

JOURNAL OF JOURNALISM,
Thammasat University

วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



วารสารศาสตร์ ฉบับ “อยู่นอกสายตาของเธอตั้งไกล ฉะนั้นก็ทำได้แค่มองจากตรงนี้”
ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2562

วารสารศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการรายสี่เดือน ด้านวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องกับแวดวงการสื่อสาร อันได้แก่ สาขาสื่อสารมวลชน สาขาโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาสื่อสารองค์กร และสาขาสื่อสารศึกษาในมุมมองต่างๆ ทั้งนี้ บทความวิชาการและบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในเล่มได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิต่างสถาบันจำนวนอย่างน้อย 2 ท่าน วางจำหน่ายปีละ 3 ฉบับ คือ ฉบับเดือนมกราคม-เมษายน ฉบับเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม และฉบับเดือนกันยายน-ธันวาคม

**กองบรรณาธิการ ประกอบด้วย
ที่ปรึกษา**

รศ.อรรถชัย ศรีสันติสุข
ศ.ดร.สุรพงษ์ ไสโรณะเสถียร
รศ.กิติมา สุรสนธิ
ผศ.ดร.อัจฉรา ปิ่นทรานวรงค์
รศ.ดร.สมสุข หินวิมาน
อ.วารีย์ ฉัตรอุดมผล
รศ.ดร.พีระ จิระโสภณ
รศ.ดร.กัจจกร หลุยยะพงศ์
รศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตร์ระวีจิ

อดีตคณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
อดีตอาจารย์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
คณบดี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
อดีตคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

**บรรณาธิการบริหาร
บรรณาธิการเล่ม
ผู้ช่วยบรรณาธิการ
กองบรรณาธิการบริหาร**

รศ.ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช
รศ.ดร.สรวารุ อนนันทชาติ
รศ.ดวงพร คำณนวัฒน์
ผศ.ดร.ธাত্রี ไตฟ้าพูล
ผศ.ดร.นันทิยา ดวงกุ่มเมศ
ผศ.ดร.วนาวลัย์ ดาดี
ผศ.ดร.วรรษฎิ์ ครุจิต

ผศ.ดร.อริชัย อรรถคูดม
อ.ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมแห่งเอเชีย ม.มหิดล
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร ม.นเรศวร
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
คณะนิเทศศาสตร์ ม.กรุงเทพ
คณะการสื่อสารมวลชน ม.เชียงใหม่

กองบรรณาธิการบริหาร มีหน้าที่กำหนดรูปแบบวารสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ อำนวยการให้การจัดทำวารสารดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ควบคุมดูแลกิจกรรมการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้

กองบรรณาธิการจัดการ

รศ.รุจน์ โกมลบุตร
รศ.กัลยกร วรกุลลัฎฐานีย์
ผศ.ดร.วิภาณดา พรสกุลวานิช
ผศ.ดร.นิธิดา แสงสิงแก้ว
ผศ.อารดา ครุจิต

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

กองบรรณาธิการจัดการ มีหน้าที่ประสานงานสถาบันและหน่วยงานภายนอกในการส่งบทความ กำหนดรูปแบบการจัดทำบทความ ติดตามการจัดส่งบทความ ประสานงานผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และพิจารณาคัดกรองบทความในเบื้องต้น

เจ้าหน้าที่กองบรรณาธิการ น.ส.สมุล สร้อยสุมาลี
น.ส.จารุณี สุขสม

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.ac.th

ปก: Ryo Yamashita <ryoyamashita.com>
ISSN: 0125-8192
ราคา: 120 บาท

Journal of Journalism, Thammasat University

Issue: "Communicating Otherness"
No.12 Vol.1 January-April 2019

Journal of Journalism, Thammasat University is an academic journal involving journalism studies, communication studies and other related fields, i.e., mass communication, advertising, public relations, new media studies. The Journal publishes every four months with three volumes per year: January-April, May-August, and September-December.

The Editorial Team includes:

The Advisory Board

Assoc. Prof. Oratai Srisantisuk	former dean, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Prof. Surapongse Sotanasathien, Ph.D.	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Assoc. Prof. Kitima Surasonthi	former lecturer, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

Administrative Editor

Asst. Prof. Adchara Panthanuwong, Ph.D.	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
---	--

Journal Editor

Assoc. Prof. Somsuk Hinviman, Ph.D.	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
-------------------------------------	--

Vice-Editor

Varee Chatudompol	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
-------------------	--

The Administrative Editorial Board

Assoc. Prof. Pira Chirasopone, Ph.D.	former dean, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University
Assoc. Prof. Kamjoh Louiyapong, Ph.D.	Department of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University
Assoc. Prof. Kullatip Satararuij, Ph.D.	Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration
Assoc. Prof. Pairoj Wilainuch, Ph.D.	School of Communication Arts, University of the Thai Chamber of Commerce
Assoc. Prof. Saravudh Anantachart, Ph.D.	Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University
Assoc. Prof. Duangporn Kamnoonwatana	Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University
Asst. Prof. Tatri Taiphapoon, Ph.D.	Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University
Asst. Prof. Nuntiya Dounghummes, Ph.D.	Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University
Asst. Prof. Wanawan Doherty, Ph.D.	Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University
Asst. Prof. Warat Karuchit, Ph.D.	Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration
Asst. Prof. Arishai Akraudom, Ph.D.	School of Communication Arts, Bangkok University
Kwanfa Sripraphan, Ph.D.	Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University

The Administrative Editorial Board sets up the objectives of the Journal as well as administrates the publication procedures according to its goals.

The Managerial Editorial Board

Assoc. Prof. Ruj Komonbut	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Assoc. Prof. Kalyakorn Worakullattanee	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Asst. Prof. Vikanda Ponsakulvanich, Ph.D.	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Asst. Prof. Nitida Sangsingkeo, Ph.D.	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Asst. Prof. Arada Karuchit	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

The Managerial Editorial Board coordinates the management of Journal publication including a submission of articles, a preliminary screening of the articles, a review of the articles, production and editing of the articles, as well as a publishing of each volume of the Journal.

Editorial Staff

Sumol Soysumalee	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Jarunee Sooksom	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

99 Moo 18 Paholyothin Rd., Khlongluang, Pathumthani 12120, Thailand
Tel: +66 (0) 2696 6215 Fax: +66 (0) 2696 6218
email: oilsumol@hotmail.com Website: www.jc.ac.th

Cover: Ryo Yamashita <ryoyamashita.com>
ISSN: 0125-8192
Price: 120 Baht

สารบัญ

บทบรรณาธิการ อยู่นอกสายตาของเธอตั้งไกล ฉะนั้นก็ทำได้แค่มองจากตรงนี้	6
การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง รุจน์ โกมลบุตร และคณะ	9
ทัศนคติ ความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ ไทยของผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร ปัทมา สุวรรณภักดี และแอนนา จุมพลเสถียร	47
Tomorrow Never Dies: การเข้าใจความตายในสื่อภาพยนตร์ไทย กัจจร หลุยยะพงศ์	80
เรื่องชวนคิดเกี่ยวกับประเภทรายการและสัดส่วนการให้บริการ สำหรับการจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในกิจการโทรทัศน์ไทย ศิริมิตร ประพันธ์ฐรกิจ	124
การสำรวจความต้องการคำบรรยายแทนเสียงของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร ไวยวุฒิ วุฒิอรรถสาร	189
สื่อพิธีกรรมล้านนา: การสื่อสารของผู้หญิง บทบาท อำนาจ และการช่วงชิงพื้นที่ ทิพย์พัญญู กฤษสุนทร	215

The Search of Friendship and More: Camwomen
Identity Formation On the “Camfrog” Chatroom
Programme

242

Orawan Sirisawat Apichayakul, Alan P. France
and John E. Richardson

บรรณนิทัศน์

*No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on
Social Behavior*

272

วิศิษฐ์ ปัญญาวงศ์สถาพร

ทัศนะหรือข้อคิดเห็นในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่ทัศนะหรือข้อคิดเห็นของกองบรรณาธิการ หรือของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้ประสงค์จะขอนำข้อความใดจากวารสารฉบับนี้ไปเผยแพร่จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์เสียก่อน

บทบรรณาธิการ

“อยู่นอกสายตาของเธอตั้งไกล ฉะนั้นก็ทำได้แค่มองจากตรงนี้”

การเดินทางของสื่อสารศึกษา (communication studies) ผ่านร้อนผ่านหนาวมาเป็นเวลายาวนานในโลกวิชาการแล้ว จากยุคแรกๆ ที่การสื่อสารถูกมองว่าเป็นเครื่องมือเพื่อการพัฒนาประเทศและสังคมไปสู่ความทันสมัย จนมาถึงยุคใหม่ของการตั้งคำถามกับการสื่อสารในฐานะพื้นที่ปะทะต่อรองเชิงอำนาจ และตามกระบวนทัศน์ใหม่ของการศึกษานี้เอง ประเด็นที่เคย “อยู่นอกสายตา” หรือเป็นเสียงแห่ง “ความเป็นอื่น” (otherness) ก็ได้ถูกหยิบยกมาพิจารณาหักกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน

วารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* ฉบับ “อยู่นอกสายตาของเธอตั้งไกล ฉะนั้นก็ทำได้แค่มองจากตรงนี้” เป็นความพยายามของผู้นิพนธ์หลายคนหลากหลายความสนใจที่จะเลือกสรรประเด็นที่เคย “เป็นอื่น” ให้กลายเป็นประเด็นที่ “เป็นคำถาม” ในแวดวงสื่อสารศึกษา และเชิญชวนผู้อ่านมาร่วมถกเถียงเสวนากันในงานตีพิมพ์เล่มนี้

