพร้อมหรือสะดวกใจให้สัมภาษณ์หรือไม่ ทั้งที่เธอเหนื่อยจากการตามเด็กหญิงมา 3 วัน และเพิ่งพบว่าลูกเสียชีวิตแล้ว

ต่อมาในช่วงประกอบพิธีศพที่บ้านพัก มีผู้สื่อข่าวจำนวนมากไปตั้งกล้องรื้อทำข่าวอยู่ที่หน้าบ้าน ซึ่งถือว่าเป็นการคุกคามความเป็นส่วนตัวของครอบครัวเธอ “การที่มามีหลายคน ณ เวลาที่ไม่เหมาะสม มันคือความไม่เหมาะสม โดยที่เราอยู่ที่บ้านเราเอง เราไปไหนไม่ได้ แต่เขากรูเข้ามา เราจะวิ่งหนีออกไปนอกบ้านก็ไม่ได้ เพราะนี่มันที่บ้านของเรา ถ้ามันเป็นคนที่เรารู้จักหรือเป็นเพื่อน เราก็ไม่พรีอแล (ไม่เป็นไร) แต่นี่มันเป็นคนแปลกหน้าที่ถือกล้อง เราก็รู้สึกไม่เป็นส่วนตัว”

ภาพที่ 4 การเปิดเผยภาพเด็กที่ได้รับผลกระทบ ด้วยการนำเสนอภาพใบหน้าและศพเด็กหญิง (ผู้วิจัยเบลอภาพใบหน้าเด็กหญิงด้านซ้ายมือและชื่อเด็กหญิงด้านล่าง และได้เบลอภาพศพเด็กหญิงด้านขวามือเพิ่มเติมจากที่สถานีได้เบลอไว้บางส่วน)

พบศพ ██████████ ฆ่าสยองยึดท่อน้ำวัดพระงาม

12 พ.ค. 57, 14.31 น.

756

ขนาดอักษร: ก ก ก

Like 0 Share

Tweet

ส่งอีเมล

พิมพ์หน้า

Like 0



ที่มา: จากสถานีข่าว Thai News Network (TNN 24) เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.tnnthailand.com/news_detail.php?id=30203&t=news, สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2560

นอกจากเรื่องการติดตามทำข่าวอย่างใกล้ชิดแล้ว ยังพบปัญหาสื่อมวลชนนำเสนอข่าวที่ผิดพลาด สุวัฒน์บอกว่า ในช่วงที่ตามหาเด็กหญิง สื่อมวลชนรายงานข่าวว่าเห็นเด็กหญิงหายไปกับเพื่อนผู้ชายที่สถานีรถไฟ เมื่อไปตรวจสอบกล้องวงจรปิดก็พบว่า ไม่ใช่เด็กหญิง แต่มีลักษณะคล้ายกันเท่านั้น หรือในกรณี

ที่รายงานข่าวเด็กหญิงถูกล่วงละเมิดทางเพศ เมื่อตรวจสอบอย่างละเอียดก็ไม่พบร่องรอยถูกกระทำซ้ำเรา การนำเสนอข้อมูลเช่นนี้ ทำให้เด็กหญิงเสื่อมเสียชื่อเสียง และทำให้ล่าช้าในการค้นหาด้วย อีกกรณีหนึ่งคือ เมื่อพบเด็กหญิงเสียชีวิตแล้ว มีสื่อมวลชนนำเสนอข่าวว่า สู้วัฒน์เป็นผู้ทำร้ายเด็กหญิง เพราะโกรธที่เพ็งทราบข่าวเด็กหญิงไม่ใช่ลูกแท้ๆ ของตน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ไม่ใช่ข้อเท็จจริงเลย

สำหรับเรื่องการนำเสนอข่าวโดยเปิดเผยเอกลักษณ์ของเด็ก และลงภาพศพนั้น พนมวรรณให้สัมภาษณ์ว่า ข้อมูลชื่อ-นามสกุลของเด็กหญิงสามารถเปิดเผยได้ แต่รูปภาพผู้เสียชีวิตไม่ควรเผยแพร่อย่างยิ่ง เพราะเป็นภาพที่น่ากลัวสำหรับคนในครอบครัวเธอ ทั้งลูกอีก 2 คน และผู้สูงอายุ ซึ่งรวมถึงเพื่อนๆ ของลูกที่จะได้เห็นภาพเหล่านี้ด้วย

“กรณีของลูก มันจำไม่ได้อยู่แล้ว แต่ภาพมันน่ากลัว เป็นสิ่งที่ไม่สวยงามในความคิดของเรา มันไปทำร้ายจิตใจคนที่รู้จักลูก อย่างเพื่อนลูกจะเศร้าหมดเลยในเด็ก 1 คน ซึ่งเสียชีวิตไปแล้ว กับเด็กอีก 50 คนที่อยู่ในห้องซึ่งเห็นรูปนี้ มันทำร้ายเด็กที่เหลือมากนะ”

จากผลการศึกษาในด้านรูปแบบ และผลกระทบจากการที่สื่อมวลชนละเมิดสิทธิแหล่งข่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ในตารางต่อไปนี้

ผลกระทบทางจิตใจ หน้าที่การงาน และถึงขั้นเสียชีวิต

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้นจะพบว่า ผลกระทบของแหล่งข่าวจากการถูกสื่อมวลชนละเมิดสิทธิมี 2 ประเภท ได้แก่ ผลกระทบด้านลบจำนวน 6 ลักษณะ คือ (1) สูญเสียความเป็นส่วนตัว (2) ผลกระทบด้านจิตใจ (3) ผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน (4) ผลกระทบต่อชื่อเสียง หน้าที่การงาน และการสูบบุหรี่ (5) ผลกระทบต่อการสูญเสียชีวิต และ (6) ผลกระทบในการขัดขวางการทำงานของเจ้าหน้าที่ และผลกระทบด้านบวกจำนวน 2 ลักษณะคือ (1) ทำให้คดีมีความคืบหน้า แหล่งข่าวได้รับความเป็นธรรม และ (2) แหล่งข่าวได้รับกำลังใจและความช่วยเหลือจากสังคม

ตารางที่ 1 สรุปรูปแบบและผลกระทบที่สื่อมวลชนละเมิดสิทธิ์แหล่งข่าว

รูปแบบการละเมิดสิทธิ์	ผลกระทบต่อแหล่งข่าว
(1) การละเมิดแหล่งข่าวในงานสนาม	
1.1 ผู้สื่อข่าวหลอกแหล่งข่าวว่าเป็นเจ้าหน้าที่ เพื่อจะมีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งข่าวที่เป็นผู้ป่วยและมีการเปิดเผยเอกลักษณ์ผู้ป่วย	- แหล่งข่าวผู้ป่วยที่ถูกเปิดเผยเอกลักษณ์ไม่สบายใจ ไม่กล้าออกจากบ้าน โดนเพื่อนบ้านรังเกียจ
1.2 การเปิดเผยเอกลักษณ์แหล่งข่าวโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยเจ้าหน้าที่ปิดประกาศราชการแจ้งบ้านเลขที่ที่มีผู้ป่วยโรคระบาด จากนั้นสื่อมวลชนนำประกาศไปเผยแพร่	- แหล่งข่าวเครียด วิตกกังวล โดนรังเกียจ โดนล้อว่าป่วย และต้องไปซื้อของจากร้านอื่นนอกชุมชน
1.3 การแอบถ่ายรูปแหล่งข่าวโดยไม่ขออนุญาต โดยสื่อมวลชนแอบถ่ายภาพและเผยแพร่ภาพผู้ป่วยที่นอกพักอยู่ในโรงพยาบาล	- แหล่งข่าวไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน - โดนสื่อสังคมออนไลน์จับผิด - คนจับจ้องซุบซิบเมื่อแหล่งข่าวไปอยู่ในที่สาธารณะ
1.4 การสัมภาษณ์เด็กโดยไม่พิจารณาถึงความพร้อม สื่อหลายสำนักได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองให้สัมภาษณ์เด็กที่บิดาถูกฆ่า	- เด็กรู้สึกอึดอัด เศร้าซึม เบื่อหน่ายที่ต้องตอบคำถามสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง - เด็กโดนเพื่อนล้อว่าบิดาถูกฆ่า - ผู้ปกครองกังวลใจที่สื่อเปิดเผยเอกลักษณ์เด็ก ซึ่งเสี่ยงต่อการได้รับอันตรายจากคู่อริที่ฆ่าพ่อ - การเสนอข่าวทำให้คนในสังคมเข้าช่วยเหลือนเด็ก

รูปแบบการละเมิดสิทธิ	ผลกระทบต่อแหล่งข่าว
(2) การละเมิดกติกาการทำงานสนาม	
2.1 การเคลื่อนย้ายศพทฤษฎีสิทธิมนุษยชน สื่อมวลชนเฝ้าทำข่าวการเจ็บป่วย และออกจากแนวกันเข้าไปประชิดขบวนเคลื่อนศพ	- สื่อมวลชนเฝ้าทำข่าวความเคลื่อนไหวทุกอย่างที่หน้าห้องผู้ป่วย จนโรงพยาบาลต้องจัดระเบียบให้สื่อพักรอในจุดที่กำหนดเพื่อไม่ให้ขัดขวางการทำงานของเจ้าหน้าที่และเพื่อความเป็นส่วนตัวของญาติ - สื่อมวลชนเข้าประชิดขบวนเคลื่อนศพ ทำให้ญาติไม่ได้รับความสะดวก และรู้สึกไม่สบายใจ
2.2 สื่อถ่ายทอดสดการฆ่าตัวตายของวันชัย ดนัยตโนมุต โดยสื่อจำนวนมากไปเฝ้าทำข่าวในที่เกิดเหตุอย่างใกล้ชิด และมีสื่อจำนวนหนึ่งที่ถ่ายทอดสดการเจรจาจนกระทั่งแหล่งข่าวยิงตัวเอง	- การทำงานของสื่อจำนวนมากอย่างใกล้ชิด จนเจ้าหน้าที่กันสื่อออกไปนอกบริเวณไม่ได้ ทำให้การเจรจายากขึ้น และเชื่อว่าไปเพิ่มแรงกดดันให้วันชัย - สื่อกรูเข้าไปถ่ายภาพหลังการยิง เป็นการขัดขวางเจ้าหน้าที่กู้ชีพ - ภาพความรุนแรงจากการถ่ายทอดสดกระทบต่อความรู้สึกของญาติอย่างรุนแรง - ญาติสูญเสียความเป็นส่วนตัวจากการทำงานของสื่อ และถูกคนในสังคมเข้าไปซักถาม จนต้องเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ให้คนจำไม่ได้
(3) การละเมิดทักษะการทำข่าวเบื้องต้น	
3.1 จตุภัทร์ บุญภัทรรักษา ถูกนำเสนอข่าวผิดพลาดว่าหนีการเกณฑ์ทหาร โดยสื่อนำเสนอข่าวกล่าวหาด้านเดียวว่าหนีทหาร โดยไม่ได้สัมภาษณ์ฝ่ายจตุภัทร์	- แม้สื่อจะเสนอข่าวแก้ไขข้อเท็จจริงในภายหลัง แต่แหล่งข่าวเห็นว่าไม่เพียงพอ เพราะได้เสียชื่อเสียงไปแล้ว อีกทั้งสื่อไม่เคยขอโทษแหล่งข่าว - แหล่งข่าวต้องคอยตอบคำถามจากประชาชนที่เฝ้าถามข้อเท็จจริง
3.2 ด.ต.อุษา ชนะภาบุญจันทร์ ประสบอุบัติเหตุรถชนขาขาดขณะที่แหล่งข่าวยืนอยู่ท้ายรถของตัวเองที่จอดอยู่ริมถนน แต่สื่อเสนอว่าแหล่งข่าวซึ่งเป็นตำรวจไม่ข้ามสะพานลอยจน	- การเสนอข่าวผิดพลาดให้แหล่งข่าวกลายเป็นจำเลยของสังคม และแม้แต่คนที่รู้จักก็ยังตัดสินแหล่งข่าว - แหล่งข่าวต้องนำสืบพยานหลักฐานมากขึ้นในชั้นศาลว่าไม่ได้วิ่งข้ามถนนจนถูกชน

รูปแบบการละเมิดสิทธิ	ผลกระทบต่อแหล่งข่าว
ถูกข่มขืนรังแกข่มขืนดัดหน้า รัดคั่นอื่น และสื่อยังเสนอข่าวว่า แหล่งข่าวทำใจไม่ได้ที่โดนดัดขัง ทั้งๆ ที่แหล่งข่าวทำใจได้ โดยที่ สื่อไม่เคยสัมภาษณ์แหล่งข่าว เลยนับจากเกิดเหตุ	
(4) ละเมิดในการนำเสนอ	
4.1 ศรัณย์รัชต์ ชูสัน ผู้ต้องหา ล่วงละเมิดทางเพศเด็กหญิงอายุ 8 ปี แหล่งข่าวในฐานะผู้ต้องหา โดนหลอกล่อจากเจ้าหน้าที่ให้ แดงขวยอมรับผิด ขณะที่สื่อ เปิดเผยเอกลักษณ์ของแหล่ง ข่าวและนำเสนอข่าวในลักษณะ ที่ตัดสินว่าแหล่งข่าวมีความผิด	- กระทบต่อจิตใจของแหล่งข่าวและครอบครัว - พ่อของแหล่งข่าวลาออกจากงาน กู้เงินไปสู้คดีให้ลูก มีภาวะเครียดจัดจนกระทั่งล้มป่วยและเสียชีวิต - สื่อมวลชนมอบเงินเพื่อช่วยเหลืองานศพ และนำเสนอ ข้อเท็จจริงในภายหลังว่าแหล่งข่าวบริสุทธิ์ แต่แหล่งข่าว คิดว่าไม่สามารถบรรเทาความรู้สึกหรือผลกระทบ ที่เกิดขึ้นได้
4.2 เด็กหญิงอายุ 11 ปี จังหวัด ตราชู เด็กหญิงหายตัวไปจากบ้าน ก่อนที่จะพบศพในท่อระบายน้ำ สื่อเปิดเผยเอกลักษณ์ของเด็ก นำเสนอภาพศพ และสื่อจำนวน มากกรูมทำข่าวสัมภาษณ์พ่อแม่ ของเด็ก สื่อนำเสนอข้อมูล ผิดพลาดว่าเห็นเด็กไปกับเพื่อน ชายที่สถานีรถไฟ หรือพบร่อง รอยถูกข่มขืน	- การนำเสนอภาพศพเป็นการทำร้ายจิตใจเพื่อนๆ ของลูก - รู้สึกว่าถูกคุกคามความเป็นส่วนตัวจากการที่สื่อรุมทำ ข่าวขณะที่แหล่งข่าวกำลังสูญเสียลูกสาว - การนำเสนอข่าวผิดพลาดว่าพบเด็กที่สถานีรถไฟ ทำให้ การค้นหาล่าช้าขึ้น และนำเสนอผิดพลาดว่าพบ ร่องรอยการข่มขืนทำให้เด็กเสื่อมเสียชื่อเสียง

การละเมิดสิทธิจนกระทั่งส่งผลกระทบต่อที่หลากหลายข้างต้นแก่แหล่งข่าวนั้น ล้วนอยู่ภายใต้สิ่งที่เรียกว่า “ปัญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน” ที่ว่า “ศักดิ์ศรีและสิทธิที่มวลมนุษยมีอยู่อย่างเท่าเทียมและที่มนุษย์ไม่อาจละทิ้งไปเสียได้ เป็นรากฐานของเสรีภาพ ความยุติธรรม และสันติภาพของโลก” (วนิดา แสงสารพันธ์, 2557: 20-21)

ข้อเสนอแนะต่อสื่อมวลชน

การศึกษาพบว่า การละเมิดสิทธิของแหล่งข่าว ส่วนหนึ่งมาจากการที่สื่อขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิ เช่น การเปิดเผยเอกลักษณ์ของเด็กที่บิดาถูกฆาตกรรม หรือการนำเสนอภาพเด็กที่เสียชีวิตโดยไม่ปกปิดเอกลักษณ์ หรือนำข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้เผยแพร่ผ่านสื่ออื่นโดยที่ไม่ได้ขออนุญาตแหล่งข่าว ฯลฯ สาเหตุการละเมิดสิทธิอีกส่วนหนึ่งมาจากการที่สื่อไม่มีความละเอียดอ่อนต่อแหล่งข่าวที่เปราะบาง เช่น การรุมสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่สูญเสีย รวมทั้งขาดทักษะที่เพียงพอ เช่น ทักษะการสัมภาษณ์เด็กที่ได้รับผลกระทบ

สมาคมผู้สื่อข่าวอาชีพ (Society of Professional Journalists) ซึ่งเป็นองค์กรวิชาชีพด้านสื่อที่สร้างขึ้นเมื่อปี 1909 และมีสมาชิกกว่า 7,500 คนทั่วสหรัฐฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติในเรื่องการลดผลกระทบต่อแหล่งข่าวไว้ว่า ในระหว่างการทำงานรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ การถ่ายภาพ การบันทึกเสียง ต้องพยายามลดผลกระทบจากการทำงาน เช่น ต้องแสดงความเห็นใจต่อผู้ได้รับผลกระทบจากการเสนอข่าว ต้องเพิ่มความใส่ใจเป็นพิเศษกับเด็ก และผู้มีประสบการณ์น้อย ฯลฯ (<https://www.spj.org/pdf/spj-code-of-ethics.pdf>)

ผลการศึกษายังพบปัญหาสื่อทำข่าวไม่รอบด้าน ขาดทักษะการประเมินข้อมูล จึงทำให้นำเสนอข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง ส่งผลกระทบต่อแหล่งข่าว เช่น แหล่งข่าวราชการให้ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงแก่สื่อว่า จตุภัทร์ บุญภัทรรักษา หนีการเกณฑ์ทหาร ซึ่งในกรณีเช่นนี้อยู่ในข่ายที่สื่อสามารถสอบถามข้อเท็จจริงได้จากการสอบถามจตุภัทร์ บุญภัทรรักษา หรือญาติของเขาโดยตรงก่อนนำเสนอข่าว

การนำเสนอข่าวไม่รอบด้านนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการละเมิดจริยธรรมทางวิชาชีพ เช่น สุภา ศิริมานนท์ (2530: 19-49) ได้เสนอแนะหลักจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ ในข้อ 1 คือหลักว่าด้วยความจริงที่แท้จริง (objectivity) ดังนั้นนักหนังสือพิมพ์ย่อมได้รับความคาดหวังจากผู้อ่านทั่วไปว่า คำบอกเล่าข่าวสารที่รายงานนั้นจะหมดจดครบถ้วน ไม่ลำเอียง ไม่ว่าจะเป็นแง่มุมใดของข่าว นั่นคือนักข่าวจะต้องไม่แทรกทรศนะส่วนตัว หรือความรัก ความชอบส่วนลงไปในการรายงานข่าว

นอกจากนี้การเสนอข่าวไม่รอบด้านยังขัดต่อข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สมาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ข้อ 4 ที่ว่า “หนังสือพิมพ์ต้องยึดถือข้อเท็จจริง ความถูกต้องแม่นยำและความครบถ้วน” รวมทั้งขัดต่อข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ ข้อ 7 (1) ที่ว่า “ต้องนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องแก่สาธารณะชนตามหลักวัตถุวิสัย ด้วยความถูกต้องเที่ยงตรง แม่นยำและครบถ้วน ด้วยความเป็นธรรมโดยปราศจากอคติ 4 ได้แก่ ฉันทาคติ โทษาคติ ภูษาคติ และโมหาคติ”

ในอีกกรณีหนึ่งที่พบคือ การที่สื่อลำเลั่นกันเพื่อต้องการเข้าไปถ้ายรูปในระยะประชิด เช่น กรณีการเคลื่อนศพ ทฤษฎี สหวงษ์ หรือการหลอกแหล่งข่าวว่าเป็นเจ้าหน้าที่ เพื่อจะได้มีโอกาสได้ใกล้ชิดแหล่งข่าวเพื่อทำข่าว ฯลฯ ในการละเมิดสิทธิ์แหล่งข่าวในระหว่างการทำงานภาคสนามนี้ ถือว่าเป็นการละเมิดข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สมาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ข้อ 27 ที่ว่า “หนังสือพิมพ์พึงใช้วิธีที่สุภาพและซื่อสัตย์ในการได้มาซึ่งข่าวสาร”

จากการที่สื่อขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิ์ ปัญหาสื่อทำข่าวไม่รอบด้าน ขาดทักษะการประเมินข้อมูล รวมทั้งการละเมิดสิทธิ์แหล่งข่าวมาจากการที่สื่อตั้งใจละเมิด ดังนั้นการเพิ่มเติมความรู้ให้แก่สื่อ การหมั่นทบทวนเรื่องสิทธิ์จริยธรรมสื่อ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นให้แก่สื่อ จะช่วยลดการละเมิดสิทธิ์ของแหล่งข่าวลงได้ ซึ่งผู้ที่สามารถทำหน้าที่อบรมคือองค์กรสื่อ สภาวิชาชีพสื่อ หรือสถาบันการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์

นอกจากนี้ สื่อต้องเพิ่มความละเอียดอ่อนต่อการเคารพสิทธิของแหล่งข่าว เช่น แจ้งเตือนไขและรายละเอียดการสัมภาษณ์ให้แหล่งข่าวทราบ ปกปิดเอกลักษณ์ของแหล่งข่าวเมื่อจำเป็น นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่นำเสนอเนื้อหาที่มีความรุนแรง ไม่นำเสนอภาพศพ ฯลฯ

ข้อเสนอแนะต่อแหล่งข่าว

การศึกษาพบว่า แหล่งข่าวที่ถูกละเมิดสิทธิส่วนหนึ่งเป็นเพราะขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิ ขณะที่แหล่งข่าวอีกจำนวนหนึ่งไม่นิยมการร้องเรียนเมื่อถูกละเมิดสิทธิ ดังนั้นการละเมิดสิทธิแหล่งข่าวจึงยังปรากฏอยู่เนืองๆ

ในเรื่องสิทธินี้ วนิดา แสงสารพันธ์ (2557: 17-20) กล่าวว่า สิทธิโดยแท้จริงแล้วก็คืออำนาจที่กฎหมายรับรองให้แก่บุคคลหนึ่งบุคคลใดในอันที่จะเรียกร้องให้บุคคลอื่นกระทำการบางอย่างให้เกิดประโยชน์แก่ตน หรือให้ละเว้นการกระทำบางอย่างก็ได้ สิทธิดังกล่าวจะก่อให้เกิดสิทธิเรียกร้องที่จะไม่ให้บุคคลใดแทรกแซงในสิทธิตามรัฐธรรมนูญของตน

ดังนั้นจึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่แหล่งข่าวจะต้องมีความเข้าใจและปกป้องสิทธิของตัวเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่กฎหมายรัฐธรรมนูญให้ความคุ้มครองแก่ทุกคนไว้อย่างเท่าเทียมกันอยู่แล้ว นอกจากนี้ แหล่งข่าวต้องรักษาสิทธิของตัวเอง เช่น ปฏิเสธการให้สัมภาษณ์กับสื่อ หรือแจ้งให้สื่อปกปิดเอกลักษณ์ หรือร้องเรียนเมื่อถูกละเมิดสิทธิ

ข้อเสนอแนะต่อสภานิติบัญญัติ

การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแหล่งข่าวที่เคยถูกสื่อละเมิดสิทธิ มีแนวโน้มที่ต้องการให้สภานิติบัญญัติมีองค์ประกอบของรัฐและสื่อร่วมกัน มากกว่าให้สื่อฝ่ายเดียวกำกับดูแลตนเอง ในประเด็นนี้สามารถอธิบายได้ว่า เป็นไปได้ว่าแหล่งข่าวที่เคยถูกสื่อละเมิดสิทธิเห็นความจำเป็นของการให้รัฐร่วมกำกับดูแลสื่อ เพื่อที่จะไม่ให้สื่อไปละเมิดแหล่งข่าวได้อีก โดยอาจไม่เชื่อมั่นว่าสื่อจะกำกับดูแลตนเองได้ และอาจเห็นความสำคัญของการที่สื่อต้องมีเสรีภาพในการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลน้อยกว่า จึง

เป็นเรื่องอันตรายอย่างยิ่งต่อสังคมโดยรวม หากประชาชนถูกทำให้ไม่เชื่อมั่นว่า สื่อสามารถกำกับดูแลตนเองได้

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่รู้จัก รวมทั้งไม่เชื่อมั่นในประสิทธิภาพของสภาวิชาชีพสื่อ เช่น ไม่รู้ว่าสภาวิชาชีพสื่อคืออะไร จะร้องเรียนได้อย่างไร จะมีการเยียวยาผู้ร้องอย่างไร สภาวิชาชีพสื่อจะเห็นความสำคัญของผู้ร้องหรือไม่ สภาฯ จะเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการร้องเรียนหรือไม่ รวมทั้งปัญหาต่างๆ ที่สภาวิชาชีพสื่อกำลังเผชิญอยู่ เช่น ปัญหางบประมาณไม่เพียงพอ ปัญหาการไม่เป็นที่ยอมรับจากสมาชิก รวมถึงการต้องพัฒนาแนวปฏิบัติให้ทันต่อเหตุการณ์และเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย ฯลฯ ทั้งหมดนี้จึงเป็นเรื่องท้าทายของวงการสื่อมวลชนที่จะต้องร่วมกันในการพัฒนาสภาวิชาชีพให้สามารถทำงานตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และสมาชิกได้มากขึ้น ก่อนที่สังคมจะสูญเสียความเชื่อมั่นและเปิดช่องให้รัฐบาลมีความชอบธรรมในการเพิ่มอำนาจในการเข้าไปกำกับดูแลสื่อผ่านทางสภาวิชาชีพสื่อ

นอกจากนี้ การที่ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้สัมภาษณ์ว่า สื่อมวลชนควรยกเลิกการติดตามข่าวการฆ่าตัวตายของวันชัย ดนัยตโนมูท เพื่อให้ญาติมีความเป็นส่วนตัว ทำให้สื่อยุติการติดตามความเคลื่อนไหวของญาตินั้น อาจสะท้อนให้เห็นว่า สื่อเชื่อหรือเกรงกลัวผู้มีอำนาจมากกว่าการเข้าใจและยอมรับเรื่องสิทธิของแหล่งข่าว หรือเข้าใจเรื่องหลักในการทำงานข่าว และเสรีภาพของสื่อ ดังนั้นจึงอาจเป็นสาเหตุให้แหล่งข่าวและสังคมไม่มั่นใจในการทำงานของผู้สื่อข่าว และการกำกับดูแลตนเองของสภาวิชาชีพสื่อ

มาลี บุญศิริพันธ์ (2556: 213) อภิปรายว่า แนวคิดการควบคุมกันเองของหนังสือพิมพ์เป็นแนวคิดที่ยอมรับคุณภาพของบุคลากรในวิชาชีพว่าสามารถดูแลตนเองได้ โดยมีต้องอาศัยกลไกอย่างอื่นมากำกับหรือบังคับด้วยอำนาจ แต่เป็นการสร้างระเบียบวินัยและจริยธรรมทางวิชาชีพเพื่อให้นักวิชาชีพยึดถือปฏิบัติอย่างเข้าใจในอุดมการณ์ เพื่อประโยชน์ของสาธารณะจำเป็นต้องวางอยู่บนฐานของความพยายามและศักยภาพในการควบคุมตนเองให้ได้ด้วย การที่ภายในวงการผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติ กำกับการ และดูแลกันเอง ก็เพื่อรักษาเกียรติภูมิและส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพ อันจะทำให้

หนังสือพิมพ์เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยมเชื่อถือ เป็นที่ไว้วางใจแก่บุคคลทั่วไป
ทั้งนี้ โดยยึดหลักเสรีภาพและความรับผิดชอบเป็นสำคัญ

ดังนั้น ข้อเสนอแนะต่อสภาวิชาชีพสื่อก็คือ สภาวิชาชีพควรสร้างการมีส่วนร่วม
กับประชาชนให้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้การทำงานของสภาฯ มีประสิทธิภาพ
มากขึ้น และเป็นที่ยอมรับของประชาชนมากขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กิตติพร บุญอ่ำ และคณะ (2558), *สิทธิของเธอ สิทธิของฉัน สิทธิของเรา*, กรุงเทพฯ: เอส. เอ็ม.
เซอร์คิตเพรส.

กิตติพงศ์ กมลธรรมวงศ์ (2555), *รวมกฎหมายการสื่อสารมวลชน*, กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

เกษม ศิริสัมพันธ์ (2556), “การควบคุมตนเองของสื่อมวลชน: ความเป็นไปได้ในสังคมไทย
เสรีภาพ จริยธรรม ความรับผิดชอบ”, ใน *หนังสือที่ระลึกครบรอบ 6 ปี สภาการ
หนังสือพิมพ์แห่งชาติ*, กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.

กรมองค์การระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ (2551), *ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน*,
ม.ป.ท.

จักรกฤษ เพิ่มพูล และคณะ (2556), “การตัดสินใจเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชน”, ใน *ศูนย์ศึกษา
กฎหมายและนโยบายสื่อมวลชน, คู่มือการสอนวิชากฎหมายสื่อมวลชนและวิชาจริยธรรม
สื่อมวลชน* กรุงเทพฯ: จริยสุนิทวงศ์การพิมพ์.

จินตนา ต้นสุวรรณนันท (2551), *ปัจจัยที่มีผลต่อการขาดความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรมของ
นักหนังสือพิมพ์ในมุมมองของนักหนังสือพิมพ์*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนวิ ทำจีน (2548), “การรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาความรุนแรงต่อสตรี: ความร่วมมือ
ระหว่างภาครัฐกับองค์กรเอกชน”, ใน *มาสสุรีย์ ศรีพรหมมา และคณะ (บ.ก.), รวมเรื่อง
นานาชาติด้านสิทธิสตรี*, กรุงเทพฯ: บางกอกบล๊อค.

บุญญรัตน์ โชคบันดาลชัย (2558), *กฎหมายสื่อสารมวลชน: การคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล และ
ชื่อเสียง เกียรติคุณ, พิษณุโลก: รัตนสุวรรณการพิมพ์.*

ภาคภูมิ หรรณา (2554), *การเขียนข่าวเบื้องต้น*, มหาสารคาม: อินทนิล.

มาลี บุญศิริพันธ์ (2556), *วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญาและแนวคิด*, สมุทรสาคร: พิมพ์ดี.

รัตนวิ นาคานิช (2551), *การถูกล้ำสิทธิของบุคคลในดวงบันเทิงที่ปรากฏทางสื่อมวลชน*, เอกสาร
ทางวิชาการของมูลนิธิดำรงชัยธรรม.

วนิดา แสงสารพันธ์ (2556), “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น”, ใน *ศูนย์*

ศึกษากฎหมายและนโยบายสื่อมวลชน, คู่มือการสอนวิชากฎหมายสื่อมวลชนและวิชาชีพ
จริยธรรมสื่อมวลชน, กรุงเทพฯ: เจริญสุนิหวงศ์การพิมพ์.

_____. (2557), *หลักกฎหมายสื่อสารมวลชน*, กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

วัชร จิรนิติกาลกิจ (2550), ผลกระทบของการนำเสนอข่าวข่มขืนในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน
ที่มีต่อผู้ข่มขืน ผู้ถูกข่มขืน และผู้อ่านที่สะท้อนจริยธรรมของหนังสือพิมพ์, วิทยานิพนธ์
ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

วัฒน์ ภูทิต (2551), *การสื่อข่าวและการเขียนข่าว*, ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โวฟกัง เบเน็ค และคณะ (ม.ป.ป.), *ความเข้าใจในสิทธิมนุษยชน คู่มือการศึกษาสิทธิมนุษยชน*.

แปลโดย คุณากร วาณิชวิรุฬห์ และคณะ, กรุงเทพฯ: เทพเพ็ญวนิสย์.

สุทธิ ชัดติยะ (2556), *กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน*, กรุงเทพฯ: เปเปอร์เฮาส์.

สุภา ศิริมานนท์ (2530), *จริยธรรมของหนังสือพิมพ์*, กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พรินติงกรัฟ.

สุภาภรณ์ อัมภมมงคล (2550), *ทำข่าวอย่างไร? ไม่ให้ละเมิดสิทธิเด็ก*, ม.ป.ท.

สมคิด บางโม (2551), *กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน* กรุงเทพฯ: เอส เค บุ๊คส์.

อารดา เทอดธรรมคุณ (2547), *ความตระหนักของผู้สื่อข่าวต่อจริยธรรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไทย*,
วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2550), *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*,
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Leslie, G. (2011), *The First Amendment Handbook*, Arlington: The Reporters Committee
for Freedom of the Press.

Manning, P. (2001), *News and News Sources*, London: Sage.

สื่อออนไลน์

ทีนิวส์ (2560), *ช็อก!! "ผู้ว่าฯ แม่ฮ่องสอน" ถูกลากไส้ ขี้อบริการเด็กสาว จ่ายแค่พันเดียว ล่าสุด
เจ้าตัวหน้าเครียด โผล่แถลงข่าวด่วนจี๋!!*, สืบค้นเมื่อ 19 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.tnews.co.th/contents/313901>.

ทีเอ็นเอ็น 24 (2557), *พบศพ "น้องเพลง" แม่สยองยึดท่อน้ำวัดพระงาม*, สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน
2560, จาก http://www.tnnthailand.com/news_detail.php?id=30203&t=news.

_____. (2559), *ระทึก! พบแล้ว "ดร.วันชัย" เอาปืนจ่อหัวขู่ยิงตัวตาย*, สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม
2559 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=0by7XVBjQgQ&app=desktop>.

ทูบไต่ข่าว, *สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (2559), รวบโจรขังบ้านชินใจเด็ก 8 ขวบบังคับมอมยาบ้า
ช็อกดับ -เจ้าตัวยังปากแข็ง*, สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2560 จาก <https://www.youtube>.

com/watch?v=aaBzY5sEM8w.

ไทยจับสักร้อพดอทคอม (2559), ข่าวเน็ตสุดทึ่งร้องเรียนพฤติกรรมนักข่าวแย่ รุกล้ำความเป็น
ส่วนตัวของญาติ 'ปอ ทฤษฎี', สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2559 จาก <http://www.thaijobsgov.com/jobs=45386>.

เรื่องเล่าเช้านี้, สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่องสาม (2560), สัสดีชัยภูมิชี้ 'ไม้ ดาวดิน' หนีทหาร
มาหลายปี ญาติไม่ยื่นฟ้องผัน หลังต้องโทษคดี 112, สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2560
จาก <https://www.youtube.com/watch?v=5W2qbcqIo9Q>.

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (2557), ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สภา
การหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2559, สืบค้นข้อมูลเมื่อ 25 กรกฎาคม 2560 จาก
<http://www.presscouncil.or.th/ข้อบังคับจริยธรรม/>.

สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย (2557), ข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วย
จริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ. 2553, สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2560
จาก http://www.newsbroadcastingcouncil.or.th/?page_id=142.

Society of Professional Journalists, *SPJ Code of Ethics*, สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2559 จาก
<https://www.spj.org/pdf/spj-code-of-ethics.pdf>.

สัมภาษณ์

คณาธิป ทองรวีวงศ์, สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2560.

ชาย ปถะคามินทร์, สัมภาษณ์, 6 กรกฎาคม 2560.

ญาติวันชัย ดนัยตโมนุท, สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2560.

แนน และมารดาของแนน, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2560.

ป้าของเด็กหญิง, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2560.

พรรษาสิริ กุหลาบ, สัมภาษณ์ 27 มิถุนายน 2560.

พริ้ม บุญภัทรรักษา, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2560.

พี่สาวของเด็ก 2 คน, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560.

มารดาของลูกชายที่พ่อถูกฆาตกรรม, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2560.

ด.ต.อุษา ชนะกาญจน์ และดาร์ณี ชนะกาญจน์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2560.

วิสุทธิ คมวัชรพงศ์, สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2560.

ศรัณย์รัชต์ ชูสัน เปียงใจ ชูสัน และวิชาญ ใหม่ตอง, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2560.

สงวน สหวงษ์, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560.

สืบศักดิ์ เอี่ยมวิจารณ์, สัมภาษณ์, 9 มิถุนายน 2560.

สุวัฒน์ รานา และ พนมวรรณ รานา, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2560.

หวาน, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560.

โฆษณาหลอกเด็ก?

กัลยกร วรกุลลัญญานีย์¹

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของโฆษณาต่อเด็กในวัยก่อนวัยเรียน และวัยเด็กตอนกลาง แรงจูงใจที่นักโฆษณามักใช้ในการสื่อสารกับเด็กมี 4 ด้าน คือ ความเป็นสมาชิกของกลุ่ม (belonging) ความสนุกสนาน (fun) ความอิสระ (freedom) และอำนาจ (power) ซึ่งเป็นแรงจูงใจด้านอารมณ์ เทคนิคการโฆษณาที่มักพบเสมอคือ การใช้การ์ตูน การใช้ผู้ที่มีชื่อเสียง การใช้เพลง โฆษณาแฝงในรายการ เกมโฆษณา แนวทางการกำกับดูแลการโฆษณาสินค้าสำหรับเด็ก และศึกษาแนวทางการกำกับดูแลโฆษณาสินค้าสำหรับเด็กของประเทศออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และไทย สำหรับแนวทางของประเทศไทยนั้น เป็นแนวทางกว้างๆ ที่เป็นข้อกำหนดด้านจริยธรรมของนักโฆษณา ซึ่งหากพิจารณาในความเป็นสากล อาจจะพิจารณาเสนอแนะให้ระบุรายละเอียดให้เป็นรูปธรรมในสิ่งที่ควรหรือไม่ควรทำในการโฆษณา เพิ่มแนวทางการปฏิบัติสำหรับสินค้าสำหรับเด็กหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องหรืออาจเป็นอันตรายต่อเด็ก และพิจารณาการกำกับดูแลแนวทางการสื่อสารอื่นๆ นอกเหนือจากการสื่อสารการตลาด เช่น การโฆษณาตรง การตลาดออนไลน์ เป็นต้น

Abstract

This article is about an impact of advertising to preschool and middle childhood. Advertisers persuade children by using emotional appeals rather than rational appeals. Belonging appeal, Fun appeal,

¹ รองศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาโฆษณา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Freedom appeal, and Power appeal are the most effective appeals to children and teens. Cartoon, Celebrity endorser, Music, Product placement, and Advergaming are the most popular advertising execution to children and teens. This article also explores advertising codes of ethics to children in Australia, United Kingdom, Netherlands, United States of America, comparing to Thailand's. It is suggested that Advertising code of ethics in Thailand should consider specific action in what to do and not to do in advertisement to children, consider to set up advertising regulations to products that might be dangerous to children, and also consider to set up regulations to other marketing communication tools besides advertising such as direct marketing, online marketing.

คำสำคัญ: โฆษณา ผลกระทบของสื่อ เด็ก

“โฆษณาหลอกเด็ก” เรามักได้ยินคำกล่าวนี้บ่อยครั้ง แต่นักโฆษณาตั้งใจสร้างสรรค์โฆษณา “หลอกลวง” เด็กจริงหรือไม่?

เด็กในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับโฆษณา หมายความว่าครอบคลุมตั้งแต่เด็กก่อนวัยเรียนไปจนถึงเด็กวัยรุ่น ซึ่งเป็นที่ทราบกันว่า กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และมีสินค้าที่ต้องการที่จะเข้าถึงกลุ่มตลาดนี้หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ในบทความนี้จะกล่าวถึงเด็กในวัยเรียนตั้งแต่ก่อนวัยเรียน 3-5 ปี (preschool) ไปจนถึงวัยเด็กตอนกลาง 6-12 ปี (middle childhood) เนื่องจากมีการศึกษาถกเถียงกันอย่างกว้างขวางถึงผลกระทบของโฆษณากับเด็กในช่วงวัยดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นในด้านการแยกแยะโฆษณา กับเนื้อหาข่าวสารของสื่อในเด็กก่อนวัยเรียน ความเข้าใจในเนื้อหาโฆษณาของวัยเด็กตอนกลาง ตลอดจนผลกระทบด้านวัตถุนิยม (materialism) ของเด็กวัยรุ่น (8-12 ปี) ซึ่งเป็นช่วงอายุตอนปลายของวัยเด็กตอนกลาง ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการของเด็กพบว่า เด็กจะมีพัฒนาการด้านความคิด การวิเคราะห์ต่างๆ ที่เทียบเท่ากับ

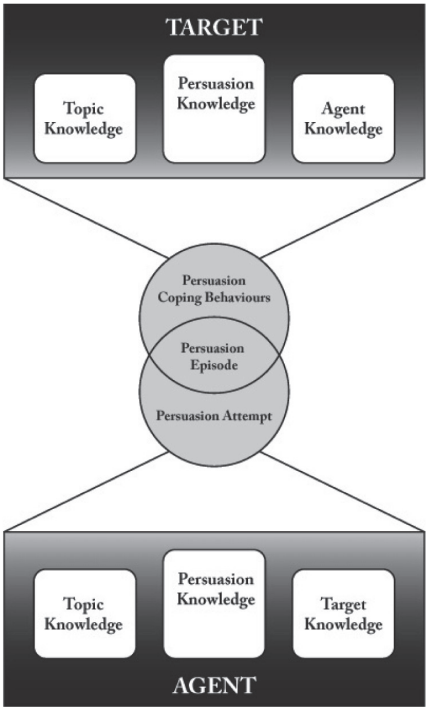
วัยผู้ใหญ่ สามารถเข้าใจและเท่าทันสารโฆษณาได้ในช่วงอายุตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป ดังนั้น เด็กอายุต่ำกว่า 12 จึงยังควรที่จะต้องถูกปกป้องคุ้มครองจากโฆษณา ทั้งนี้ พบว่า สื่อสร้างผลกระทบแก่เด็กได้ โดยเฉพาะการโฆษณาที่มีลักษณะการทำซ้ำ ซึ่งน่าจะทำให้มีพลังอำนาจในการโน้มน้าวได้ดี ในการศึกษาของ เบลค์และคณะ (Belk et al. 1984 cited in Marshall, 2010: 124) พบว่า วัยเด็กตอนกลาง คือช่วงอายุ 6-12 ปี เป็นวัยที่จะพัฒนาการเรียนรู้การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (consumption symbolism) หมายถึง เด็กในวัยนี้จะเริ่มตระหนักว่าสินค้าไม่ได้เป็นเพียงสินค้าที่มีคุณสมบัติในการใช้งานแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นเครื่องบ่งบอกสถานะทางสังคมของผู้ใช้ด้วย ซึ่งนับว่าเป็นวัยแห่งการเริ่มต้นของพัฒนาการบริโภคแบบวัตถุนิยมได้ มาร์ติน ลินด์สตอร์ม (cited in Schor, 2005: 76) กล่าวว่า สำหรับเด็ก วัยทวิน ยี่ห้อมีความหมายมากกว่าคุณสมบัติของสินค้า เนื่องจากบ่งบอกสถานะทางสังคม ทั้งนี้ต้องยอมรับว่า โฆษณาเป็นตัวแปรหลักตัวหนึ่งในการสร้างการรับรู้ตราสินค้าต่างๆ แก่เด็ก โดยนักโฆษณาใช้ความคิดสร้างสรรค์พัฒนาสารโฆษณาที่น่าสนใจ ผสมผสานกับเทคนิคในการนำเสนอสารโฆษณาที่ถูกต้องเด็กๆ ทำให้โฆษณาหลายๆ ชิ้นเป็นที่รู้จัก ชื่นชอบ และสร้างการจดจำ โดยเฉพาะในปัจจุบันพบว่า โฆษณากับความบันเทิงสำหรับเด็กนั้นแทบจะกลมกลืนเป็นเนื้อเดียวกัน บทความชิ้นนี้จะรวบรวมการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของโฆษณาต่อเด็กในวัยต่างๆ รวมทั้งเทคนิคการโน้มน้าวใจที่นักโฆษณาใช้ในการสื่อสาร และสรุปท้ายด้วยแนวทางการกำกับดูแลการโฆษณาสินค้าสำหรับเด็ก

การโน้มน้าวใจเด็ก: Persuasive Knowledge Model (PKM)

รูปภาพด้านล่างนี้อธิบายหลักการโน้มน้าวใจที่ใช้ในการโฆษณา เฟรดแทต และไรท์ (Friestad and Wright, 1994) ได้เขียนบทความเรื่อง “The Persuasion Knowledge Model: How People Cope with Persuasion Attempts” โดยใจความสำคัญกล่าวถึงหลักการโน้มน้าวใจว่า การโน้มน้าวใจให้เกิดประสิทธิภาพนั้น ต้องไม่มองในมุมของผู้ส่งสาร ซึ่งในกรณีนี้คือ นักการตลาด หรือนักโฆษณาด้านความพยายามที่จะโน้มน้าวใจ (persuasion attempt)

เพียงเท่านั้น แต่ต้องพิจารณาความสามารถของกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารด้าน ความรู้เกี่ยวกับสารที่ได้รับ (topic knowledge) ความรู้ด้านเทคนิคการโน้มน้าวใจ ของกลุ่มเป้าหมาย (persuasion knowledge) รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับผู้ส่งสาร หรือตราสินค้า (agent knowledge) ของกลุ่มเป้าหมายด้วย ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่ม เป้าหมายสามารถใช้ความรู้ดังกล่าวสร้างทัศนคติต่อสินค้าและบริการนั้นๆ ได้อย่าง แท้จริง อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายยังสามารถนำความรู้ดังกล่าวมารับมือกับเทคนิคการ โน้มน้าวใจของผู้ส่งสาร (persuasion coping behavior) เพื่อจะได้สามารถคิด วิเคราะห์สารโฆษณาต่างๆ ได้อย่างมีวิจารณ์ญาณอีกอย่างรอบด้านด้วย

ภาพที่ 1 Persuasive Knowledge Model (PKM)



ที่มา: Friestad and Wright (1994)

เด็กเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เปราะบางของนักการตลาดและนักโฆษณา ทั้งนี้ ได้กล่าวไปแล้วว่า เรามักได้ยินประเด็นเชิงลบเกี่ยวกับโฆษณาสินค้ากับเด็กเสมอๆ เช่น โฆษณาหลอกล่อเด็ก โฆษณาเชื่อไม่ได้ ซึ่งจากแบบจำลองความรู้ในการโน้มน้าวใจ (PKM) นี้ เห็นได้ว่า เหตุผลหลักน่าจะเนื่องมาจากความรู้ของเด็กมีจำกัด และยังไม่เพียงพอกับการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นความรู้เกี่ยวกับสารที่ได้รับ (topic knowledge) เช่น ความเข้าใจในคุณสมบัติของตราสินค้าต่างๆ รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการโน้มน้าวใจของผู้ส่งสารหรือตราสินค้า (persuasion knowledge) เช่น ความรู้เท่าทันเทคนิคการโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาพการ์ตูน การใช้เสียงเพลงมาเร้าอารมณ์ สร้างความชื่นชอบด้วยเทคนิคต่างๆ ว่าเพื่อขายสินค้า หรือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมบางอย่างเชิงพาณิชย์ อีกทั้งความรู้เกี่ยวกับผู้ส่งสารหรือตราสินค้า (agent knowledge) เช่น ความเข้าใจระบบตลาด การสร้างตราสินค้านั้น ยังไม่เทียบเท่าผู้ใหญ่ ซึ่งความรู้เหล่านี้ เฟรดแทต และ ไรท์ (Friestad and Wright, 1994) กล่าวว่า เป็นความรู้ที่เรียนรู้ได้ตลอดชีวิต สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่ต้องถกเถียงเพื่อหาความเหมาะสมต่อไปในการโฆษณากับกลุ่มเด็ก

ตราสินค้าของเด็ก: ส่วนผสมของความสนุก การเป็นสมาชิกกลุ่ม อำนาจ และอิสระ

นักการตลาดแบ่งเด็กออกเป็นกลุ่มย่อยๆ หลายกลุ่มตามเพศและวัย และมีการศึกษาวิเคราะห์หาความต้องการของเด็กแต่ละกลุ่มเพื่อสามารถที่จะบรรลุเป้าหมายทางการตลาด เริ่มตั้งแต่ก่อนวัยเรียนเด็กๆ ส่วนใหญ่จะเริ่มดูรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีโฆษณานม ขนมขบเคี้ยว ไอศกรีม แซมเบอร์เกอร์ ฯลฯ ในหนังสือ *คุณหนูนักช้อป (Born to Buy)* เขียนโดย จูเลียต บี. ชอร์ (Juliet B. Schor, 2005 แปลโดย ศศิวรรณ ปริญญาดตร) กล่าวว่า เด็กจะรู้จักเรียกร้องอยากได้ของโดยระบุยี่ห้อได้ตั้งแต่อายุประมาณสองขวบ และเมื่ออายุได้สามขวบ ก็จะเริ่มมีความเชื่อว่า ยี่ห้อคือสิ่งที่สื่อถึงคุณสมบัติของตัวเอง เช่น พวกเขาเป็นคนทันสมัย แข็งแรง เฉลียวฉลาด เป็นต้น เมื่ออายุได้ 6-7 ขวบ เด็กหญิงจะเริ่มขอซื้อเสื้อผ้า

ตามแฟชั่น โดยเฉลี่ยเด็กอายุ 10 ปี จะจดจำตราสินค้าได้ 300-400 ยี่ห้อ และเมื่อเด็กๆ เหล่านี้โตขึ้น พวกเขาจะเข้าสู่วัฒนธรรมวัยรุ่น ซึ่งปัจจุบันวัฒนธรรมวัยรุ่นได้แพร่ผ่านลงไปสู่วัยเด็กด้วย เด็กวัย 8-9 ขวบ ดูรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น มีสื่อกวีตีโอต่างๆ รวมถึงละครวัยรุ่น ซึ่งทำให้เกิดกระแสความสนใจในเด็กกลุ่มที่เรียกว่า วัยทวิน (Tween) ซึ่งมีอายุระหว่าง 8-12 ปี โดยวัยนี้เป็นช่วงรอยต่อของวัยระหว่างเด็กกับวัยรุ่น

อีริคสัน (Erichsen, 2007 cited in Marshall, 2010: 194) ทำการสำรวจการใช้จ่ายสำหรับสินค้าต่างๆ ในวัยทวินชายและหญิงของกลุ่มประเทศนอร์ดิก (เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ไอซ์แลนด์ นอร์เวย์ และสวีเดน) พบว่า ในกลุ่มหญิงจะใช้จ่ายกับสินค้าประเภทเครื่องประดับ นันทนาการ และเสื้อผ้ามากที่สุด 3 อันดับแรก ในขณะที่กลุ่มชายจะใช้จ่ายกับอาหาร ขนม นันทนาการ มากที่สุด 3 อันดับแรก ซึ่งเห็นได้ว่า สินค้าประเภทนันทนาการ เป็นที่นิยมทั้งในกลุ่มวัยทวินทั้งชายและหญิง

ซีเกล และคณะ (Siegel et al., 2004: 185-187) ได้กล่าวถึงสินค้าที่เป็นที่ชื่นชอบของวัยเด็กว่า มี 4 ประเภทด้วยกัน คือ อาหาร เพลง แฟชั่น และของเล่น และได้ทำการสำรวจเด็ก 550 คน ในวัยต่างๆ ถึงของเล่นที่ปรารถนาพบว่า ของเล่นของเด็กและของเล่นของวัยทวินมีความแตกต่างกัน โดยของเล่นเด็กชายวัย 7 ปี จะเล่นวิดีโอเกม และเลโก้ ในขณะที่วัยทวินชายอายุ 12 ปี ยังจะเล่นวิดีโอเกมเช่นเดียวกันกับเด็กชายวัย 7 ปี และเพิ่มการเล่นสกีบอร์ดเข้ามาด้วย เด็กหญิงวัย 7 ปี จะเล่นตุ๊กตาบาร์บี้ ในขณะที่วัยทวินหญิงอายุ 12 ปี จะสนใจเสื้อผ้า และเครื่องประดับสินค้า นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงสินค้าสำหรับเด็กวัยทวินที่จะประสบความสำเร็จว่าต้องเป็นสินค้าที่มอบความสนุกสนาน บ่งบอกว่าเป็นสินค้าสำหรับพวกเขาเท่านั้น และที่สำคัญจะต้องเป็นสินค้าที่เป็นที่ชื่นชอบของแม่ด้วย

เมื่อกล่าวถึงแรงจูงใจในการจะให้เกิดพฤติกรรมนั้น สามารถแบ่งได้เป็นแรงจูงใจด้านเหตุผลและแรงจูงใจในด้านอารมณ์ ซึ่งเป็นที่ทราบดีในกลุ่มนักโฆษณาว่าแรงจูงใจด้านอารมณ์จะมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายในการโฆษณามากกว่า

แรงจูงใจด้านเหตุผล สำหรับแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมของวัยเด็กนั้น ซีเกล และคณะ (Siegel et al., 2004: 45-46) ได้จำแนกเป็น 4 ด้านด้วยกัน คือ ความเป็นสมาชิกของกลุ่ม (belonging) ความสนุกสนาน (fun) ความอิสระ (freedom) และอำนาจ (power) ซึ่งล้วนแต่เป็นแรงจูงใจด้านอารมณ์ทั้งสิ้น โดยความแรงจูงใจที่มีความสำคัญที่สุดสองอันดับแรก คือ ความสนุกสนาน และ ความเป็นสมาชิกของกลุ่ม

ความสนุกสนาน (fun) เป็นที่ต้องการของเด็กทุกวัย ในวัยเด็กอาจจะต้องการเล่นเพื่อความสนุกสนาน ในวัยเด็กที่โตขึ้นความสนุกสนานอาจมาจากการ เล่นสำนวน คำพูดต่างๆ ได้ โดยแรงจูงใจในด้านความสนุกสนานของวัยนี้ นอกจากจะมาจากการเล่นแล้ว อาจจะมาจากการจินตนาการ การรู้ความรูสึก ความคิดสร้างสรรค์ โดยโฆษณาสำหรับเด็กจะเน้นการใช้แรงจูงใจดังกล่าวนี้เป็น อย่างมาก รวมทั้งสินค้าต่างๆ ที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความสนุกสนาน ไม่ว่าจะเป็น เกม ภาพยนตร์ เป็นต้น โฆษณานี้สำหรับเด็กก็สามารถใช้ความสนุกสนาน ทำให้เด็กจดจำตราสินค้าได้ ดังเช่นโฆษณาขนมและนมสำหรับเด็กหลายตราที่ยี่ห้อที่ใช้เพลงประกอบมีทำนองที่สนุกสนานติดหูเด็กทุกวัย การใช้ตัวการ์ตูนต่างๆ อย่างมีจินตนาการในหีบห่อสินค้าตลอดจนในการโฆษณาก็เป็นอีกแนวทางในการ ให้ความสนุกสนานและส่งผลให้เด็กๆ จดจำตราสินค้าได้ดี

ความเป็นสมาชิกของกลุ่ม (belonging) มิตรภาพเป็นสิ่งสำคัญมาก ในการเติบโตของเด็กและวัยรุ่น และมิตรภาพนี้จะเพิ่มความแข็งแรงขึ้นเรื่อยๆ ตามวัยของเด็กที่เติบโต เรามักจะเห็นวัยนี้แต่งตัวคล้ายกัน ถือกระเป๋าคล้ายกัน ดังนั้น กลุ่มอ้างอิง (reference group) จึงมีบทบาทสำคัญที่จะสร้างแรงจูงใจ ดังเช่นข้อความโฆษณาที่ว่า ใครๆ ก็ใช้ หรือเป็นสินค้ายอดนิยม เป็นต้น กรณีนี้ นำมาซึ่งสิ่งที่เรียกว่า แรงกดดันจากเพื่อน หรือ peer pressure โดยอีวาน และแซนด์เลอร์ (Evans and Chandler, 2006 cited in Buckingham, 2011: 164) ยกตัวอย่างในการศึกษาของพวกเขาว่า เด็กอายุเพียงแค่ 7 ขวบก็เริ่มมีความต้องการที่จะเข้าพวกกับเพื่อนๆ โดยใช้สินค้า ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า ของเล่น เหมือนกับที่เพื่อนๆ ใช้ รวมถึงการบริโภคสื่อต่างๆ ด้วย

สำหรับแรงจูงใจอีก 2 ด้านนั้น ในด้านความอิสระ (freedom) คือ เป็นความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ขึ้นกับพ่อแม่ ซึ่งสินค้าประเภทสมาร์ตโฟน จักรยานยนต์ อินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับแรงจูงใจนี้เป็นอย่างดี สำหรับแรงจูงใจด้านอำนาจ (power) เป็นความสามารถที่จะควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งเห็นได้ทั่วไปในเนื้อหาโฆษณาสินค้าต่างๆ ที่แสดงให้เห็นว่า วัยนี้แสดงความสามารถไหวพริบเหนือกว่าผู้ใหญ่ สามารถเอาชนะผู้ใหญ่ได้

ในประเทศไทยมีการสำรวจพฤติกรรมวัยรุ่น โดยบริษัทโฆษณา บริษัท ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัดเมื่อปี 2003 (<http://www.teenpath.net/content.asp?ID=1078>) พบว่า เด็กวัยรุ่นมีพฤติกรรมการใช้เงินซื้อของ 2 ลักษณะ คือ ซื้อขนมและสิ่งบันเทิง ซึ่งพบว่า ไม่แตกต่างจากงานวิจัยของอีริคสัน (Erichsen, 2007) ซึ่งสำรวจการใช้จ่ายในวัยรุ่นชายและหญิงของกลุ่มประเทศนอร์ดิก โดยสามารถสรุปได้ความสนุกสนาน (fun) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการการบริโภค นอกจากนี้ยังพบว่าเด็กไทยกลุ่มนี้ชอบใช้สินค้ามียี่ห้อ เช่น เสื้อผ้าร็อกซี่ (ROXY) เอพูแซด (AIIZ) ชื่อของที่เซเว่น-อีเลฟเว่น ดื่มเป๊ปซี่ ใช้โทรศัพท์โนเกีย ขอบรถยนต์บีเอ็มดับเบิลว เมอร์เซเดสเบนซ์ เป็นต้น กล่าวได้ว่า ตราสินค้าเป็นสิ่งสำคัญของวัยรุ่น และตราสินค้าที่เขาชื่นชอบหรือเลือกใช้จะเป็นตราสินค้าที่ทำให้เขาเป็นที่ยอมรับ หรือเป็นสมาชิกของกลุ่ม (belonging) และสามารถใช้ตราสินค้านี้กล่าวบ่งบอกสถานะได้ (เช่น ขอบรถยนต์ บีเอ็มดับเบิลว เมอร์เซเดสเบนซ์) อีกทั้งชอบเล่นเกมออนไลน์ โดยเฉพาะเกมที่สามารถกำหนดบทบาทตัวเองได้ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความต้องการมีอิสระ (freedom) และมีอำนาจ (power) ในการแสดงบทบาทของตนเอง

ตามหลักการพัฒนาการของสมองนั้น จะพัฒนาด้านเหตุผลก่อน (การใช้เหตุผลเชิงรูปธรรม) และ ตามมาด้วยการพัฒนาด้านอารมณ์ (การใช้เหตุผลเชิงนามธรรม) เมื่อเติบโตขึ้น การที่นักการตลาดให้ความสำคัญกับการใช้แรงจูงใจด้านอารมณ์เพื่อโน้มน้าวใจกับเด็กนั้น จึงยังเป็นที่ถกเถียงกันว่า เป็นสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่ เนื่องจากเด็กยังไม่มีความรู้ด้านเทคนิคการโน้มน้าวใจ (persuasion knowledge) ที่รอบด้าน อีกทั้งการใช้แรงจูงใจด้านอารมณ์ยังสามารถส่งผล

กระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของเด็ก เช่น ทำให้เด็กตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไม่ได้เป็นเพราะเด็กต้องการประโยชน์ของสินค้า แต่เป็นเพราะเด็กต้องการความสนุกสนาน หรือต้องการใช้สินค้าเหมือนๆ เพื่อน เช่น ชื่อน้ำหวาน เพราะต้องการความสนุกสนาน หรือเพราะเพื่อนๆ ทุกคนได้ซื้อดื่มแล้ว (ไม่ใช่ซื้อเพราะกระหายน้ำ) ซึ่งอาจจะเป็นที่มาของกระบวนการตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ ที่ไม่ได้ใช้เหตุผลที่แท้จริง และไม่ถูกต้องแก่เด็กๆ เมื่อเติบโตขึ้นได้

ความเข้าใจโฆษณาของเด็ก

โฆษณาเป็นการสื่อสารที่ใช้ศาสตร์ทางด้านการโน้มน้าวใจเป็นหลัก สามารถสร้างผลกระทบต่อผู้รับสาร ใน 3 ระดับด้วยกัน คือ ด้านการตระหนักรู้และความเข้าใจ (cognitive level) ในคุณสมบัติประโยชน์ของตราสินค้า อันจะนำไปสู่ความชอบ ฟังพอใจในตราสินค้า (affective level) และการตัดสินใจซื้อสินค้า (behavior level) ทั้งนี้ข้อถกเถียงในการโฆษณากับเด็กมีอย่างกว้างขวางในด้านความเป็นธรรมในการสื่อสารโน้มน้าวกับเด็กในด้านแรกมากที่สุด คือ ด้านการตระหนักรู้และความเข้าใจ เนื่องจากการตระหนักรู้และความเข้าใจในคุณสมบัติและประโยชน์ของตราสินค้าเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กโดยตรง ที่จะมีระดับวุฒิภาวะในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยเหตุผลที่เหมาะสม การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะเน้นการศึกษาในระดับการตระหนักรู้และความเข้าใจของเด็กที่มีต่อคุณสมบัติประโยชน์ของตราสินค้า สามารถแยกได้เป็น 2 ประเด็นหลักด้วยกันคือ ความสามารถในการแยกแยะโฆษณากับเนื้อหาสื่อและความสามารถในการเข้าใจวัตถุประสงค์ของการโฆษณา ซึ่งเป็นทักษะที่เด็กต้องได้รับการพัฒนาตามวัยที่เติบโตขึ้น

นักโฆษณาอาจจะอาศัยความรู้เพียงสาขของเด็ก ข้อจำกัดด้านความรู้ที่มีผนวกกับการใช้แรงจูงใจด้านอารมณ์ในการโฆษณาสินค้ากับเด็กเป็นหลัก ทำให้เด็กคล้อยตามและเชื่อตามสารโฆษณาที่เปิดรับได้โดยง่าย ทั้งนี้นักวิชาการพยายามศึกษาเพื่อที่จะสามารถกำหนดด้วยที่เด็กจะมีพัฒนาการทางปัญญาเทียบเท่าผู้ใหญ่ ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญา (cognitive theory) โดย เพียเจย์

(Piaget cited in Nairn and Fine, 2008) แบ่งพัฒนาการทางสติปัญญาเป็น 4 ขั้นด้วยกันคือ ขั้นใช้ประสาทสัมผัสและกล้ามเนื้อ (sensorimotor period) อายุ 0-2 ปี ขั้นเริ่มมีความคิดความเข้าใจ (pre-operational period) อายุ 2-7 ปี ขั้นใช้ความคิดอย่างมีเหตุผลเชิงรูปธรรม (concrete operational period) อายุ 7-11 ปี และขั้นใช้ความคิดอย่างมีเหตุผลเชิงนามธรรม (formal operational period) อายุ 11 ปีเป็นต้นไป อย่างไรก็ตาม โฆษณาเป็นการสื่อสารที่ใช้วิธีการโน้มน้าวใจหลากหลายรูปแบบ ดังนั้นนักวิชาการจึงมีการศึกษาความเข้าใจในโฆษณาของเด็กแต่ละวัยอย่างกว้างขวาง เพื่อหาข้อสรุปเป็นเสียงสะท้อนแก่นักโฆษณาว่า สารโฆษณาที่เด็กเปิดรับสอดคล้องกับพัฒนาการทางสติปัญญาควรมีแนวทางการสื่อสารอย่างไร

จากที่กล่าวไปแล้วว่า เด็กจะมีความรู้เท่าทันและมีทักษะด้านสื่อเมื่อเติบโตขึ้น ความรู้และทักษะดังกล่าวเป็นการเรียนรู้ในสังคมเปิด ซึ่งก็คือกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (socialization) โดยกระบวนการขัดเกลาทางสังคมกล่าวถึงการเปิดรับสื่อว่า เป็นประเภทของการขัดเกลาทางสังคมโดยอ้อม เด็กจะผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมตามวัยที่เพิ่มขึ้นจนกระทั่งเติบโตเป็นวัยรุ่นและผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะ มีความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์และสามารถใช้เหตุผลและผลในการตัดสินใจได้ จอห์น (John, 1999) ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคมของเด็กในฐานะที่เป็นผู้บริโภคในสังคม โดยรวบรวมงานวิจัย 25 ปี ย้อนหลัง อธิบายกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในวัยเด็กที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาทางสื่อมวลชนว่าสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้น คือ

1. *ขั้นรับรู้ต่อสิ่งเร้า (Perceptual Stage)* หมายถึงเด็กอายุระหว่าง 3-7 ปี ในขั้นนี้ เด็กสามารถแยกแยะโฆษณาจากรายการ หรือจากเนื้อหาข่าวสาร ตลอดจนความบันเทิงของสื่อได้ โดยดูจากลักษณะการนำเสนอที่ปรากฏชัดเจนเป็นรูปธรรม เช่น โฆษณาในโทรทัศน์จะมีระยะเวลาการนำเสนอสั้นกว่ารายการโทรทัศน์ ในการตัดสินใจซื้อสินค้า เด็กวัยนี้จะตัดสินใจจากรูปลักษณ์ภายนอกเป็นหลัก เช่น สีสนของ

หีบห่อ ขนาดของสินค้า เป็นต้น เด็กอาจจะตัดสินใจเลือกขนมจาก ขนาดที่ใหญ่ของหีบห่อ โดยที่ไม่ดูขนาดปริมาณบรรจุ

2. *ขั้นวิเคราะห์เหตุผล (Analytical Stage)* หมายถึงเด็กอายุระหว่าง 7-11 ปี ในขั้นนี้เด็กจะสามารถแยกแยะโฆษณาจากรายการโดย พิจารณาจากเนื้อหาของโฆษณา การตัดสินใจของเด็กวัยนี้จะมีการ พิจารณารอบด้านมากขึ้นเนื่องจากมีประสบการณ์มากขึ้น ตลอดจน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประสบการณ์กับเพื่อนและครอบครัว
3. *ขั้นสะท้อนคิด (Reflective Stage)* หมายถึงเด็กอายุระหว่าง 11-16 ปี ในขั้นนี้ เด็กมีความสามารถในการไตร่ตรองด้วยในบริบทจาก ประสบการณ์ของตนเอง คาดการณ์ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้ มีความเข้าใจในเนื้อหาด้านการโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจเทียบเท่าผู้ใหญ่ ตลอดจนเท่าทันเทคนิคการโฆษณาต่างๆ ที่นักโฆษณาพัฒนามาเพื่อ บรรลุวัตถุประสงค์ด้านการขายสินค้า

อย่างไรก็ตาม จอห์น (John, 1999) ได้กล่าวไว้ว่า ช่วงอายุที่กำหนดนี้ อาจจะมีปรับเปลี่ยนได้ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล เนื่องจากกระบวนการขัดเกลาทาง สังคมนั้นเกิดขึ้นในบริบทเปิดของสังคม ซึ่งหมายรวมถึงการมีประสบการณ์ที่ เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ บุคคลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นพ่อแม่ เพื่อน สื่อมวลชน ตลอดจน องค์กรด้านการตลาด

การศึกษาของ โรเซนดัล และคณะ (Rozendaal et al., 2010) เรื่อง “การ เปรียบเทียบการรับรู้โฆษณาของเด็กและผู้ใหญ่ในเนเธอร์แลนด์” (Comparing Children and Adults' Cognitive Advertising Competences in Netherlands) ศึกษาการรับรู้ 3 ด้าน คือ ด้านตระหนักรู้ว่าเป็นโฆษณา (advertising recognition) ด้านความเข้าใจในเจตนาด้านการขายของโฆษณา (selling intent) และด้าน เจตนาการโน้มน้าวใจของโฆษณา (persuasive intent – โฆษณาต้องการสื่อสาร ให้ชอบตราสินค้า หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า) ในการศึกษาเมื่อ ให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับโฆษณา (ตารางที่ 1) ในด้านตระหนักรู้ว่าเป็นโฆษณา พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ โดยเด็กวัย 8-9 ปี

ตระหนักได้ว่าเป็นโฆษณาร้อยละ 90 ในขณะที่เด็กวัย 11-12 ปี ตระหนักได้ว่าเป็นโฆษณาเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 96 สำหรับผู้ใหญ่ตระหนักได้ว่าเป็นโฆษณาร้อยละ 97 อย่างไรก็ตาม เมื่อทดสอบถึงความเข้าใจในเจตนาด้านการขายของโฆษณา และเจตนาการโน้มน้าวใจของโฆษณา พบว่า เด็กวัย 8-9 ปี เข้าใจในเจตนาการขายร้อยละ 77 เด็กวัย 11-12 ปี ร้อยละ 85 ในขณะที่ผู้ใหญ่มีความเข้าใจในเจตนาด้านการขายของโฆษณา ร้อยละ 99 สำหรับความเข้าใจในเนื้อหาการโน้มน้าวใจของโฆษณาพบว่า เด็กวัย 8-9 ปี มีความเข้าใจเจตนาการโน้มน้าวใจของโฆษณาร้อยละ 60 เด็กวัย 11-12 ปี ร้อยละ 72 ในขณะที่ผู้ใหญ่มีความเข้าใจในเจตนาด้านการขายของโฆษณาร้อยละ 96 เห็นได้ว่า เมื่อเป็นเรื่องที่ต้องใช้การคิดวิเคราะห์นั้น เด็กยังไม่สามารถเข้าใจในสารโฆษณาเทียบเท่าผู้ใหญ่ อย่างเห็นได้ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นด้านความเข้าใจในเจตนาด้านการขายหรือเจตนาในการโน้มน้าว ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้น (Andronikidis and Lambrianidao, 2010; Kunkel, 2010; Rozendaal et al., 2010 cited in Xiaomei Cai and XiaoQuan Zhao, 2013) ที่พบผลการศึกษาเช่นกันว่า เด็กวัย 10 ปีเป็นต้นไปถึงจะเริ่มมีพัฒนาการด้านสติปัญญาในการทำความเข้าใจในเจตนาการโน้มน้าวใจของโฆษณาและพัฒนาตามอายุที่มากขึ้น

ตารางที่ 1 สรุปการเปรียบเทียบการรับรู้โฆษณาของเด็กและผู้ใหญ่ในเนเธอร์แลนด์

เปรียบเทียบการรับรู้โฆษณาของเด็กและผู้ใหญ่	เด็ก 8-9 ปี	เด็ก 11-12 ปี	ผู้ใหญ่
ตระหนักว่าเป็นโฆษณา (advertising recognition)	ร้อยละ 90	ร้อยละ 96	ร้อยละ 97
ตระหนักถึงเจตนาด้านการขายของโฆษณา (selling intent)	ร้อยละ 77	ร้อยละ 85	ร้อยละ 99
ตระหนักถึงเจตนาการโน้มน้าวใจของโฆษณา (persuasive intent)	ร้อยละ 60	ร้อยละ 72	ร้อยละ 96

ที่มา: Rozendaal et al. (2010)

นอกจากนี้ การศึกษาของ เบอร์กเลอร์ (Bergler, 1999) เรื่อง “ผลกระทบของโฆษณาต่อเด็ก” (The Effects of Commercial Advertising to Children) โดยศึกษาความเข้าใจของเด็กกับวัตถุประสงค์ด้านการขายของโฆษณา พบว่า เด็กอายุ 6 ปี มีความเข้าใจ ร้อยละ 57 และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามอายุจนถึงร้อยละ 87 ในวัย 12 ปี สำหรับด้านความน่าเชื่อถือของสารโฆษณาพบว่า เด็กวัย 6 ปี เชื่อถือร้อยละ 33 ในขณะที่เด็กวัย 12 ปี เชื่อถือลดลงเหลือเพียงร้อยละ 8 แต่พบว่า ไม่แตกต่างกันมากนักในคำตอบว่าไม่เชื่อถือในสารโฆษณา คือ เด็กวัย 6 ปี ไม่เชื่อถือร้อยละ 33 ในขณะที่เด็กวัย 12 ปี ไม่เชื่อถือร้อยละ 36 แต่ที่น่าสนใจคือเด็กในวัย 12 ไม่แน่ใจว่าควรเชื่อโฆษณาหรือไม่ถึงร้อยละ 56 ในขณะที่เด็กวัย 6 ปี ไม่แน่ใจน้อยกว่าคือเพียงร้อยละ 25 เท่านั้น แสดงให้เห็นว่า ในวัยที่เติบโตมากขึ้น เด็กมีความสงสัยความน่าเชื่อถือของโฆษณา ซึ่งอาจจะกลายเป็นทัศนคติเชื่อในสารโฆษณามากขึ้นก็ได้ หากนักโฆษณามีเทคนิคในการโน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพ

ในการศึกษาการตระหนักรู้และความเข้าใจ (cognitive level) ในคุณสมบัติประโยชน์ของตราสินค้า นักวิชาการมุ่งศึกษาสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์ทั้งภาพและเสียงในการโน้มน้าวใจอย่างไรก็ตาม ในระยะหลังเมื่อสื่ออินเทอร์เน็ตบทบาทมากขึ้นก็เริ่มมีการศึกษาผลกระทบของสื่อนี้ต่อเด็กด้วย ส่วนใหญ่จากงานวิจัยนั้นพบว่า เด็กอายุประมาณ 4-5 ปี จะสามารถแยกแยะโฆษณาจากรายการ โดยดูจากลักษณะของรายการ เช่น โฆษณาจะสั้นกว่ารายการที่รับชม (Blatt et al., 1972 cited in Moore, 2004) และเมื่อ 8 ปี เด็กจะสามารถแยกแยะโฆษณาจากรายการโดยพิจารณาจากเนื้อหาการโน้มน้าวใจ ซึ่งหมายถึง เด็กสามารถเริ่มที่จะเข้าใจเจตนาที่มุ่งเน้นการขายสินค้าของโฆษณา อย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษาประเด็นเดียวกันนี้กับสื่ออินเทอร์เน็ต อาลีและคณะ (Ali et al. cited in Cai and Zhao, 2013) พบว่า มีความท้าทายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในขั้นการพัฒนาร่างของเด็กต่อการรับรู้ต่อสิ่งเร้า (perceptual stage) ของเด็กอายุระหว่าง 3-7 ปี กล่าวคือ ขนาดและวิธีการนำเสนอของโฆษณาในเว็บต่างๆ นั้น มีความหลากหลาย

ไม่เหมือนกับทางโทรทัศน์ที่มีรูปแบบการโฆษณาที่เห็นได้ชัดเจน ทำให้โฆษณาใน
เว็บไซต์นั้นเด็กสามารถแยกแยะได้ยาก แม้แต่เด็กในในช่วงอายุอยู่ในขั้นวิเคราะห์
เหตุผล (analytical stage) หรือเด็กอายุระหว่าง 7-11 ปี ซึ่งสามารถแยกแยะ
เนื้อหาโฆษณาทางโทรทัศน์ได้เป็นอย่างดี ก็ไม่ยากที่จะแยกแยะโฆษณาในเว็บไซต์
ได้ หากไม่มีการชี้แนะหรือสัญลักษณ์ที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน โดยในศึกษาอาลีและ
คณะ ทำการศึกษาโดยให้เด็กอายุต่างกันระบุจำนวนโฆษณาที่เห็นบนเว็บไซต์ พบว่า
เด็กอายุ 6 ปีสามารถระบุได้ว่า เนื้อหาโฆษณาที่เปิดรับบนเว็บไซต์เป็นโฆษณา
เพียง ร้อยละ 25 และเด็กอายุ 8 ปีสามารถระบุได้เพียง ร้อยละ 50 และ เด็ก
อายุ 11-12 ปีสามารถระบุได้ว่าเนื้อหาที่เปิดรับเป็นโฆษณา ร้อยละ 75 นอกจากนี้
เนลสัน (Neilson cited in Cai and Zhao, 2013) ศึกษาเด็กอายุระหว่าง
6-12 ปี พบว่า เด็กส่วนใหญ่มีความสับสนระหว่างโฆษณาและเนื้อหาของเว็บไซต์
ทำให้เกิดการคลิกโฆษณาโดยไม่ตั้งใจในเว็บไซต์บ่อยครั้ง

นอกจากการโฆษณาที่พบเห็นโดยทั่วไปแล้ว สำหรับกลุ่มเด็ก เกม
โฆษณา (Advergames) ทางออนไลน์เป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่พบเห็นได้มากขึ้นใน
ปัจจุบัน การสอดแทรกตราสินค้าลงในเกมหรือพัฒนาเกมที่เกี่ยวข้องโดยตรง
กับตราสินค้านั้น เป็นที่สนใจแก่นักวิชาการในการศึกษาว่า เด็กจะสามารถ
ตระหนักถึงเจตนาด้านการขายของโฆษณาและเจตนาการโน้มน้าวใจของโฆษณา
ได้หรือไม่ อังและสเตอร์น (An and Stern, cited in Cai and Zhao, 2013)
ศึกษาเด็กอายุ 8-11 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่มีพัฒนาการด้านสติปัญญาในขั้นใช้ความคิด
อย่างมีเหตุผลเชิงรูปธรรม (concrete operational period) และขั้นใช้ความคิด
อย่างมีเหตุผลเชิงนามธรรม (formal operational period) พบว่า เด็กในวัยนี้
ก็ยังไม่สามารถที่จะเข้าใจเจตนาของเกมโฆษณาที่เขาเล่นได้อย่างแท้จริง เด็ก
ที่เล่นเกมโฆษณาเชื่อว่า เป้าหมายของเกมโฆษณานั้นมีขึ้นเพื่อให้พวกเขา รู้จัก
ตราสินค้า และเพื่อให้พวกเขาได้สนุกสนาน แต่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับเจตนาด้าน
การขายและการโน้มน้าวใจของตราสินค้าแต่อย่างใด

เทคนิคการโน้มน้าวใจเด็กในโฆษณา

โฆษณาใช้เทคนิคที่หลากหลายโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายผ่านทางสื่อต่างๆ สำหรับโฆษณากับกลุ่มเด็กสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อยอดนิยมในปัจจุบัน ดังที่กล่าวไปแล้วว่า โทรทัศน์นับเป็นสื่อที่เป็นที่นิยมอันดับแรกของเด็ก อย่างไรก็ตาม เมื่ออินเทอร์เน็ตเกิดขึ้น ก็ได้รับความนิยมอย่างมากเช่นเดียวกัน จากรายงาน Children and Parents: Media Use and Attitudes Report (2017) ของ ออฟคอม (Ofcom) รายงานสถิติการใช้สื่อของเด็ก พบว่า โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดโดย เด็กวัยระหว่าง 8-15 ปี ใช้เวลากับสื่ออินเทอร์เน็ต 15-20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และดูโทรทัศน์ 13-14 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ สำหรับในประเทศไทยยังไม่พบการสำรวจกับเด็กวัยต่ำกว่า 12 ปีโดยตรง แต่จากการสำรวจของ ETDA (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) เมื่อปี 2560 พบว่า ค่าเฉลี่ยของคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 6.35 ชั่วโมง โดยพบว่า Gen Z (ต่ำกว่า 17 ปี) ซึ่งเป็นวัยที่ใกล้เคียงกับวัยเด็กมากที่สุด ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 6.15 ชั่วโมง โดยจะใช้อินเทอร์เน็ตในการเล่นสื่อสังคม (social media) มากที่สุด รองลงมาคือ การดูโทรทัศน์ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง และเล่นเกมออนไลน์ ตามลำดับ สื่อสังคมที่เป็นที่นิยมคือ YouTube, Facebook และ Line ตามลำดับ ซึ่งหากเทียบจำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นรายสัปดาห์เช่นเดียวกับกับรายงานของออฟคอม (Ofcom) แล้ว Gen Z ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสัปดาห์ละ 35-40 ชั่วโมงเลยทีเดียว

เป็นหน้าที่ของนักโฆษณาที่จะต้องสร้างสรรค์งานโฆษณาเพื่อบรรลุเป้าหมายของสินค้าและบริการ เราจะพบเทคนิคการโน้มน้าวใจในงานโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น การใช้ตัวแสดงที่เป็นที่รู้จัก การใช้บุคคลมารับรอง การแสดงถึงปัญหาและทางแก้ไขโดยใช้สินค้า การใช้ภาพแพนตาซี ฯลฯ เช่นดร้า แอล. คาลเวิร์ต (Calvert, 2008) รวบรวมเทคนิคการการตลาดทางโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตสำหรับเด็ก โดยผู้เขียนจะพิจารณานำมาอธิบายเฉพาะเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ดังนี้

ตารางที่ 2 เทคนิคการโฆษณากับเด็ก: โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

เทคนิคการโฆษณา	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต
การใช้ Characters การใช้การ์ตูน การใช้ผู้มีชื่อเสียง	X	X
การใช้เพลง	X	X
โฆษณาแฝงในรายการ	X	X
เกมโฆษณา		X

ที่มา: ปรับปรุงจาก Calvert (2008)

เทคนิคโฆษณาดังตารางข้างต้น นักโฆษณาใช้เพื่อสร้างสรรค์โฆษณาโดยมีเป้าหมายไม่เฉพาะเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้า เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้และเข้าใจ (cognitive level) เท่านั้น แต่ยังมีเป้าหมายที่สำคัญอย่างมากคือ ทำอย่างไรให้โฆษณาชิ้นนั้นเป็นที่ชื่นชอบ จดจำ เพื่อส่งผลไปสู่ความชอบและพึงพอใจในตราสินค้า (affective level) อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ (behavior level) ในที่สุด

- การใช้ Characters ผู้มีชื่อเสียง และการ์ตูน

เด็กสามารถถูกโน้มน้าวใจได้ง่าย เมื่อตราสินค้านั้นเกี่ยวข้องกับ characters ผู้มีชื่อเสียง และการ์ตูนที่พวกเขารู้จักและชื่นชอบ เรามักพบเห็นตราสินค้าต่างๆ ใช้ตัวการ์ตูนที่เป็นที่รู้จักกันดี หรือตัวการ์ตูนที่สร้างขึ้นมาเฉพาะสินค้านั้นๆ ตลอดจนนักแสดง ดารา นักร้อง ที่เด็กๆ ชื่นชอบในโฆษณา

เอเจ โจเซ (Jose, 2014) ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพของตัวการ์ตูนในการสร้างความชอบในตราสินค้า (brand preference) พบว่า ตัวการ์ตูนจะทำให้ตราสินค้าเป็นที่ดึงดูดกับกลุ่มเด็กเป็นอย่างมาก ทำให้จดจำตราสินค้านั้น

ได้ดีขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การซื้อสินค้า แต่อย่างไรก็ตาม ตัวการ์ตูนจะใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพกับสินค้าประเภทใช้แรงกระตุ้นซื้อด้วยอารมณ์ (impulse buying) ไม่ใช่สินค้าประเภทความเกี่ยวพันสูง (high involvement) ซึ่งต้องการการคิดพิจารณาในการตัดสินใจด้วยเหตุผล นอกจากนี้ การใช้ตัวการ์ตูนจะได้ผลดีหากใช้อย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้ตอกย้ำการระลึกถึงตราสินค้า (brand recall) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นีลีย์ และชูมาน (Neeley and Schumann, 2004) ศึกษาผลกระทบของการใช้ตัวการ์ตูนเป็นตัวแทนหรือโฆษก (spoke-character) ของตราสินค้าพบว่า สามารถสร้างผลกระทบได้ดังนี้

1. *ความสนใจ (Attention)* ตัวการ์ตูนสามารถสร้างความสนใจในกลุ่มเด็กได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กก่อนวัยเรียน (preschool) เนื่องจากตัวการ์ตูนที่สามารถสร้างความสนใจได้นั้น มักจะตัวใหญ่ มีสีสัน เคลื่อนไหว แสดงออกชัดเจน (action-oriented) พูดด้วยเสียงตลกๆ และมักจะเป็นศูนย์กลางของโฆษณา

2. *การจดจำ (Recognition)* ตัวการ์ตูนจะสามารถสร้างการจดจำได้ดีในเด็กเล็ก เนื่องจากเด็กๆ มีข้อจำกัดด้านการอ่าน ดังนั้นจึงอาศัยการจดจำตัวการ์ตูนแทน อย่างไรก็ตาม เด็กเล็กอาจจะสับสนได้ระหว่างสินค้า (product) และตราสินค้า (brand) โดยไม่อาจแยกแยะความแตกต่างได้ หลายครั้งเด็กจะเข้าใจผิด โดยจะจำว่าตัวสินค้าคือยี่ห้อและตราสินค้าต่างๆ คือสายผลิตภัณฑ์ของยี่ห้อนั้นๆ ทำให้การใช้ตัวการ์ตูนของตราสินค้าไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร อาจแก้ไขได้โดยนักโฆษณาตอกย้ำตัวการ์ตูนควบคู่กับตราสินค้าหลายครั้งเพื่อสร้างการจดจำ

3. *การเชื่อมโยง (Association)* เด็กสามารถเชื่อมโยงตัวการ์ตูนกับตราสินค้าได้ โดยเชื่อมโยงว่า หากสินค้ามีภาพตัวการ์ตูนจะเป็นสินค้าสำหรับพวกเขา งานวิจัยของบาร์น (Bahn, 1986 cited in Neeley and Schumann, 2004) พบว่า เด็กจะเชื่อมโยงตัวการ์ตูนกับซีเรียลอาหารเช้าสำหรับเด็ก ซึ่งมักจะมียี่ห้อตาลสูง หากภาพบนกล่องซีเรียลอาหารเช้ายี่ห้อใดไม่มีตัวการ์ตูนเด็กๆ จะ

สรุปว่า สินค้านี้ไม่ใช่สินค้าของพวกเขา และไม่บริโภค ดังนั้น หากต้องการให้เด็กบริโภคอาหารสุขภาพ อาจพิจารณาสร้างตัวการ์ตูนเพื่อให้เด็กเกิดการยอมรับว่าเป็นสินค้าสำหรับพวกเขา

4. ความชอบ (Liking and Preference) จากที่กล่าวมา ตัวการ์ตูนสามารถสร้างความสนใจ การจดจำ และการเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้าและตัวการ์ตูน ความท้าทายคือ ในขั้นต่อไปตัวการ์ตูนจะสามารถสร้างให้เด็กๆ ชื่นชอบในตราสินค้า และชอบมากกว่าจนถึงขั้นซื้อสินค้าได้หรือไม่ งานวิจัยชิ้นนี้ของนีลีย์และชูมาน (Neeley and Schumann, 2004) พบว่า ตัวการ์ตูนสามารถสร้างความชื่นชอบในตราสินค้าได้ แต่พบว่ามีผลกระทบน้อยในการสร้างความชอบมากกว่าและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ผลการศึกษาพบว่า การจดจำตัวการ์ตูนในโฆษณาได้ ไม่ได้หมายความว่าเด็กๆ จะซื้อสินค้า หรือมีความตั้งใจจะซื้อ โดยความตั้งใจจะซื้อสินค้าน่าจะมาจากอิทธิพลด้านอื่นๆ เช่น ความคุ้นเคยกับสินค้า การแนะนำของเพื่อน เป็นต้น ดังนั้นนักโฆษณาจึงต้องบูรณาการใช้เครื่องมือการสื่อสารต่างๆ นอกเหนือจากการใช้การโฆษณา เช่น กิจกรรมทางการตลาด เกมโฆษณาออนไลน์ เป็นต้น

สรุปได้ว่า การใช้ตัวการ์ตูนนั้นได้ผลกับสินค้าประเภทใช้แรงกระตุ้นซื้อด้วยอารมณ์ (impulse buying) ไม่ใช่สินค้าประเภทความเกี่ยวพันสูง (high involvement) โดยจะสามารถสร้างผลกระทบด้านสร้างความสนใจ การจดจำ และความชอบในตราสินค้าได้ดี แต่ไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของเด็กมากนัก

- การใช้เพลง

เชอวี และฮัง (Shevy and Hung, 2013) ได้สรุปเทคนิคการใช้ดนตรีในการโฆษณาสินค้าเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

1. ความสอดคล้องกับตราสินค้า (Music Fit) หากเป็นสินค้าสำหรับเด็ก จังหวะดนตรีควรจะสนุกสนาน สดใส เป็นจังหวะที่ฟังง่ายๆ และสร้างความสุขให้แก่เด็กๆ

2. *การสร้างความหมาย (Construct Meaning)* ดนตรีสามารถสร้างความหมายให้โฆษณาให้ชัดเจนขึ้น โดยดนตรีสามารถเชื่อมโยงสร้างบรรยากาศกับเนื้อเรื่อง คน สถานที่ บริบทแวดล้อมที่ฉายภาพออกมาในภาพยนตร์โฆษณาได้ ซึ่งนักโฆษณาจะพิจารณาว่า โฆษณานั้นมีตัวแสดงเป็นใคร สถานที่ในโฆษณาเป็นอย่างไร ตลอดจนบริบทแวดล้อม แล้วจึงเลือกดนตรีที่เหมาะสม เช่น หากโฆษณาเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการผจญภัยของเด็กชาย ดนตรีที่ใช้ก็ต้องแตกต่างจากโฆษณาที่เรื่องราวของการไปงานเลี้ยงของเด็กหญิง

3. *การสร้างอัตลักษณ์ (Audio Branding)* ดนตรีสามารถนำมาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าได้ด้วย สามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเสียงเพลงกับโลโก้ หรือสัญลักษณ์อื่นๆ ของตราสินค้า เพื่อสร้างการจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น เสียงเพลงของรถขายไอศกรีม เป็นต้น

4. *จิงเกิ้ล (Jingle)* จิงเกิ้ลจะสามารถสร้างการจดจำได้เป็นอย่างดี ยาร์ช (Yalch, 1991 cited in Shevy and Hung, 2013) พบว่า การจดจำตราสินค้าโดยใช้จิงเกิ้ล ได้ผลมากกว่าใช้สโลแกนเพียงอย่างเดียว และอเล็กโซมานอลากี (Alexomanolaki, 2007 cited in Shevy and Hung, 2013) พบว่า จิงเกิ้ลไม่ได้ทำให้จำได้เฉพาะเนื้อหาเพลงเท่านั้น แต่ยังทำให้ระลึกถึงภาพที่ปรากฏในโฆษณานั้นได้ดีขึ้นด้วย เราจะพบตราสินค้าสำหรับเด็กนิยมใช้เพลงในโฆษณาหลายยี่ห้อ ซึ่งเพลงส่วนใหญ่จะใช้ดนตรีที่สนุกสนาน จดจำทำนองได้ง่าย มีเนื้อหาที่สอดแทรกจุดเด่นของสินค้า รวมทั้งอาจจะมีการสร้างอัตลักษณ์เสียงบางอย่างที่สร้างสรรค์แปลกใหม่ให้เด็กๆ สนใจ รวมทั้งมีจิงเกิ้ลที่กระชับสั้น เป็นทำนองที่จดจำได้ง่าย ซึ่งจะทำให้เด็กๆ สามารถร้องตามได้โดยไม่ยากนัก

สำหรับเพลงในโฆษณานั้น สินค้าสำหรับเด็กมากมายที่นิยมใช้เพลงในโฆษณา ไม่ว่าจะเป็น ขนม นม เครื่องดื่ม โดยอาจจะใช้เพลงของศิลปินที่มีอยู่แล้ว หรือใช้เฉพาะทำนองเพลงที่คุ้นหูเด็กๆ นำมาใส่เนื้อใหม่ให้เข้ากับสินค้า หรืออาจเป็นเพลงใหม่ที่แต่งขึ้นมาเฉพาะสำหรับสินค้านั้นๆ โดยมากจะนิยมให้มีชื่อตราสินค้าอยู่ในเนื้อเพลงเพื่อให้เด็กๆ จดจำได้ง่าย

- โฆษณาแฝงในรายการ (Product Placement)

การโฆษณาแฝงในรายการมีหลายรูปแบบ เช่น การใช้เสียง การใช้ภาพสินค้า การให้ผู้แสดงพูดถึงสินค้าหรือ การให้ผู้แสดงใช้สินค้า

การโฆษณาแฝงในรายการสามารถช่วยการจดจำในตราสินค้าได้ดีแมคคิน (Mackin, 1984 cited in Auty and Lewis, 2004) พบว่า เด็กวัย 6-8 ปี จะสามารถจดจำสินค้าได้ดีหากตัวแสดงในรายการพูดถึงสินค้าออกมาชัดเจน และสามารถส่งผลกระทบต่อการใช้ซื้อที่ร้านได้ด้วย นาเดอเรอ และคณะ (Naderer et al., 2017) ได้ศึกษาถึงการใช้ตัวคาแรคเตอร์หรือการ์ตูนในการสื่อสารตราสินค้า (character product interaction-CPI) ที่แฝงในรายการพบว่า หากเด็กชื่นชอบรายการที่ชม จะทำให้สนใจตราสินค้าที่แฝงอยู่ในเนื้อหารายการมากกว่า และอารมณ์เชิงบวกที่ชอบรายการนั้นจะถ่ายโอนมายังตราสินค้าและกระตุ้นให้เกิดการจดจำตราสินค้าได้ดียิ่งขึ้น

ฮัดสันและเอลเลียต (Hudson and Elliot, 2013 cited in Auty and Lewis, 2004) พบว่า เด็กอายุ 10-12 ปี จะจดจำตราสินค้าของโฆษณาแฝงในรายการ และมีความเข้าใจในสารโฆษณาได้ดีกว่าเด็กอายุ 7-8 ปี อย่างไรก็ตามพบว่าเด็กในวัย 10-12 ปี ก็ยังไม่สามารถวิเคราะห์สาระโฆษณาที่แฝงอยู่ในเนื้อหารายการได้ หากแต่เชื่อตามเนื้อหาโฆษณาที่ได้เปิดรับในรายการนั้นๆ ในปัจจุบันพบว่า โฆษณาแฝงนั้นไม่ได้มีอยู่เฉพาะในรายการสำหรับเด็กเท่านั้น แต่ได้ปรากฏในเกมโฆษณาด้วยเช่นกัน

- เกมโฆษณา (Advergaming)

เกมโฆษณา หมายถึง รูปแบบความบันเทิงของตราสินค้าที่มีสารโฆษณาแฝงไว้ในรูปแบบของเกม ในปัจจุบันพบว่า ตราสินค้าสำหรับเด็กใช้เกมในการสื่อสารเป็นจำนวนมาก การใช้เกมเป็นกลยุทธ์หนึ่งของการโฆษณา เพื่อที่จะทำให้อายุกลุ่มเป้าหมายเปิดรับสารโฆษณา โดยที่อาจจะไม่ได้ตระหนักถึงขณะที่เปิดรับว่าคือโฆษณา เนื่องจากผู้รับสารจะเปิดรับทั้งเนื้อหาข่าวสาร ความบันเทิง และสารโฆษณาของตราสินค้าอย่างกลมกลืนไปพร้อมๆ กัน ทำให้ไม่สามารถแยกแยะได้ว่านี่คือโฆษณา ทั้งนี้เด็กจะไม่สามารถใช้ความรู้ในการแยกแยะโฆษณาจาก

เนื้อหาสื่อที่ได้เรียนรู้มาจากสื่ออื่นๆ ที่เคยเปิดรับ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อ นิตยสาร ฯลฯ มาใช้กับโฆษณาในรูปแบบของเกมโฆษณา เนื่องจากไม่สามารถ ทำความเข้าใจในธรรมชาติของการโฆษณาแฝงนี้ได้ อีกทั้ง ไวกูนิ และเทอลัทเทอ (Waiguny and Terlutter, 2011 cited in Panic et al., 2013) พบว่า เด็กจะมีทัศนคติที่ดีต่อเกมโฆษณามากกว่าโฆษณาทางโทรทัศน์ ทั้งนี้การเปิดรับ เกมโฆษณาต่างจากการเปิดรับโฆษณาในโทรทัศน์ กล่าวคือ การเปิดรับเกม โฆษณา เด็กจะเปิดรับอย่างกระตือรือร้น มีการโต้ตอบ (active) ในขณะที่การ เปิดรับโฆษณาทางโทรทัศน์ เด็กจะเปิดรับโดยไม่ได้โต้ตอบแต่อย่างใด (passive) แม้ว่าเด็กในวัย 7-11 ปีจะพอทราบถึงกระบวนการโฆษณาแล้วก็ตาม แต่พวกเขา ก็ไม่สามารถใช้ความรู้ที่มีดังกล่าวมาวิเคราะห์รูปแบบการโฆษณาในเกมโฆษณา ได้ เนื่องจากสารโฆษณานั้นได้กลมกลืนไปกับความบันเทิงแล้ว โดยเกมโฆษณา สำหรับเด็กนั้นสามารถแฝงตราสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ เช่น

1. ใช้ตราสินค้าเป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์หลักในการเล่นเกมน
2. ใช้ตราสินค้าเป็นของหรือแต้มสะสมเพื่อให้ได้ชัยชนะ
3. สร้างบรรยากาศแวดล้อมด้วยตราสินค้า เช่น ป้ายโฆษณา การปรากฏ ของตราสินค้าที่ฉากหลัง

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นที่เป็นที่ถกเถียงกันถึงระยะเวลาในการโฆษณา ทางสื่อออนไลน์ การโฆษณาทางสื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ จะมีการกำหนด ระยะเวลาที่สามารถโฆษณาได้ต่อชั่วโมงอย่างชัดเจน เช่น ในประเทศไทย สามารถโฆษณาได้ 10 นาทีต่อ 1 ชั่วโมง แต่สื่อออนไลน์ยังไม่มีเกณฑ์กำหนด ระยะเวลา

ความยากง่ายของเกมก็ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าได้เช่นกัน ไวกูนิ และคณะ (Waiguny et al., 2012) ศึกษาทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าพบว่า มีความเกี่ยวข้องระดับความท้าทายของเกมโฆษณา โดยหากเกมโฆษณาผ่านไป ทัศนคติต่อตราสินค้าจะไม่ดีขึ้น เนื่องจากผู้เล่นจะเบื่อ ดังนั้นการพัฒนาเกม ให้มีระดับความท้าทายที่เหมาะสมก็เป็นส่วนสำคัญด้วย

จะเห็นได้ว่า เกมโฆษณา นับเป็นเทคนิคในการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับนักโฆษณา รวมทั้งยังไม่มีข้อกำหนด หรือเกณฑ์ในการควบคุม เช่นสื่ออื่นๆ อีกด้วย

แนวทางการกำกับดูแลโฆษณาสินค้าสำหรับเด็ก

สำหรับแนวทางการกำกับดูแลโฆษณาสินค้าสำหรับเด็กนั้น พบว่าประเทศส่วนใหญ่ใช้การควบคุมตนเองในกลุ่มวิชาชีพนักโฆษณา เพื่อเป็นแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดการโฆษณาที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก ผู้เขียนได้ค้นคว้าแนวทางการกำกับดูแลโฆษณาสินค้าสำหรับเด็กของประเทศออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และไทย โดยสรุปสาระสำคัญของประเด็นหลักที่สำคัญ เพื่ออาจจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงเนื้อหาแนวทางการโฆษณาสินค้าสำหรับเด็กของประเทศไทย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แนวทางการกำกับดูแลโฆษณาสินค้าสำหรับเด็ก

ประเด็นที่ให้ความสำคัญ	ไทย	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา
ช่วงอายุ	0-12 ปี	0-12 ปี	0-14 ปี	0-15 ปี	0-12 ปี
เนื้อหาที่ดูแล					
เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (เช่น อันตราย การกลั่นแกล้ง เรื่องเพศ)	x	x	x	x	x
เนื้อหาหลอกลวง ทำให้เข้าใจผิด		x	x	x	x
เนื้อหาเชิงบวก	x		x		
ไม่กดดันให้ซื้อ	x	x		x	x
พ่อแม่ที่ซื้อให้ฉลาดกว่า	x	x	x		
กำหนดราคา ระบุขนาด ประสิทธิภาพสินค้าที่ชัดเจน		x	x	x	x

ประเด็นที่ให้ความสำคัญ	ไทย	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา
สื่อสารเนื้อหาให้ชัดเจนไม่กำกวม เด็กเข้าใจได้				x	x
สินค้าที่ห้ามโฆษณาในรายการเด็ก (เหล้า บุหรี่ ถูยงอนามัย ลอตเตอรี่ ยา วิตามิน)			x	x	
กำหนดอายุที่เหมาะสมระบุชัดเจน ในโฆษณา					x
ห้ามลงโฆษณาที่ใช้ตัวการ์ตูน หรือ ผู้แสดงเดียวกับอาหารรายการหรือ สื่อนั้นๆ		x			x
ผู้แสดงในโฆษณาที่ใช้สินค้าสำหรับเด็ก ต้องเป็นเด็กวัยเดียวกับกลุ่ม เป้าหมาย					x
การใช้ผู้ที่มีชื่อเสียง (ควรใช้สินค้าจริง)	x			x	x
ประเภทสินค้าที่ดูแลเฉพาะ					
ขนมขบเคี้ยว/อาหาร และ เครื่องดื่ม	x	x	x		
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์/บุหรี่		x	x		
ของเล่น/เกม		x		x	
ยา		x			
เครื่องมือ / สื่ออื่นๆ ที่ดูแล					
โฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต		x			x
โฆษณาตรง		x		x	
การส่งเสริมการขาย	x	x	x	x	x

จากตารางเห็นได้ว่า แนวทางการกำกับดูแลโฆษณาสำหรับเด็กนั้น จะเน้นในด้านการกำกับดูแลเนื้อหาในระดับการสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจ (cognitive level) เป็นหลัก โดยพบว่า เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (เช่น อันตราย การกลั่นแกล้ง เรื่องเพศ) เป็นเนื้อหาที่ทุกประเทศให้ความสนใจ รองลงมาเป็นเนื้อหาหลอกลวง และการกดดันให้ซื้อ และการกำหนดราคาให้ชัดเจน และการใช้ผู้ที่มีชื่อเสียง ซึ่งควรใช้สินค้าจริง ที่ประเทศส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ

นอกจากนี้ มีบางประเทศได้ให้ความสำคัญกับสินค้าบางอย่างเป็นพิเศษ โดยมีแนวทางการดูแลแยกออกมาเฉพาะในสินค้าที่เป็นที่นิยมของเด็ก คือ ของเล่น อาหารและเครื่องดื่มรวมทั้งขนม ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคอ้วนและเป็นปัญหาที่สำคัญของวัยเด็ก

ที่น่าสนใจคือ นอกจากจะดูแลเรื่องการโฆษณาแล้ว บางประเทศยังให้ความสำคัญกับเครื่องมือการสื่อสารอื่นๆ ที่สื่อสารกับเด็ก โดยพบว่าทุกประเทศให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย เนเธอร์แลนด์และสหรัฐอเมริกามีแนวทางสำหรับโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และเนเธอร์แลนด์และสหราชอาณาจักรมีแนวทางสำหรับการโฆษณาตรงกับเด็ก

สำหรับสื่อที่นักวิชาการกำลังให้ความสนใจอย่างมากในขณะนี้คือ สื่ออินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยยังไม่มีerkก้ากับดูแลสื่อนี้กับเด็กๆ โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นที่น่าจะเป็นกังวลคือ ระยะเวลาในการเปิดรับโฆษณา ซึ่งยังไม่สามารถมีกำหนดได้ รวมทั้งการใช้โฆษณาแฝงซึ่งสามารถแยกแยะได้ยาก โดยเฉพาะเกมโฆษณาออนไลน์

เมื่อมาวิเคราะห์รายละเอียดแนวทางการโฆษณาสำหรับเด็กของประเทศไทย โดยสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย (http://www.adasso thai.com/index.php/main/law_regulation_detail/131) ได้กำหนดจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา บัญญัติไว้ในข้อที่ 10 เกี่ยวกับการคุ้มครองเด็กและผู้เยาว์ ความเป็นว่า “ไม่ควรกระทำการโฆษณาอันอาจมีผลเป็นอันตรายต่อเด็ก หรือผู้เยาว์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ หรือทำให้ขาดความรู้สึกผิดชอบ หรือโดยอาศัยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของบุคคลดังกล่าว มาใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจโดยไม่สมควร” โดยมีความเข้าใจเป็นที่ตกลงในเบื้องต้นว่า

1. เด็ก หมายถึงเด็กและผู้เยาว์ หรือบุคคลที่มีอายุระหว่าง 0-12 ปี โดยเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าเป็นเส้นแบ่งของวุฒิภาวะความเป็นเด็กกับผู้ใหญ่
2. ผู้โฆษณาจะต้องระลึกอยู่เสมอถึงระดับความรู้ ประสบการณ์ และวุฒิภาวะของเด็กว่า เป็นกลุ่มที่มีความสามารถอย่างจำกัดในการประเมิน

ความน่าเชื่อถือของการโฆษณา ผู้โฆษณาจึงต้องมีการระมัดระวังเป็นพิเศษในการปกป้องเด็กจากความคลุมเครือทั้งหมด

3. ด้วยตระหนักในจินตนาการอันไร้ขอบเขตของเด็ก ผู้โฆษณาจะต้องระมัดระวังที่จะไม่แสวงหาประโยชน์อย่างไม่เป็นธรรมด้วยการโฆษณาสร้างความคาดหวังอย่างไร้เหตุผลกับเด็ก
4. ผู้โฆษณาจะต้องตระหนักว่า เด็กเป็นวัยที่อาจเลียนแบบโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของเด็กได้
5. แม้จะเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า มีปัจจัยหลายประการที่จะมีอิทธิพลต่อการหล่อหลอมพฤติกรรมและทัศนคติของเด็ก อย่างไรก็ตาม สถาบันครอบครัวควรมีส่วนร่วมรับผิดชอบอย่างสำคัญต่อพัฒนาการด้านต่างๆ ของเด็ก และต้องรับผิดชอบในการให้คำแนะนำและแนวทางในการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง สมาชิกจะทำการส่งเสริมความสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์

หากพิจารณาข้อตกลงดังกล่าวนี้ จะเห็นได้ว่า แนวทางของประเทศไทยนั้น เป็นแนวทางกว้างๆ ที่เป็นข้อกำหนดด้านจริยธรรมของนักโฆษณา ซึ่งให้นักโฆษณาพิจารณาความเหมาะสมในการดำเนินการ ซึ่งหากพิจารณาในความเป็นสากลของการดูแลแนวทางปฏิบัติการโฆษณากับกลุ่มเด็ก อาจจะพิจารณาเสนอแนะได้ดังนี้

1. การระบุรายละเอียดในประเด็นที่ยกเป็นแนวทางสิ่งที่ควรหรือไม่ควรทำในการโฆษณา เช่น ในข้อ 4. ผู้โฆษณาจะต้องตระหนักว่า เด็กเป็นวัยที่อาจเลียนแบบโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของเด็กได้ ซึ่งสามารถตีความครอบคลุมได้หลากหลาย ซึ่งหากพิจารณาแนวทางของประเทศอื่นที่ยกตัวอย่างมาตามตารางที่ 3 จะพบว่า มีประเด็นที่ระบุชัดเจนดังนี้

- ห้ามแสดงภาพหรือเหตุการณ์ที่แสดงถึงความปลอดภัยในการใช้สินค้า หรือความปลอดภัยของสถานการณ์ที่อาจจะกระตุ้นให้เด็ก

ทำกิจกรรมที่อันตรายได้ (แนวทางปฏิบัติของออสเตรเลียเขียนไว้ชัดเจน)

- ห้ามโฆษณาที่มีเนื้อหาที่เป็นอันตรายต่อสังคมและจิตใจของเด็กๆ เช่น การปรากฏภาพอาชญากรรม เป็นต้น (แนวทางปฏิบัติของประเทศอังกฤษ)
- ห้ามมีเนื้อหาที่มีอันตรายต่อร่างกาย ซึ่งเด็กอาจเลียนแบบได้ โดยมีประเด็นที่ควรดูแลเป็นพิเศษ เช่น ยา และ เคมีภัณฑ์ ภาพการเล่นใกล้แหล่งน้ำ เป็นต้น (แนวทางปฏิบัติของประเทศอังกฤษ)