เริ่มต้นบทความเรื่องแรก หากย้อนกลับไปเกินกึ่งศตวรรษที่ผ่านมา เมื่อ Wilbur Schramm ปักหมุดของสื่อสารศึกษาด้วยทัศนะว่า สื่อมวลชนเป็นกลไกสำคัญของการพัฒนาจิตสำนึกทางการเมืองของคนในชาติ ผลของหมุดหมายที่ปักไว้ก็คือองค์ความรู้ด้านการสื่อสารทางการเมือง (political communication) นับจากนั้น ได้ถูกครอบงำด้วยโจทย์การวิจัยว่าด้วยสื่อมวลชนและการเมืองระดับชาติมาอย่างยาวนาน แต่ทว่า รุจน์ โกมลบุตร และคณะ ได้เลือกศึกษาแง่มุมใหม่ที่เคย “อยู่นอกสายตา” อย่างความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับสื่อระดับท้องถิ่นอย่างหนังสือพิมพ์จังหวัดลำปาง โดยเผยให้เห็นว่า การส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นสัมพันธ์แนบแน่นกับบทบาทหน้าที่ของสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งที่จะนำเสนอและตรวจสอบการใช้อำนาจของนักการเมืองท้องถิ่นแทนประชาชน

ลำดับถัดมา เพราะ “เกิดแก่เจ็บตาย” เป็นธรรมดาสามัญของสรรพชีวิต ปัทมา สุวรรณภักดี และแอนนา จุมพลเสถียร จึงได้เลือกศึกษาวิจัยคนกลุ่มที่เคยถูกรับรู้ว่าเป็น “เป็นอื่น” ในการรับชมสื่อภาพยนตร์ นั่นคือกลุ่มคนสูงอายุ และเพราะความบันเทิงแห่งโลกเซลลูลอยด์ตกอยู่ที่ใต้ถณัติของวาทกรรมและวิถีคิดแบบคนรุ่นใหม่ มาหลายทศวรรษ ผู้เขียนทั้งคู่จึงชี้ชวนตั้งคำถามว่า ผู้ชมที่สูงวัยทั้งหลายจะเปิดรับและคาดหวังต่อสื่อภาพยนตร์กันอย่างไร ตามด้วยบทความของ กำจร หลุยยะพงศ์

ที่เลือกศึกษาสื่อภาพยนตร์เช่นกัน โดยตั้งคำถามว่า แม้ความตายจะเป็นสัจธรรมของชีวิตมนุษย์ แต่ทุกวันนี้คนเรามากจะมองความตายด้วยทัศนคติด้านลบ เป็นความน่ากลัว และเป็นสิ่งที่ควรปกปิดไว้ จนกลายเป็น “เป็นอื่น” จากสายตาของปัจเจกบุคคล แต่ก็เป็นที่พื้นที่ของภาพยนตร์นั่นเองที่เปิดเผยและฉายภาพความตายที่ถูกซ่อนเร้นไว้ได้อย่าง ย้อนแย้งว่า ด้านหนึ่งก็คือความลึกลับน่ากลัว แต่อีกด้านหนึ่งก็เป็นเรื่องธรรมดาของโลก และมนุษย์ก็สามารถยืนหยัดกับความตายได้อย่างงดงาม

อีกมุมมองที่เคย “อยู่นอกสายตา” ของสื่อการศึกษา แต่นักวิชาการสองคน ได้เลือกสรรมาถกเถียงอภิปรายอยู่ในวารสารวิชาการฉบับนี้ก็คือ ประเด็นสื่อกับคนพิการ ศิริมิตร ประพันธ์ธรรมาภิจ ได้ตั้งคำถามชวนคิดต่อการจัดทำบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในกิจการโทรทัศน์ ที่แม้จะเกิดขึ้นตามข้อบังคับของกฎหมาย แต่หากการกำหนดประเภทรายการและสัดส่วนไม่มีการบริหารจัดการไว้อย่างเหมาะสมเจาะจงแล้ว ก็อาจไม่ครอบคลุมต่อสิทธิแห่งผู้พิการที่จะเข้าถึงสารประโยชน์และสาระบันเทิงทางโทรทัศน์ได้จริงๆ เช่นเดียวกับ ไวญญติ วุฒิอรรรถสาร ซึ่งเลือกโฟกัสมาเฉพาะกรณีของคำบรรยายแทนเสียง (closed captions) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน ที่แม้จะประสบปัญหาเกี่ยวกับสัมผัสทางสายตาก็ตาม แต่คนหูหนวกก็มีความต้องการและปรารถนาจะรับชมรายการโทรทัศน์ อันสนองต่อการขับเคลื่อนสิทธิและความทัดเทียมในการเข้าถึงสื่อของคนพิการ เจกเช่นคนทั่วไปกลุ่มอื่นๆ

ปิดท้ายของเล่มวารสาร แม้ว่าขบวนการเคลื่อนไหวของกลุ่มสื่อศึกษาแนวสตรีนิยม (feminist media studies) จะผลักดันให้เรื่องผู้หญิงที่เคยอยู่ “นอกสายตา” มาปรากฏอยู่ “ในสายตา” ของโลกวิชาการอย่างจริงจังตั้งแต่กลางศตวรรษที่แล้ว แต่วัตถุประสงค์ที่ศึกษาก็ยังมีแนวโน้มจะกระจุกตัวอยู่ในปริมนทลของสื่อสารมวลชนกระแสหลักต่างๆ ดังนั้น ผู้เขียนบทความอีกสองเรื่องจึงขยายขอบเขตการศึกษาไปที่พื้นที่สาธารณะใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากขนบการวิจัยแบบเดิม

ในงานเรื่องแรก ทิพย์พัฑฐ กฤษสุนทร ได้เลือกสื่อที่อาจจะ “นอกสายตา” มากๆ ในแวดวงวิชาการสื่อ แต่กลับมีพลังขับเคลื่อนสิทธิและอำนาจของผู้หญิงอย่างเข้มข้นในโลกจริง นั่นคือกรณีของสื่อพิธีกรรม โดยผู้เขียนได้สาริตให้เห็นว่า เพราะล้าหน้าเป็นสังคมที่มีการสืบสายตระกูลทางฝ่ายแม่ ดังนั้น พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของบรรดาสื่อพิธีกรรมล้าหน้าจึงมีสถานะเป็นเวทีประลองเพื่อแข่งขัน ต่อรอง และช่วงชิงชัย

ภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเพศ ในขณะเดียวกัน ในกรณีสนามรบของผู้หญิงผ่านสื่อใหม่ที่ในปัจจุบันถือว่ามาแรงแซงโค้งเข้าสู่ “สายตา” ของนักวิจัย สื่อสารศึกษา อรรพรรณ ศิริสวัสดิ์ อภิษยกุล และคณะ ก็ได้เลือกใช้วิถียาแบบชาติพันธุ์วรรณนา เข้าไปศึกษาสาวไทยในพื้นที่สื่อสารอันวาทความของโปรแกรมออนไลน์ที่ชื่อ แคมฟร็อก (camfrog) และพบว่า พื้นที่ของสื่อใหม่ดังกล่าวเป็นช่องทางสำคัญที่สาวเว็บแคมใช้ก่อร่างสร้างอัตลักษณ์ และธำรงรักษามิตรภาพระหว่างกลุ่มเพื่อนผู้หญิงไว้ด้วยกัน

เพราะสื่อสารศึกษาเป็นสนามทางวิชาการที่ผลิตและสังสมองค์ความรู้ด้านการสื่อสารมานับเป็นหลายทศวรรษ ซึ่งไม่เพียงแต่ศาสตร์แขนงนี้จะมีการค้นคว้าวิจัยความรู้ใหม่ๆ กันอย่างต่อเนื่องเป็นล่ำเป็นสันเท่านั้น แต่ทว่า ทุกวันนี้แง่มุมใหม่ๆ ที่เคย “อยู่นอกสายตาของเธอตั้งไกล” และนักวิชาการ “ก็ทำได้แค่มองจากตรงนี้” ก็เริ่มกลายมาเป็นข้อคำถามที่นักวารสารศาสตร์และสื่อสารศึกษาเล็งเห็นว่า อันที่จริงแล้วบรรดาประเด็นที่เคยถูกมองว่า “เป็นอื่น” ก็อาจเป็นประเด็นที่มีคุณค่า และสามารถ “อยู่ไม่ไกลไม่ไกลจากสายตา” ของนักวิจัยที่จะมุ่งแสวงหาความรู้มาต่อยอดให้กับสาขาวิชาแขนงนี้เลย

สมสุข หินวิมาน

บรรณาธิการ

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง*¹

รุจน์ โกมลบุตร² และคณะ³

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง” เป็นผลมาจากการศึกษาในหัวข้อเดียวกัน มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นชื่อฉบับต่างๆ ของลำปางว่ามีการนำเสนอเป็นอย่างไร การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ และใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และจริยธรรมของสื่อมวลชน

วิธีการศึกษาคือ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นชั้นนำ 4 ชื่อฉบับในจังหวัดลำปาง ได้แก่ *คนเมืองเหนือ* (รายสัปดาห์ เน้นข่าวอาชญากรรม) *แมงมุม* (รายสัปดาห์ เน้นข่าวอาชญากรรม) *ลานนาโพสต์* (รายสัปดาห์ เน้นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และอาชญากรรม) และ *ลำปางนิวส์* (รายบ้กซ์ เน้นข่าวอาชญากรรม) ออกจำหน่ายระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน 2560 รวม 6 เดือน ทั้งนี้จะพิจารณาข่าว บทความ และภาพข่าวที่ปรากฏในทุกหน้าว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นในปริมาณเท่าใด รูปแบบใด และมีเนื้อหาประเภทใด โดยมีหน่วยเป็นชิ้นและตารางนิ้ว

* วันที่รับบทความ 3 เมษายน 2561; วันที่แก้ไขบทความ 15 พฤษภาคม 2561; วันที่ตอบรับบทความ 5 กันยายน 2561.