2. แนวทางการปฏิบัติสำหรับสินค้าสำหรับเด็กหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องหรืออาจเป็นอันตรายต่อเด็ก แนวทางการปฏิบัติของประเทศไทยจะเน้นเฉพาะสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว ซึ่งในความเป็นจริงยังมีสินค้าสำหรับเด็กอีกหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยา ที่ควรพิจารณาแนวทางปฏิบัติเช่นเดียวกัน เช่น ไม่ควรมีภาพเด็กในสินค้ากลุ่มดังกล่าว สินค้าที่ไม่ควรโฆษณาในรายการเด็กเนื่องจากเป็นสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อเด็ก เด็กอาจจะเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้า

3. การกำกับดูแลแนวทางการสื่อสารอื่นๆ นอกเหนือจากการโฆษณาจากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่า ยังมีประเด็นที่ควรพิจารณาในการกำกับดูแลแนวทางการโฆษณาสำหรับเด็กซึ่งประเทศอื่นๆ ให้ความสำคัญ เช่น การโฆษณาตรงกับเด็ก โฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จาก Persuasive Knowledge Model (PKM) ที่ เฟรดทต และไรท์ (Friestad and Wright, 1994) อธิบายถึงหลักการโน้มน้าวใจว่า ต้องให้ความสำคัญกับความสามารถของกลุ่มเป้าหมายด้านความรู้เกี่ยวกับสารที่ได้รับ (topic knowledge) เทคนิคการโน้มน้าวใจของผู้ส่งสารหรือตราสินค้า (persuasion knowledge) รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับผู้ส่งสารหรือตราสินค้า (agent knowledge) ซึ่งความรู้เหล่านี้มาจากการประสบการณ์ที่ได้รับจากการเติบโตตามช่วงอายุนักโฆษณาจึงควรที่จะพิจารณาสื่อสารกับกลุ่มเด็กให้เหมาะสมตามช่วงอายุ เพื่อให้เด็กสามารถเข้าใจสารโฆษณาที่ได้รับ ทั้งนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งฝ่ายนักโฆษณา

ตราสินค้า ซึ่งเด็กหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ถูกต้อง อันจะส่งผลต่อความเข้าใจในประโยชน์ และ ภาพลักษณ์ของสินค้า และเด็กก็ได้รับสารโฆษณาที่เหมาะสมแก่ช่วงอายุ อันจะเป็นประโยชน์ในการที่พวกเขาได้ใช้ความคิด การวิเคราะห์ที่เหมาะสมกับวัย อันจะทำให้การพัฒนาการของพวกเขาเป็นไปอย่างเหมาะสม

แม้ว่าในหลายประเทศจะมีแนวทางการกำกับดูแลโฆษณาสินค้าสำหรับเด็กที่ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางป้องกันไม่ให้มีการโฆษณาที่ไม่เหมาะสม เจฟฟรี โกลด์สไตน์ (Goldstein, 1999) นักวิชาการจากเนเธอร์แลนด์ มีแนวคิดไม่สนับสนุนการห้ามโฆษณาหรือจำกัดเนื้อหาการโฆษณาดังกล่าว โดยให้เหตุผลว่า เด็กควรได้การเรียนรู้ตามความเป็นจริง ไม่ใช่มีการจำกัดการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยผู้ใหญ่มีหน้าที่สอนและพูดคุย ถกเถียงถึงเรื่องราวต่างๆ กับเด็ก ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปิดรับเนื้อหาสื่อโฆษณานั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าบูหรี เหล้า ความรุนแรงในโฆษณา เรื่องทางเพศในโฆษณา เนื่องจากเด็กจะได้รับการพัฒนาจากการเปิดรับโฆษณาและการเรียนรู้จากโลกแห่งความเป็นจริง ทั้งนี้ โกลด์สไตน์อ้างอิงงานวิจัยหลายชิ้นจากออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา ที่พบว่า โฆษณาไม่ได้สร้างผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมมากนัก และมีปัจจัยอื่นๆ เช่น พ่อแม่ กลุ่มเพื่อน ซึ่งจะมีผลด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากกว่า

อย่างไรก็ตาม การโฆษณาสำหรับเด็กยังคงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันต่อไปถึงการหาแนวทางความเหมาะสมในการโฆษณา ทั้งนี้จากบทความนี้ชี้ให้เห็นถึงประเด็นสำคัญคือข้อจำกัดด้านความรู้ของเด็กที่ไม่เพียงพอต่อการคิดวิเคราะห์ข้อมูลโฆษณาที่เปิดรับ อีกทั้งนักโฆษณามีเทคนิคการโน้มน้าวใจที่นอกจะมีการสร้างสรรค์แล้วยังมีการศึกษาวิจัยหาแนวทางเทคนิคการโน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพที่สุดกับเด็กอีกด้วย ซึ่งแนวทางที่สามารถใช้ควบคู่กันไปได้เพื่อดูแลเด็กในสังคม คือ การกำกับดูแลของนักโฆษณา และการใช้การศึกษา อาจจะโดยโรงเรียน หรือสถาบันครอบครัว เพื่อที่จะเปิดพื้นที่พูดคุยด้านผลกระทบของโฆษณาสำหรับเด็ก สร้างภูมิคุ้มกัน ให้เด็กได้มีความรู้รอบด้าน มีพัฒนาการทางด้านปัญญาได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- มาร์ติน ลินสเตอร์ม (2548), *Brand Child การตลาดเด็กพันธุ์ใหม่*, แปลโดย INNOV (นามแฝง) กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊ค อินเตอร์เนชั่นแนล.
- จูเลียต บี. ซอร์ (2548), *คุณหนูนักช้อป เมื่อโฆษณาบอกให้ลูกคุณต้องซื้อ*, แปลโดย ศศิวรรณ ปริญญาตร, นครปฐม: มุลนิธิเด็ก.

ภาษาอังกฤษ

- Auty, S. and Lewis, C. (2004), "Exploring Children's Choice: The Reminder Effect of Product Placement", *Psychology and Marketing*, 21 (9): 697-713.
- Austin, M. and Reed, M. (1999), "Targeting Children Online: Internet Advertising Ethics Issues", *Journal of Consumer Marketing*, 16 (6): 590-602.
- Bergler, R. (1999), "The Effects of Commercial Advertising on Children", *Journal of Advertising*, 18: 411-425.
- Buckingham, D. (2011), *The Material Child: Growing up in Consumer Culture*, Cambridge: Polity Press.
- Chalvert, S. (2008), "Children as Consumers: Advertising and Marketing", *The Future of Children*, 18 (1): 205-234.
- Glass, Z. (2007), "The Effectiveness of Product Placement in Video Games", *Journal of Interactive Advertising*, 8 (1): 23-32.
- Goldstein, J. (1999), "Children and Advertising--the Research", *Advertising and Marketing to Children*, 1 (2): 113-118.
- Hebden, L. et al. (2011), "Art of Persuasion: An Analysis of Techniques Used to Market Foods to Children", *Journal of Paediatrics and Child Health*, 47 (11): 776-782.
- Hudson, S. and Elliot, C. (2013), "Measuring the Impact of Product Placement on Children Using Digital Brand Integration", *Journal of Food Products Marketing*, 19: 176-200.
- John, D. (1999), "Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research", *Journal of Consumer Research*, 26 (3): 183-213.
- Jose, A. and Saraswathimma, K. (2014), "Effectiveness of Cartoon Character's in Creating Brand Preference among Kids", *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing*, 6 (1): 61-76.
- Kunkel, D. (2001), "Children and Television Advertising", in Singer, D. and Singer, J. (eds.), *Handbook of Children and the Media*, London: Sage.

- Lawrence, D. and Kids, L. (2003), "The Role of Characters in Kids Marketing", *Advertising and Marketing to Children*, 4 (3): 43-48.
- Lee, M. et al. (2009), "Playing with Food: Content Analysis of Food Advertising", *The Journal of Consumer Affairs*, 43 (1): 129-154.
- Marshall, D. (2010), *Understanding Children as Consumers*, London: Sage.
- Moore, E. (2004), "Children and the Changing World of Advertising", *Journal of Business Ethics*, 52: 161-167.
- Naderer, B. et al. (2017), "Placing Snack in Children's Movie: Cognitive, Evaluative, and Conative Effect of Product Placement with Character Product Intention", *International of Journal Advertising*.
- Neeley, S. and Schumann, D. (2004), "Using Animated Spokes-characters in Advertising to Young Children", *Journal of Advertising*, 33 (3): 7-23.
- O'Sullivan, T. (2005), "Advertising and Children: What Do the Kids Think?", *An International Journal*, 8 (4): 371-384.
- Oates, C. et al. (2003), "Children's Understanding of Television Advertising: A Qualitative Approach", *Journal of Marketing Communication*, 9 (2): 59-71.
- Panic, K. et al. (2013), "Comparing TV Ads and Advergimes Targeting Children: The Impact of Persuasion Knowledge on Behavior Response", *Journal of Advertising*, 42 (2-3): 264-273.
- Rozendaal, E. et al. (2010), "Comparing Children's and Adults' Cognitive Advertising Competences in Netherlands", *Journal of Children and Media*, 4 (1): 77-89.
- Siegel, D. et al. (2001), *The Great Tween Buying Machine*, Chicago: Dearborn Trade Publishing.
- Waiguny, M. et al. (2012), "Entertainment Matters! The Relationship between Challenge and Persuasiveness of Advergame for Children", *Journal of Marketing Communications*, 18 (1): 69-89.

สื่อออนไลน์

- แนวปฏิบัติด้านการโฆษณาสินค้าสำหรับเด็ก, สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2561 จาก http://www.adassothai.com/index.php/main/law_regulation_detail/131
- วัยทวินส์"เด็กไทยพันธุ์ใหม่ เสพติดแบรนด์-กินจุฟู้ด-สังคมบนเน็ต, สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <http://www.teenpath.net/content.asp?ID=108#.WsG51ejFKM8>
- Australia Association of National Advertiser, AANA Code for Advertising to Children, retrieved 15 February 2018 from <http://aana.com.au/content/uploads/2014/05/AANA-Code-For-Marketing-Advertising-Communications-To-Children.pdf>

- Self-Regulatory Guidelines for Children Advertising, Children's Advertising Review Unit (CARU), retrieved 15 February 2018 from <http://www.asrcreviews.org/wp-content/uploads/2012/04/Self-Regulatory-Program-for-Childrens-Advertising-Revised-2014-.pdf>
- Shevy, M. and Hung, K. (2013), Music in television advertising and other persuasive media, Applications: Music and sound in Multimedia, retrieved 15 February 2018 from http://cdmc.georgetown.edu/wp-content/uploads/2014/02/Role-of-music-and-audio-features_Calvert.pdf.
- Television Advertising Standard Code UK, The Broadcast committee of advertising practice, retrieved 15 February 2018 from <https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes.html>
- The Dutch Advertising Code, retrieved 15 February 2018 from https://www.reclamecode.nl/bijlagen/dutch_advertising_code.pdf

การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์งานวิจัยฐานข้อมูล ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จ.ระยอง¹

พัชรา เอี่ยมกิจการ² และชจิตชวัลญ์ กิจวิศาละ³

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์งานวิจัยฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จ.ระยอง มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ (1) เพื่อคืนผลงานวิจัยและเติมข้อมูลให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม (ได้แก่ ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชาวบ้าน) ที่นำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีประสิทธิภาพ และ (2) เพื่อพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการในการคืนผลงานวิจัยและเติมข้อมูลให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีขั้นตอนในการดำเนินงานทั้งสิ้น 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การทำความเข้าใจงานวิจัยเดิม การทำความเข้าใจชุมชน และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (2) การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์ฐานข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนย่อยในการพัฒนาฐานข้อมูลหรือขั้นตอนของการคืนและเติมข้อมูลให้มีความสมบูรณ์เชื่อมโยงกับขั้นตอนการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (3) การประยุกต์ใช้สื่อเดิมและสื่อใหม่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ (4) การส่งต่อฐานข้อมูลสู่ผู้ดูแลในพื้นที่ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนในการใช้ประโยชน์งานวิจัยฐานข้อมูลในอนาคต และการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีทั้งสิ้น 2 กลุ่มคือ นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีขั้นตอนการพัฒนาที่สำคัญ 2 ขั้นตอน

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จ.ระยอง ภายใต้ชุดโครงการการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

² อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ได้แก่ (1) การค้นหานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ และ (2) การพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ที่มีทั้งการติดตั้งความรู้และการฝึกปฏิบัติ

Abstract

The objectives of the research project *Database Research Utilization with Communication Tools for Agro-Tourism Management in Rayong Province* are: (1) to update research results and data for each stakeholder (i.e., government officials, entrepreneurs, and local people) leading to effective agro-tourism management; and (2) to empower local agro-tourism communicators. The research shows that in order to update research results and data for each stakeholder, 4 procedures are required: (1) literature reviewing of the pre-existed research projects, community, and stakeholder analysis; (2) database research utilization with communication tools requiring minor processes in database update and development in accordance with agro-tourism communicator empowerment; (3) adaptation of both traditional and new media to promote agro-tourism; and (4) database distribution to local administrators sustaining research database utilization in the future. In so doing agro-tourism communicators can be divided into 2 groups: an agro-tourism communicator from stakeholders in a local community and an agro-tourism communicator mainstay. There are also 2 key development processes: (1) recruiting new local agro-tourism communicators, and (2) empowering local agro-tourism communicators both theoretically and practically.

คำสำคัญ: การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย ฐานข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

บทนำ

โครงการ การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จ.ระยอง เป็นโครงการวิจัยที่มุ่งให้เกิดการใช้การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยเดิมที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ให้การสนับสนุน โดยโครงการวิจัยที่ได้คัดเลือกมาดำเนินการในกระบวนการวิจัยครั้งนี้คือ โครงการการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง ของอรรณีดา ปัฐมานันท์ และคณะ ที่ได้รับทุนสนับสนุนในปี พ.ศ. 2553 จนทำให้เกิดการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมและพัฒนาฐานข้อมูลของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จังหวัดระยองครอบคลุม 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลตะพง ตำบลบ้านแลง ตำบลบางบุตร และตำบลหนองตะพาน

แต่อย่างไรก็ตาม ราว 7 ปีให้หลัง จากการลงพื้นที่วิจัยเพื่อสำรวจในขั้นต้น ได้ชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์ปัจจุบันของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง ดังนี้ (1) การคืนข้อมูลและการเผยแพร่ฐานข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยเกิดขึ้นเพียงในกลุ่มผู้วิจัยระดับพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกระบวนการวิจัยเท่านั้น (2) ฐานข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลง อาทิ การเพิ่มขึ้นและลดลงของสวนผลไม้ แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง และโฮมสเตย์ (3) นักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมมาเพื่อบริโภคเพียงอย่างเดียว โดยไม่สนใจการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ให้ความสนใจมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (4) ความต้องการของผู้ประกอบการ อาทิ ความต้องการยกระดับของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ให้เพิ่มมูลค่าของสินค้าสูงขึ้น ความต้องการสื่อสมัยใหม่ในการประชาสัมพันธ์ (5) ความรู้และความเข้าใจของคนในชุมชนเกี่ยวกับการดึงข้อมูลจากงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์มีน้อย และ (6) การขาดการดำเนินงานตามแผนของเครือข่ายการท่องเที่ยวการเกษตร ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยอยู่ในวงจำกัด ขาดการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ และขาดความต่อเนื่อง โครงการงานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งให้เกิดการ

มีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ ตลอดจนกระบวนการวิจัยผ่านกิจกรรมการคืนและเติมข้อมูลให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในข้อมูลจากงานวิจัยเดิมที่จะนำไปขยายผลสู่ความร่วมมือในการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลเพิ่มมากขึ้น และการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ ซึ่งเป็นสื่อบุคคลให้มีความรู้และทักษะด้านการสื่อสารที่จะมีบทบาทในการนำข้อมูลจากฐานข้อมูลที่ได้จากการคืนและเติมข้อมูลไปสู่การใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

จากการกำหนดเป้าหมายดังกล่าว จึงนำมาสู่การดำเนินการวิจัยที่ควบคู่กันทั้งกระบวนการคืนและเติมข้อมูลให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการพัฒนาศักยภาพนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ด้วยกิจกรรมการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยทั้งสิ้น 4 รูปแบบ คือ (1) การคืนผลการวิจัยให้แก่พื้นที่ ซึ่งจากสถานการณ์ปัจจุบันการคืนฐานข้อมูลเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ เพราะการดำเนินงานอันเนื่องจากฐานข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลง จึงควรมีการเติมข้อมูลในฐานข้อมูลให้มีความทันสมัยก่อนการนำข้อมูลจากฐานข้อมูลไปคืนและเผยแพร่สู่สาธารณะเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยตามความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ (2) การพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ไปสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว (3) การทำงานร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ซึ่งจากกระบวนการวิจัยในการคืนผลการวิจัยให้แก่พื้นที่และการฝึกชาวบ้านให้เป็นนักสื่อสารในพื้นที่จะนำไปสู่การทำงานร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ และ (4) การปรับประยุกต์ใช้สื่อเดิมมาเพื่อการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จะทำให้เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดระยองมีการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในงานวิจัยมาจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

(1) เพื่อคืนผลงานวิจัยและเติมข้อมูลให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม (ได้แก่ ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชาวบ้าน) ที่นำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีประสิทธิภาพ

(2) เพื่อพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่จะนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยโครงการการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ ที่สำคัญ ได้แก่

1) แนวคิดการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย ภายใต้แนวคิดนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2559) ได้กล่าวถึงการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในมุมมองด้านการสื่อสารไว้ว่า การวิจัยเป็นกิจกรรมทางปัญญาของนักวิชาการที่มักเกินความเข้าใจของคนทั่วไปจึงเกิดช่องว่างในการเผยแพร่งานวิจัย นักการสื่อสารจึงถูกคาดหวังให้ทำหน้าที่เป็นตัวสื่อกลางในการเชื่อมช่องว่างดังกล่าว ภารกิจนี้ได้ทำให้เกิดความท้าทายและเรียกร้องให้เกิดการพัฒนาตนเองในฐานะผู้ส่งสาร (sender) ที่จะต้องเข้าใจเนื้อหาที่จะถ่ายทอด โดยผลการวิจัยจัดว่าเป็นความรู้ (knowledge) มากกว่าข้อมูลข่าวสาร (information) จึงควรจัดส่ง (delivery) มากกว่าการแพร่กระจาย/ถ่ายทอด (transmission) ให้กับผู้รับสารกลุ่มต่างๆ ดังนั้น นักการสื่อสารจึงมิใช่เป็นเพียงผู้ถ่ายทอด/แพร่กระจายข้อมูล/ความรู้เท่านั้น แต่จะต้องเป็นผู้จัดส่งความรู้แก่ผู้ที่ต้องการ/จำเป็นต้องใช้ ซึ่งผู้รับสารแต่ละกลุ่มจะมีคุณลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกัน โดยศาสตร์ด้านการสื่อสารจะมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ 4 องค์ประกอบของการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร (sender) ผู้รับสาร (receiver) เนื้อหา (message) และตัวสื่อ (media) จึงต้องมีการเริ่มต้นที่การวิเคราะห์ผู้รับสารแล้วผู้ส่งสารต้องกำหนดเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร จากนั้นจึงทำการออกแบบเนื้อหาสาร (message design) และเลือกประเภทสื่อ (media selection) ให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้รับสาร

และเป้าหมายของการสื่อสาร โดยรูปแบบกิจกรรมเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยมีหลากหลาย อาทิ (1) การคืนผลการวิจัยให้เจ้าของพื้นที่/กลุ่มตัวอย่าง (หรือผู้รับสารเดิม) มีการออกแบบการสื่อสารเพื่อการคืนข้อมูลให้ชุมชนด้วยสื่อของชุมชน (2) การขยายกลุ่มเป้าหมายร่วมประเด็น (หรือผู้รับสารใหม่) ไปยังกลุ่มคนที่มีปัญหาเดียวกันและต้องการใช้ความรู้จากการวิจัยซึ่งเป็นการนำความรู้ไปให้กับผู้ที่ต้องการใช้ที่แตกต่างจากการใช้ประโยชน์เดิมที่เป็นการกระจายความรู้ทั่วไป (3) การทำงานกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder/support group) ซึ่งการทำงานในแต่ละเรื่องมีกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องหลากหลายจึงควรมีการออกแบบทั้งเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับคนแต่ละกลุ่ม (4) การใช้เนื้อหาเชิงประเด็น (issue-based message) ที่ครบทุกมิติในการขับเคลื่อน (5) การทำงานเชิงเครือข่าย (networking) เป็นการใช้สื่อเพื่อเสริมความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายที่เดิมมักใช้รูปแบบกิจกรรมที่ขาดหลักคิดด้านการสื่อสารซึ่งอาจเพิ่มประสิทธิภาพมากกว่าเดิม (6) การสื่อสารประเด็นใหม่สู่การรับรู้สาธารณะ (7) การฝึกชาวบ้านให้เป็น smart user โดยการสร้างแกนนำที่มีเนื้อหาความรู้เรื่องการพัฒนาประเด็นต่างๆ ในตนเองให้มีทักษะด้านการสื่อสารที่จะช่วยให้ชาวบ้านสามารถใช้สื่อได้อย่างดีมากขึ้น และ (8) การปรับประยุกต์ใช้สื่อเดิม ซึ่งจากการศึกษาและวิเคราะห์งานวิจัยเดิมจึงได้คัดเลือกและประยุกต์ใช้กิจกรรมในการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากการวิจัยทั้งสิ้น 4 แนวทาง ได้แก่ การคืนผลการวิจัยให้เจ้าของพื้นที่/กลุ่มตัวอย่าง การทำงานร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder/support group) การฝึกชาวบ้านให้เป็น smart user และการปรับประยุกต์ใช้สื่อเดิมเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2) แนวคิดการจัดการฐานข้อมูลแบบมีส่วนร่วม จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการฐานข้อมูลแบบมีส่วนร่วมของจันทิมา รัตนรัตน์ (2559) ได้ชี้ให้เห็นถึงขั้นตอนในการจัดทำฐานข้อมูลแบบมีส่วนร่วมจากชุมชน โดยกระบวนการจัดทำฐานข้อมูลแบบมีส่วนร่วมเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล แต่จะต้องมีการเชื่อมโยงแนวคิดการจัดการฐานข้อมูลไปสู่การจัดทำสื่อเพื่อการเผยแพร่ที่จะทำให้เกิดการเผยแพร่และการใช้ประโยชน์จาก

ภาพที่ 1 รูปแบบกิจกรรมการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย



ฐานข้อมูลในอนาคต ซึ่งมีหลากหลายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำฐานข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงกับการจัดทำสื่อแผนที่ชุมชน อาทิ โครงการงานวิจัยของณรงค์ พลริรักษ์ (2556) พัทรินทร์ เสริมการดี และธีระ สุกเพียร (2558) ที่ได้ชี้ให้เห็นขั้นตอนในการจัดทำสื่อแผนที่ชุมชนที่คล้ายคลึงกัน ตั้งแต่การจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจากนั้น จึงเป็นการคัดเลือกสารที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่สำคัญก่อนการจัดทำเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบแผนที่เพื่อการเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบอื่นๆ ต่อไป และจากงานวิจัยของโสภาวดี โชติกลาง และคณะ (2558) และเอกชน กกแก้ว และคณะ (2559) ได้ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการทำฐานข้อมูลและการเผยแพร่เพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลผ่านสื่อแผนที่บนเว็บแอปพลิเคชัน ที่สะท้อนให้เห็นว่า การจัดทำฐานข้อมูลเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุด จึงควรมีการวางแผนสู่ช่องทางการเผยแพร่ด้วย นอกจากนี้ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับฐานข้อมูลอีกหลากหลายชิ้นยังได้กล่าวถึงประเด็นสำคัญของการปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความทันสมัย อาทิ กนกพัชร วงอินทร์อยู่ และคณะ (2557) ที่ชี้ให้เห็นว่า การจัดทำระบบฐานข้อมูลควรมีหน่วยงานที่

รับผิดชอบโดยตรงเป็นผู้ดูแล แก้ไข และปรับปรุงระบบฐานข้อมูลให้มีความทันสมัย อยู่เสมอ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศและลดความ ซับซ้อน โดยหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการดูแลควรปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและ ถูกต้อง และควรมีการประชาสัมพันธ์และประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ ใช้ประโยชน์จากข้อมูลให้ร่วมกันปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น จากงาน วิจัยที่เกี่ยวข้องกับฐานข้อมูลสามารถสรุปกระบวนการในการจัดการฐานข้อมูล ชุมชนสู่การใช้ประโยชน์ได้ 3 ขั้นตอนสำคัญ คือ ขั้นตอนแรกต้องเริ่มต้นจาก การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปสู่การจัดทำฐานข้อมูล จากนั้นขั้นตอนที่สอง จึงเป็นการเผยแพร่ข้อมูลจากฐานข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ จากฐานข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเผยแพร่ฐานข้อมูลสามารถทำการ สื่อสารผ่านสื่อได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ สื่อแผนที่ สื่อเว็บไซต์ สื่อแอปพลิเคชัน และสื่อประเภทอื่นๆ ที่มีทั้งการใช้สื่อเพียงลักษณะเดียว และการบูรณาการสื่อ หลากหลายประเภทร่วมกัน และในขั้นตอนสุดท้าย เมื่อมีการใช้ฐานข้อมูลไป ช่วงเวลาหนึ่งข้อมูลในฐานข้อมูลจะมีการเปลี่ยนแปลงจากสภาพความเป็นจริง จึงควรมีการตรวจสอบและปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความถูกต้องและทันสมัย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของชุมชน

3) ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) เป็นแนวทางที่สำคัญในการพัฒนาชุมชน โดยลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ทิศทางการไหลของข้อมูลข่าวสาร (flow of information) มี หลายทิศทางทั้งจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน และแนวนอน (top-down/bottom-up/ horizontal) การไหลของข่าวสารมีทั้งจากสื่อภายนอกเข้าสู่ชุมชนหรือการใช้สื่อ ส่งข่าวสารภายในชุมชนไปสู่ภายนอก และการสื่อสารภายในชุมชน โดยการ สื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีเป้าหมายที่หลากหลาย ได้แก่ เพื่อกระตุ้นให้ชุมชน มองเห็นคุณค่าของตนเอง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อ พิสูจน์ความเชื่อของคนในชุมชนว่า สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตสื่อ อย่างง่ายได้ เพื่อสร้างทักษะการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความ

รู้สึก ปัญหา และวิถีวิเคราะห์ปัญหาจากทัศนะของคนในชุมชน เพื่อยกระดับความ มีสติและความรับผิดชอบให้กับชุมชน และเพื่อสร้างสื่อที่มีสาระให้กับชุมชน ซึ่ง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชนสามารถมีหลากหลายลักษณะ ทั้งการมีส่วนร่วม ในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต และการมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย โดยมีปัจจัยที่กำหนด ระดับการมีส่วนร่วม ได้แก่ เป้าหมายของการสื่อสารคืออะไร ลักษณะการสื่อสาร เป็นอย่างไร ผู้ส่งสารคือใคร ประเภทของเนื้อหาสารคืออะไร ประเภทของสื่อคือ อะไร และผู้รับสารคือใครและการมีปฏิกิริยาป้อนกลับอย่างไร ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้ จึงได้นำหลักการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาเป็นแนวทางในการออกแบบ กระบวนการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทั้ง ในฐานะของผู้ส่งสาร ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต และสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะ ผู้วางแผนและกำหนดนโยบายในท้ายที่สุด

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดยมีขั้นตอนการวิจัยที่สำคัญ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) การศึกษาสภาพ ศักยภาพ โอกาส และอุปสรรคของชุมชนในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ โดยการสำรวจ สภาพเบื้องต้นของพื้นที่ด้วยวิธีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เดิมและการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแต่ละตำบล จากแหล่งข้อมูลต่างๆ การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การลงพื้นที่สำรวจชุมชน และการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปสภาพ ศักยภาพ โอกาส และอุปสรรคของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2) การใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อการใช้ประโยชน์ฐานข้อมูล โดยมี กิจกรรมต่างๆ ดังนี้

2.1) การจัดกิจกรรมคืนและเติมฐานข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน โดยการตรวจสอบความถูกต้อง

และความทันสมัยของข้อมูลโดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ดำเนินการควบคู่กับการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่)

2.2) การพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

- การจัดทำสื่อเพื่อการเผยแพร่ผลการวิจัยในเบื้องต้น โดยการคัดเลือกเนื้อหาที่เหมาะสม (message selection) และคัดเลือกรูปแบบสื่อ (media selection) ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้รับสาร เช่น อินโฟกราฟิก สื่อแผนที่ เป็นต้น จากนั้นจึงนำเนื้อหาและรูปแบบสื่อมาพัฒนาเป็นสื่อเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลการวิจัยสู่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม และใช้เป็นสื่อในการเชิญชวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมในกระบวนการวิจัย

- การคัดเลือกแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการสื่อสารที่จะนำงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์ในพื้นที่

- การตรวจสอบและพัฒนาฐานข้อมูลให้มีความทันสมัย หรือการปรับปรุงฐานข้อมูลในสื่อที่ผลิตขึ้น โดยการมีส่วนร่วมของแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

- การตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูลในสื่อที่ผลิตขึ้น เพื่อนำเสนอข้อมูลจากงานวิจัยโดยวิธีการต่างๆ เช่น การลงพื้นที่สำรวจ การสอบถามผู้รู้ เป็นต้น

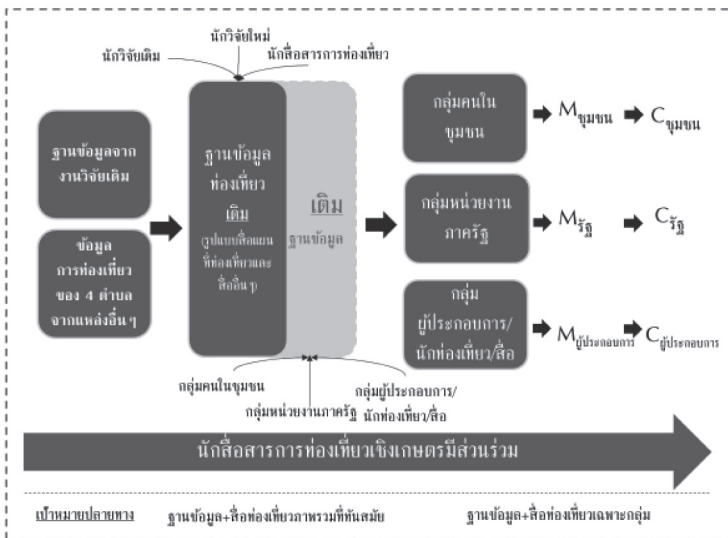
- การจัดเวทีคืนและเติมฐานข้อมูลให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มในรูปแบบการสนทนากลุ่ม (focus group) โดยมีขั้นตอนในการคัดเลือกตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม การคัดเลือกเนื้อหาและสื่อที่เหมาะสม

- การจัดอบรมการผลิตสื่ออย่างง่ายสำหรับนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

3) การติดตามและประเมินผลโครงการการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง โดยการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสังเกตการณ์การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทั้งนี้ จากวิธีดำเนินการวิจัยสามารถสรุปเป็นกรอบการดำเนินงานได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 2 กรอบการดำเนินงาน



ผลการวิจัย

โครงการ การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จ.ระยอง เป็นโครงการวิจัยที่มุ่งนำเครื่องมือการสื่อสารมาประยุกต์เพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยเป็นประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ได้ 2 ประเด็น ดังนี้

1) กระบวนการคืนผลงานวิจัยและเติมข้อมูลให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่นำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีประสิทธิภาพมีขั้นตอนสำคัญทั้งสิ้น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1.1) การทำความเข้าใจงานวิจัยเดิม การทำความเข้าใจชุมชน และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนการคืนผลงานวิจัยให้ชุมชน ที่เป็นขั้นตอน

แรกที่สำคัญในการทำความเข้าใจทั้งในเนื้อหาของงานวิจัยเดิมและบริบทชุมชนที่จะนำไปสู่การวางแผนการคืนข้อมูลในกับเจ้าของพื้นที่ในขั้นตอนต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีขั้นตอนย่อยทั้งสิ้น 5 ขั้นตอน ได้แก่

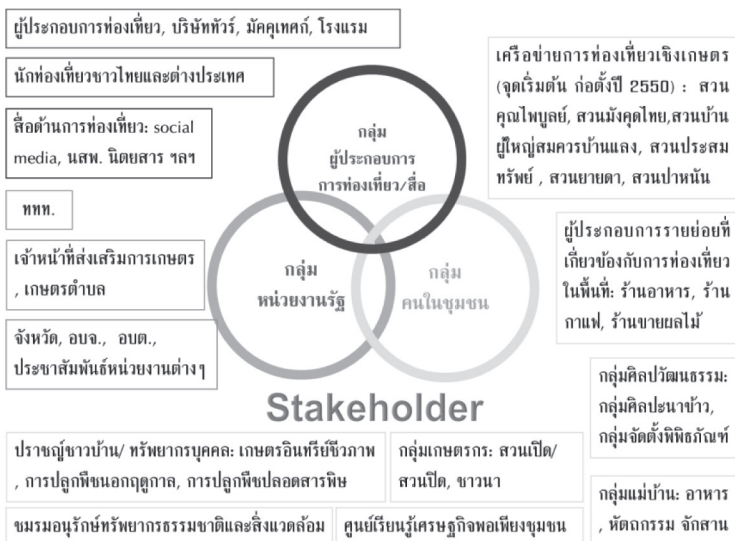
1.1.1) การทำความเข้าใจงานวิจัยเดิม โดยการศึกษาเอกสารงานวิจัยและการลงพื้นที่พูดคุยเพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงของฐานข้อมูลที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 6-7 ปี และขาดการดำเนินงานพัฒนาฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ขั้นตอนนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้เกิดกระบวนการในขั้นตอนต่อไป ที่ทีมวิจัยจะต้องทำความเข้าใจชุมชนและการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนกระบวนการคืนข้อมูล เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนการคืนข้อมูลให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลของชุมชนมากที่สุด

1.1.2) การศึกษาและรวบรวมข้อมูลชุมชน โดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติม อาทิ สำนักงานส่งเสริมและ พัฒนาการเกษตรที่ 3 จังหวัดระยอง องค์การบริหารตำบลตะพง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง และเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการเข้าใจสภาพของชุมชน และนำข้อมูลดังกล่าวมาผนวกกับข้อมูลที่ได้จากการทำความเข้าใจงานวิจัยเดิม เพื่อเป็นแนวทางในการลงพื้นที่สำรวจชุมชนและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในขั้นตอนต่อไป

1.1.3) การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อทำความเข้าใจบริบทชุมชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 หรือกลุ่มคนในชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ อาทิ กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ กลุ่มศิลปินวัฒนธรรม กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเกษตรกร กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน และทรัพยากรบุคคลต่างๆ เป็นต้น กลุ่มที่ 2 หรือกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ที่มีทั้งหน่วยงานภาครัฐในระดับประเทศ ระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ ซึ่งเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในระดับประเทศ

และระดับพื้นที่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เกษตรตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น และกลุ่มที่ 3 หรือกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและสื่อ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และผู้ผลิตสื่อด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนี้เป็นกลุ่มบุคคลภายนอกชุมชนที่มีบทบาทในการสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ อาทิ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่สู่สาธารณะ การรับช่วงในการส่งต่อนักท่องเที่ยวจากโรงแรมที่พักสู่สวนผลไม้ เป็นต้น โดยในขั้นตอนที่สองและสามนี้จะเป็นกระบวนการที่ทีมวิจัยจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนในระดับเบื้องต้นเท่านั้น ซึ่งในขั้นตอนถัดไปจะนำไปสู่การทำความเข้าใจชุมชนในเชิงลึกมากขึ้น

ภาพที่ 3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



1.1.4) การลงพื้นที่เพื่อสำรวจและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ได้ข้อมูลของสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันและนำไปสู่ความเข้าใจชุมชนในเชิงลึกมากขึ้น ซึ่งจากกระบวนการลงพื้นที่ในการสำรวจชุมชนและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้ทีมวิจัยได้เข้าใจชุมชนในเชิงลึก ทั้งจากการสัมภาษณ์และการศึกษาเอกสารประกอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนอีกด้วย