¹ บทความนี้พัฒนาจากการศึกษาเรื่องเดียวกัน ดำเนินการโดย โครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 5 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระหว่างวันที่ 18-26 พฤศจิกายน 2560 ที่จังหวัดลำปาง สนับสนุนโดยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

² รองศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และผู้รับผิดชอบโครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 5.

³ สมาชิกของโครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 5 ที่ร่วมทำการศึกษา มี 8 คน ได้แก่ คู่ขวัญ พวคดี ธวัลพร แถวงษ์ พรชก ปรีปาน มุรินทร์ สายแสงจันทร์ วิชญา ปัญญาวารกุล ศุภวรรณ คงสุวรรณ สิทธิกร บุญลา และรุจน์ โกมลบุตร.

การศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาให้นักการเมืองท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 4.80 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยนำเสนอในรูปแบบ “ภาพ” มากที่สุด ตามด้วย “ข่าว” และ “บทความ” น้อยที่สุด รวมทั้งนำเสนอเนื้อหา “ประเภทงานของสำนักงาน” มากที่สุด รองลงมาคือ “เรื่องส่วนตัวของนักการเมือง” และประเภท “ปัญหาสำนักงาน” น้อยที่สุด

หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนของพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองเปรียบเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด มีพื้นที่นำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด มีพื้นที่การนำเสนอที่หน้า 1 มากที่สุด ทั้งนี้เป็นผลมาจากนโยบายของ *ลานนาโพสต์* ที่ไม่ได้เน้นข่าวอาชญากรรมอย่างเดียวเหมือนหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ

กิตติภูมิ นามวงศ์ นายกเทศมนตรีนครลำปาง เป็นนักการเมืองที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอมากที่สุด เป็นแหล่งข่าวที่ปรากฏในเนื้อหา “ประเภทงานของสำนักงาน” และ “ปัญหาของสำนักงาน” มากที่สุด ขณะที่ ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร อดีตรัฐมนตรี เป็นนักการเมืองที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอมากเป็นอันดับสอง โดยปรากฏในเนื้อหา “ประเภทเรื่องส่วนตัว” มากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ สื่อท้องถิ่นควรเพิ่มสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เพิ่มความสมดุลของเนื้อหาทั้งสามประเภทให้มากขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่ม “ประเภทปัญหาของสำนักงาน” เพื่อช่วยตรวจสอบการใช้อำนาจของนักการเมืองแทนประชาชน และกระจายการนำเสนอชื่อและบทบาทของนักการเมืองให้หลากหลายเพื่อนำเสนอให้เป็นข้อมูลทางเลือกแก่ประชาชน

คำสำคัญ: การวิเคราะห์เนื้อหา นักการเมืองท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ลำปาง

Presentations of Contents Related to Local Politicians in Lamphang Local Newspapers

Ruj Komonbut *et al.*

Abstract

The article titled "Presentations of Contents Related to Local Politicians in Lamphang Local Newspapers" is resulting from a research of the same subject. The research aims at studying how the contents related to local politicians are presented in different Lamphang local newspapers. This study applies a quantitative approach and uses a concept of roles and ethics/codes of conduct of media as a framework.

The research's methodology is to study the four highest circulated local newspapers in Lamphang which are the *Kon Muang Neua* (published weekly, focusing on criminal news), the *Mang Moom* (published weekly, focusing on criminal news) the *Lanna Post* (published weekly, focusing on economic, political, social and criminal news), and the *Lamphang News* (published biweekly, focusing on criminal news) published from January to June 2017, totally six months. The study reviewed all published news, articles and news photos associated with local politicians in all pages; the amount presented; formats; and types. The analysis is in pieces and square inch.

The study reveals that all four local newspapers reporting on local politicians, calculating at 4.80% of all contents. "Photos" are presented the most and followed by "news" and "articles" respectively. Content-wise, "types of operations of the local politician's office" are presented the most and followed by "personal matters of the politicians" and "problems

of the office (of local politicians)” respectively.

Compared to the other three local newspapers, the *Lanna Post* has the best ratio in presenting contents associated with local politicians and other contents; has highest quantities in presenting news; and also has highest amount in presenting contents on the front page. These performances of the *Lanna Post* are the direct results of its policy in not focusing only on criminal news, unlike other local newspapers.

Kittipoom Namwong, the Mayor of Lampang Municipality, is a local politician that the local newspapers in Lampang present contents about the most. He also appears as a new source for contents of “types of operations of the offices” and “problems of the office” the most. Pairoj Losoontorn, a former minister, comes in the second place. He appears with the contents related to “personal matters” the most.

Recommendation from the study is for the local newspapers to increase ratio in presenting contents related to local politicians and others’ types in order to promote a decentralization process to local level. This will enhance a well balance of the three subjects particularly to increase contents related to “types of operations of the office”. Additionally, acting on behalf of citizens, it will help monitor how local politicians use their power. For the citizens to make an informed decision, local newspapers should also report contents of other local politicians and present a variety of news’ contents and subjects.

Keywords: content analysis, local politicians, local newspaper, Lampang

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญมากทางการเมืองในปัจจุบัน เพราะมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลแก่ประชาชนเกี่ยวกับการทำงานของหน่วยงานรัฐบาลและนักการเมือง เพื่อกระตุ้นให้รัฐตระหนักถึงหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมและประชาชน และยังคงยโสอดส่อง ตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐบาลที่ดำเนินงานอย่างมิชอบ (เสถียร เขยประทับ, 2540)

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาระบบการเมืองในท้องถิ่น และในระดับชาติ ช่วยลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันของสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของประชาชน ดังนั้น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงถือเป็นสื่อที่ชุมชนในสังคมต้องติดตาม เพื่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับการรับรู้และเข้าใจความเป็นไปในชุมชนของตน หน้าที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นคือการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ให้ประชาชนในชนบทตระหนักถึงการเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในรูปแบบต่างๆ เช่น เป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับรัฐ ให้ข้อมูล ความรู้ความเข้าใจในโครงการที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนอย่างรอบด้าน ตรวจสอบนักการเมืองท้องถิ่นและนักการเมืองในระดับชาติในการบริหารงาน สะท้อนเสียง หรือความคิดเห็นของประชาชนต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนพูดคุย วัฒนธรรมการวิพากษ์วิจารณ์ ส่งเสริมการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อแสดงออกถึงความคิดเห็นของตนอย่างสันติ นำเสนอข่าวโดยให้ข้อเท็จจริงอย่างรอบด้านและเป็นกระบอกเสียงของประชาชน สะท้อนความคิดเห็นของชุมชน เพื่อตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล และการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (ชิตติยา เปลี่ยนเฉย, 2553) ทั้งนี้ภาพลักษณ์กับนักการเมืองเป็นของคู่กัน และเป็นตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งที่ทำให้ให้นักการเมืองได้รับหรือไม่ได้รับความนิยม นักการเมืองจึงจำเป็นต้องสร้าง ปรับปรุง และรักษาภาพลักษณ์ไว้ (เสถียร เขยประทับ, 2540) แต่การสร้างภาพลักษณ์ของผู้ที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ถ้าไม่มีช่องทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการกระจายข่าวสาร สื่อจึงเป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการถ่ายทอดข้อมูล รายละเอียดของกิจกรรมที่ผู้นำได้กระทำ ซึ่งนำไปสู่การสร้าง

การรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของผู้นำ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2551)

จากงานวิจัยสถานภาพและบทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทยระบุไว้ว่า ปรากฏการณ์ที่มีผลกระทบต่อหนังสือพิมพ์สองอันดับแรกคือ (1) นักการเมืองหรือพรรคการเมืองขอให้หนังสือพิมพ์ลงข่าวเชียร์ ร้อยละ 38.1 และ (2) นักการเมืองหรือพรรคการเมืองขอให้หนังสือพิมพ์ละเว้นการลงข่าวที่มีผลกระทบในทางลบร้อยละ 22.6 นอกจากนี้ ยังพบว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 2.9 ที่มีนักการเมืองท้องถิ่นเป็นผู้บริหาร (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, 2552)

นอกจากนั้น ผู้สื่อข่าวการเมืองมักรู้จักมักคุ้นกับนักการเมืองทุกฝ่าย มีโอกาสพบปะพูดคุยกับนักการเมืองอยู่เสมอ มีบ่อยครั้งที่นักข่าวได้ข่าวสารจากนักการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาผลประโยชน์ของชาติ บางครั้งอาจได้รับการร้องขอจากนักการเมืองที่เป็นแหล่งข่าวใกล้ชิดให้นำเสนอข่าวเพื่อผลประโยชน์หรือเรื่องส่วนตัวของนักการเมืองเอง (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ และคณะ, 2541)

มีการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์บางจังหวัดในภาคเหนือพูดถึงการเลือกตั้ง อบจ. และ อบต. ในพื้นที่ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ใกล้ชิดกับพรรคการเมืองบางพรรค เมื่อนำเสนอข่าวสารก็จะเน้นส่วนที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองที่ใกล้ชิด แต่ไม่นำเสนอนักการเมืองที่ไม่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดแม้จะอยู่ในประเด็นข่าวสารเดียวกัน และผู้สื่อข่าวมีความคิดเห็นต่อการทำหน้าที่ของตนเองว่า ไม่แปลกตรงไหนเลย เพราะไม่ได้เป็นการให้ร้ายนักการเมืองตรงกันข้าม แต่ไม่นำเสนอข่าวของฝั่งตรงกันข้ามเท่านั้น หนังสือพิมพ์ย่อมมีสิทธิที่จะนำเสนอฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับเขา และยังเชื่อว่า การทำเช่นนี้ไม่ผิดต่อจริยธรรม ปรากฏการณ์นี้จึงสะท้อนความสับสนต่อจริยธรรม และจรรยาบรรณของสื่อมวลชน (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2552)

พฤติกรรมเหล่านี้เป็นการทำหน้าที่สื่อเพื่อนักการเมือง ซึ่งขัดกับหน้าที่และการทำงานซึ่งควรจะดำเนินไปเพื่อประชาชน บทความนี้จะนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองท้องถิ่น ที่ปรากฏผ่านการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง โดยการศึกษาจะเปิดเผยให้เห็นสัดส่วน

และปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปาง ทั้งในเชิงรูปแบบการนำเสนอ ชนิดของแหล่งข่าว ประเภทของเนื้อหา และหน้าที่นำเสนอ

วิธีการศึกษาคือ การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปางจำนวน 4 ชื่อฉบับ คือ *คนเมืองเหนือ* *แมงมุม* *ลานนาโพสต์* และ *ลำปางนิวส์* ที่ตีพิมพ์ระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน 2560 เพื่อศึกษาปริมาณข่าว บทความ และภาพข่าวทุกหน้าที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง โดยจำแนกรูปแบบการนำเสนอ ชนิดของแหล่งข่าว ประเภทของเนื้อหา และหน้าที่นำเสนอ

รูปแบบการนำเสนอ หมายถึง ข่าว บทความและภาพ ยกเว้นภาพหน้าตรงของนักการเมือง

ชนิดของแหล่งข่าว หมายถึง ชนิดที่ 1 คือ นักการเมืองในองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ชนิดที่ 2 คือ อดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (สส.) สมาชิกวุฒิสภา (สว.) และรัฐมนตรี (รมต.)⁴ ชนิดที่ 3 คือ อดีตหรือว่าที่ผู้สมัครในองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (สส.) และสมาชิกวุฒิสภา (สว.)

ประเภทของเนื้อหา หมายถึง ประเภทที่ 1 คือ งานของสำนักงานของนักการเมือง ประเภทที่ 2 คือ ปัญหาการทำงานของนักการเมือง หรือปัญหาในสำนักงาน ประเภทที่ 3 คือ เรื่องส่วนตัวของนักการเมือง

หน้าที่นำเสนอ ได้แก่ หน้าหนึ่ง และหน้าอื่นๆ หรือหน้าต่างๆ ที่ไม่ใช่หน้าหนึ่ง

สำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางทั้ง 4 ชื่อฉบับนั้นมีขนาดบรรทัดหนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* *แมงมุม* และ *ลานนาโพสต์* เป็นหนังสือพิมพ์

⁴ แหล่งข่าวชนิดที่ 2 เป็นอดีต สส. สว. ทั้งหมด เพราะขณะที่ทำการศึกษาในประเทศไทยอยู่ภายใต้การบริหารของรัฐบาลของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ซึ่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแห่งชาติทำหน้าที่รัฐสภาจากการแต่งตั้งทั้งหมด.

รายสัปดาห์ ขณะที่ *ลำปางนิวส์* เป็นหนังสือพิมพ์รายปักษ์ ทำให้ *ลำปางนิวส์* มีพื้นที่การนำเสนอโดยรวมน้อยกว่าชื่อฉบับอื่นๆ อย่างชัดเจน ดังนั้น ผลการนำเสนอในบทความนี้จะใช้การนำเสนอเป็น “สัดส่วน” ในชื่อฉบับตัวเองเป็นหลัก และเปรียบเทียบปริมาณระหว่างชื่อฉบับ

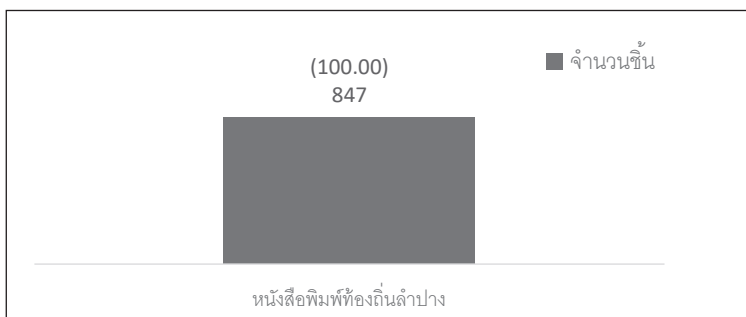
ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางเหล่านี้ หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* เป็นชื่อฉบับเดียวที่มีนโยบายนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ขณะที่ *คนเมืองเหนือ* *แมงมูม* และ *ลำปางนิวส์* มีนโยบายเน้นข่าวอาชญากรรม (รุจน์ โกมลบุตร, 2552)

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ และใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และจริยธรรมของสื่อมวลชน

ผลการศึกษา

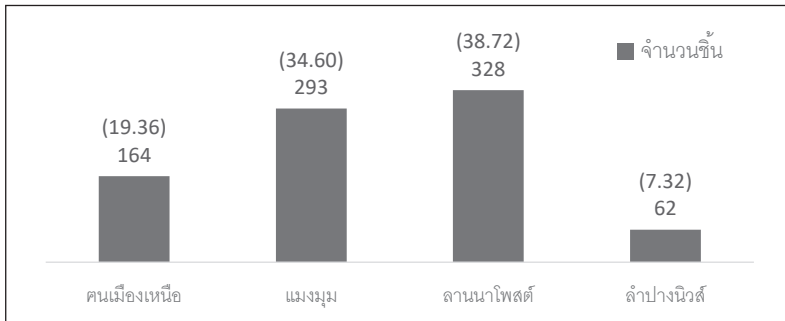
การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง” พบประเด็นสำคัญๆ ดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 1 จำนวนชิ้นและร้อยละของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองท้องถิ่นของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



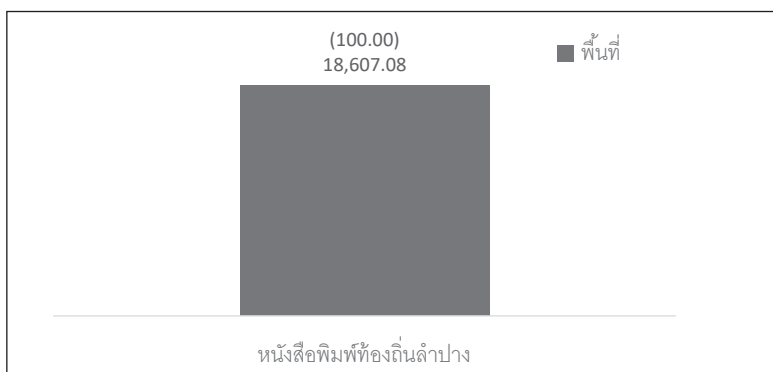
จากแผนภูมิที่ 1 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางทั้ง 4 ชื่อฉบับมีจำนวนชิ้นของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองท้องถิ่นทั้งหมด 847 ชิ้น

แผนภูมิที่ 2 จำนวนชิ้นและร้อยละของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองท้องถิ่นของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง แยกตามรายชื่อฉบับ



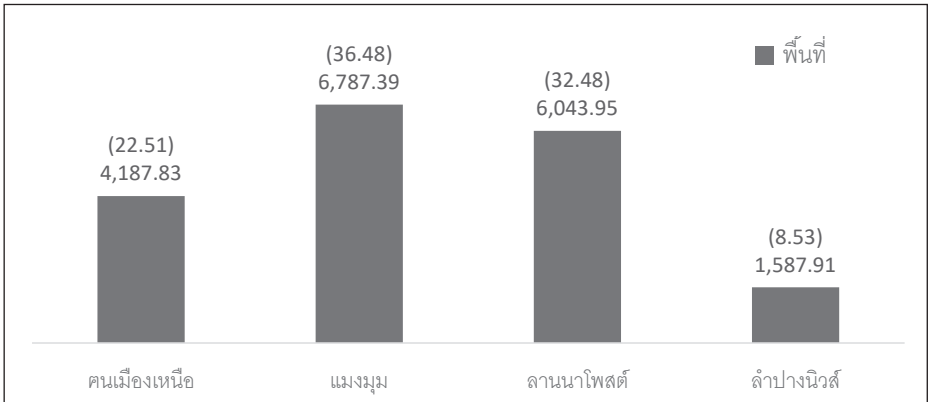
จากแผนภูมิที่ 2 พบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีจำนวนชิ้นในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองท้องถิ่นมากที่สุด ร้อยละ 38.72 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ *แม่ยม* ร้อยละ 34.60 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* ร้อยละ 19.36 และหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* ร้อยละ 7.32 ทั้งนี้ หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* เผยแพร่เป็นรายปักษ์ ขณะที่ชื่อฉบับอื่นๆ เผยแพร่เป็นรายสัปดาห์ จึงทำให้ *ลำปางนิวส์* มีจำนวนชิ้นในการนำเสนอที่น้อยกว่าชื่อฉบับอื่น

แผนภูมิที่ 3 จำนวนพื้นที่รวมของเนื้อหาทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองใน นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