1.1.5) การวิเคราะห์สภาพชุมชน เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสำรวจสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน มาทำการวิเคราะห์และสรุปสภาพ ตักยภาพ โอกาส และอุปสรรคของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อนำไปสู่การวางแผนการใช้ประโยชน์ฐานข้อมูลต่อไป

1.2) การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์ฐานข้อมูล เมื่อมีความเข้าใจในงานวิจัยเดิมและบริบทของชุมชน จึงเริ่มต้นสู่การวางแผนเพื่อประยุกต์ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ขั้นตอนที่เชื่อมโยงกัน ดังนี้

1.2.1) การพัฒนาฐานข้อมูล ซึ่งเป็นกระบวนการในการพัฒนาฐานข้อมูลให้มีความทันสมัยและการจัดทำสื่อในการสื่อสารฐานข้อมูลที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์งานวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

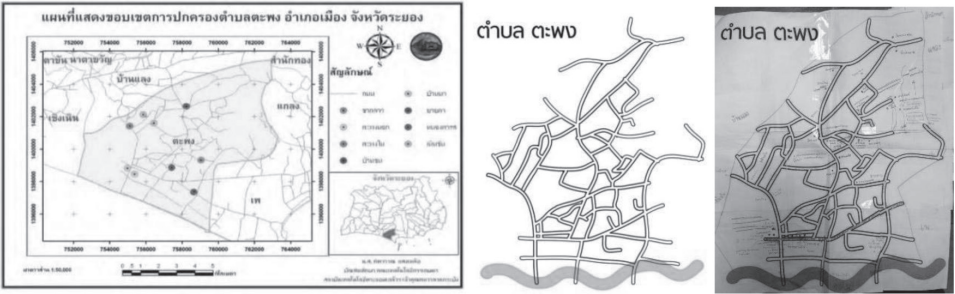
1.2.1.1) กระบวนการคัดเลือกเนื้อหา (message selection) และแปลงร่างฐานข้อมูลสู่สื่อแผนที่เพื่อการคืนข้อมูลให้ชุมชน เนื่องจากการคืนข้อมูลด้วยสื่อในรูปแบบเล่มรายงานวิจัยหรือสื่อในรูปแบบเล่มที่ทีมวิจัยเดิมจัดทำขึ้น มีความยากต่อความเข้าใจและการนำไปใช้ประโยชน์ในชุมชน จึงต้องมีการคัดเลือกเนื้อหาและรูปแบบสื่อที่เหมาะสมกับฐานข้อมูล โดย “สื่อแผนที่” จัดว่ามีความเหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลงานวิจัยมากที่สุด เนื่องจากสามารถแสดงพิกัดสถานที่สำคัญและสะท้อนทุนด้านต่างๆ ของชุมชนได้อย่างชัดเจน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ สวนผลไม้ นาข้าว ทุนทางวัฒนธรรม

และทุนความรู้ ซึ่งในการคัดเลือกเนื้อหาได้มีการพิจารณา คัดเลือก และสรุป เนื้อหาลำคัญบางส่วนจากงานวิจัยที่สามารถบรรจุลงในสื่อแผนที่ได้ จากนั้นจึงนำ เนื้อหาและสื่อที่ผ่านการคัดเลือกไปพัฒนาเป็นสื่อแผนที่ฉบับร่าง โดยเริ่มต้นจากการจัดทำลักษณะทางกายภาพในภาพรวมของทั้ง 4 ตำบลและการลงพิกัดสถานที่ สำคัญ ซึ่งในการลงพิกัดได้มีข้อจำกัดและอุปสรรคหลากหลายประการ อาทิ เส้น ถนนที่เปลี่ยนแปลงไป การเลิกกิจการของบางสถานที่ สถานที่ในงานวิจัยเดิมระบุ เพียงสถานที่ตั้งหรือเบอร์ติดต่อเท่านั้น จึงทำให้ต้องมีการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เป็นจำนวนมาก โดยสื่อแผนที่ฉบับร่างที่จัดทำขึ้นจะถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารในระดับเบื้องต้นในการค้นหาข้อมูลการวิจัย การเชิญชวน คนในชุมชนเป็นนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ และการเชิญชวนกลุ่ม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมกระบวนการวิจัยอีกด้วย

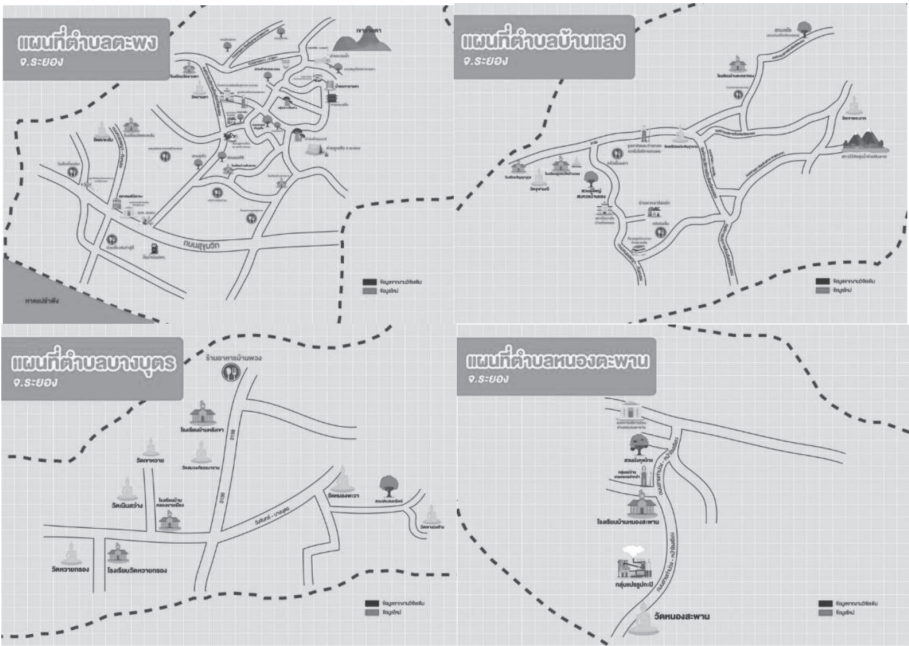
1.2.1.2) การตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัย ของฐานข้อมูลสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพ โดยมีการนำสื่อ แผนที่ไปดำเนินการตรวจสอบทั้งสิ้น 2 ระดับ คือ

- การตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของฐานข้อมูลในเบื้องต้น จากข้อจำกัดและอุปสรรคในการจัดทำสื่อแผนที่ฉบับร่าง ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความ สำคัญของการตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของฐานข้อมูลที่นำเสนอ ในสื่อแผนที่ จึงได้มีการค้นหาและเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ และ การสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่ม เพื่อตรวจสอบข้อมูลในเบื้องต้น เช่น การเข้าพบผู้แทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลตะพง องค์การบริหารส่วน ตำบลบ้านแลง องค์การบริหารส่วนตำบลบางบุตร องค์การบริหารส่วนตำบล หนองตะพาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานระยอง เจ้าของ สวนยายดา-เจ็ญขึ้น เป็นต้น ซึ่งจากการตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของ ข้อมูลในระดับเบื้องต้นของแต่ละตำบล ได้แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของ ข้อมูลที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ผ่านการตรวจสอบ ไปดำเนินการปรับสื่อแผนที่ฉบับร่างให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังแผนภาพ

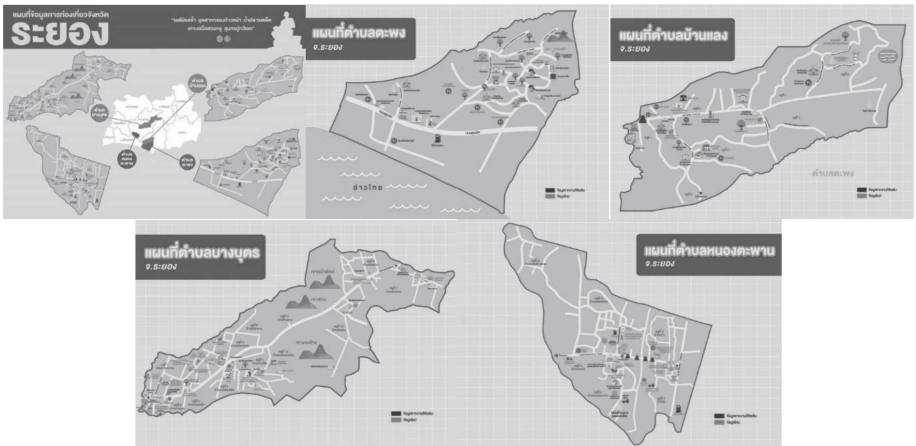
ภาพที่ 4 การแปลงฐานข้อมูลท่องเที่ยวสู่สื่อแผนที่



ภาพที่ 5 สื่อแผนที่ฉบับร่าง



ภาพที่ 6 สื่อแผนที่ฉบับร่างที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูลในระดับเบื้องต้น



- การตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของฐานข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งการตรวจสอบความถูกต้องในขั้นตอนที่ผ่านมา เป็นเพียงการตรวจสอบจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่มเท่านั้น ผู้วิจัยจึงออกแบบให้มีการจัดเวทีเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูลจากการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ได้ทำการคัดเลือกตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มให้เข้าร่วมกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของฐานข้อมูล จนกระทั่งได้สื่อแผนที่ที่ผ่านการตรวจสอบจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมทุกกลุ่ม และถูกจัดทำเป็นสื่อแผนที่ในรูปแบบกระดาษและแผ่นซีดีเพื่อการใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อไป

1.2.2) การพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ดำเนินการควบคู่กับการพัฒนาฐานข้อมูล) นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ถือได้ว่าเป็นสื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญในกระบวนการปรับปรุง พัฒนา และการใช้ประโยชน์จากสื่อแผนที่จึงได้แบ่งการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ภาพที่ 7 สื่อแผนที่ฉบับสมบูรณ์



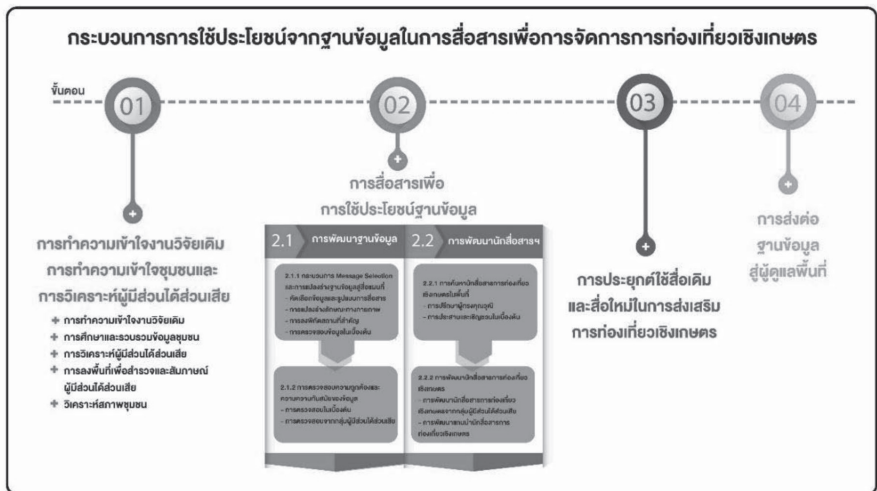
ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรายละเอียดการพัฒนาจะถูกกล่าวในประเด็นที่ 2 ต่อไป

1.3) การประยุกต์ใช้สื่อเดิมผสมผสานสื่อใหม่เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจากกระบวนการในการพัฒนาฐานข้อมูลและการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความเชื่อมโยงกัน ได้สะท้อนให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้สื่อเดิมผสมผสานกับสื่อใหม่ เช่น กลุ่มตำบลตะพง กลุ่มผู้ประกอบการ และคนในชุมชนได้มีการเสนอให้มีช่องทางในการสื่อสารภายในกลุ่มเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผ่านสื่อเดิม โดยการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประเด็นใหญ่หรือประเด็นสำคัญ แต่สำหรับประเด็นเร่งด่วนหรือประเด็นเล็กๆ สามารถสื่อสารผ่านไลน์ที่เป็นสื่อใหม่ได้ หรือกลุ่มหน่วยงานภาครัฐได้เสนอให้มีการสื่อสารภายนอกเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นำสื่อแผนที่ไปบรรจุในสื่อแผ่นพับที่เป็นสื่อเดิมและเผยแพร่ผ่านสื่อใหม่ประเภทเฟซบุ๊ก โดยแผ่นพับสามารถดาวน์โหลดเพื่อใช้งานได้ เป็นต้น จึงเห็นได้ว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ตระหนักถึงความสำคัญของการประยุกต์ใช้สื่อเดิมร่วมกับสื่อใหม่ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งในรูปแบบการสื่อสารเพื่อ

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในกลุ่มและการเผยแพร่ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแต่ละพื้นที่ได้อย่างเชื่อมผสาน

1.4) การส่งต่อฐานข้อมูลสู่ผู้ดูแลในพื้นที่ โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่เห็นสมควรให้องค์การบริหารส่วนตำบลของแต่ละพื้นที่เป็นผู้ดูแลฐานข้อมูลต่อไปในอนาคต เพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลสู่การสื่อสารต่อไปจากขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปกระบวนการการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 8 กระบวนการการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



2) การพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือการฝึกชาวบ้านให้เป็น smart user ซึ่งนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการทำให้สื่อแผนที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาศูนย์ข้อมูลหรือนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่สามารถแบ่งออก

ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทหน้าที่ในการใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามบริบทหน้าที่ของแต่ละบุคคล และแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เป็นการเฉพาะ ซึ่งในแต่ละกลุ่มมีกระบวนการพัฒนาดังนี้

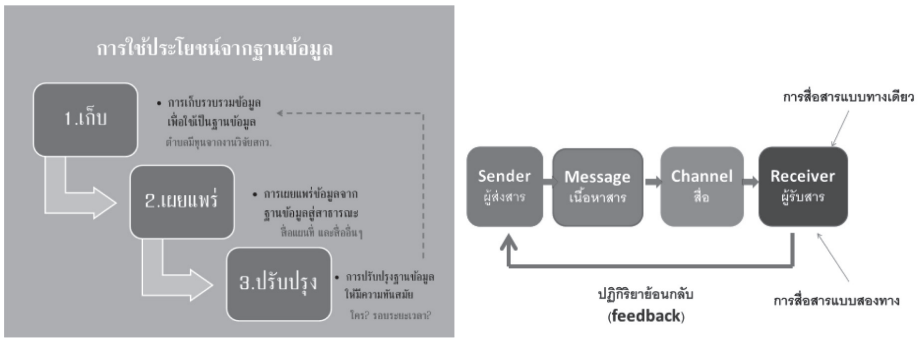
2.1) นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีการพัฒนา 2 ขั้นตอน ได้แก่

2.1.1) การค้นหานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จะมีกระบวนการที่เชื่อมโยงกับการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการมีส่วนร่วมของแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่จะทำการคัดเลือกตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครอบคลุมทุกกลุ่มที่ได้ทำการวิเคราะห์ จากนั้นจึงมีการประสานและเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งมีผู้เข้าร่วมกระบวนการทั้งสิ้น 93 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากตำบลตะพง 25 คน ตำบลบ้านแลง 10 คน ตำบลบางบุตร 30 คน และตำบลหนองตะพาน 28 คน ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้เป็นตัวแทนจากหลากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

2.1.2) การพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จะมีขั้นตอนที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนการติดตั้งความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสารใน 2 ประเด็น คือ (1) ความรู้เรื่องฐานข้อมูลที่มุ่งชี้ให้เห็นถึงขั้นตอนการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลทั้งสิ้น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล การเผยแพร่ และการปรับปรุง และ (2) ความรู้เรื่องการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสาร (ได้แก่ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร) ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารภายในกลุ่ม หรือการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการสื่อสารภายนอกกลุ่มหรือการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ภาพที่ 9 ความรู้เรื่องการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลและการสื่อสาร



และขั้นตอนการฝึกปฏิบัติ เมื่อมีการติดตั้งความรู้เรียบร้อยแล้วจะมีการฝึกปฏิบัติด้านสื่อและสาร ทั้งในมิติของการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลที่จะได้ฝึกวิเคราะห์และวางแผนต่อยอดจากการมีสื่อแผนที่เรียบร้อยแล้ว จึงเป็นการตรวจสอบความถูกต้องและความทันสมัยของฐานข้อมูล และการวางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลในอนาคต และมิติของการสื่อสารจะได้ฝึกวางแผนการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งการสื่อสารภายในกลุ่มหรือการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการสื่อสารภายนอกกลุ่มหรือการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.2) แกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ มีการพัฒนา 2 ขั้นตอน ได้แก่

2.1.1) การค้นหาแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ โดยมีกระบวนการในการค้นหา คือ การค้นหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่และมีบทบาทต่องานวิจัยเดิม โดยแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ควรมีคุณสมบัติ คือ (1) เป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ (2) เป็นบุคคลที่มีศักยภาพในด้านสื่อสาร และ (3) เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากผู้ทรง

คุณวุฒิ จึงทำให้ในช่วงแรกได้แก่นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ ทั้งสิ้น 3 คน จากนั้นจึงได้มีการเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ แต่เมื่อดำเนินโครงการได้สักระยะเวลาหนึ่งได้มีการปรับเปลี่ยนแกนนำด้วยเหตุผลหลากหลายประการ อาทิ ภาระด้านครอบครัว การโยกย้ายตำแหน่ง ครอบคลุมของพื้นที่ จึงทำให้มีการปรับเปลี่ยนแกนนำเป็น 10 คนที่ครอบคลุมพื้นที่ 3 ตำบล ได้แก่ ตะพง บางบุตร และหนองตะพาน โดยตำบลบ้านแลงไม่มีผู้แทนเข้าร่วมเป็นแกนนำ

2.1.2) การพัฒนาแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ มี 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การพัฒนากระบวนการประสานงานและการดำเนินงานในพื้นที่เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการฐานข้อมูลร่วมกัน (2) การเข้าร่วมเวทีติดตั้งความรู้และฝึกปฏิบัติที่แกนนำจะได้มีส่วนร่วมในการจัดเวทีด้านสื่อและสารให้แก่นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ (3) การฝึกอบรมทักษะด้านการผลิตสื่อเบื้องต้นให้แก่แกนนำ ได้แก่ การฝึกปรับปรุงสื่อแผนที่ การฝึกการผลิตสื่อตามความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการฝึกผลิตสื่อตามความสนใจของแกนนำ จากนั้นจึงได้มีการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานโครงการที่พบการวางแผนการต่อยอดการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล อาทิ การวางแผนนำสื่อแผนที่ไปผลิตแผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตำบล การจัดทำป้ายไว้นิลในสวนท่องเที่ยว Google site และถนนผลไม้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาและกระบวนการวิจัยมีประเด็นสำคัญในการอภิปรายดังต่อไปนี้

1. การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ของการคืนข้อมูลงานวิจัยในลักษณะของ “กระบวนการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในรูปแบบของสื่อแผนที่โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน”

ผลการวิจัยที่สำคัญในการวิจัยขั้นนี้คือ “กระบวนการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในรูปแบบของสื่อแผนที่โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน”

ภาพที่ 10 กระบวนการในการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ที่มีขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การทำความเข้าใจงานวิจัยเดิม การทำความเข้าใจชุมชน และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนการคืนผลงานวิจัยให้ชุมชน การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์ฐานข้อมูล การประยุกต์ใช้สื่อเดิมและสื่อใหม่ และการส่งต่อฐานข้อมูลสู่ผู้ดูแลพื้นที่ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นรูปแบบใหม่ของการคืนข้อมูลงานวิจัย ที่ในกระบวนการจะมีการดำเนินการพัฒนาฐานข้อมูลที่นำไปสู่สื่อแผนที่ควบคู่ไปกับการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ที่เป็นสื่อบุคคล จึงเป็นการทำงานร่วมกันของสื่อแผนที่และสื่อบุคคลที่หากขาดสื่อใดไปก็อาจจะทำให้อีกสื่อขาดประสิทธิภาพ โดยสื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญ

ในการพัฒนาสื่อแผนที่ และสื่อแผนที่ก็เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญของสื่อบุคคล ซึ่งกระบวนการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในรูปแบบของสื่อแผนที่และสื่อบุคคลสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยที่มีรูปแบบใกล้เคียงกับงานวิจัยเดิม เช่น งานวิจัยแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม หรืองานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลของชุมชน ซึ่งจากกระบวนการสื่อสารดังกล่าวมีข้อสังเกตที่น่าสนใจ 4 ประการ ดังนี้

ประการแรก ได้แก่ การทำงานวิจัยบนฐานของการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) โดยเริ่มจากทำความเข้าใจกลุ่มต่างๆ ในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวจากเล่มรายงานวิจัยเดิม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ทั้งสิ้น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 หรือกลุ่มคนในชุมชน ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ กลุ่มที่ 2 หรือกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ทั้งหน่วยงานภาครัฐในระดับประเทศ ระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น และกลุ่มที่ 3 หรือกลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและสื่อ ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกชุมชนที่มีบทบาทในการสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ โดยทีมวิจัยได้เริ่มต้นจากการรวบรวมรายชื่อบุคคลในกลุ่มต่างๆ เพื่อนำไปสู่กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน จากนั้นจึงเริ่มลงพื้นที่ไปพูดคุยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกลุ่มเพื่อนำข้อมูลมาออกแบบกระบวนการวิจัยในขั้นต่อไป

ประการที่สอง ได้แก่ การคืนข้อมูลในรูปแบบสื่อแผนที่จะต้องมีการคัดเลือกสารและการออกแบบสาร (message selection and design) ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายและการนำไปใช้ประโยชน์ของชุมชน ในกระบวนการคืนข้อมูลจากงานวิจัยก่อนที่จะผลิตแผนที่การท่องเที่ยวของชุมชนได้นั้น ผู้วิจัยจะต้องทำการเลือกเนื้อหาสาร (message selection) จากงานวิจัยเดิมทั้งหมด โดยคัดเลือกข้อมูลจากงานวิจัยบางส่วนที่ทีมวิจัยเห็นว่าสำคัญมาใส่ในสื่อแผนที่ ซึ่งข้อมูลต่างๆ จะถูกแทนที่ด้วยสัญลักษณ์ ในกระบวนการนี้จึงต้องมีการออกแบบสาร (message design) ให้เหมาะสมสำหรับการสื่อสารในรูปแบบของสื่อแผนที่ท่องเที่ยว และหลังจากทำการคัดเลือกและออกแบบสารแล้ว จะมีขั้นตอนของการประชุมในเวที

คืนข้อมูล ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นต่อการคัดเลือก
สารและการออกแบบสาร

ประการที่สาม ได้แก่ การออกแบบกระบวนการคืนข้อมูลที่มีเป้าหมายทั้ง
ปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความทันสมัย ตรวจสอบความถูกต้องของฐานข้อมูล และ
เพื่อคืนความรู้จากงานวิจัยสู่คนในชุมชน ทั้งนี้ ในการปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความ
ทันสมัยและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยได้ยึดหลักการมีส่วนร่วม
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม และรูปแบบในการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นการ
สื่อสารสองทาง (two-way communication) ที่คนในชุมชนสามารถก้าวขึ้นมา
เป็นผู้ส่งสาร และในการคืนข้อมูลงานวิจัยได้ผนวกการเพิ่มความรู้เป็นแนวทาง
แก้ปัญหาที่ชุมชนกำลังเผชิญเข้าไปด้วย การคืนข้อมูลในลักษณะนี้เป็นการเพิ่ม
อำนาจ (empowerment) ให้กับคนในชุมชนจากเดิมที่อยู่ในฐานะของผู้รับสารได้
กลายมาเป็นผู้ส่งสารในฐานะนักสื่อสารการท้องที่เชิงเกษตรในชุมชน โดยมี
ขั้นตอนการติดตั้งความรู้อันเป็นแนวทางที่จะพัฒนาการท้องที่ฯ ทั้งความรู้เรื่อง
ฐานข้อมูลและความรู้เรื่องการสื่อสารและสื่อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาไปถึงแนวทาง
การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท้องที่ฯ ของชุมชน ซึ่งเป็นการสื่อสาร
ภายนอก และแนวทางในการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการท้องที่ฯ ของชุมชน
ซึ่งเป็นการสื่อสารภายใน

ประการที่สี่ ได้แก่ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory
communication) อันเป็นกลไกการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ใน
กระบวนการวิจัยได้มุ่งเน้นให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้
ส่วนเสียทุกกลุ่ม ดังจะเห็นได้จากกิจกรรมในกระบวนการวิจัยได้เริ่มต้นด้วยการ
วิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท้องที่ฯ เชิงเกษตรใน
พื้นที่ จากนั้นจึงมีการวางแผนการดำเนินการวิจัยโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของกลุ่ม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การร่วมคิดและเติมข้อมูลใน
สื่อแผนที่ การร่วมตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งการมีส่วนร่วมของกลุ่ม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งกระบวนการจะสร้างความรู้สึกร่วมในความเป็นเจ้าของ
ข้อมูลของคนในชุมชนทุกกลุ่มจะรู้สึกถึงคุณค่าในการสื่อสารข้อมูลการท้องที่ฯ

เชิงเกษตรในพื้นที่บนฐานข้อมูลที่จะนำไปสู่การเห็นความสำคัญของการบริหารจัดการฐานข้อมูลต่อไปในอนาคต โดยกิจกรรมในกระบวนการวิจัยยังได้มีการแบ่งกลุ่มนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกตามการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์งานวิจัยที่แตกต่างกัน ซึ่งนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะมีการใช้การสื่อสารงานวิจัยตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละบุคคล แต่แก่นแก่นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมีการใช้การสื่อสารงานวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์เชิงเกษตรในพื้นที่เป็นการเฉพาะ จึงทำให้เห็นว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยไม่จำเป็นที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมในระดับที่เท่ากัน แต่การมีส่วนร่วมจะแปรผันตามบริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละบุคคล ซึ่งจะเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมที่นำไปสู่การต่อยอดในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล จึงมีความยั่งยืนมากกว่าการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในรูปแบบเดิม นอกจากนี้ ในกระบวนการวิจัยยังมีกิจกรรมเสริมแรง ทั้งการสร้างความรู้สึกรับรู้เป็นเจ้าของข้อมูล และทักษะด้านการสื่อสารที่ทำให้คนในชุมชนได้มีพลัง (empowerment) ในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งการสื่อสารภายในกลุ่มหรือการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการสื่อสารภายนอกกลุ่มหรือการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การใช้แผนที่เป็นสื่อในการคืนข้อมูลและการมีส่วนร่วมของชุมชน

รูปแบบในการคืนข้อมูลในงานวิจัยที่ผ่านมา นั้น อาจจะเป็นการคืนข้อมูลด้วยวิธีการนำเสนอแบบปากเปล่า (oral presentation) การแจกเอกสาร การนำเสนอด้วยภาพถ่ายประกอบการเล่าผลการวิจัย การนำเสนอด้วย PowerPoint การจัดเวทีเสวนาที่มีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมให้ข้อเสนอแนะ หรือการนำเสนอในรูปแบบโปสเตอร์ นิทรรศการที่สอดแทรกเข้าไปในงานประเพณีพิธีกรรมของชุมชน การคืนข้อมูลในรูปแบบดังกล่าวข้างต้น บางอย่างอาจมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว ที่ผู้ส่งสารคือนักวิจัยเจ้าของผลงาน แต่ก็มีอีกหลายวิธีที่ออกแบบกระบวนการสื่อสารให้เป็นการสื่อสารสองทาง โดยในงานวิจัยชิ้นนี้มีรูปแบบของสื่อในการคืนข้อมูลแตกต่างไปจากการคืนข้อมูลวิจัยด้วยวิธีการต่างๆ ข้างต้น

เป็นการคืนข้อมูลวิจัยในรูปแบบของสื่อ “แผนที่” โดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งจากกระบวนการวิจัยสามารถสรุปคุณลักษณะเฉพาะที่สำคัญของสื่อแผนที่ได้ดังนี้

- สื่อแผนที่เป็นสื่อที่ถูกใช้เป็นภาพตัวแทน (representation) ความเป็นพื้นที่นั้นๆ จากพื้นที่อันใหญ่โต บรรจุผู้คน วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การเมือง สังคมและเศรษฐกิจ โดยมีการเลือกสรร (selection) ลดทอน (reduction) ให้มาอยู่ในแผ่นกระดาษสี่เหลี่ยม ซึ่งจะบรรจุเฉพาะข้อมูลที่ถูกคัดสรรและออกแบบ
- สื่อแผนที่เป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่น มีการปรับปรุงและแก้ไขสื่อแผนที่ให้มีความถูกต้องและทันสมัย อีกทั้งยังสามารถเลือกข้อมูลจากสื่อแผนที่ไปใช้ในการใช้ประโยชน์ในลักษณะอื่นๆ ได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย
- สื่อแผนที่เป็นสื่อที่ดำเนินงานควบคู่กับสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคลจะมีบทบาทในการบริหารจัดการฐานข้อมูลในรูปแบบของสื่อแผนที่ให้มีความถูกต้องและทันสมัย และสื่อบุคคลยังมีบทบาทในการออกแบบสร้างสรรค์ และบริหารจัดการสื่อแผนที่ไปใช้ในการใช้ประโยชน์ของชุมชนในรูปแบบที่หลากหลาย
- สื่อแผนที่เป็นสื่อที่ต้องมีการปรับปรุงฐานข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากสภาพของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทางกายภาพ สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจึงส่งผลให้ข้อมูลของสื่อแผนที่มีความล้าหลังได้อย่างรวดเร็ว
- สื่อแผนที่เป็นสื่อที่ควรมีระยะเวลาในการปรับปรุงที่ชัดเจน โดยระยะเวลาในการปรับปรุงควรขึ้นอยู่กับสภาพการเปลี่ยนแปลงของแต่ละชุมชน การกำหนดระยะเวลาจากผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง หรือหากเป็นกรณีที่ดินในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยนั้นก็ขึ้นอยู่กับข้อตกลงร่วมกันระหว่างคนในชุมชน

การคืนผลงานวิจัยในรูปแบบสื่อแผนที่ในงานวิจัยชิ้นนี้ยังมีความแตกต่างไปจากกระบวนการทำแผนที่อื่นๆ ที่ผู้ทำแผนที่หรือผู้ส่งสาร (sender) ใน

กระบวนการสื่อสารนั้น มักมีลักษณะผูกขาดเป็นผู้เชี่ยวชาญมีความรู้ในเรื่องนั้นๆ เช่น มีความรู้ในเรื่องการจัดทำแผนที่ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ร่วมกับสถาบันหรือบุคคลที่มีอำนาจในการจัดการเรื่องนั้นๆ เช่น องค์กรท้องถิ่นต่างๆ กระทรวง กรม ที่จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าสิ่งใดควรจะปรากฏหรือไม่ปรากฏในแผนที่นั้น ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลในรูปแบบของสื่อแผนที่หลายชิ้น อาทิ งานวิจัยเรื่อง “ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดชลบุรี” ของ ณรงค์ พลธิราช (2556) งานวิจัยเรื่อง “เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน: สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง” ของ พชรินทร์ เสริมการดี และธีระ สุภเพียร (2558) งานวิจัยเรื่อง “เว็บแมพเซอร์วิสสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก: ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด” ของโสภาวดี โชติกลาง และคณะ (2558) และงานวิจัยเรื่อง “เว็บแอปพลิเคชันเพื่อบูรณาการข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตโดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์” ของเอกชัย กกแก้ว และคณะ (2559) แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder analysis) ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ บั๊กหมุดในแผนที่ว่า สิ่งใดบ้างที่ควรที่จะปรากฏและไม่ปรากฏในแผนที่ และร่วมกันตัดสินใจถึงแนวทางในการบริหารจัดการฐานข้อมูลในรูปแบบของสื่อแผนที่ต่อไปในอนาคตว่า ใครจะเป็นผู้ดูแลฐานข้อมูลและระยะเวลาในการปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความทันสมัย

นอกจากนั้น การคืนข้อมูลด้วยวิธีนี้ยังได้ส่งผลทางอ้อมที่สำคัญ ได้แก่ (1) การสร้างความรู้สึกรู้สึกเป็นเจ้าของ (sense of belonging) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนได้ทำให้เกิดความรู้สึกรู้สึกว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งเป็นบันไดขั้นแรกสำหรับกลไกในการบริหารจัดการการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนต่อไปในอนาคต (2) สื่อแผนที่เป็นสื่อที่ใช้ในการแสดงควมมีตัวตนในพื้นที่สาธารณะ โดยคนทั่วไป สถาบัน องค์กรต่างๆ ได้รับรู้ถึงควมมีตัวตนที่แสดงออกในรูปของกิจการร้านค้า สวน สถาบัน องค์กร

ทางด้านศิลปวัฒนธรรม เกษตรกรรม หรือเศรษฐกิจชุมชน ความมีตัวตนในพื้นที่สาธารณะนี้ ย่อมนำมาซึ่งทุนทางเศรษฐกิจอันหมายถึงเงินที่ได้จากการที่มีนักท่องเที่ยวแวะเวียนเข้ามา และในอีกทางหนึ่งก็เป็นทั้งทุนทางสังคมอันสื่อสารถึงความมีชื่อเสียงและการเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนและสาธารณชน (3) คนในชุมชนที่มีอำนาจน้อยเป็นเสียงที่เบาในชุมชน หากทำแผนที่ด้วยวิธีการเดิมๆ คือใช้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีอำนาจเป็นผู้ตัดสินใจ ตัวตนของคนในชุมชนก็อาจจะไม่ปรากฏในสื่อแผนที่ ภายใต้ข้อสังเกตนี้จะเห็นได้ว่า คนในชุมชนให้ความสนใจในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนที่ค่อนข้างมาก เนื่องจากการปรากฏ/การไม่ปรากฏในแผนที่ท่องเที่ยวนั้นอาจเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมต่อตัวเขา (4) สื่อแผนที่และกระบวนการในการค้นหาผลงานวิจัยในรูปแบบของสื่อแผนที่เปลี่ยนสถานะของคนในชุมชน จากผู้รับสารเป็นผู้ส่งสาร ทั้งจากการเป็นผู้ร่วมตัดสินใจว่าสิ่งใดควรจะปรากฏและไม่ปรากฏในแผนที่ด้วยตนเอง และการติดตั้งความรู้และการฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการฐานข้อมูลและด้านการสื่อสารให้แก่ นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

3. การพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ให้แนวทางในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในลักษณะฐานข้อมูลว่า นอกจากจะมีฐานข้อมูลซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ออกแบบในรูปแบบของสื่อแผนที่แล้ว สิ่งที่ขาดไม่ได้ที่จะทำให้ฐานข้อมูลนั้นมีความถูกต้อง ทันสมัย และสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการใช้งานที่หลากหลาย ก็คือ “สื่อบุคคล” ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการฐานข้อมูล

แนวทางในการจัดการฐานข้อมูลควบคู่กับการพัฒนาสื่อบุคคลที่เข้ามาจัดการฐานข้อมูลนี้ มักจะเป็นสิ่งที่ถูกมองข้ามไปจากงานวิจัยด้านฐานข้อมูลหลายๆ ชิ้น ที่มักจะมุ่งไปที่การจัดสร้างฐานข้อมูลของชุมชน และฉาบจบของงานวิจัยจึงเป็นการส่งมอบฐานข้อมูลเหล่านั้นให้กับชุมชน แต่ไม่ได้มองภาพต่อไปในอนาคตอีกว่า หลังจากส่งมอบฐานข้อมูลให้กับชุมชนแล้ว ชุมชนจะทำการปรับปรุงพัฒนาฐานข้อมูลด้วยตนเองได้อย่างไร