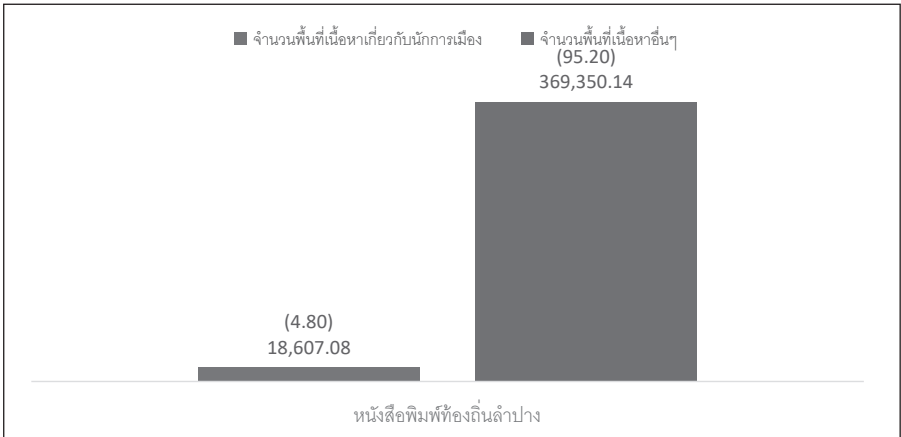
จากแผนภูมิที่ 3 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางทั้ง 4 ชื่อฉบับ มีพื้นที่ของเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นทั้งหมด 18,607.08 ตารางนิ้ว

แผนภูมิที่ 4 จำนวนพื้นที่และร้อยละของเนื้อหาทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับนักการเมือง แยกตามรายชื่อฉบับ



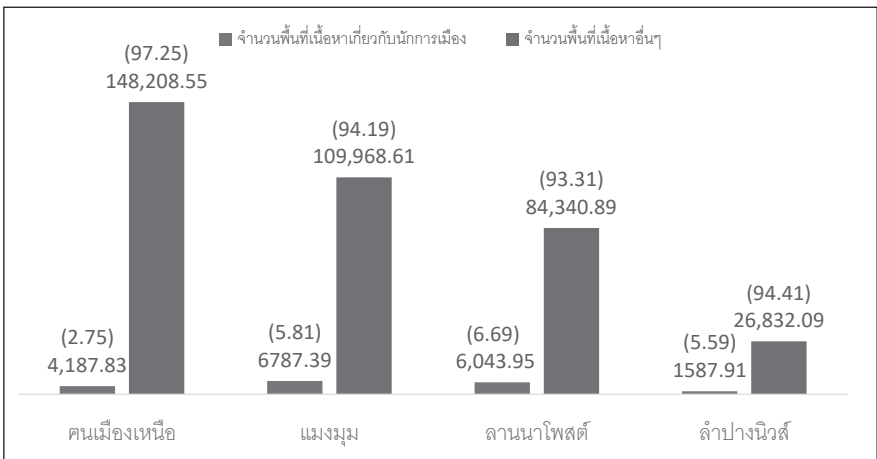
จากแผนภูมิที่ 4 พบว่า หนังสือพิมพ์ **แมงมุม** มีพื้นที่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองท้องถิ่นมากที่สุด ร้อยละ 36.48 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ **ลานนาโพสต์** ร้อยละ 32.48 หนังสือพิมพ์ **คนเมืองเหนือ** ร้อยละ 22.51 และหนังสือพิมพ์ **ลำปางนิวส์** ร้อยละ 8.53 ทั้งนี้ หนังสือพิมพ์ **ลำปางนิวส์** เผยแพร่เป็นรายปักษ์ ขณะที่ชื่อฉบับอื่นๆ เผยแพร่เป็นรายสัปดาห์ จึงทำให้ **ลำปางนิวส์** มีพื้นที่การนำเสนอน้อยกว่าชื่อฉบับอื่นๆ นอกจากนี้ หากพิจารณาแผนภูมิที่ 4 กับแผนภูมิที่ 2 จะพบว่า **ลานนาโพสต์** มีจำนวนชิ้นในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นมากที่สุด แต่หนังสือพิมพ์ **แมงมุม** มีพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า **ลานนาโพสต์** ให้พื้นที่ในการนำเสนอต่อชิ้นน้อยกว่า **แมงมุม**

แผนภูมิที่ 5 จำนวนพื้นที่และร้อยละของเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองเปรียบเทียบกับพื้นที่ของเนื้อหาอื่นๆ ใน นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



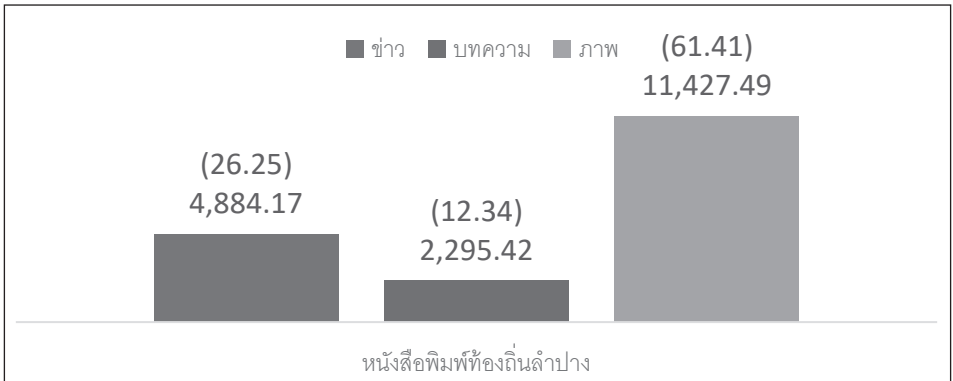
จากแผนภูมิที่ 5 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางมีพื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมือง ร้อยละ 4.80 และเนื้อหาอื่นๆ ร้อยละ 95.20

แผนภูมิที่ 6 จำนวนสัดส่วนพื้นที่และร้อยละของเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองเปรียบเทียบกับพื้นที่เนื้อหาอื่นๆ ของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



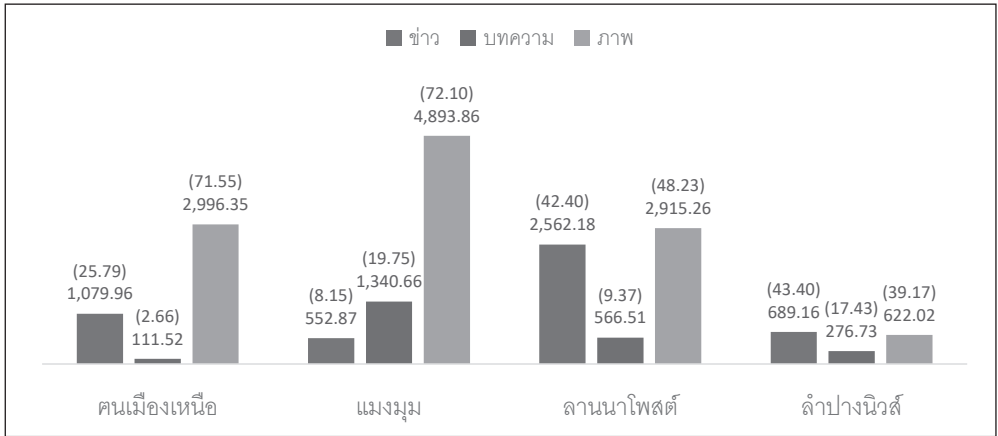
จากแผนภูมิที่ 6 พบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองต่อเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด ร้อยละ 6.69 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ร้อยละ 5.81 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* ร้อยละ 5.59 และหนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* ร้อยละ 2.75 อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาที่จำนวนพื้นที่จะพบว่า หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* มีจำนวนมากที่สุด คือ 6,787.39 ตารางนิ้ว

แผนภูมิที่ 7 จำนวนพื้นที่และร้อยละของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองท้องถิ่นของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



จากแผนภูมิที่ 7 พบว่า จำนวนพื้นที่ของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น เป็นภาพมากที่สุด ร้อยละ 61.41 รองลงมาคือข่าว ร้อยละ 26.25 และน้อยที่สุดคือ บทความ ร้อยละ 12.34

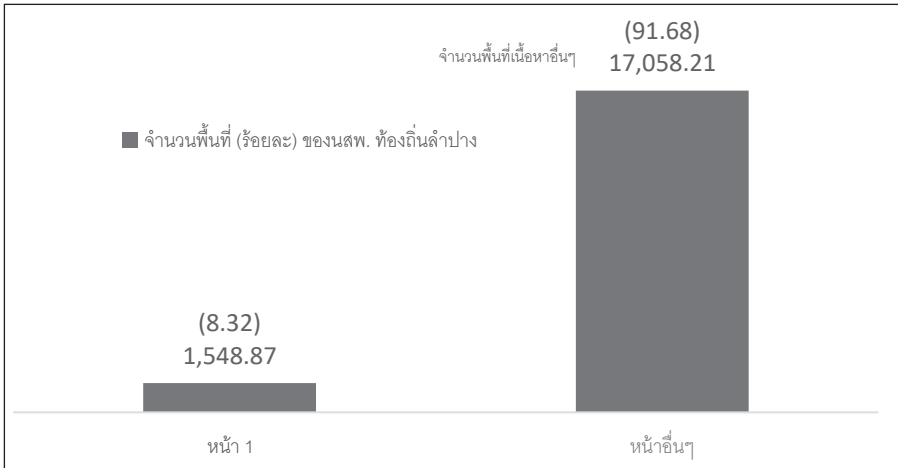
แผนภูมิที่ 8 จำนวนสัดส่วนพื้นที่และร้อยละของรูปแบบข่าว บทความ ภาพของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองท้องถิ่นแยกตามรายชื่อฉบับ



จากแผนภูมิที่ 8 พบว่า เมื่อพิจารณาในเชิงสัดส่วนเปรียบเทียบกับชื่อฉบับอื่นๆ หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น เป็นข่าวมากที่สุด คือ ร้อยละ 43.40 ขณะที่หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น เป็นบทความมากที่สุด คือ ร้อยละ 19.75 และเป็นภาพมากที่สุด คือ ร้อยละ 72.10

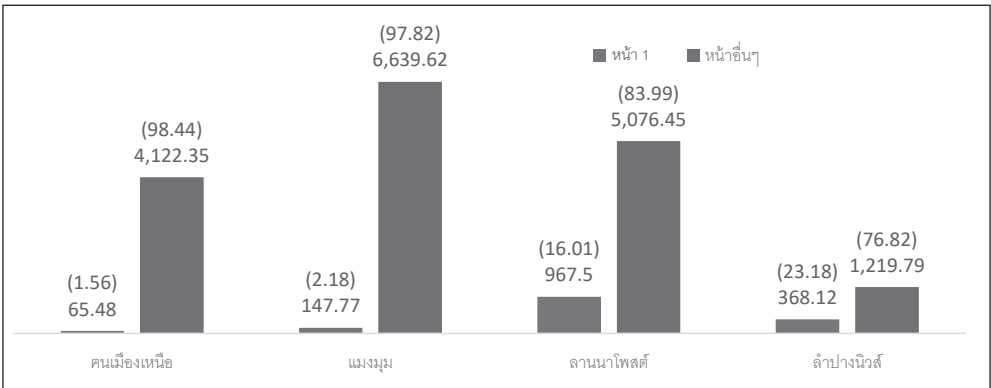
อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเชิงปริมาณพื้นที่ จะพบว่าหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอในรูปแบบข่าว มากที่สุด คือ 2,562.18 ตารางนิ้ว หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น เป็นบทความมากที่สุด คือ 1,340.66 ตารางนิ้ว และเป็นภาพมากที่สุดเช่นกัน คือ 4,893.86 ตารางนิ้ว

แผนภูมิที่ 9 จำนวนพื้นที่และร้อยละของเนื้อหาข่าวการเมืองที่ปรากฏในหน้า 1 เปรียบเทียบกับหน้าอื่นๆ ของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



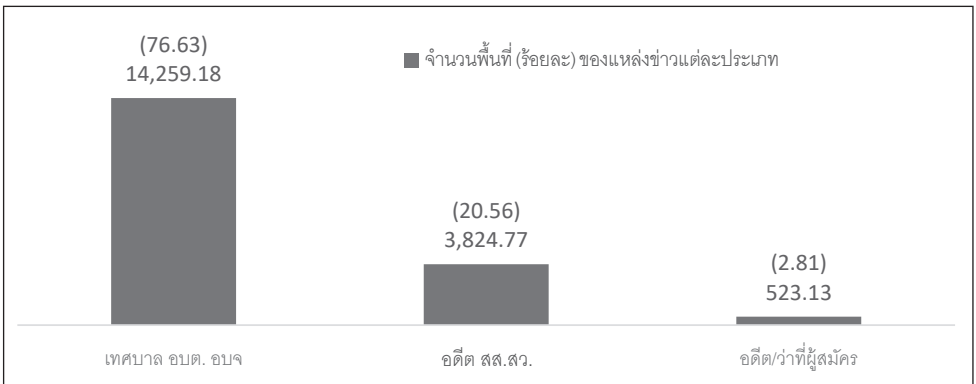
จากแผนภูมิที่ 9 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางมีจำนวนพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองปรากฏในหน้าอื่นๆ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 91.68 และมีพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองในหน้า 1 คิดเป็นร้อยละ 8.32

แผนภูมิที่ 10 จำนวนสัดส่วนพื้นที่และร้อยละของเนื้อหาข่าวการเมืองที่ปรากฏในหน้า 1 เปรียบเทียบกับหน้าอื่นๆ ของ นสพ. ท้องถิ่นลำปางแยกตามรายชื่อฉบับ



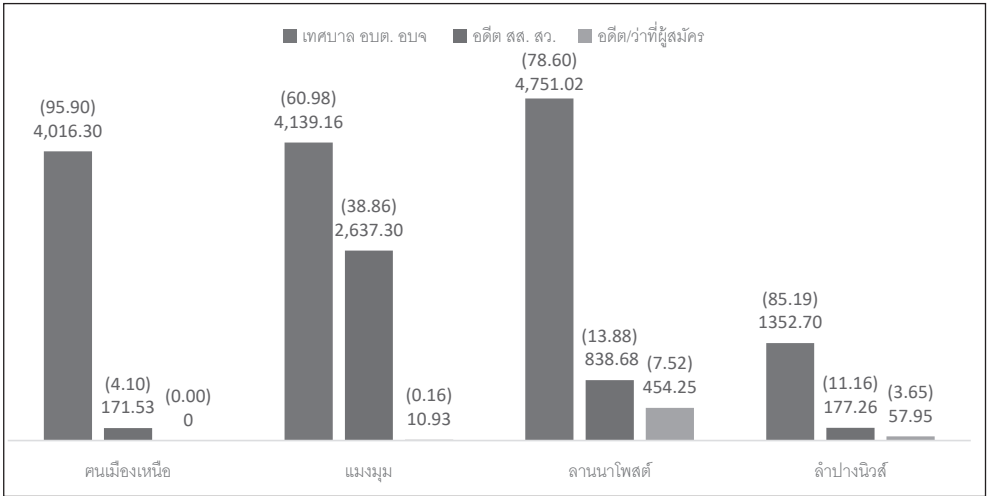
จากแผนภูมิที่ 10 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบในเชิงสัดส่วนกับชื่อฉบับอื่นๆ หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองที่หน้า 1 สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.18 แต่หากพิจารณาที่จำนวนพื้นที่จะพบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองอยู่ในหน้า 1 มากที่สุด คือ 967.5 ตารางนิ้ว ทั้งนี้หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* มีสัดส่วนและพื้นที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองในหน้า 1 น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.56 และ 65.48 ตารางนิ้ว ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 11 จำนวนพื้นที่และร้อยละของแหล่งข่าวแต่ละชนิดของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



จากแผนภูมิที่ 11 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 1 คือ เทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.63 รองลงมาคือแหล่งข่าวชนิดที่ 2 คือ อดีต สส. สว. คิดเป็นร้อยละ 20.56 และแหล่งข่าวชนิดที่ 3 คือ อดีตหรือว่าที่ผู้สมัคร สส. สว. คิดเป็นร้อยละ 2.81

แผนภูมิที่ 12 จำนวนสัดส่วนพื้นที่และร้อยละของแหล่งข่าวแต่ละชนิด ของ นสพ. ท้องถิ่นลำปางแยกตามรายชื่อนับ



จากแผนภูมิที่ 12 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบในเชิงสัดส่วนกับชื่อนับอื่นๆ หนังสือพิมพ์ **คนเมืองเหนือ** นำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 1 คือ เทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.90 หนังสือพิมพ์ **แม่ยม** นำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 2 คือ อดีต สส. สว. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.86 และหนังสือพิมพ์ **ลานนาโพสต์** นำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 3 คือ อดีตหรือว่าที่ผู้สมัคร สส. สว. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.52

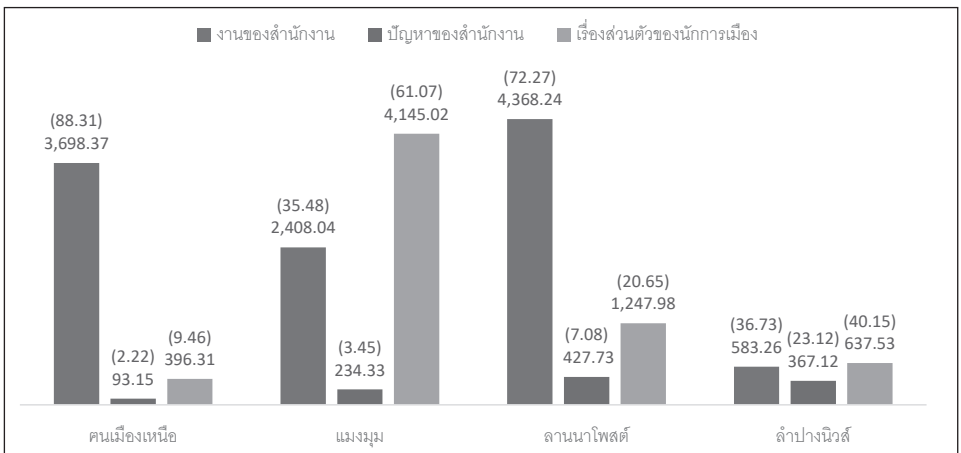
แต่หากพิจารณาในเชิงจำนวนพื้นที่กับชื่อนับอื่นๆ จะพบว่า หนังสือพิมพ์ **ลานนาโพสต์** นำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 1 คือ เทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด 4,751.02 ตารางนิ้ว หนังสือพิมพ์ **แม่ยม** นำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 2 คือ อดีต สส. สว. มากที่สุด 2,637.30 ตารางนิ้ว และ หนังสือพิมพ์ **ลานนาโพสต์** นำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 3 คือ อดีตหรือว่าที่ผู้สมัคร สส. สว. มากที่สุด 454.25 ตารางนิ้ว

แผนภูมิที่ 13 จำนวนพื้นที่และร้อยละของเนื้อหาแต่ละประเภทของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



จากแผนภูมิที่ 13 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองประเภทงานของสำนักงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.43 รองลงมาคือเรื่องส่วนตัวของนักการเมือง คิดเป็นร้อยละ 34.54 และปัญหาของสำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 6.03