ภาพที่ 11 แสดงคุณลักษณะของสื่อแผนที่



งานวิจัยชิ้นนี้จึงได้ทำการพัฒนานักสื่อสารในพื้นที่ 2 กลุ่ม ได้แก่ นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อให้มีทักษะในการพัฒนาฐานข้อมูลและการสื่อสาร โดยในกระบวนการคัดเลือกนักสื่อสารฯ ทั้ง 2 กลุ่มนั้นได้ทำการคัดเลือกนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นคนในชุมชน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนที่ได้เข้าร่วมการประชุมในเวทีคืนข้อมูล โดยผู้เข้าร่วมการประชุมจะได้รับการติดตั้งความรู้ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารจากเดิมที่อยู่ในฐานะของผู้รับสารให้ก้าวมาสู่ฐานะของผู้ส่งสารในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ และส่วนการคัดเลือกแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จะเป็นผู้อยู่ดูแลฐานข้อมูลในรูปของสื่อแผนที่

ได้ทำการค้นหาตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีทั้งคนในชุมชนและผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ อย่างไรก็ดี แกนน่านักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางส่วนควรเป็นผู้ที่มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบเรื่องฐานข้อมูลในการงานประจำ จึงได้มีการพิจารณาคัดเลือกแกน่านักสื่อสารที่มีคุณสมบัติดังกล่าวมาเข้าร่วมเพิ่มเติมในขั้นตอนของการพัฒนานักสื่อสารฯ นั้น ทั้งนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและแกน่านักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นต่างก็ได้รับการติดตั้งชุดความรู้ที่เหมือนกันในเวทีคืนข้อมูลงานวิจัย ได้แก่ ความรู้เรื่องฐานข้อมูล และความรู้เรื่องการสื่อสารและสื่อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาแนวทางการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนซึ่งเป็นการสื่อสารภายนอก และแนวทางในการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนซึ่งเป็นการสื่อสารภายใน โดยยกตัวอย่างกรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา จากนั้นเป็นขั้นตอนของการฝึกปฏิบัติ โดยการฝึกปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความทันสมัยและการวางแผนการใช้ประโยชน์ และการฝึกวิเคราะห์และวางแผนการสื่อสารและสื่อทั้งการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนหรือการสื่อสารภายใน และการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนซึ่งเป็นการสื่อสารภายนอก ซึ่งภายหลังจากการจัดเวทีคืนข้อมูลแล้ว แกนน่านักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังคงต้องได้รับการเพิ่มเติมความรู้เพื่อที่จะทำหน้าที่ในการดูแลบริหารจัดการฐานข้อมูลต่อไปในอนาคต โดยการจัดการฝึกอบรมการปรับปรุงสื่อแผนที่โปรแกรม Illustrator โดยใช้ไฟล์แผนที่ฉบับจริงในการทดลองปฏิบัติ จากนั้นยังมีการเติมเต็มความรู้ด้านการผลิตสื่อให้แก่นักสื่อสารทั้งกระบวนการผลิตสื่อที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจที่จะประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ อาทิ การผลิตเว็บไซต์และภาพสำหรับการเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก และกระบวนการผลิตสื่อที่แกน่านักสื่อสารสนใจ อาทิ การจัดทำ QR code

แนวทางการดำเนินงานของงานวิจัยในการพัฒนานักสื่อสารขึ้นนี้สอดคล้องกับแนวทางในการดำเนินงานวิจัยที่มีลักษณะของการจัดการฐานข้อมูลแบบมีส่วนร่วม ในงานวิจัยเรื่อง การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเชิงพื้นที่

จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจันทิมา รัตนรัตน์ (2559) ซึ่งนอกจากในขั้นตอนการจัดทำฐานข้อมูลจากระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการลงฐานข้อมูล ร่วมประชุมในการนำเสนอผลการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยยังมีการจัดอบรมการจัดทำข้อมูลด้วยโปรแกรม Quantum GIS V2.0 ให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอีกด้วย

ข้อเสนอแนะต่อการนำผลการวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์

ฐานข้อมูลที่ได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและจัดทำให้ทันสมัย หากนำไปประยุกต์สู่การผลิตสื่อในรูปแบบอื่นๆ จะนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในหลากหลายมิติมากยิ่งขึ้น อาทิ

1. การจัดทำแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จังหวัดระยอง จะทำให้ฐานข้อมูลนำไปสู่การใช้ประโยชน์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้สื่อของคนในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

2. การนำฐานข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (geographic information system หรือ GIS) เพื่อนำไปสู่การจัดทำระบบฐานข้อมูลของพื้นที่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้เพื่อการวางแผนชุมชนในมิติอื่นๆ ต่อไป

3. การนำฐานข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการระบุพิกัดสถานที่สำคัญใน Google map เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงสาธารณะมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกพัชร วงศ์อินทร์อยู่ และคณะ (2557), "การสร้างระบบฐานข้อมูลห่วงโซ่อุปทานปลาสดยางามเพื่อการส่งออก", *วารสารวิทยาการจัดการ*, 1 (1): 54-66.
- กาญจนา แก้วเทพ (2559), *การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร: ชุดโครงการการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และศูนย์สหวิทยาการชุมชนศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จันทิมา รัตนรัตน์ (2559), *การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเชิงพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

- ณรงค์ พลธิราช (2556), "ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดชลบุรี", *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร*, 36 (2): 235-248.
- พัชรินทร์ เสริมการดี และธีระ สุภเพียร (2558), "เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน: สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง", เอกสารประกอบการประชุมภาคใญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 เมื่อ 26 มิถุนายน 2558 ณ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- โสภาวดี โชติกลาง และคณะ (2558), "เว็บแมพเซอร์วิสสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก: ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด", *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 10 (1): 54-64.
- อันวิดา ปัฐมนานท์ และคณะ (2553), *โครงการการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เอกชัย กกแก้ว และคณะ (2559), "เว็บแอปพลิเคชันเพื่อบูรณาการข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์", การประชุมวิชาการเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศแห่งชาติประจำปี 2559 เมื่อ 3-5 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร.

เนื้อหารายการในโทรทัศน์ดิจิทัลที่ถูกเลือกรับชม ภายใต้บริบทที่สื่อมีการผลิตเปลี่ยนแปลงแพลตฟอร์ม (Platform)¹

พรรษา รอดอาตม์²

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการนำเสนอให้เห็นว่า เนื้อหารายการที่ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างจาก 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง กรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก จำนวน 5,180 คน ได้นำมาวิเคราะห์การเลือกรับชมตาม structural approach ว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกรับชมเนื้อหาตามโครงสร้างสังคม (social structure) โครงสร้างสื่อ (media structure) และระบบสื่อ (media system) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับชมเนื้อหารายการต่างๆ ทั้งจากช่องทางที่เป็นสื่อโทรทัศน์เดิม หรือจากอุปกรณ์อื่นๆ ที่มีระบบรองรับ สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ฯลฯ และผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันตามความสะดวกในขณะนั้น กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับชมเนื้อหารายการทุกวัน แต่เลือกรับชมวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.01-24.00 น. มากกว่าวันเสาร์และวันอาทิตย์ รับชมในขณะออกอากาศมากกว่าการรับชมย้อนหลัง กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเลือกรับชมเนื้อหารายการประเภทข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด เนื้อหารายการที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชื่นชอบ ไม่ต้องการรับชม คือ การถ่ายทอด

¹ แพลตฟอร์ม (platform) สำหรับผู้วิจัยมีความหมายเช่นเดียวกับช่องทาง (channel) การเผยแพร่เนื้อหา รายการที่นำเสนอจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งในปัจจุบันผู้รับชมมีพฤติกรรมการเลือกรับชมเนื้อหา รายการจากช่องทางเดิมและช่องทางใหม่ๆ ตามความสะดวก.

² อาจารย์ ดร. ประจักษ์ภูมิวิชาชีพสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

³ ในบทความนี้ ผู้เขียนเลือกใช้คำว่า "โทรทัศน์ดิจิทัล" ตามรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง "การศึกษาวิจัย เพื่อประเมินคุณภาพเนื้อหาการภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล".

การแสดงคอนเสิร์ต สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบมากที่สุด คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 HD (ช่อง 33) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างแต่ละภาคให้ความสนใจและเลือกรับชมเนื้อหารายการต่างๆ สอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจ บริบททางสังคม และวัฒนธรรมตามแนวคิดการใช้และความพึงพอใจ (uses and gratifications)

Abstract

This article aims to present the program content distributed across digital television. The total of 5,180 questionnaires was collected in 5 regions of Thailand (central region, Bangkok and its suburbs, North, South, North East and East). The data was analyzed utilizing structural approach. The samples exposed to media content according to the social structure, media structure and media system. The result exhibited that the samples exposed to traditional and online media. They viewed the content of broadcast everyday. Their favorite types of programs were news and current affairs whereas live concert was disliked by most of the viewers. Channel 3 HD (33 channel) was the most preferred channel. To sum up, the viewers from different part of Thailand were selective in programs' content according to their needs, attentions, social and cultural context which could be explained by applying uses and gratifications approach.

คำสำคัญ: เนื้อหารายการ การเปิดรับสื่อ โครงสร้างสังคม โครงสร้างสื่อ บริบททางสังคม

ที่มาของการศึกษา

โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลด้านการให้บริการทางธุรกิจในประเทศไทยได้เริ่มทดลองการออกอากาศมาตั้งแต่ปี 2557 ในหมวดความคมชัดปกติ และความคมชัดสูง แยกเป็น 3 ลักษณะการให้บริการ คือ รายการเด็กและเยาวชน (ความคมชัดปกติ) รายการข่าวสารและสารประโยชน์ (ความคมชัดปกติ) และรายการทั่วไป (ความคมชัดปกติ และความคมชัดสูง) สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่ให้บริการแพร่ภาพออกอากาศขณะนี้ (2561) มีจำนวน 22 ช่องจากเดิมในช่วงแรกที่ให้บริการ 24 ช่อง อย่างไรก็ตาม แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) ในยุทธศาสตร์ที่ 5 กำหนดให้มีการประเมินคุณภาพรายการและการสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและศีลธรรมอันของประชาชน เพื่อให้สอดคล้องและสนองต่อเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติดังกล่าว ทั้งด้านการป้องกัน ส่งเสริม สนับสนุน ลงโทษ และกระตุ้นจิตสำนึกผู้ประกอบการ พร้อมทั้งให้ความรู้ ความเข้าใจและปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ถูกต้องแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยผ่านกระบวนการประเมินผลจากประชาชนผู้รับชม (พรชฯ รอดอาตม์ และคณะ, 2561: 2) จึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยที่ต้องการประเมินเนื้อหารายการที่เผยแพร่ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จากการสอบถามผู้รับชมทั่วประเทศ เพื่อค้นหาเนื้อหารายการที่สมควรจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่อไป และนำไปสู่การพัฒนาการผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพเป็นประโยชน์ต่อผู้รับชม

อย่างไรก็ตาม บทความนี้ได้นำเสนอส่วนมาจากการศึกษาวิจัยเพื่อการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

สำหรับวัตถุประสงค์ในการนำเสนอบทความครั้งนี้ ผู้เขียนต้องการนำเสนอทิศทางการเลือกรับชมเนื้อหารายการของผู้รับสารใน 5 ภาคของประเทศไทย ที่ทำให้เห็นแนวโน้มการเปิดรับชมเนื้อหารายการจากช่องสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลในปัจจุบัน

แนวคิดในการวิเคราะห์

จากวัตถุประสงค์ที่กล่าวไปข้างต้น บทความนี้เป็นความพยายามในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ผ่าน structural approach ที่จะครอบคลุมมาถึงทฤษฎี uses and gratifications ในบางประเด็น ท่ามกลางสถานการณ์ที่ผู้รับชม/ผู้บริโภคสื่อมีทางเลือกในการเปิดรับชมเนื้อหารายการจากช่องทางอื่นๆ ได้อย่างหลากหลายและเป็นอิสระจากผังรายการที่ถูกกำหนดมาจากช่องทางการรับชมปกติ

McQuail (2005: 421) และ Weibull (1985: 123-147) อธิบาย structural approach ด้านการใช้สื่อของผู้รับสารว่า จะถูกกำหนดมาจากองค์ประกอบที่มาจากโครงสร้างสังคม (social structure) และโครงสร้างสื่อ (media structure)

โครงสร้างสังคม (social structure) ได้แก่ ข้อเท็จจริงทางสังคมของผู้รับสาร เช่น การศึกษา รายได้ เพศ สถานที่พักอาศัย ตำแหน่งที่ตนเองรับผิดชอบ ฯลฯ ที่ไปมีส่วนในการกำหนดมุมมองในการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมทางสังคมที่พวกเขาจะแสดงออกมา เช่น ชาวท้องถิ่นจะได้รับความสนใจจากผู้รับชม/ฟังจากคนในพื้นที่ ซึ่งเนื้อหาสื่อที่ถูกเผยแพร่บางชิ้น อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากผู้รับชม/ฟังในพื้นที่นี้เลยก็ได้หากไม่ตรงกับพื้นฐานทางสังคมของพวกเขา

โครงสร้างสื่อ (media structure) มีความเกี่ยวข้องกับการจัดเรียงช่องการนำเสนอเนื้อหาที่แน่นอน เป็นไปตามกำหนดเวลาและสถานที่ในการออกอากาศ เช่น ละครเรื่อง... ออกอากาศวัน... เวลา... ทางสถานีโทรทัศน์... ซึ่งถูกกำหนดไว้ในผังรายการ นอกจากนี้ โครงสร้างสื่อมีบทบาทแสดงให้เห็นว่า อาจจะมีความสัมพันธ์กับผู้รับสารในด้านความต้องการ ความสนใจที่เป็นไปตามสถานการณ์ทางสังคม ปัจจัยเหล่านี้ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์การศึกษาแนวคิดการใช้และความพึงพอใจ (uses and gratifications) ตามแนวทางเดิม ทำให้พอสรุปได้ว่า ความต้องการ (needs) ของแต่ละบุคคลเป็นปัจจัยที่ทำให้เขาเลือกเปิดรับเนื้อหาจากสื่อต่างๆ

ระบบสื่อ (media system) คือ การตอบสนองต่อความกดดัน และการตอบรับของผู้รับชมรายการที่จะรักษาความมั่นคงในการควบคุมตนเองให้เกิดความสมดุลระหว่างการผลิตรายการและความต้องการของผู้รับชมรายการ ระบบสื่อจะมีทั้งรับแรงกดดัน รับฟังความคิดเห็นจากผู้ชมที่จะช่วยทำให้สื่อยังคงสามารถดำรงอยู่ได้ เช่น หากเนื้อหารายการประเภทใดได้รับความนิยมจากผู้รับชมมาก รายการที่มีเนื้อหาดังกล่าวอาจถูกผลิตออกมามากจนเกินความต้องการของผู้รับชมรายการได้

จากที่กล่าวไปข้างต้น Weibull (1985) ได้อธิบายให้เข้าใจได้ว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีรูปแบบการใช้สื่อที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ 2 ปัจจัยหลัก โดยปัจจัยแรกคือ โครงสร้างสังคมว่าผู้รับสารจะมีความเกี่ยวข้องกับสื่อที่สัมพันธ์กับความต้องการ (needs) เช่น ต้องการข้อมูลข่าวสารที่แน่นอน (เปิดรับเนื้อหาารายการข่าวสาร) ต้องการความผ่อนคลาย (เปิดรับเนื้อหาเพื่อความบันเทิง) ต้องการติดต่อกับสังคม/รับรู้เรื่องราวจากสังคมอื่นๆ (เปิดรับชมเนื้อหาารายการสารคดี) หรือมาจากความชอบส่วนบุคคล ปัจจัยประการที่สองคือ ด้านโครงสร้างของสื่อมวลชนประกอบไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (เช่น การผลิตเนื้อหาารายการที่มีความเหมาะสมไม่มีภาพ เสียง ถ้อยคำรุนแรง หยาดคาย กล่าวว่าร้ายทำให้เกิดความเสียหาย ล่วงละเมิดสิทธิ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสถานะของผู้รับชมแต่ละคนที่ทำให้มีการประเมินความรับผิดชอบของสื่อที่มีต่อสังคมแตกต่างกันไป ในส่วนนี้ การศึกษาวิจัยฯ ให้กลุ่มตัวอย่างทำการประเมินคุณภาพเนื้อหาารายการจากช่องสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบมากที่สุด แต่ผู้เขียนไม่ได้นำมาเสนอผลการวิจัยในบทความนี้)

ปัจจัยทั้ง 2 ประการ ได้นำไปสู่รูปแบบพฤติกรรมกรรมการการใช้สื่อ และทำให้เราทราบทิศทางและชุดการเลือกใช้สื่อของผู้รับชมที่จะทำให้เราได้ทราบแนวทางการใช้สื่อของพวกเขา ถือเป็นกรรวมผลที่เกิดขึ้นของเบื้องหลังจากสังคมและประสบการณ์กับสื่อที่ผ่านมา ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบ การเลือกใช้สื่อที่แน่นอน ความชอบ ความสนใจที่เฉพาะเจาะจง นิสัยการใช้ ความคาดหวังว่าสื่อประเภทใดที่จะเหมาะสมสำหรับผู้รับชมรายการแต่ละคน

การเลือกใช้สื่อและเนื้อหาที่ถูกผลิตขึ้นมา จะมาจากอิทธิพล 3 ด้าน คือ

- รายการที่ถูกผลิตออกอากาศในแต่ละวัน และเนื้อหารายการมีความสอดคล้องวิถีชีวิตของกลุ่มผู้รับสาร

- สถานการณ์ ณ เวลาในขณะนั้น เช่น เวลาว่าง ความตั้งใจในการรับชม การจัดกิจกรรมที่จะทำ (เป็นไปตามสถานการณ์ของคนแต่ละคน) เช่น สามารถเปิดรับชมเนื้อหารายการต่างๆ ในหลังเลิกงานหรือเลิกเรียน

- บริบททางสังคม (social context) มีผลต่อการเลือกและใช้สื่อ เช่น อิทธิพลจากเพื่อน ครอบครัวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน มีทั้งที่เป็นไปตามที่คาดการณ์ได้ (เขาควรจะเปิดรับชมเนื้อหารายการนี้ เพราะมีดาราที่มีชื่อเสียงมาร่วมดำเนินรายการ) และคาดการณ์ไม่ได้ (ไม่น่าเชื่อว่ากลุ่มนี้จะเปิดรับชมเนื้อหารายการประเภทนี้ เช่น เนื้อหารายการสำหรับเด็กที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมในวงกว้าง โดยไม่คาดคิดมาก่อน)

Weibull ได้ทดสอบสิ่งที่เขาสงสัย ทำให้เขาได้ข้อค้นพบว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีแรงจูงใจอย่างมากที่ต้องการได้รับความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อ เช่น แรงจูงใจเปิดอ่านข่าวกีฬา อาจจะไม่ได้รับผลจากโครงสร้างสื่อ แต่เขาจะได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาสื่อ หรือการประกอบกันเป็นเนื้อหา (content composition) ทำให้เขาสนใจ เช่น ข่าวของนักกีฬาไทยที่ได้รับเหรียญทองโอลิมปิก Weibull พิจารณาว่า ผู้รับสารมีอิสระที่จะเบี่ยงเบนออกไปจากรูปแบบปกติทั่วไปได้ เช่น ผู้หญิงให้ความสนใจรับชมกีฬาฟุตบอลในวันนี้มากเป็นพิเศษเพราะเป็นการแข่งขันครั้งสำคัญระดับประเทศ

จากที่อธิบายไปก่อนหน้านี้ ในมุมมองของ Weibull พิจารณาว่า โครงสร้างสังคม โครงสร้างสื่อก็อาจจะไม่สามารถตอบคำถามรูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร/ผู้รับชมได้อย่างชัดเจน เพราะมาจากพื้นฐานของคนแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน จึงควรหันมาพิจารณาด้านโครงสร้างสื่อ (media structure) และผู้รับสารแต่ละคน ซึ่งจะสะท้อนให้ทราบข้อเท็จจริงด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สภาพทางภูมิศาสตร์ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับชมที่ถูกกำหนดโดยปัจจัยภูมิหลังจากสังคม เช่น เนื้อหารายการละครจากต่างประเทศ ผู้รับชมบางส่วน

อาจจะไม่ค่อยให้ความสนใจ เพราะไม่เข้าใจบริบททางวัฒนธรรมที่ปรากฏ
ในเนื้อหาละคร เนื้อหาการเล่าเรื่องไม่ใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของผู้รับชม ใน
ขณะที่ผู้รับชมบางกลุ่มที่อาจจะเคยใช้ชีวิตต่างประเทศหรือเดินทางไปต่างประเทศ
มาบ้าง จะมีความสามารถในการทำความเข้าใจบริบทที่เกิดขึ้นภายในละครนั้นได้
เมื่อรับชมแล้ว ทำให้นึกถึงสถานที่ เรื่องราวที่ตนเองเคยมีประสบการณ์ตรงที่ผ่านมา
และละครเรื่องดังกล่าวออกอากาศในช่วงเวลา que ผู้รับชมกลุ่มนี้สามารถรับชม
ได้หรือมีช่องทางการรับชมย้อนหลังได้ไม่ยากนัก

การวิจัยที่นำแนวคิดการใช้และความพึงพอใจ (uses and gratifications)
มาศึกษา ได้รับการพัฒนามาจากแนวคิดด้านจิตวิทยาและจิตวิทยาทางสังคม
โดยมีข้อสมมติฐานตั้งใจที่จะค้นหว่า บุคลิกลักษณะของผู้ใช้สื่อ ทำให้เขามีการ
บริโภคสื่อ มีการวิพากษ์วิจารณ์ว่าสื่อและเนื้อหาสื่อ โดยอาจจะอ้างอิงมาจาก
ภูมิหลังของผู้ใช้สื่อ ที่นำไปสู่การเลือกเปิดรับสื่อและเนื้อหา และมักจะตั้งคำถาม
เกี่ยวกับ “การใช้สื่อทั่วไป” ว่ามีการใช้สื่อหรือเนื้อหาอย่างไร คำถามที่พบหากเกี่ยวกับ
รายการโทรทัศน์ คือ รายการที่รับชมบ่อยๆ หรือสื่อประเภทใดที่เปิดรับ/เข้าถึง
เป็นประจำ ซึ่งคำตอบเหล่านี้แสดงให้เห็นความโน้มเอียงมากกว่าจะทำให้ทราบว่
ผู้รับสารเขาทำอะไรกับเนื้อหารายการเหล่านั้นอย่างแท้จริง

Weibull ได้ย่อนรอยอธิบายงานวิจัยที่ได้เคยใช้แนวคิดการใช้และความ
พึงพอใจว่าพื้นฐานแนวคิดดังกล่าวให้ความสำคัญกับความต้องการ (needs) และ
ความสนใจของแต่ละบุคคลในแนวทางที่จะทำความเข้าใจการใช้สื่อ คำถามหลัก
ของนักวิจัยแนวคิดการใช้และความพึงพอใจกลายเป็นการรวมตัวของคุณลักษณะ
ต่างๆ อาจจะทำให้สื่อไม่มากนักน้อยที่จะตอบสนองความพึงพอใจให้กับผู้รับชม
ที่จะมีความแตกต่างกันไป เช่น กลุ่มตัวอย่างแต่ละภาคมีความพึงพอใจ ความ
ต้องการเนื้อหารายการที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต ความชอบแตกต่างกัน
ที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อว่าสื่อประเภทใดที่จะมีเนื้อหาที่สามารถตอบสนองพวกเขา
ที่ดีที่สุด

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าสนใจอีกประการ คือ ในงานวิจัยเชิงธุรกิจได้นำ
แนวคิดเกี่ยวกับความถี่ (frequency) กล่าวคือ ความบ่อยครั้งในการทำสิ่งใด

สิ่งหนึ่งเป็นประจำ (usually) และแนวทาง recency เกี่ยวข้องกับการที่ผู้รับสารแต่ละคนทำอะไรในเวลาใดเวลาหนึ่ง ถ้าหากเรานำทั้งสองแนวทางข้างต้นมาใช้น่าจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์การใช้สื่อที่มีความแตกต่างกันระหว่างนิสัยการใช้สื่อ (media habit) และการเปิดรับสื่อ (media exposure)

ทั้งนี้ นิสัยการใช้สื่อ (media habit) คือ ผู้รับสารแต่ละคนมีความโน้มเอียงที่จะเลือกสื่อใดสื่อหนึ่งหรือเนื้อหาที่แน่นอน ด้านการเปิดรับสื่อ (media exposure) คือ สื่อหรือเนื้อหาที่เลือกเปิดรับภายในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ผู้รับชมภาคเหนือสนใจเปิดรับชมเนื้อหารายการบันเทิงผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ ในช่วงเวลาหลัง 20.00 น. ซึ่งมีลักษณะเป็นเช่นนี้อยู่เสมอในการเปิดรับชมเนื้อหารายการในวันจันทร์-วันศุกร์

Katz et al. (1974: 21) ได้กล่าวถึง active audience ว่ามีเป้าหมาย (goal-directed) เป็นจุดแรกเริ่มในการเริ่มใช้สื่อ เช่น เปิดรับชมเนื้อหารายการข่าวจากช่องสถานีโทรทัศน์ด้านข่าวโดยเฉพาะ คณะวิจัย Katz ได้คาดการณ์ว่าสื่อในบริบทนี้มีการแข่งขันในด้านการตอบสนองความต้องการที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจกับแหล่งสารต่างๆ ตามความต้องการ ทุกสื่อมีการนำเสนอเนื้อหาที่ผสมผสานไม่เหมือนใคร (a unique combination) ภายใต้เกณฑ์ 3 ประการ ได้แก่ คุณลักษณะของเนื้อหา เช่น ข่าวสาร/สถานการณ์ปัจจุบัน ละคร ตลก เกมโชว์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 HD (ช่อง 33) อาจมีความแตกต่างจากช่องเวิร์คพอยท์ทีวี (ช่อง 23) คุณลักษณะของชนิด/ประเภทของสื่อ เช่น เปิดรับชมผ่านสื่อออนไลน์และสื่อโทรทัศน์ปกติตามความสะดวกในแต่ละช่วงเวลา หรือเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์บ่อยครั้ง/มากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ และ สถานการณ์ในการเปิดรับสื่อแต่ละครั้ง เช่น มีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น จึงต้องการติดตามเหตุการณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อนำมาวางแผนการดำเนินชีวิต เพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ถูกต้องประกอบการตัดสินใจ หรือต้องการความชัดเจนว่าควรจะต้องทำอย่างไรจึงจะถูกต้อง ได้แก่ ผนตกทำให้มีน้ำท่วมขัง การจราจรติดขัดในถนนบางสาย

ข้อวิพากษ์ในงานวิจัยการใช้และความพึงพอใจ (uses and gratifications) ในช่วงแรกๆ ได้ระบุว่า การผลิตตัวแปรในแนวทางที่มีความแตกต่างกันจาก

งานวิจัยด้านจิตวิทยาและจิตวิทยาสังคมที่ยังขาดมุมมองด้านการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนหรือสื่อใหม่อื่นๆ ตามแนวทางจิตวิทยาและจิตวิทยาสังคมไม่ได้ความสนใจตัวแปรด้านนักการสื่อสารและสื่อ ทำให้การใช้สื่อไม่ได้ถูกทำให้มีความน่าสนใจมากนัก

ต่อมางานของ Katz et al. (1973 cited in Weibull, 1985: 125) ได้นำแนวคิดความพึงพอใจ (gratifications) ที่มาจากโครงสร้างสื่อ (media structure) เปรียบเทียบกับแหล่งอื่นๆ นำไปสู่คำถาม คือ อะไรที่ทำให้แต่ละคนเลือกเปิดรับสื่อนี้ และเขามีความต้องการ (needs) อะไร ผลที่ได้รับจะนำไปสู่การขยายการอธิบายความพึงพอใจจากการเลือกใช้สื่อ ซึ่งที่ผ่านมาพบว่า งานวิจัยจะนำเสนอการอธิบายแบบอย่างการใช้สื่อมากกว่า ดังนั้น แนวคิดการใช้และความพึงพอใจมีความเกี่ยวพันสัมพันธ์ระหว่างความต้องการส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้สื่อ

ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างสื่อและการใช้สื่อแต่ละคนเกี่ยวข้องกับ การที่มีสื่อพร้อมใช้ (availability) และการเข้าถึง (accessibility) สื่อของผู้รับสาร เช่น ช่องทางที่ผู้รับสารเลือกเข้าถึงและมีเนื้อหารายการที่พวกเขาต้องการ/ชื่นชอบที่จะเปิดรับ ทั้งนี้ ผู้รับสารจะมีทางเลือก 2 ทาง คือ ทางเลือกกว่าจะเปิดรับสื่อจากแหล่ง-สถานีโทรทัศน์ใด (exposure) และการเลือกเปิดรับเนื้อหา/เนื้อหาที่จะถูกเลือกใช้/เปิดรับ (contact) โดยที่ Weibull อธิบายว่า ทั้งสองปัจจัยต้องนำมาพิจารณาร่วมกัน เช่น เลือกเปิดรับช่องสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องนี้เพราะมีเนื้อหารายการที่ต้องการรับชม อย่างไรก็ตาม สื่อที่ถูกเลือกเปิดรับและใช้ นำไปสู่ความพึงพอใจภายใต้หน้าที่ที่แตกต่างกันไป เช่น กลุ่มตัวอย่างภาคใต้พึงพอใจเปิดรับชมเนื้อหารายการข่าวมากกว่าเนื้อหารายการตลก และช่องสถานีโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับความต้องการ คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 HD (ช่อง 33)

ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมเลือกเปิดรับสื่อ ได้แก่ การบริโภคสื่อ คือ ขอบเขตการใช้สื่อ ความชอบในการสื่อ อาทิ สื่อใดที่ผู้รับสารเปิดรับเป็นหลัก หรือสื่อใดที่ผู้รับมีความมั่นใจในการเปิดรับมากที่สุด ปริมาณการใช้สื่อ-ใช้ไปมากน้อยเพียงใด และการใช้สื่อ อาทิ ผู้ใช้มีการผสมผสานเนื้อหาสื่อแต่ละชนิดให้มีความหลากหลายอย่างไร เช่น เปิดรับชมเนื้อหารายการข่าว ปิดท้ายรายการด้วย

เนื้อหาบันทึก หรือจบบรรายการแล้วด้วยรายการเพิ่มพูนความรู้ หรือเนื้อหา รายการประเภทอื่นๆ ที่สถานีโทรทัศน์ที่เปิดรับชมเป็นประจำมีความเป็นวไรตี้ ด้านเนื้อหารายการ หรือขึ้นชอบรับชมภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นพิเศษ เลือก เปิดรับชมจากสถานีโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเนื้อหาโดยเฉพาะ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 7 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ ตอนที่ 3 ข้อมูลการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบ ดิจิตอล ตอนที่ 4 การเปิดรับชมเนื้อหารายการทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบ ดิจิตอล ตอนที่ 5 ความชื่นชอบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ระบบดิจิตอล ตอนที่ 6 การประเมินเนื้อหารายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบ ดิจิตอลตามที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบมากที่สุด และตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะ อย่างไรก็ตาม บทความชิ้นนี้ ผู้เขียนได้นำข้อมูลเฉพาะตอนที่ 1-5 มานำเสนอ เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ในเบื้องต้นเมื่อจัดทำแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว คณะวิจัย ได้นำส่งชุดคำถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อสารมวลชนพิจารณา และช่วยปรับแก้ไขข้อคำถามต่างๆ ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์การศึกษา จากนั้นได้ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม ด้วยการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 ภาค จำนวนภาคละ 8 ชุด (สุ่มโดยอิงจากความสะดวกหลากหลายอาชีพ และอายุ) รวมทั้งหมด 40 ชุด ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95

สำหรับแนวทางการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 5 ภาคจริงนั้น คณะวิจัยได้นำจำนวนประชากรแต่ละภาคมาคำนวณหาสัดส่วนที่เหมาะสมกับ จำนวนแบบสอบถามในแต่ละภาค จากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลัก ความน่าจะเป็น ด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยอิงความสะดวก (convenience sampling) หรือการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ควบคู่กับการสุ่มตัวอย่าง

สัดส่วน (quota sampling) จากการกำหนดเพศ อายุ อาชีพ ที่พักอาศัย เช่น กลุ่มตัวอย่างชาย-หญิงอย่างละเท่าๆ กัน และควรมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป⁴

แบบสอบถามได้รับกลับมาจำนวน 5,180 ชุดใน 5 ภูมิภาค ได้แก่ (1) ภาคกลาง กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 1,798 ชุด (2) ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ จำนวน 1,788 ชุด (3) ภาคใต้ จำนวน 701 ชุด (4) ภาคเหนือ จำนวน 503 ชุด และ (5) ภาคตะวันออก จำนวน 395 ชุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยผู้เขียนขอเสนอเป็น 2 ส่วน คือ ผลการเก็บข้อมูลการเลือกเปิดรับเนื้อหารายการต่างๆ ในระดับประเทศ 5 ภาครวมกัน และผลการเก็บข้อมูลแยกแต่ละภาค ซึ่งจะมีรายละเอียดที่น่าสนใจบางประการแตกต่างกัน

สำหรับผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์หรือโครงสร้างสังคม (social structure) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย ร้อยละ 56.22 และ 41.70 ตามลำดับ อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21-25 ปี ร้อยละ 17.84 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 33.94 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง (ร้อยละ 19.15) มีรายได้ คือ ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 32.93

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรม的开รับสื่อ (media exposure) และนิสัยการใช้สื่อ (media habit) ของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 33.89 อันดับสอง คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ร้อยละ 28.64 อันดับสาม คือ เปิดรับผ่านสื่อใหม่ คือ เว็บไซต์ ร้อยละ 13.24 สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุด คือ สื่อนิตยสาร ร้อยละ 5.17 ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ความนิยมของสื่อนิตยสารค่อยๆ ลดลง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในภาพรวมกลุ่ม

⁴ การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากกำลังหรืออยู่ระหว่างการศึกาในระดับปริญญาตรี ที่มีประสบการณ์และวุฒิภาวะที่เหมาะสมจะเป็นกลุ่มตัวอย่างได้ และต้องการรับทราบความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในด้านความสนใจเนื้อหารายการจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล.