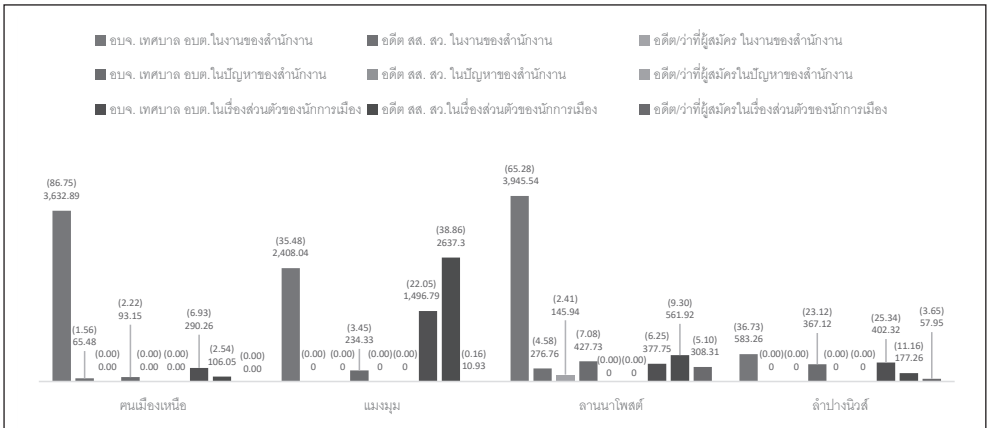
แผนภูมิที่ 14 จำนวนสัดส่วนพื้นที่และร้อยละของเนื้อหาแต่ละประเภทของ นสพ. ท้องถิ่นลำปางแยกตามรายชื่อฉบับ



จากแผนภูมิที่ 14 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบในเชิงสัดส่วนกับข้อฉบับอื่นๆ หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* นำเสนอเนื้อหาประเภทงานของสำนักงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.31 หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* นำเสนอเนื้อหาประเภทปัญหาสำนักงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.12 และหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* นำเสนอเนื้อหาประเภทเรื่องส่วนตัวของนักการเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.07

แต่หากพิจารณาในเชิงจำนวนพื้นที่กับข้อฉบับอื่นๆ จะพบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอเนื้อหาประเภทงานของสำนักงาน และปัญหาของสำนักงานมากที่สุด คือ 4,368.24 ตารางนิ้ว และ 427.73 ตารางนิ้ว ตามลำดับ โดยหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* นำเสนอเนื้อหาประเภทเรื่องส่วนตัวของนักการเมืองมากที่สุด คือ 4,145.02 ตารางนิ้ว

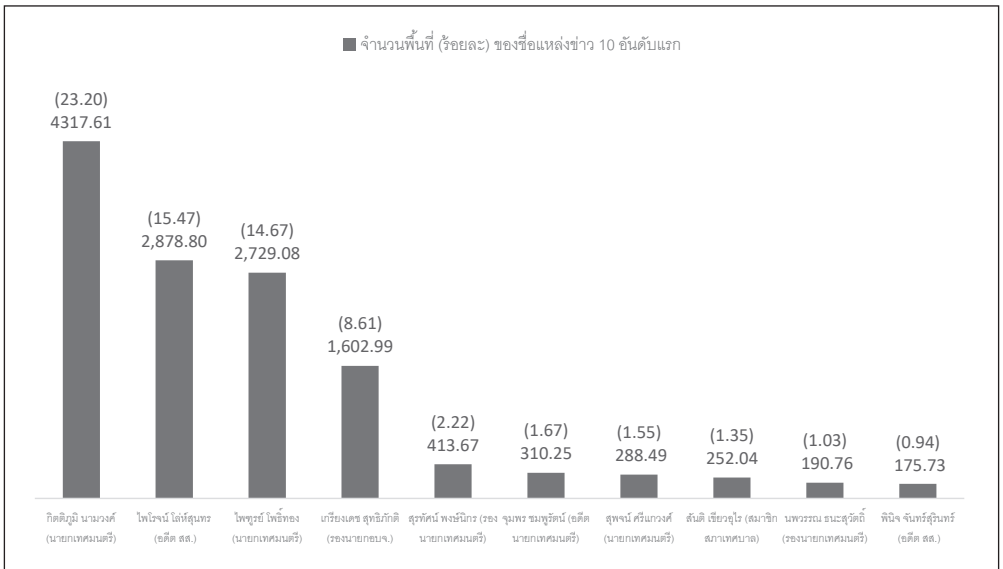
แผนภูมิที่ 15 จำนวนสัดส่วนพื้นที่และร้อยละของแหล่งข่าวแต่ละชนิด ที่ปรากฏเปรียบเทียบกันในเนื้อหาประเภทต่างๆ



จากแผนภูมิที่ 15 พบว่า หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* และหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับงานของสำนักงานของเทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด ร้อยละ 86.75 ร้อยละ 65.28 และร้อยละ 36.73 ตามลำดับ ขณะที่หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* นำเสนอเนื้อหา

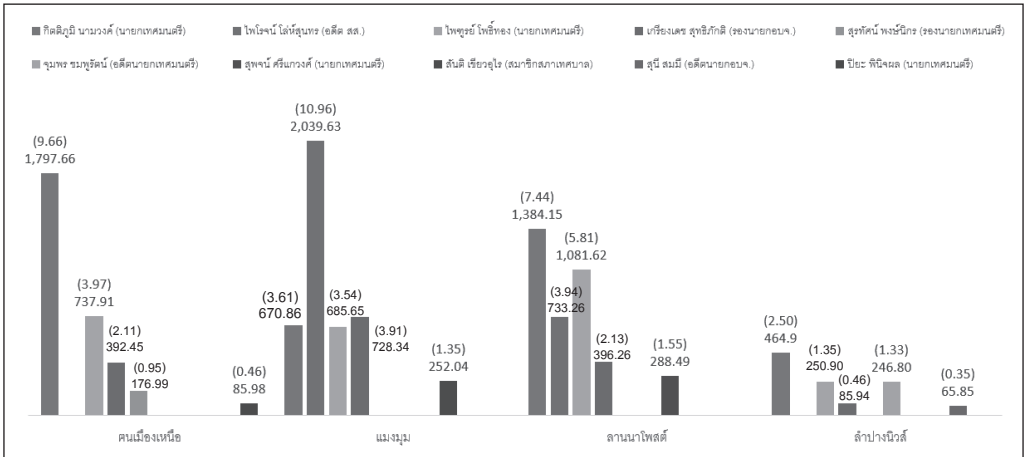
เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของอดีต สส. สว. มากที่สุด ร้อยละ 38.86 นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ **ลานนาโพสต์** นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชนิดของแหล่งข่าวและประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองหลากหลายที่สุดถึง 7 ลักษณะ รวมถึงงานของสำนักงานของอดีตหรือว่าที่ผู้สมัคร และเรื่องส่วนตัวของอดีตหรือว่าที่ผู้สมัคร ขณะที่หนังสือพิมพ์ชื่อฉบับอื่นๆ นำเสนอเพียง 5 ลักษณะ

แผนภูมิที่ 16 จำนวนพื้นที่และร้อยละของแหล่งข่าว 10 อันดับแรก ของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



จากแผนภูมิที่ 16 พบว่า แหล่งข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ อันดับที่ 1 กิตติภูมิ นามวงศ์ นายกเทศมนตรีนครลำปาง ร้อยละ 23.20 อันดับที่ 2 ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร อดีต สส. ร้อยละ 15.47 อันดับที่ 3 ไพฑูรย์ โพธิ์ทอง นายกเทศมนตรีเมืองเขลางค์นคร ร้อยละ 14.67 อันดับที่ 4 เกรียงเดช สุทธิภักดี รองนายก อบจ. ร้อยละ 8.61 และอันดับที่ 5 สุรทัศน์ พงษ์นิกร รองนายกเทศมนตรีนครลำปาง ร้อยละ 2.22 ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า ตั้งแต่อันดับที่ 5 เป็นต้นไป จะมีสัดส่วนที่น้อยกว่า 4 อันดับแรกอย่างชัดเจน

แผนภูมิที่ 17 จำนวนพื้นที่และร้อยละของแหล่งข่าว 5 อันดับแรก ของ นสพ. ท้องถิ่น ลำปางแยกตามรายชื่อฉบับ



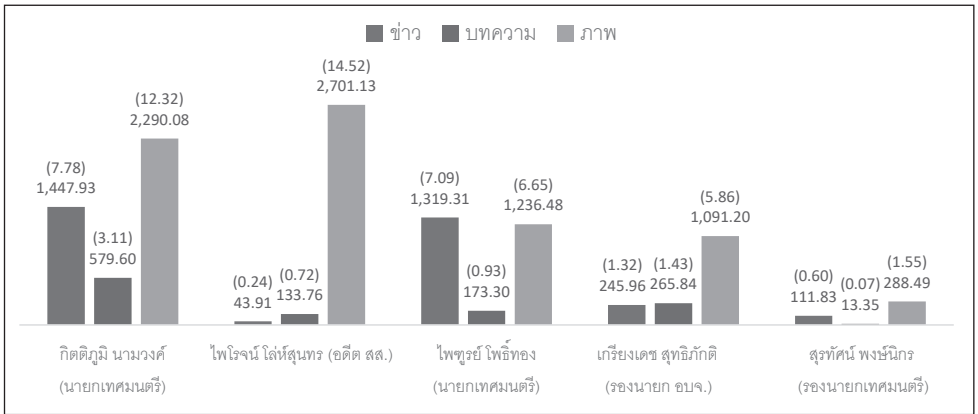
จากแผนภูมิที่ 17 พบว่า ชื่อแหล่งข่าวที่ถูกนำเสนอมากเป็นอันดับแรก ของหนังสือพิมพ์ **คนเมืองเหนือ ลานนาโพสต์ และ ลำปางนิวส์** คือ กิตติภูมิ นามวงศ์ นายกเทศมนตรีนครลำปาง ร้อยละ 9.66 ร้อยละ 7.44 และ ร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ขณะที่หนังสือพิมพ์ **แมงมูม** นำเสนอ ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร อดีต สส. มากที่สุด คือ ร้อยละ 10.96 แต่ไม่มีชื่อไพโรจน์ ในแหล่งข่าว 5 อันดับแรก ของหนังสือพิมพ์ **คนเมืองเหนือ** และหนังสือพิมพ์ **ลำปางนิวส์**

นอกจากนี้ แหล่งข่าว 5 อันดับแรก จะปรากฏชื่อของนักการเมืองจำนวน 3 คนครบทุกชื่อฉบับ ได้แก่ กิตติภูมิ นามวงศ์ นายกเทศมนตรีนครลำปาง ไพฑูริย์ โพธิ์ทอง นายกเทศมนตรีเมืองเขลางค์นคร และเบ็ญจเดช สุทธิภักดี รองนายก อบจ.