ตัวอย่างทั่วประเทศ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใหม่ (เว็บไซต์) และสื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม) รวมกันร้อยละ 41.88 มากกว่าการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่ถูกเปิดรับชม ร้อยละ 33.89

กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเปิดรับชมเนื้อหาด้านข่าวสาร และสาระมากที่สุด ร้อยละ 15.7 รองลงมา คือ ความบันเทิง ร้อยละ 13.32 อันดับสามคือ ความรู้/สารคดี ร้อยละ 8.04 เนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมน้อยที่สุด คือ สัมภาษณ์/ตอบคำถาม ร้อยละ 1.35

เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาด้านข่าวสาร และสาระ คือ เนื้อหาด้านการวิเคราะห์ข่าว/สถานการณ์ ข่าวสารทั่วไป/เหตุการณ์ประจำวัน สังคม/เศรษฐกิจ/การตลาด กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรวมกัน ร้อยละ 27.97 อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนได้พิจารณาเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ได้แก่ การ์ตูน ความรู้/สารคดี เด็ก/เยาวชน/ครอบครัว เมื่อพิจารณาร่วมกันแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับชม ร้อยละ 15.1 มากกว่าการเลือกเปิดรับชมเนื้อหาด้านความบันเทิง ร้อยละ 13.32 จากผลดังกล่าวน่าจะทำให้มองเห็นโอกาสหรือช่องทางในการผลิตเนื้อหารายการที่นอกเหนือจากความบันเทิงได้ หรือเป็นทิศทางการผสมผสานลักษณะเนื้อหารายการที่น่าสนใจได้ต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ ผู้เขียนได้นำผลการวิจัยจากโครงการวิจัยการประเมินประสิทธิภาพ และผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (2557) (โครงการได้รับทุนสนับสนุนจาก กสทช.) มาพิจารณาประกอบกัน ผู้เขียนพบว่างานศึกษาในปี 2557 กลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 5,197 คน) ให้ความสนใจเนื้อหารายการด้านข่าว ร้อยละ 38.7 บันเทิง ร้อยละ 37.7 สารคดี ร้อยละ 5.6 กีฬา ร้อยละ 4.2 และความรู้ ร้อยละ 3 ซึ่งมีความใกล้เคียงกับผลการวิจัยในปี 2561 นี้ แสดงให้เห็นว่า ทิศทางการรับชมของกลุ่มตัวอย่างยังคงให้ความสนใจเนื้อหารายการข่าวเช่นเดิม

นอกจากนี้ จากโครงการวิจัยปี 2557 ข้างต้น ผู้เขียนได้นำผลการวิจัยด้านวัตถุประสงค์การเปิดรับชมพบว่าในปี 2557 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมสื่อเพื่อ

ทันต่อเหตุการณ์ ร้อยละ 56.8 อันดับสองเพื่อความบันเทิง ร้อยละ 21.2 และอันดับสาม คือ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ร้อยละ 4.6 เมื่อพิจารณาพร้อมกับผลการศึกษาในปี 2561 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างยังคงให้ความสนใจกับเนื้อหารายการที่ทันต่อเหตุการณ์ เช่น เนื้อหารายการข่าวสาร/สถานการณ์ปัจจุบัน หรือเนื้อหารายการที่ใกล้เคียงกัน แต่ช่วยทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบเรื่องราวที่เป็นปัจจุบัน หรือประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจในขณะนั้น

ความถี่ (frequency) ในการเปิดรับสื่อต่อสัปดาห์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เปิดรับสื่อทุกวัน ร้อยละ 73.50 ช่วงเวลา (recency) ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อมากที่สุด คือ เวลา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 49.40 อันดับสอง คือ เวลา 06.00-12.00 น. ร้อยละ 23.52 ทั้งนี้ การเปิดรับสื่อทุกวัน กลุ่มตัวอย่างอาจจะมีพฤติกรรมการเปิดที่หลากหลายช่องทางตามสะดวก

คณะวิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้าน “การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอล” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมจากหลากหลายช่องทางที่แต่ละสถานี ได้จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับชมสามารถเข้าถึงได้ทั้งช่องทางปกติ คือ จากการรับผ่านเครื่องรับโทรทัศน์และอุปกรณ์สื่อสารรูปแบบอื่นๆ ที่มีระบบรองรับการรับชม ทั้งนี้ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับชมรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอลผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ (smart phone) มากที่สุด ร้อยละ 26.23 อันดับสอง คือ กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอล (set top box ใช้คูโปงแลกมา/ซื้อ) ร้อยละ 14.82 และอันดับสาม คือ กล่องรับสัญญาณจากจานดาวเทียมระบบ KU-Band ร้อยละ 11.26

เมื่อพิจารณาการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ฯ ผ่านสื่อเดิมหรือช่องทางเดิม ได้แก่ กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอล (set top box ใช้คูโปงแลกมา/ซื้อ) กล่องรับสัญญาณจากจานดาวเทียม (ระบบ KU-Band) กล่องรับสัญญาณจากจานดาวเทียมขนาดใหญ่ (จานดำระบบ C-Band) และระบบโทรทัศน์ทางสายหรือเคเบิลทีวี (ทรู วิชั่นส์ หรือเคเบิลท้องถิ่น) พบว่ามีจำนวน “น้อยกว่า” ที่ร้อยละ 43.26 เมื่อเปรียบเทียบกับ การเปิดรับชมผ่าน

อุปกรณ์อื่นๆ ได้แก่ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ/โน้ตบุ๊ก
สื่อใหม่ ได้แก่ ระบบเว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์ เว็บไซต์ของผู้ให้บริการอื่นๆ
(ไม่ใช่ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล) แอปพลิเคชันของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล และ
แอปพลิเคชันไลน์ทีวี รวมแล้ว “มากกว่า” ที่ร้อยละ 56.45 หมายความว่า ปัจจุบัน
กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับเปิดรับชมเนื้อหารายการต่างๆ ทั้งแบบใหม่และ
เดิมที่มีแนวโน้มไปที่ช่องทางใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ ผ่านช่องทางต่างๆ
ในขณะที่รายการกำลังออกอากาศหรือ “ดูสด” ร้อยละ 61.88 มากกว่าการเปิด
รับชมย้อนหลัง ร้อยละ 38.11 และเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ ทุกวันเช่นเดียว
กับการเปิดรับสื่ออื่นๆ ร้อยละ 61.50 เมื่อเปรียบเทียบการเลือกวันที่เปิดรับชม
รายการโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศเปิดรับชมวันจันทร์-วันศุกร์
ร้อยละ 53.76 มากกว่าวันเสาร์และวันอาทิตย์ ร้อยละ 44.45 โดยกลุ่มตัวอย่าง
เลือกเปิดรับชมในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. เช่นเดียวกันทั้งวันธรรมดาและ
วันหยุดราชการ

เนื้อหารายการที่กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศให้ความชื่นชอบมากที่สุด คือ
เนื้อหาด้านหมวดหมู่ข่าวสารและสาระด้านรายการข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน
ร้อยละ 11.34 เท่ากับความชื่นชอบเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน
ครอบครัว รวมกับรายการเพื่อพัฒนาตนเอง เพิ่มพูนความรู้ และรายการตอบ
คำถามให้ความรู้ รองลงมา คือ รายการละคร/ซีทีคอม/ซีรีส์ในประเทศ ร้อยละ
9.89 อันดับสาม คือ รายการเกมโชว์สนุกสนาน ร้อยละ 7.89 ส่วนรายการ
เล่าข่าว/วิเคราะห์ข่าว กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบอันดับที่ 5 ร้อยละ 6.64 เมื่อ
สอบถามด้านรายการที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบน้อยที่สุด คือ รายการพิเศษ
ร้อยละ 2.24

สำหรับเนื้อหารายการที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชื่นชอบ พิจารณาว่าไม่มีสาระ
ไม่มีประโยชน์ ได้แก่ รายการถ่ายทอดการแสดงคอนเสิร์ตมากที่สุด ร้อยละ
15.77 รองลงมา คือ รายการประกวด/แข่งขัน ร้อยละ 13.27

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอลในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูงที่ให้ความชื่นชอบพบว่าช่อง 3 HD ได้รับความชื่นชอบมากที่สุด ร้อยละ 35.02 รองลงมา คือ ช่อง 7 ร้อยละ 22.92 อันดับสามคือ ช่องวัน (One) ร้อยละ 12.70

หมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดปกติที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบมากที่สุดคือ ช่องเวิร์คพอยท์ ทีวี ร้อยละ 43.59 รองลงมา คือ ช่อง 3 SD (ช่อง 28) ร้อยละ 13.3 และพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่ง (ร้อยละ 10.04) ไม่เคยรับชมช่องต่างๆ ในหมวดนี้เลย

ด้านหมวดหมู่ข่าวสารและสาระที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบมากที่สุดคือ ช่อง Nation TV ร้อยละ 13.90 อันดับสอง คือ ช่องนิวทีวี ร้อยละ 11.85 และมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยรับชมช่องเหล่านี้เลย ร้อยละ 3.99

สำหรับหมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัวเป็นช่องรายการที่กลุ่มตัวอย่าง “ไม่เคยรับชมเลย” มากที่สุดจากทุกหมวดช่องรายการ ร้อยละ 48.84 แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะเปิดรับชมและชื่นชอบเนื้อหาหรือรายการประเภทนี้ แต่อาจจะไม่เปิดรับชมรายการนี้จากช่องที่อยู่ในหมวดหมู่อื่นๆ แทน ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบช่อง 3 Family มากกว่า ร้อยละ 27.64 ช่อง MCOT Kids & Family ร้อยละ 23.51

อย่างไรก็ตาม เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอลที่ชื่นชอบมากที่สุดเพียงสถานีเดียว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศให้ความชื่นชอบช่อง 3 HD (ช่อง 33) มากที่สุด ร้อยละ 23.28 รองลงมา คือ ช่อง 7 HD (ช่อง 35) ร้อยละ 18.98 อันดับสาม คือ ช่องเวิร์คพอยท์ ทีวี ร้อยละ 16.54 ส่วนสถานีโทรทัศน์ฯ ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบน้อยที่สุดคือ ช่อง Bright TV ร้อยละ 0.17

ผลการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบ 5 ภาค (พิจารณาตามรายการภาค) จากแบบสอบถามตอนที่ 1-3 ไม่พบความแตกต่างจากภาพรวมของ 5 ภาคที่อธิบายไปก่อนหน้านี้ แต่ที่โดดเด่นคือ กลุ่มตัวอย่าง 5 ภูมิภาคยังคงให้ความสนใจเลือกเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยภาคใต้เป็นภาคที่กลุ่ม

ตัวอย่างเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์มากกว่าภาคอื่นๆ และมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ มากกว่าภาคอื่นๆ ด้วย ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างทุกภาคมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อผสมกันระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่มากน้อยแตกต่างกันไปตามความสนใจ ความสามารถในการเข้าถึง (เครือข่าย/ความเร็ว/ความคมชัด/ค่าบริการ) และความชื่นชอบ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสื่อที่แต่ละภาคมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับพบว่า มีความผสมผสานกันระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ (แต่กลุ่มตัวอย่างอาจเลือกเปิดรับสื่อดั้งเดิมผ่านสื่อใหม่หรือแอปพลิเคชันได้) ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ (ภาคตะวันออก) สื่อนิตยสาร (ภาคกลาง กรุงเทพฯ และปริมณฑล) สื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (ภาคใต้) สื่อวิทยุกระจายเสียง (ภาคตะวันออก เชียงเหนือ)

ส่วนภาคที่เปิดแต่ละสื่อน้อยที่สุด คือ สื่อหนังสือพิมพ์ (ภาคตะวันออก เชียงเหนือ-ชอบฟังมากกว่าอ่าน) สื่อนิตยสาร เว็บไซต์ (ภาคใต้-เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าอย่างเห็นได้ชัด) สื่อโทรทัศน์ (ภาคกลาง กรุงเทพฯ ปริมณฑล แต่ไม่ได้แตกต่างจากภาคอื่นๆ ที่มีค่าร้อยละที่มากกว่า) สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อสังคมออนไลน์ (ภาคตะวันออก-ชอบอ่านมากกว่า)

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจว่า สื่อประเภทใดที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยม หรือสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อนิตยสารที่ได้รับความนิยมน้อย พบว่า ค่าร้อยละที่ได้จากการวิเคราะห์จะมีความใกล้เคียงกันในแต่ละภาค

การศึกษานี้ได้กำหนดให้มีประเภทเนื้อหารายการจำนวน 18 ประเภท ตามตารางที่ 2 เนื้อหารายการ 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบ ไม่ชื่นชอบ เนื้อหารายการที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ และควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ พบว่า เนื้อหารายการที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 ภาคให้ความชื่นชอบในกลุ่มเนื้อหารายการด้านข่าว กีฬา และความบันเทิง เนื้อหารายการที่ไม่

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 ภูมิภาค
พฤติกรรม

พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก	ภาคกลาง กทม. ปริมณฑล	ภาคตะวันออก เฉิงเหิน	ภาคใต้
สื่อหนังสือพิมพ์	13.58	16.90	13.76	8.52	11.22
สื่อนิตยสาร	4.87	4.94	6.61	4.33	3.26
เว็บไซต์	12.79	17.66	13.04	13.86	9.65
สื่อโทรทัศน์	32.81	32.10	31.33	36.24	37.91
สื่อวิทยุกระจายเสียง	7.69	4.94	6.99	7.77	6.02
สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และอื่นๆ	28.26	23.46	28.28	29.27	31.95
รวม	100	100	100	100	100

ขึ้นชอบ ได้แก่ รายการพิเศษ บันเทิง เนื้อหารายการจากต่างประเทศ ด้านเนื้อหา
รายการที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ ได้แก่ เนื้อหารายการข่าว เล่าข่าว วิเคราะห์ข่าว
(กลุ่มตัวอย่างบางส่วนของภาคตะวันออกแสดงความคิดเห็นที่พิจารณา
ไม่ขึ้นชอบแต่เป็นเนื้อหารายการที่มีประโยชน์) และเนื้อหารายการที่ทำให้กลุ่ม
ตัวอย่างได้รับความรู้ สอดคล้องกับเนื้อหารายการที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ภาครัฐ
สนับสนุน โดยเพิ่มเนื้อหารายการด้านสุขภาพ (ภาคตะวันออกเฉิงเหิน)
และเนื้อหาเกี่ยวกับเด็ก เยาวชน และครอบครัว แม้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 ภาคอาจจะ
ให้ความชื่นชอบ/สนใจเนื้อหาต่างดังกล่าวไม่มากนัก แต่พิจารณาว่า ควรได้รับ
การส่งเสริมและมีการนำเสนอเนื้อหารายการนี้ต่อไป

ตารางที่ 3 เมื่อวิเคราะห์ด้วย availability และ accessibility แม้ว่า
ในภาพรวมทั้ง 5 ภาคขึ้นชอบเนื้อหารายการจากช่อง 3 HD (ช่อง 33) มากที่สุด

แต่จากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ตามรายการแล้วพบว่า สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลแต่ละช่องเมื่อเปรียบเทียบกับกันแล้ว บางสถานีโทรทัศน์หรือบางช่องรายการอาจจะได้รับความนิยมไม่มากนัก แต่ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนให้ความสนใจเปิดรับชมจำนวนหนึ่ง หรือได้รับความสนใจถูกเปิดรับชมมากกว่าภาคอื่นๆ

ช่อง 3 HD (ช่อง 33) ช่อง 7 HD (ช่อง 35) และช่อง MCOT Kids & Family (ช่อง 14) กลุ่มภาคใต้ชื่นชอบสถานีโทรทัศน์ทั้งสามนี้มากกว่าภาคอื่นๆ ซึ่งสองสถานีมีเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น ข่าวสาร สาระ สารประโยชน์ และความบันเทิง รวมทั้งมีการนำเสนออาหารรายการเกี่ยวกับเด็ก เยาวชน และครอบครัวสอดคล้องกับตารางที่ 2 ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบและควรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ

กลุ่มตัวอย่างภาคเหนือให้ความชื่นชอบอาหารรายการข่าวและสาระมากกว่าช่องอื่นๆ โดยให้ความชื่นชอบสถานีโทรทัศน์ช่องนี้ถึง 3 สถานี ได้แก่ ช่องสถานีโทรทัศน์ Spring News (ช่อง 19) ช่อง VOICE TV (ช่อง 21) และช่อง Nation TV (ช่อง 22) พร้อมทั้งกับสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนออาหารรายการวาไรตี้ที่มีความหลากหลาย ที่นำเสนอเนื้อหาด้านความบันเทิงและข่าวสาร ได้แก่ ช่องไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) ช่อง True 4 U (ทรูโฟร์ยู) (ช่อง 24) ช่อง GMM 25 (ช่อง 25) และช่อง Now (ช่อง 26) สอดคล้องกับตารางที่ 2 ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความชื่นชอบและต้องการให้เนื้อหาอาหารรายการเกี่ยวกับข่าวสารได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

กลุ่มตัวอย่างภาคตะวันออกให้ความชื่นชอบอาหารรายการข่าวสารและบันเทิงจากสถานีโทรทัศน์ ช่องนิวทีวี (NEW TV) (ช่อง 18) ช่องเวิร์คพอยท์ ทีวี (ช่อง 23) ช่อง One (ช่อง 31) ช่อง Amarin TV HD (ช่อง 34) จะสังเกตได้ว่าภาคตะวันออกมีแนวโน้มเปิดรับชมอาหารรายการด้านความบันเทิงสนุกสนาน สอดคล้องกับความชื่นชอบอาหารรายการในตารางที่ 2

ช่อง Bright TV (ช่อง 20) ช่อง 3 Family (ช่อง 13) และ MCOT HD (ช่อง 30) เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ในภาพรวมแล้วได้รับความชื่นชอบจากกลุ่มตัวอย่างไม่มากนัก แต่มีกลุ่มตัวอย่างภาคกลาง กรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง 5 ภาคแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

ภาค	ได้	เหนือ	ตะวันออก	กลาง	ตะวันออกเฉียงเหนือ
เนื้อหา ที่ชื่นชอบ	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน -ละคร/ sitcom/ซีรีส์ในประเทศ - กีฬา	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - ละคร/ sitcom/ซีรีส์ในประเทศ - เล่าข่าววิเคราะห์ข่าว	- ละคร/ sitcom/ซีรีส์ในประเทศ - ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เกมโชว์สนุกสนาน	- ละคร/ sitcom/ซีรีส์ในประเทศ - ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เกมโชว์สนุกสนาน	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - ละคร/ sitcom/ซีรีส์ในประเทศ - กีฬา
ไม่ชื่นชอบ	- รายการพิเศษ - ดลก/ล้อเลียน - ภาพยนตร์สารคดี	- รายการพิเศษ - ดลก/ล้อเลียน - เกมโชว์สนุกสนาน	- ถ่ายทอดการแสดงคอนเสิร์ต - เล่าข่าววิเคราะห์ข่าว - ละคร/ sitcom/ซีรีส์ต่างประเทศ	- รายการพิเศษ - ดลก/ล้อเลียน - กีฬา	- ดลก/ล้อเลียน - ละคร/ sitcom/ซีรีส์ต่างประเทศ - เกมโชว์สนุกสนานถ่ายทอดการแสดงคอนเสิร์ต
มีประโยชน์ต่อ สาธารณะ	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - ตอบคำถามให้ความรู้ - พัฒนาตนเอง - เพิ่มพูนความรู้	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เล่าข่าววิเคราะห์ข่าว - พัฒนาตนเอง - เพิ่มพูนความรู้	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เล่าข่าววิเคราะห์ข่าว - ตอบคำถามให้ความรู้	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - ตอบคำถามให้ความรู้ - เพื่อพัฒนาตนเอง - เพิ่มพูนความรู้	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เพื่อพัฒนาตนเอง - เพิ่มพูนความรู้ - เล่าข่าววิเคราะห์ข่าว
ควรได้รับการ สนับสนุน จากรัฐ	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เด็ก เยาวชน และครอบครัว - ตอบคำถามให้ความรู้	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เด็ก เยาวชน และครอบครัว - พัฒนาตนเอง - เพิ่มพูนความรู้	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เล่าข่าววิเคราะห์ข่าว - เด็ก ครอบครัวและเยาวชน	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - เด็ก เยาวชน และครอบครัว - เพื่อสุขภาพ	- ข่าว/สถานการณ์ปัจจุบัน - พัฒนาตนเอง - เล่าข่าววิเคราะห์ข่าว

*หมายเหตุ คำร้อยละเท่ากันใน 3 เนื้อหารายการนี้



ตารางที่ 3 สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่าง 5 ภาคให้ความชื่นชอบ

หมวดหมู่	ช่อง	ภาค				
		ใต้	เหนือ	ตะวันออก	กลาง กทม. ปริมณฑล	ตะวันออก เฉียงเหนือ
ความคมชัดสูง	MCOT HD (ช่อง 30)				✓	
	ช่อง One (ช่อง 31)			✓		
	ช่องไทยรัฐทีวี (ช่อง 32)		✓			
	ช่อง 3 HD (ช่อง 33)	✓				
	ช่อง 7 HD (ช่อง 35)	✓				
	ช่อง Amarin TV HD (ช่อง 34)			✓		
	ช่องพีพีทีวี (PPTV) (ช่อง 36)					✓
ความคมชัดปกติ	ช่องเวิร์คพอยท์ ทีวี (ช่อง 23)			✓		
	ช่อง True 4 U (ทรูโฟร์ยู) (ช่อง 24)		✓			
	ช่อง GMM 25 (ช่อง 25)		✓			
	ช่อง NOW (ช่อง 26)		✓			
	ช่อง 8 (ช่อง 27)					✓
ความคมชัดปกติ	ช่อง 3 SD (ช่อง 28)					✓
	ช่องโมโน ทเวนตีไนน์ (Mono 29) (ช่อง 29)					✓

ตารางที่ 3 สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่าง 5 ภาคให้ความชื่นชอบ (ต่อ)

หมวดหมู่	ช่อง	ภาค				
		ใต้	เหนือ	ตะวันออก	กลาง กทม. ปริมณฑล	ตะวันออก เฉียงเหนือ
ข่าวสาร และสาระ	ช่อง TNN 24 (ช่อง 16)					✓
	ช่องนิวทีวี (NEW TV) (ช่อง 18)			✓		
	ช่องสถานีโทรทัศน์ สปริงนิวส์ (ช่อง 19)		✓			
	ช่อง Bright TV (ช่อง 20)				✓	
	ช่อง VOICE TV (ช่อง 21)		✓			
	ช่อง Nation TV (ช่อง 22)		✓			
เด็ก เยาวชน ครอบครัว	ช่อง 3 Family (ช่อง 13)				✓	
	ช่อง MCOT Kids & Family (ช่อง 14)	✓				

หนึ่งให้ความสนใจเปิดรับชมเนื้อหารายการจากสถานีแห่งนี้ ซึ่งนำเสนอด้านข่าวความบันเทิงสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

เช่นเดียวกับช่องพีพีทีวี (PPTV) (ช่อง 36) กลุ่มตัวอย่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือชื่นชอบสถานีแห่งนี้มากกว่าภาคอื่นๆ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้ความชื่นชอบเนื้อหาการบันเทิง หรือเนื้อหาที่มีความหลากหลาย (วาไรตี้) ได้แก่ ช่อง 3 SD (ช่อง 28) ช่องโมโน ทเวนตีไนน์ (Mono 29) (ช่อง 29) ช่อง TNN 24 (ช่อง 16) และช่อง 8 (ช่อง 27)

อย่างไรก็ตาม สถานีโทรทัศน์ทั้ง 3 หมวด วิเคราะห์ตาม available และ accessibility แม้ว่ากลุ่มตัวอย่าง “ภาคใต้” ไม่เคยเปิดรับชมเลยมากกว่าทุกภาค (ผู้เขียนไม่แน่ใจว่าภาคใต้นั้น สื่อที่จะใช้มีให้อยู่แล้ว/มิให้เลือกเปิดรับ แต่กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถเข้าถึงหรือเขาไม่ต้องการเข้าถึงเนื้อหารายการจากช่องรายการดังกล่าว) กล่าวคือ ไม่เคยรับชมสถานีโทรทัศน์ในหมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว ร้อยละ 55.49 หมวดข่าวสาร สาระ ร้อยละ 48.64 หมวดความคมชัดปกติ ร้อยละ 20.54 แต่ให้ความชื่นชอบและสนใจเปิดรับชมเนื้อหาข่าวสาร ข่าวดัง และกีฬา ด้วยการเข้าถึงสื่อมวลชนแบบเดิมและสื่อสังคมออนไลน์ ในจำนวนที่มากกว่าภาคอื่นๆ ตามที่กล่าวไปข้างต้น

จะเห็นได้ว่า เมื่อพิจารณาตามรายภาคแล้วเนื้อหาต่างๆ ที่ถูกผลิตผ่านสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลได้ถูกเปิดรับชมอย่างหลากหลายและครอบคลุมเนื้อหาทุกด้าน ได้แก่ ข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบัน ข่าวดัง เนื้อหาเกี่ยวกับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งอาจจะมีรูปแบบการนำเสนอหรือผลิตที่มีความแตกต่างกันไปตามความถนัด ความเชี่ยวชาญของแต่ละสถานีโทรทัศน์

อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 ภาคมีโครงสร้างทางสังคม (social structure) ที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน อาจมีความแตกต่างทางด้านอาชีพ กล่าวคือ ภาคตะวันออกเน้นเหนือภาคกลาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน ภาคตะวันออก ภาคเหนือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/SME รายได้ 15,001-20,000 บาท/เดือน ภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท รายได้ส่วนใหญ่เท่ากับภาคตะวันออก

จากข้อมูลข้างต้น เมื่อพิจารณาพร้อมกับโครงสร้างสื่อ (media structure) กลุ่มตัวอย่าง 5 ภาคให้ความสนที่ค่อนข้างคล้ายๆ กันในด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นิสัยการใช้สื่อ และการเลือกเนื้อหา ลักษณะการรับชมในขณะที่กำลังออกอากาศ หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อเป็นไปตามที่เนื้อหารายการถูกกำหนดจัดวางในผังรายการของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลแต่ละ

ช่อง แม้ว่าจะรับชมผ่านช่องทางที่หลากหลาย ได้แก่ เครื่องรับโทรทัศน์ หรือผ่านระบบออนไลน์ต่างๆ ที่ให้บริการและกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงการใช้งานได้

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนจากการที่ผู้เขียนได้นำผลการวิจัยการประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ปี 2557 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในขณะนั้น ทำการเปิดรับเนื้อหารายการต่างๆ จากเครื่องรับจานดาวเทียมมากที่สุด ร้อยละ 45.1 อันดับสอง คือ เครื่องรับเคเบิล ร้อยละ 29.4 อันดับสาม คือ เสากังปลา ร้อยละ 10.4 อันดับสี่ คือ เครื่องรับหนวดกุ้ง ร้อยละ 6.6 และรับผ่านอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 4.4 เท่านั้น

เมื่อพิจารณาร่วมกับงานวิจัยปี 2560 ผู้เขียนได้มีโอกาสศึกษาการประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทไม่ใช้คลื่นความถี่ โดยมุ่งให้ความสนใจไปที่เคเบิลทีวีเป็นหลักพบว่า สถานการณ์ในปี 2560 ผู้ประกอบการเคเบิลทีวียอมรับว่า สื่อเคเบิลทีวีได้รับความนิยมลดลงอย่างต่อเนื่อง สมาชิกขอยกเลิก ไม่มีสมาชิกใหม่ ทำให้เคเบิลทีวีบางรายต้องปิดกิจการ/ควบรวมกิจการ เปลี่ยนสถานะจากคู่แข่งชั้นในธุรกิจเดียวกันมาเป็นพันธมิตร และได้รับทราบข้อมูลจากผู้ประกอบการเครื่องรับจานดาวเทียมที่ต้องปรับตัวโดยกันไปประกอบอาชีพอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกันมาเป็นรายได้เสริม เพื่อประคับประคองธุรกิจ จากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร และการก้าวเข้ามาของสื่อใหม่

จากผลการศึกษาในปี 2561 ล่าสุด ทำให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงและเปิดรับสื่อใหม่ๆ ที่มากขึ้น โดยใช้เวลาเพียงแค่ 2-3 ปีเท่านั้น สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วทัดเทียมกับสื่อมวลชนเดิมหรือแข่งหน้าสื่อมวลชนเดิมบางประเภทไปแล้ว ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลต้องมีการพัฒนาและปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเข้าถึงหรือบริโภคสื่อผ่านช่องทางอื่นๆ ที่หลากหลายมากขึ้น แต่ประเด็นที่น่าสนใจ คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งยังคงมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับเนื้อหารายการที่ถูกผลิตมาจากผู้ผลิตจากสถานี

โทรทัศน์ดิจิทัลร่วมด้วย จากการสอบถามการเปิดรับหรือเข้าถึงสถานีโทรทัศน์ที่อาจมีความมากมายแตกต่างกันตามความชื่นชอบของกลุ่มตัวอย่าง

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง 5 ภาคมีความต้องการเนื้อหารายการเกี่ยวกับข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบัน ควบคู่กับความบันเทิง สารความรู้ และต้องการให้มีเนื้อหารายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวซึ่งสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลได้พยายามตอบสนองด้วยการจัดเนื้อหาการนี้ ส่วนด้านเนื้อหารายการที่ไม่ต้องการที่แสดงความคิดเห็นที่ไม่ชื่นชอบ คือ เนื้อหารายการที่มุ่งเน้นความบันเทิงที่ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างอาจพิจารณาว่าไม่ค่อยมีสาระ หรือรับชมแล้วอาจจะไม่ได้ประโยชน์มากนัก หรือเนื้อหารายการที่มีบริบทและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากที่กลุ่มตัวอย่างมีความคุ้นเคย เช่น กลุ่มตัวอย่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ไม่ชื่นชอบเนื้อหารายการที่มาจากต่างประเทศ รวมไปถึงเนื้อหารายการที่อาจจะเข้ามาแทรกแซงการรับชมปกติของกลุ่มตัวอย่าง เช่น รายการพิเศษ หรือเนื้อหารายการที่มีลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างต้องรับชมไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เนื่องจากทุกสถานีโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาการนี้เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ หากวิเคราะห์ในการศึกษารั้งนี้เกี่ยวกับระบบสื่อ (media system) พบว่า กลุ่มตัวอย่างภาคใต้ แม้ว่าจะไม่เคยเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 3 หมวดมากที่สุด แต่เมื่อวิเคราะห์ในด้านอื่นๆ ประกอบกันแล้ว ทำให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างภาคใต้ให้ความสนใจเปิดรับชมเนื้อหาการข่าวสถานการณ์ปัจจุบันจากสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับคามนิยมอย่างมาก ได้แก่ ช่อง 3 HD (ช่อง 33) และช่อง 7 HD (ช่อง 35) ซึ่งแสดงว่า สถานีดังกล่าวสามารถนำเสนอเนื้อหาการที่ครอบคลุม สอดคล้องกับความชื่นชอบ ความสนใจ และความต้องการได้ในระดับหนึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับชมเพียงแค่นี้ไม่มีช่องสถานีฯ เท่านั้น และสามารถชี้ให้เห็นได้ว่า สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลผลิตเนื้อหาการที่อาจจะมีคามคล้ายคลึงกัน หรือไม่แตกต่างกันมากนักทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดพฤติกรรมการรับชมที่สามารถทดแทนกันได้ เช่น ต้องการรับชมข่าวสาร/สถานการณ์ปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างภาคใต้สามารถรับชมได้ผ่านทางช่องสถานีโทรทัศน์ 3 HD (ช่อง 33) หรือช่อง 7 HD (ช่อง 35) ได้ ไม่จำเป็นต้อง

เลือกเปิดรับในช่องที่ให้บริการเนื้อหาดังกล่าวโดยตรงก็สามารถทันต่อสถานการณ์ต่างๆ ได้ ซึ่งในประเด็นนี้ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีวัตถุประสงค์ด้านเนื้อหาข่าวสารอาจจะต้องนำไปพิจารณาปรับปรุง เพื่อให้ภาพลักษณ์ของสถานีฯ ให้มีความชัดเจนหรือสร้างชื่อเสียง และมุ่งเน้นผลิตเนื้อหารายการให้มีความโดดเด่นแตกต่าง ผู้รับชมไม่สามารถได้รับรูปแบบ ลักษณะ การนำเสนอข่าวสารจากช่องสถานีโทรทัศน์ที่จัดอยู่ในประเภทใดก็ได้ นอกจากสถานีโทรทัศน์ด้านข่าวสารเท่านั้น

บริบทแวดล้อมทางสังคม (social context) ของกลุ่มตัวอย่าง 5 ภาค มีผลต่อการเลือกเปิดรับชมเนื้อหารายการจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่หลากหลาย และค่อนข้างกระจายไปทุกๆ ช่องรายการ แตกต่างกันที่จำนวนผู้รับชมที่มากน้อยแตกต่างกันไป เช่น ช่อง 3 HD (ช่อง 33) และช่อง 7 HD (ช่อง 35) ได้รับความนิยม แต่เมื่อพิจารณาในทุกภาคแล้ว ทุกช่องสถานีได้รับการเลือกรับชมเช่นเดียวกัน มีความโน้มเอียงไปตามความชื่นชอบว่า ช่องสถานีใดที่จะสามารถตอบสนองความต้องการกลุ่มตัวอย่างได้ เช่น กลุ่มตัวอย่างภาคเหนือให้ความสนใจรับชมเนื้อหาข่าวยุทธการประเพณีข่าวสาร และเปิดรับชมจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลหมวดข่าวสารโดยเฉพาะ ซึ่งแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างทราบว่า หากต้องการเปิดรับเนื้อหาที่มุ่งเน้นด้านข่าวสารควรจะเลือกรับชมจากสถานีที่ให้บริการเนื้อหา หรืออาจจะมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ที่ทำให้พวกเขาให้ความสนใจเปิดรับข่าวสารจากสถานีดังกล่าวมากกว่าการเลือกเปิดรับจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างภาคใต้

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างภาคใต้ให้ความสนใจรับชมเนื้อหาที่คล้ายๆ กับกลุ่มตัวอย่างภาคเหนือ แต่ให้ความสนใจเลือกเปิดรับชมจากช่องสถานีในหมวดทั่วไปมากกว่า เนื่องจากช่องสถานีในหมวดดังกล่าวมีความเป็นวาไรตี้ด้านเนื้อหาข่าวยุทธการที่มีหลากหลายรูปแบบ หรือภาคตะวันออก ภาคกลาง ขึ้นชอบเนื้อหาประเภทรายการเกมโชว์ แต่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือไม่ชื่นชอบเนื้อหาข่าวยุทธการดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า บริบททางโครงสร้างสังคมอาจจะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับชมเนื้อหาข่าวยุทธการ ซึ่งในส่วนนี้น่าจะมีประโยชน์

ต่อการพิจารณาผลิตเนื้อหารายการที่เหมาะสมกับความสนใจหรือความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงเนื้อหาที่สอดคล้องให้กับประชาชนได้

หากวิเคราะห์ตามแนวคิดการใช้และความพึงพอใจ (uses and gratifications) ผลการวิจัยสามารถให้คำตอบได้ในระดับที่กลุ่มตัวอย่าง 5 ภาคมีการใช้สื่อ/บริโภคสื่อตามตารางที่ 1 และทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเข้าถึงสื่อในวันธรรมดา ช่วงเวลาหลังจากเสร็จสิ้นภารกิจประจำวัน คือ เวลาหลัง 18.01-24.00 น. และเนื้อหาที่เลือกเปิดรับเพื่อตอบสนองความต้องการในแต่ละช่วงวัน อย่างไรก็ตาม การเปิดรับ/เข้าถึงสื่ออาจจะมีลักษณะหลากหลายช่องทาง ไม่ได้จำกัดเพียงแค่เครื่องรับโทรทัศน์เท่านั้น นอกจากนี้ ในงานศึกษาวิจัยสามารถให้คำตอบได้ในด้านความพึงพอใจจากการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมเนื้อหารายการในสื่อต่างๆ นำไปสู่ความชื่นชอบเนื้อหารายการ และความชื่นชอบสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งสามารถสะท้อนความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้ในระดับหนึ่ง โดยภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างน่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องในการเลือกเปิดรับเนื้อหารายการ

ท่ามกลางสถานการณ์ที่สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลแต่ละช่องพยายามจะอำนวยความสะดวกให้เนื้อหารายการของสถานีส่งต่อไปถึงกลุ่มผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ในหลากหลายช่องทางผ่านสื่อเดิม (traditional media) การเปิดรับผ่านระบบออนไลน์ สื่อใหม่ หรือสื่อสังคมออนไลน์ แต่ผู้รับชมสามารถเลือกได้ว่าเขาจะรับชมสด หรือขณะออกอากาศ หรือรับชมย้อนหลังตามวันและเวลาว่างของเขา อย่างไรก็ตาม การเลือกเปิดรับเนื้อหารายการใดๆ ก็ตาม จะเป็นไปตามสถานการณ์ในขณะนั้นๆ ด้วย เช่น หากมีเหตุการณ์เรื่องราวที่น่าสนใจ ผู้รับสารอาจจะให้ความสนใจในประเด็นนั้นมากเป็นพิเศษ มีการเลือกติดตามรับชมเนื้อหาจากแหล่งที่พวกเขาให้ความเชื่อถือและมั่นใจ

การศึกษารั้งนี้ ต้องการแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 พันกว่าคนนั้น แม้จะมีโครงสร้างทางสังคม โครงสร้างสื่อใกล้เคียงกัน แต่ด้านการเลือกรับชมเนื้อหารายการที่ตอบสนองต่อความต้องการมีความแตกต่างกันไปบ้าง หรือการไม่เลือกรับชมเนื้อหารายการจากตารางที่ 3 มีความแตกต่างกันหรือ เหมือน

กันบ้างในแต่ละภาค ตามบริบททางสังคม วัฒนธรรม ความต้องการและความสนใจ

งานศึกษาครั้งนี้ ไม่ได้ค้นหาถึงเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับชมอาหารรายการต่างๆ ว่าแท้จริงแล้วพวกเขาเลือกเปิดรับชมอาหารรายการเหล่านั้นมาจากปัจจัยใดบ้าง และพวกเขาได้นำอาหารรายการดังกล่าวไปใช้ประโยชน์อย่างไรต่อบ้าง เนื่องจากโครงการวิจัยครั้งนี้ต้องการศึกษาว่า เนื้อหารายการจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมเป็นประจำนั้น เมื่อทำการประเมินคุณภาพอาหารรายการตามตัวชี้วัดที่กำหนดแล้วเป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งในภาพรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างพิจารณาว่า เนื้อหาที่พวกเขาเปิดรับชมนั้นมีคุณภาพในระดับดี

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

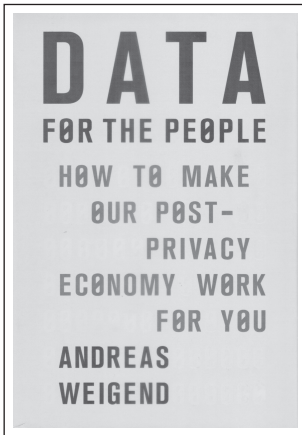
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2545), *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรธชา รอดอาตม์ และคณะ (2557), *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยการประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์*, สนับสนุนโดยสำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).
- _____. (2560), *โครงการวิจัยการประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์*, สนับสนุนสนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).
- _____. (2561), *รายงานฉบับการศึกษาวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพเนื้อหารายการภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล*, สนับสนุนสนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).

ภาษาอังกฤษ

- Weibull, L. (1985), "Structural Factors in Gratifications Research", in Rosengren, K. et al. (eds.), *Media Gratification Research: Current Perspectives*, CA: Sage.
- McQuail, D. (2005), *McQuail's Mass Communication Theory*, Thousand Oaks: Sage.

บรรณนิทัศน์

ถมทอง ทองนอก



ชื่อหนังสือ:	<i>Data for the People: How to Make Our Post-Privacy Economy Work for You</i>
ผู้เขียน:	Andreas Weigend
สำนักพิมพ์:	Basic Books
ปีที่พิมพ์:	2017
จำนวนหน้า:	299
ราคา:	\$27.99

โทรศัพท์มือถือปลุกให้ Andreas Weigend¹ ตื่นขึ้นตามเวลาซึ่งตั้งไว้ และขณะที่เขาไล่อ่านอีเมลและข้อความใหม่ที่แจ้งเตือนในเฟซบุ๊ก ระบบในโทรศัพท์เครื่องเดียวกันก็จับความเร็วในการเดินจากห้องนอนไปยังห้องครัวโดยอัตโนมัติเมื่อเตรียมตัวออกจากบ้าน ระบบของบริษัทที่ดูแลเรื่องไฟฟ้ารับรู้และบันทึกทันทีว่าเขาปิดไฟ ถอดที่ชาร์จโทรศัพท์ออก และเมื่อออกจากบ้าน ระบบดังกล่าวก็รู้ในทันทีว่า ในบ้านไม่มีคนอยู่แล้ว

บนท้องถนน กล้องรักษาความปลอดภัยถ่ายภาพป้ายทะเบียนรถของไวกอนด์ไว้เป็นระยะ จึงมั่นใจได้ว่า ถ้าเขาทำผิดกฎจราจรเมื่อไร จะมีใบสั่งมาส่งไว้

¹ Andres Weigend เป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน Big Data ปัจจุบันเป็นผู้ก่อตั้งและผู้บริหาร Social Data Lab ซึ่งให้บริการด้านข้อมูลแก่บริษัทชั้นนำอย่าง Alibaba, MasterCard และ Lufthansa นอกจากนี้ เขายังสอนหนังสือให้กับ Stanford University และ University of California, Berkeley สหรัฐอเมริกา รวมถึง Fudan University ประเทศจีน.

ในตู้รับจดหมาย เมื่อถึงที่ทำงาน แอปพลิเคชัน EasyPark² ตัดเงินจากบัญชีเป็นค่าที่จอดรถ ซึ่งก็เป็นเวลาเดียวกันกับที่แผนกซึ่งดูแลเรื่องการจอดรถทราบว่า มีพนักงานมาถึงแล้ว ในตอนเย็น Google Maps³ คือแอปพลิเคชันที่เป็นตัวช่วยให้ชายคนเดียวกันนั้นสามารถไปพบเพื่อนใหม่ ซึ่งเป็นเพื่อนของเพื่อนที่รู้จักกันบนโลกออนไลน์ได้อย่างถูกต้องและตรงเวลา

ข้างต้น เป็นเพียงบทสรุปโดยย่อจากเกือบ 2 หน้ากระดาษเต็มในบท Introduction ของหนังสือ *Data for the People: How to Make Our Post-Privacy Economy Work for You* ที่อันเดรียส ไวกอนด์ ผู้เขียน อธิศให้กับการเล่าถึงกิจวัตรประจำวันของตัวเอง ตั้งแต่เข้างานเข้านอน โดยกิจกรรมทั้งหลายนั้นล้วนผูกพันและแยกไม่ออกจากสิ่งที่ผู้เขียนเรียกว่า social data หรือข้อมูลที่คุณธรรมดาในสังคมดิจิทัลสร้างขึ้นและแบ่งปัน (share) ไม่ว่าจะด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ

“ข้อมูล” ที่ผู้คนในโลก ในฐานะผู้ใช้บริการเทคโนโลยี ค้นซึนดีกับการแบ่งปัน คือหัวใจสำคัญของหนังสือเล่มนี้ โดยผู้เขียนซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องข้อมูลเชิญชวนให้ผู้คนซึ่งใช้ข้อมูลแลกเปลี่ยนเป็นความสะดวกสบายจากเทคโนโลยี กลับมาสนใจ ให้ความสำคัญ พิจารณา รวมถึงตั้งคำถามว่า เป็นไปได้หรือไม่ที่ social data เหล่านั้นจะเป็นข้อมูลที่มีอยู่ “เพื่อผู้คน” มากกว่าเพียงเพื่อประโยชน์ของบริษัทหรือหน่วยงานต่างๆ ดังปรากฏชัดเจนในชื่อหนังสือ

หากไม่นับบทนำและบทจบ หนังสือเล่มนี้ประกอบไปด้วยเนื้อหาจำนวน 7 บท ได้แก่

² EasyPark คือบริการที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถหาที่จอดรถในบริเวณที่ให้บริการได้ พร้อมทั้งจ่ายค่าจอดรถได้ง่ายผ่านแอปพลิเคชัน.

³ Google Maps คือบริการด้านแผนที่โดยกูเกิล ระบบจะมีภาพถ่ายดาวเทียมของถนน มีการรายงานสภาพการจราจรแบบ real time รวมถึงตัวช่วยในการวางแผนการเดินทางด้วยการเดินเท้า รถยนต์ รถจักรยาน หรือระบบขนส่งสาธารณะ.

- (1) Becoming Data Literate: Essential Tools for the Digital Citizen
- (2) Character and Characteristics: The Stand-off between Digital Privacy and Digital Honesty
- (3) Connections and Conversions: Identity and Reputation in the Social Graph
- (4) Context and Conditions: Making Sense of the Sensorization of Society
- (5) Seeing the Controls: Seeing the Controls: Transparency for the People
- (6) Taking the Control(s): Agency for the People
- (7) Rights into Realities: Applying the Power of Transparency and Agency

แม้จะมีคำศัพท์เฉพาะทางค่อนข้างมาก แต่ทุกบทก็เขียนโดยใช้ภาษาที่ไม่ยากแก่การทำความเข้าใจ สำหรับคนที่ไม่คุ้นเคยกับเรื่องวิทยาศาสตร์ข้อมูล (data science) มากนัก ผู้เขียนซึ่งอดีตเป็น chief scientist หรือหัวหน้านักวิทยาศาสตร์ข้อมูลผู้ดูแลแผนกวิทยาศาสตร์ข้อมูลของ amazon.com เว็บไซต์ที่ให้บริการขายสินค้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก ได้เลือกใช้การยกตัวอย่างประสบการณ์ และกรณีศึกษาจำนวนมากมาประกอบในเนื้อหา ทำให้ผู้อ่านเห็นภาพการใช้งาน social data ของบริษัทต่างๆ ได้ชัดเจนขึ้น

ในช่วงต้นของหนังสือ ไวกอนด์พยายามให้คนอ่านทำความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการแบ่งปัน social data จากทั้งมุมมองของ (1) บัณฑิตซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลและเป็นผู้รับบริการจากการให้ข้อมูลนั้น และ (2) มุมมองของบริษัท/หน่วยงาน ซึ่งต้องใช้ข้อมูลมาดำเนินธุรกิจ ซึ่งก็คือการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้

Google Maps บริการด้านแผนที่ของกูเกิล เป็นหนึ่งในตัวอย่างที่ผู้เขียนยกมาช่วยอธิบายเรื่องการแบ่งปันข้อมูล เพราะในการใช้บริการนี้จะให้ได้ผลลัพธ์

ที่ดีที่สุดนั้น ผู้ใช้จำเป็นต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่อยู่ในปัจจุบันและสถานที่ซึ่งเป็นจุดหมาย หากไม่ให้ บริการนี้ก็จะไม่สามารถทำงานได้ นอกจากนี้ เพื่อความสะดวกในการใช้งานที่มากขึ้น หลายครั้งผู้คนยังเลือกที่จะบันทึกสถานที่ที่ตนเองใช้ชีวิตอยู่บ่อยๆ (เช่น บ้าน หรือที่ทำงาน) ไว้กับ Google Maps เลย เพื่อให้ครั้งต่อไปที่เข้าใช้จะได้สามารถกดเลือกสถานที่ดังกล่าวได้ง่ายขึ้น

การซื้อขายผ่าน amazon.com ก็เช่นกัน ไวกอนด์กล่าวว่า ถ้าผู้ใช้บริการไม่ระบุว่าต้องการซื้อสินค้าชนิดใดเป็นพิเศษ การจะต้องไล่ดูสินค้าทั้งหมดที่มีขายอยู่ในอเมซอน ซึ่งบางครั้งถูกเรียกว่าเป็น “Everything Store” ร้านค้าออนไลน์ที่ขายสินค้ากว่าร้อยล้านชิ้นเพื่อหาสินค้าเพียงชิ้นเดียว จึงแทบเป็นไปได้ หรือหากเป็นไปได้ ก็คงจะต้องใช้เวลามากเกินจำเป็น ดังนั้น นอกจากการยินยอมให้ข้อมูลของผู้ใช้บริการแล้ว การบันทึกข้อมูลของผู้ใช้บริการกรอกลงในเว็บไซต์ทุกครั้งจึงมีความจำเป็นอย่างมาก เพราะข้อมูลที่บันทึกจะถูกนำไปจัดการและแปลงเป็นผลลัพธ์ที่จะทำให้อะไรบางอย่าง ไปที่เข้ามาใช้บริการ อเมซอนสามารถแสดงผลลัพธ์ในการค้นหาให้ได้อย่างรวดเร็วและใกล้เคียงกับความต้องการของผู้ใช้มากยิ่งขึ้น และนี่ก็เป็นเหตุผลที่ทำให้ไวกอนด์เรียกอเมซอนว่า “Save Everything Store” เพราะเว็บไซต์จะคอยเก็บข้อมูลทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของผู้ใช้บริการหรือข้อมูลของสินค้า

ข้อมูลที่ผู้คนกรอกลงไปให้อเมซอน คำค้นหาที่พิมพ์ลงไปในห้องค้นหาของกูเกิล หรือยูทูป คือตัวอย่างของข้อมูลดิบที่เป็นฐานข้อมูลสำหรับการทำ data refinery ซึ่งหากจะอธิบายโดยง่ายก็คือ การใช้คอมพิวเตอร์จำนวนมากมาจัดการ “สกัด” คุณค่า (extract value) การสร้างรูปแบบ (patterns) การคาดการณ์ (predictions) และหาความเข้าใจเชิงลึก (insights) จากข้อมูล⁴ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะกลายมาเป็นทางออกของปัญหา เป็นผลลัพธ์สำหรับการค้นหาที่ใกล้เคียงกับความต้องการของผู้ใช้ และเป็นข้อมูลสำคัญที่เหล่านักการตลาดจะใช้ในการทำการตลาด

การที่ข้อมูลทำให้ชีวิตมนุษย์ดีขึ้นคือสิ่งสำคัญ ดังที่ไวกอนด์ระบุไว้ในหนังสืออย่างชัดเจนว่าสำหรับเขา คุณค่า (value) ของข้อมูล คือ การที่ข้อมูลมีส่วนช่วย

⁴ อ้างอิงจาก <https://www.economist.com/news/briefing/21721634-how-it-shaping-up-data-giving-rise-new-economy>

ให้ผู้คนตัดสินใจได้ดีขึ้น ดังนั้น เมื่อไรที่ข้อมูลไม่สามารถทำหน้าที่นี้ได้ ข้อมูลก็จะไม่สำคัญอีกต่อไป แต่เพราะวันนี้ โลกปฏิเสธคุณค่าของข้อมูลไม่ได้ เขาจึงอยากย้าให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของข้อมูล มากกว่ามองอย่างแค่งใจว่าการให้ข้อมูลกับบริษัทต่างๆ นั้น เป็นไปเพื่อประโยชน์ของบริษัทที่ต้องการขายสินค้าและบริการเท่านั้น

ทว่า เพราะข้อมูลที่ป้อนลงไปในโลกออนไลน์ไม่ได้หมายถึงเพียงข้อมูลทั่วไปที่สามารถแบ่งปันได้เท่านั้น แต่ยังหมายถึงข้อมูลส่วนตัวที่มีความสำคัญและควรเก็บไว้เป็นความลับ อาทิ เลขประจำตัวประชาชน เลขบัตรเครดิต ข้อมูลที่อยู่ปัจจุบัน ตารางการเดินทาง ประวัติการเงินการธนาคาร จนถึงข้อมูลที่คุณ “อยาก” เก็บไว้เป็นข้อมูลส่วนตัว เช่น ประวัติการค้นหาข้อมูลผ่านโปรแกรมการค้นหาหรือ search engine ต่างๆ ประเด็นความเป็นส่วนตัว (privacy) หรือความปลอดภัย (security) ของข้อมูล จึงเป็นประเด็นที่มีการหยิบยกมาพูดถึงคู่กันเสมอ และเนื้อหาในหนังสือส่วนต่อมา ก็ทำให้ทราบถึงมุมมองที่ไวเกนดส์ต่อเรื่องนี้

จากการค้นข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ไวเกนดส์จบปริญญาเอกด้านฟิสิกส์ (neural network) จากมหาวิทยาลัย Stanford สหรัฐอเมริกา และเป็นนักฟิสิกส์ที่สนใจเรื่องข้อมูลมาอย่างยาวนาน เขาบอกว่าคุณสมบัติอย่างหนึ่งของนักฟิสิกส์คือจะไม่ “วิ่งหนี” ข้อมูล แต่วิ่ง “เข้าหา” ข้อมูล⁵ ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจที่ในหนังสือของเขา จึงแสดงจุดยืนอย่างชัดเจนว่า หากต้องเลือกระหว่างความเป็นส่วนตัวกับการได้ใช้ผลประโยชน์จากข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ เลือกระหว่างการมีและการไม่มีกุเกิลสำหรับใช้ในชีวิตประจำวันนั้น เขาเลือกที่จะ “โอบรับ” (embrace) ข้อมูล และใช้ข้อมูลมากกว่าจะคิดอย่างมนุษย์ “โรแมนติก” ว่า จะหาทางกลับมาควบคุม (take control) และจัดการข้อมูลอันมหาศาลทั้งหมดด้วยตัวเอง

นอกจากนั้น เพราะเชื่อว่าหากใช้ข้อมูลมหาศาลในโลกออนไลน์อย่างรู้วิธี จะมีประโยชน์อย่างยิ่ง ดังนั้น แทนที่จะมองเรื่องการหยุดการแบ่งปันข้อมูล เพราะกังวลเรื่องความปลอดภัย เขาจึงคิดหาว่า จะมีทางไหนหรือไม่ที่จะสามารถเปลี่ยน

⁵ อ้างอิงจาก <https://www.youtube.com/watch?v=mupTR-InQfU>

ข้อมูลอันมหาศาลเหล่านั้นให้เป็นข้อมูลเพื่อประชาชน และสร้างความมั่นใจว่าข้อมูลของประชาชนจะไม่ถูกนำไปใช้เล่นงาน (against) ประชาชนเสียเอง

คำตอบสำหรับคำถามข้างต้นปรากฏอยู่ในบทที่ 5 และ 6 ของหนังสือ โดยปรากฏในรูปของสิทธิอันเกี่ยวข้องกับข้อมูล 6 ประการ ซึ่งหากประชาชนได้รับสิทธิเหล่านั้นครบถ้วน ไวเจนด์เชื่อว่าสิ่งที่เขาเรียกว่า “ข้อมูลเพื่อประชาชน” น่าจะเกิดขึ้นได้ โดยเขาอธิบายว่า สาเหตุที่เลือกที่จะพูดถึงเรื่องกว้างๆ อย่างสิทธิแทนที่การพูดถึงเครื่องมือใดเครื่องมือหนึ่งโดยเฉพาะ ก็เพราะเขารู้สึกว่า เวลานี้เป็นเพียงช่วงเริ่มต้นที่ผู้คนกำลังเรียนรู้ว่า social data สามารถย้อนกลับมาเล่นงานตนเองได้ในรูปแบบใดบ้าง ดังนั้น การที่ประชาชนมี “มาตรฐาน” หรือเกณฑ์บางอย่างเพื่อใช้ตรวจวัดกระบวนการ data refinery ซึ่งทำโดยบริษัทหรือหน่วยงานต่างๆ ที่ได้รับข้อมูลจากประชาชนไปจึงน่าจะดีกว่า

ไวเจนด์แบ่งสิทธิ 6 ประการออกเป็น 2 ส่วน ใหญ่ๆ ได้แก่ สิทธิในกลุ่มที่จะเพิ่มความโปร่งใสให้กับข้อมูล และสิทธิที่จะเพิ่มการเป็นตัวแทนให้ผู้อื่น โดยแต่ละสิทธิมีรายละเอียดคร่าวๆ ดังนี้

สิทธิจะเพิ่มความโปร่งใสให้กับข้อมูล (The rights to increase refineries' transparency)

ความโปร่งใส หรือ transparency หมายถึง สิทธิของปัจเจกบุคคลที่จะได้รู้เกี่ยวกับข้อมูลของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเหล่านั้นคืออะไร เดินทางไปที่ไหนบ้าง และส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ของผู้ใช้บ้าง รวมถึงเรียกร้องให้ผู้ใช้สามารถเข้าไปดูการตั้งค่าของการจัดการข้อมูลได้

(1) สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของคุณ (The right to access your data)

สิทธิประการแรกนี้เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของข้อมูลทุกประเภทอยู่แล้ว ในประเทศอย่างสหรัฐอเมริกาและหลายประเทศในยุโรป การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ที่หน่วยงานหรือบริษัทห้างร้านต่างๆ เก็บไว้ถือเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้อย่างไรก็ตาม ในบริบทของสังคมสมัยใหม่ ไวเจนด์ชวนให้กลับมาตั้งคำถามเกี่ยวกับ “ข้อมูลของคุณ” ว่า ข้อมูลที่พูดถึงนั้นกินความหมายแค่ไหน เนื่องจากในโลกออนไลน์ ข้อมูลของเราจะเชื่อมโยงอยู่อย่างยุ่งเหยิงกับข้อมูล “ของคนอื่น” เสมอ

หนึ่งในตัวอย่างที่ยกมาประกอบก็คือ การที่ระบบ DeepFace⁶ ของสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก สามารถจดจำ เชื่อมโยงหน้าตาของมนุษย์เข้ากับชื่อโปรไฟล์ของผู้ใช้ และยังสามารถแนะนำผู้โพสต์รูปได้ว่า ควรจะแท็ก (tag) ใครในภาพบ้าง คำถามคือ ระบบอัตโนมัติดังกล่าวถือเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของบุคคลในภาพหรือไม่ หากบุคคลในภาพเป็นเพียงคนแปลกหน้าที่บังเอิญมาอยู่ในภาพถ่ายเฟรมนั้นและไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ เลยกับผู้โพสต์ภาพดังกล่าว นอกจากนี้ อีกหนึ่งคำถามก็คือ ในกรณีเช่นนั้น ใครถือเป็น “เจ้าของ” ที่แท้จริงของภาพ ซึ่งก็เป็นคำถามที่จะเชื่อมโยงไปถึงประเด็นการเข้าถึงข้อมูลด้วย เพราะเจ้าของเท่านั้นที่ควรจะมีสิทธิที่จะเข้าถึง

ความเชื่อมโยงของข้อมูลที่ยุ่งเหยิงนี้เอง ทำให้ไวเอนด์เรียกร้องให้มีการสร้างระบบรวมถึงแนวคิดใหม่ขึ้นมารองรับ เพราะเขากล่าวว่า ความเป็นเจ้าของของข้อมูลไม่ได้หมายถึงความสามารถและสิทธิขาดในการตัดสินใจซื้อ ขาย บริจาค หรือทำลายข้อมูลเท่านั้น แต่คือความสามารถในการเข้าถึงและ “ใช้” ข้อมูลต่างหาก ซึ่งการจะท่างานนั้นได้ก็ต้องอาศัยการพัฒนาระบบจากผู้เชี่ยวชาญ ไม่ใช่จากผู้ใช้ทั่วไป

(2) สิทธิในการตรวจสอบระบบ data refineries (The right to inspect data refineries)

ไวเอนด์กล่าวว่า กฎพื้นฐานที่ประชาชนควรได้รู้ก็คือ ข้อมูลของพวกเขา มีความปลอดภัยเพียงใด และในโลกของข้อมูล ผลลัพธ์อันเลวร้ายที่สุดที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่มีใครคาดคิดก็คือ ผู้ที่ประสงค์ร้ายสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นได้ ดังนั้น ประชาชนจึงควรได้รู้ว่าหน่วยงานหรือบริษัทที่ได้ข้อมูลของพวกเขาไปนั้น จัดการกับข้อมูลดังกล่าวอย่างไร ซึ่งก็รวมไปถึงการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับระบบ data refinery ที่แต่ละแห่งใช้ด้วย เขาเสนอให้มีการจัดคุณภาพของการทำ data refinery โดยดูจากความสามารถในการใช้ข้อมูลใน 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) ความปลอดภัยและความเสี่ยงที่มีต่อข้อมูล (2) ประสิทธิภาพในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล และ (3) ผลตอบแทนโดยรวมของข้อมูล

⁶ DeepFace คือระบบการเรียนรู้และจดจำใบหน้ามนุษย์ ที่สร้างขึ้นโดยกลุ่มวิจัยของเฟซบุ๊ก ซึ่งสามารถแยกแยะใบหน้ามนุษย์ในรูปภาพดิจิทัลได้.

นอกจากนี้ เขายังบอกว่า ประชาชนต้องสามารถเลือกได้ว่าอยากจัดการกับข้อมูลของตัวเองอย่างไร คนที่ต้องการความสะดวกสบายในการใช้งานมากกว่าที่จะสนใจเรื่องของความปลอดภัย ควรมีสิทธิเลือกและปรับเปลี่ยนการเข้าถึงข้อมูลของตนได้เหมือนกับคนที่ต้องการยกระดับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลตัวเอง โดยเขาได้ยกตัวอย่างการมีกฎระเบียบไว้ควบคุมดูแลความสะดวกสบายของร้านอาหาร ซึ่งสุดท้าย ผู้ซื้อจะเป็นคนเลือกเองว่าจะเลือกจ่ายน้อยในร้านที่อาจจะไม่สะอาดเนียบ เพื่อแลกกับอาหารที่ถูกใจ หรือจ่ายแพงกว่าในร้านที่ได้มาตรฐานตามกฎหมายเกณฑ์ทุกประการ

สิทธิที่จะเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน (The rights to increase users' agency)

สิทธิในส่วนนี้ คือสิทธิที่ปัจเจกบุคคลสามารถกระทำต่อข้อมูลของตนเองได้

(3) สิทธิในการปรับแก้ข้อมูล (The right to amend data)

ไวเกนดัมมองว่า ประชาชนทุกคนควรมีโอกาสชี้แจงและแก้ไขข้อมูลส่วนตัวที่เกี่ยวกับตัวเอง โดยเฉพาะข้อมูลที่เผลอถูกต้อง หรือข้อมูลที่น่าอันตรายมาให้เขาบอกว่า สิทธิในการปรับแก้และทำให้ข้อมูลถูกต้องนั้น หมายถึงการเสริม สร้างและแบ่งปันข้อมูลใหม่ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่มีอยู่เดิม พร้อมสร้างความเชื่อมโยงที่มีกับข้อมูลเดิมที่ปรากฏอยู่ในโลกออนไลน์แล้ว ซึ่งเพื่อให้สิทธิในข้อนี้เป็นจริงขึ้นมาได้นั้น หน่วยงานและบริษัทต่างๆ จะต้องให้การสนับสนุน อย่างไรก็ดี เขาตระหนักดีว่าผู้คนไม่ได้เพียงอยากแก้ไขข้อมูลที่ผิดพลาดเท่านั้น แต่มักจะอยากแก้ไขข้อมูลหากการแก้ไขจะนำมาซึ่งผลประโยชน์

4. สิทธิในการเบลอข้อมูล (The right to blur your data)

สิทธิในข้อนี้ หมายถึง การให้อำนาจกับผู้ใช้ในการกำหนดระดับของรายละเอียดของข้อมูลที่จะแบ่งปัน ทั้งนี้ ประชาชนซึ่งเป็นผู้ใช้ต้องรับรู้อย่างพวกเขา “เบลอ” หรือให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำน้อยลงเท่าไร โอกาสที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการ ของตัวเองก็จะยิ่งน้อยลงเท่านั้น

กระนั้น ไวกอนด์ก็ยังคงมองว่า สิทธิที่จะได้เลือกเป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้ใช้อย่างเราๆ ที่รู้ว่าจะรู้ ว่าที่ไหนหรือเมื่อไรที่เขาอยากจะทำอะไรกับข้อมูลมากหรือน้อยแตกต่างกันไป

(5) สิทธิในการทดลองข้อมูล (*The right to experiment with the refineries*)

ไวกอนด์เคยให้สัมภาษณ์ไว้ว่า อีกชื่อหนึ่งของสิทธิในการทดลองข้อมูลก็คือ สิทธิในการเล่น (the right to play) ซึ่งการเล่นในที่นี้คือ การเล่นกับความเป็นไปได้ต่างๆ ผ่านการให้สิทธิผู้ใช้ในการทดลอง ค้นหา และเล่นกับพารามิเตอร์หรือเกณฑ์ต่างๆ ที่นักวิทยาศาสตร์ข้อมูลใช้ในการจัดการกับข้อมูล ซึ่งโดยมากแล้วในปัจจุบัน บริษัทหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมักไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ทำมากนัก

ประโยชน์ของการเล่นดังกล่าวจะเปิดโอกาสให้ผู้ใช้เห็นถึงความเป็นไปได้ของผลลัพธ์หลากหลายรูปแบบ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ โดยไวกอนด์เรียกร้องให้มีการสร้างเครื่องมือขึ้นมาเพื่อช่วยในส่วนนี้ เขายกตัวอย่างเมื่อครั้งทำงานให้กับบริษัทสตาร์ทอัพ MoodLogic ซึ่งเป็นระบบแนะนำเพลงโดยใช้ฐานข้อมูลจากห้องสมุดเพลงออนไลน์ของผู้ใช้ MoodLogic จะสร้างตัวเลือกขึ้นมา 2 ประเภทสำหรับผู้ใช้นั้นคือ “safe” ซึ่งจะนำเสนอเพลง ศิลปิน และอัลบั้มที่ไปในทิศทางเดียวกันกับห้องสมุดเพลงเดิม ส่วนตัวเลือกที่สอง “explore” จะแนะนำเพลง ศิลปิน และอัลบั้ม ซึ่งผู้อ่านไม่คุ้นเคย และอาจจะชอบหรือไม่ชอบก็ได้ ทว่าความสำคัญของเรื่องนี้อยู่ที่การมีโอกาสได้เลือกที่จะเล่น

(6) สิทธิในการรับส่งข้อมูล (*The right to port your data*)

ไวกอนด์เชื่อว่า ข้อมูลจะมีคุณค่ามากขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ใช้สามารถนำมันไปรวม เปรียบเทียบ และแยกแยะออกจากข้อมูลอื่น ดังนั้น เขาจึงสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานและบริษัทที่เก็บข้อมูลไว้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูล แล้วสามารถดึงข้อมูลออกมาเพื่อใช้ หรือส่งต่อไปยังแหล่งอื่นเพื่อประโยชน์สูงสุด ซึ่งก็นับเป็นเรื่องท้าทาย เพราะนี่เป็นเสมือนการเปลี่ยนขั้วพลังงานจากฝั่งองค์กรที่เคยควบคุมและเก็บทุกอย่างมาเป็นฝั่งประชาชนแทน

โดยสรุป หนังสือ *Data for the People* ทำให้เข้าใจว่า บริษัท ห้างร้าน หรือหน่วยงานต่างๆ สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลมหาศาลที่ผู้คนป้อนลงไปในทุกวินาทีได้อย่างไร รวมถึงเห็นคุณค่าและมูลค่าที่ข้อมูลมีในทางเศรษฐกิจชัดเจนขึ้น ในทางกลับกัน ก็ได้เห็นจากอีกมุมหนึ่งว่า ข้อมูลที่ผู้คนป้อนเข้าไปในนั้น เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้การใช้งานเทคโนโลยีสมบูรณ์ขึ้น ข้อมูลที่ให้จึงเท่ากับการพัฒนาข้อมูลและประสบการณ์การใช้งานที่ได้กลับคืนมาด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้จะมองเห็นด้านดี ก็ได้กลับมาย้อนคิดถึงประเด็นความเป็นเจ้าของและการใช้ประโยชน์ว่า ถ้าหากผู้ใช้เทคโนโลยีคนอื่นๆ ไม่ใช่ อันเดรียส ไวกอนด์ คือ ไม่ได้เป็นผู้รู้เท่าทันเทคโนโลยี บริษัทที่ทำงานด้านเทคโนโลยีและข้อมูล รวมถึงไม่ได้มองว่าพร้อมที่จะเสียสละความเป็นส่วนตัวเพื่อแลกกับความสะดวกสบาย สังคมที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลมหาศาลนี้ก็ยากแล้วไม่น้อยเลย เพราะในแทบทุกการเคลื่อนไหว ผู้ใช้ต้องมีสติและระแวดระวังในการใช้เทคโนโลยีอย่างมาก โดยเฉพาะในปัจจุบัน ที่กระบวนการ data refinery ยังไม่ใช้กระบวนการที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ทั่วไปเท่าใดนัก

ดังนั้น นอกจาก media literacy หรือการรู้เท่าทันสื่อแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ผู้คนในสมัยปัจจุบันต้องมีความรู้และต้องเท่าทันก็คือเรื่องข้อมูล หรือ data literacy เพราะเรากำลังอาศัยอยู่ในยุคที่ผู้เชี่ยวชาญเรียกว่าเป็น post-privacy economy แล้วจริงๆ

และถ้าหากสิทธิ 6 ข้อ ที่ไวกอนด์เรียกร้องได้รับการรับฟังและนำไปปฏิบัติ ก็คงจะเป็นการดี เพราะนั่นคงจะเป็นจุดเริ่มต้นที่จะดึงพลังอำนาจของข้อมูลกลับมาอยู่ในมือของผู้ให้ข้อมูลมากกว่าจะอยู่ในมือของหน่วยงานที่จะหาประโยชน์จากข้อมูลเท่านั้น

ใบสมัครสมาชิกวารสารศาสตร์

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ข้าพเจ้า นาย นาง นางสาว _____
(ชื่อ-นามสกุล)

- ประสงค์จะ ☐ สมัครสมาชิก “วารสารศาสตร์” ตั้งแต่เล่มที่ _____
☐ ต่ออายุสมาชิก เลขที่สมาชิก _____
☐ เปลี่ยนที่อยู่ในการจัดส่ง

โดยชำระเงินค่าสมาชิก

- ☐ จำนวน 320 บาท (วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์” 3 เล่ม รวมค่าจัดส่ง)
เข้าบัญชี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาซอยท่าพระจันทร์
เลขที่บัญชี 114-2-05215-5

สถานที่จัดส่ง

- ☐ บ้าน ที่อยู่ _____
โทรศัพท์ _____ โทรศัพท์มือถือ _____
- ☐ ที่ทำงาน ที่อยู่ _____
โทรศัพท์ _____ โทรศัพท์มือถือ _____
โทรสาร _____ E-mail _____
+++

กรุณากรอรายละเอียดพร้อมส่งหลักฐานการชำระเงิน

ส่งกลับมายัง ฝ่ายสมาชิก “วารสารศาสตร์”

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
เลขที่ 99 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121
โทรสาร 02-696-6218 อีเมล oilsumol@hotmail.com

การส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”

คุณลักษณะของบทความ

- เป็นบทความที่มีคุณลักษณะตามเกณฑ์ของ อ.ก.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งได้แก่
 1. บทความวิเคราะห์วิจัย (Research Article)
 2. เอกสารกรณีศึกษา (Case Material)
 3. บทความสำรวจวิชา (Survey Article)
 4. บทความวิจารณ์ (Review Article)
 5. บทความทางวิชาการ (Theoretical Article)
 6. รายงานสำรวจ (Survey Report)
- ทั้งนี้ ไม่รวมงานวิทยานิพนธ์ของผู้เขียนบทความ ประเภทงานแปลและเอกสาร

ประกอบคำบรรยาย

- ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างรอการพิจารณาจากสำนักพิมพ์อื่น
- หากเป็นงานวิจัยที่เคยมตีพิมพ์มาก่อนแล้ว ต้องมีการนำมาวิเคราะห์ด้วยมุมมองใหม่ นำเสนอข้อมูลใหม่โดยได้รับอนุญาตจากผู้เขียน
- ผู้เขียนหรือผู้เขียนร่วมได้รับอนุญาตให้ตีพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลในวารสารวิชาการ
- ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือ การอ่านเพื่อปรับแก้ไขจากบรรณาธิการหรือบรรณาธิการรับเชิญตามกำหนดเวลาของกองบรรณาธิการ

การส่งต้นฉบับ

- o เนื้อหาจัดพิมพ์ด้วยอักษร Cordia New ขนาด 15 pt
- o ความยาวประมาณ 15-20 หน้า ขนาด A4 พร้อมจัดเรียงภาพประกอบสีเขาดลงในไฟล์ Microsoft Word และจัดทำบรรณานุกรมตามระบบที่เป็นมาตรฐานทางวิชาการ
- o จัดต้นฉบับเป็นเอกสารเวิร์ด (นามสกุล .doc, .docx, .rtf, txt) ไม่รับเอกสาร .pdf
- o ส่งพร้อมบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งประวัติสั้นๆ ของผู้เขียน
- o ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ และจัดส่งต้นฉบับภายในระยะเวลาที่กำหนด
- o ส่งต้นฉบับพร้อมไฟล์ภาพประกอบ (เช่น ภาพประกอบ ตาราง แผนภูมิ) มายังกองบรรณาธิการหรือผ่านระบบออนไลน์ www.tci-thaijo.org/index.php/jcmag

การส่งไฟล์ภาพประกอบ

- o ส่งไฟล์ภาพคุณภาพดีแยกต่างหากจากเนื้อหา
- o ความละเอียดไฟล์ภาพอย่างต่ำ 300 dpi
- o ขนาดของไฟล์ภาพไม่ควรเกิน 1M
- o นามสกุลไฟล์ .jpg
- o ปรับโหมดไฟล์ภาพเป็นขาวดำ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

99 หมู่ 18 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12121

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โทรศัพท์ 02-696-6267 อีเมล jaruneejc@gmail.com

วารสารศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการรายสี่เดือนของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีกำหนดปิดรับต้นฉบับดังนี้ ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน) ปิดรับต้นฉบับวันที่ 30 พฤศจิกายน ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม) ปิดรับต้นฉบับวันที่ 28 กุมภาพันธ์ และฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม) ปิดรับต้นฉบับ 30 มิถุนายน



พิมพ์ที่: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ. 2561

โทรศัพท์ 0-2564-3104 ถึง 6

โทรสาร 0-2564-3119

<http://www.thammasatprintinghouse.com>