อีกประการหนึ่งคือ แหล่งข่าว 5 อันดับแรก มีชื่อแหล่งข่าวที่ไม่ซ้ำกับ ฉบับอื่นๆ ด้วย เช่น สุรทัศน์ พงษ์นิกร รองนายกเทศมนตรีนครลำปาง และ ปิยะ พินิจผล นายกเทศมนตรีตำบลน้ำใจ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ปรากฏใน **คนเมืองเหนือ** เท่านั้น สันติ เขียวอุไร สมาชิกสภาเทศบาลนครลำปาง

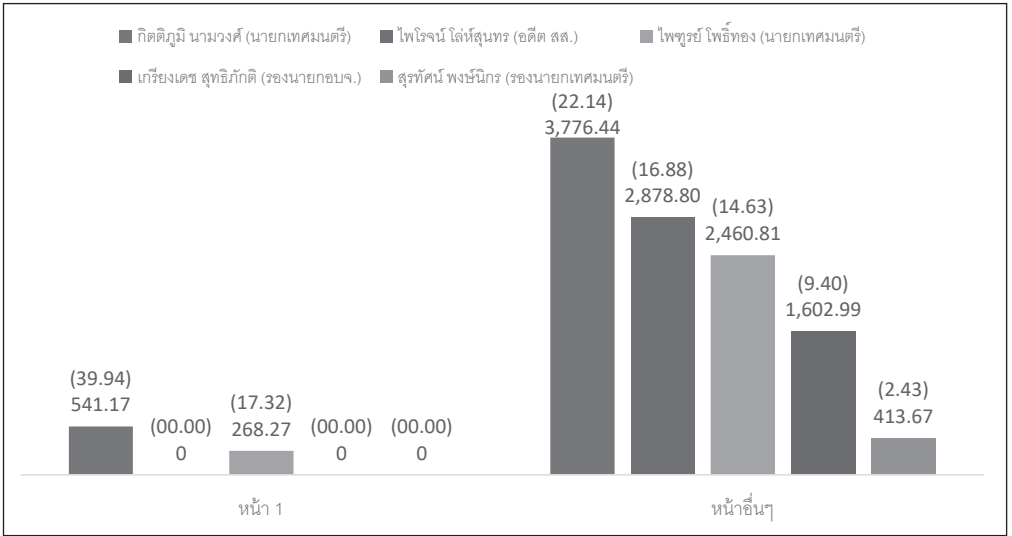
พบใน แมงมุม เท่านั้น สุรพจน์ ศรีแกวงศ์ นายกเทศมนตรีตำบลป่าต้นนาควัว อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง พบใน ลานนาโพสท์ เท่านั้น จุมพร ชมพูรัตน์ อดีต นายกเทศมนตรีตำบลล้อมแรด อำเภอกันดาล ลำปาง และ สุนี สมมี อดีตนายก องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง พบใน ลำปางนิวส์ เท่านั้น

แผนภูมิที่ 18 จำนวนพื้นที่และร้อยละของแหล่งข่าว 5 ชื่อแรกในการนำเสนอรูปแบบ ข่าว บทความ ภาพ



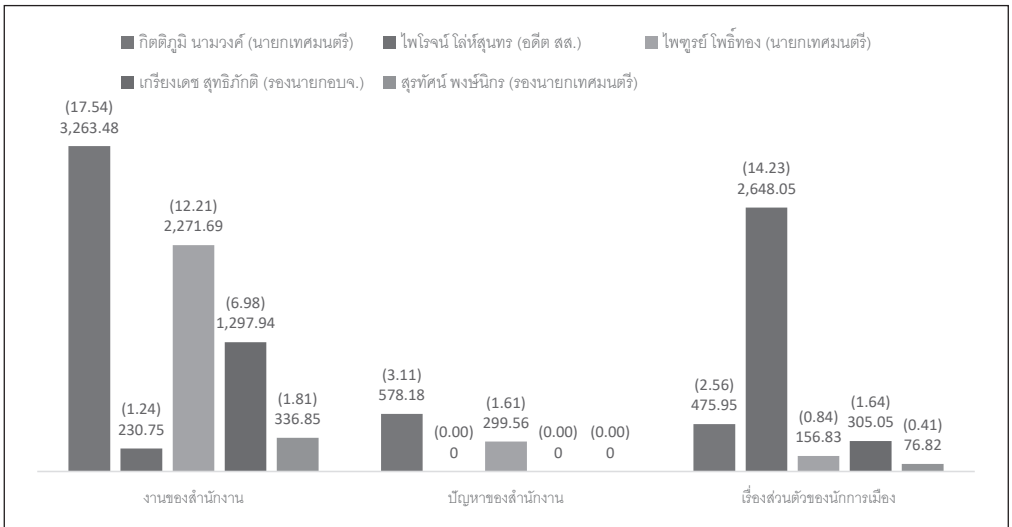
จากแผนภูมิที่ 18 พบว่า แหล่งข่าว 5 อันดับแรกจำนวน 4 รายจาก 5 รายถูกนำเสนอด้วยสัดส่วนรูปแบบภาพมากที่สุด คือ กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 12.32 ไฟโรจน์ โล่ห์สุนทร ร้อยละ 14.52 เกรียงเดช สุทธิภักดี ร้อยละ 5.86 และสุรทัศน์ พงษ์นิกร ร้อยละ 1.55 ขณะที่ไพฑูรย์ โพธิ์ทอง นายกเทศมนตรี เป็นกรณีเดียวถูกนำเสนอในสัดส่วนรูปแบบข่าวมากที่สุด คือ ร้อยละ 7.09

แผนภูมิที่ 19 จำนวนพื้นที่และร้อยละของแหล่งข่าว 5 ชื่อแรกที่ปรากฏในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ



จากแผนภูมิที่ 19 พบว่า แหล่งข่าว 5 อันดับแรก มีเพียง 2 รายที่ถูกนำเสนอในหน้า 1 คือ กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 39.94 และไพฑูรย์ โพธิ์ทอง ร้อยละ 17.32 ส่วนคนอื่นๆ ไม่ปรากฏในหน้า 1 ส่วนการนำเสนอในหน้าในพบว่า กิตติภูมิ นามวงศ์ นายกเทศมนตรี ถูกนำเสนอที่หน้าในมากที่สุด ร้อยละ 22.14 รองลงมาคือ ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร ร้อยละ 16.88 ไพฑูรย์ โพธิ์ทอง ร้อยละ 14.63 เกரியงเดช สุทธิภักดี ร้อยละ 9.40 และ สุรทัตต์ พงษ์นิกร ร้อยละ 2.43

แผนภูมิที่ 20 จำนวนพื้นที่และร้อยละของแหล่งข่าว 5 ชื่อแรกในเนื้อหาประเภทต่างๆ ของ นสพ. ท้องถิ่นลำปาง



จากแผนภูมิที่ 20 พบว่า ชื่อแหล่งข่าวที่ถูกนำเสนอในเนื้อหาประเภทงานของสำนักงาน และปัญหาของสำนักงานมากที่สุด คือ กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 17.54 และร้อยละ 3.11 ตามลำดับ และแหล่งข่าวที่ถูกนำเสนอในเนื้อหาประเภทเรื่องส่วนตัวของนักการเมืองมากที่สุด คือ ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร ร้อยละ 14.23

จากแผนภูมิทั้งหมด 20 แผนภูมิ สามารถสรุปเนื้อหาลงในตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปประเด็นสำคัญของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง

ประเด็นสำคัญ	รวมสี่คอลัมน์	สัดส่วน (หรือปริมาณ)			
		คนเมืองเหนือ	แมงมูม	ลานนาโพสต์	ลำปางนิวส์
จำนวนชิ้นของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมือง	847 ชิ้น	ร้อยละ 19.36	ร้อยละ 34.60	ร้อยละ 38.72	ร้อยละ 7.32
สัดส่วนพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมือง	18,607.08 ตารางนิ้ว	ร้อยละ 22.51	ร้อยละ 36.48	ร้อยละ 32.48	ร้อยละ 8.53
สัดส่วนพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองเปรียบเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ	ร้อยละ 4.80	ร้อยละ 2.75	ร้อยละ 5.81 - (พท. มากที่สุด 6,787.39 ตารางนิ้ว)	ร้อยละ 6.69	ร้อยละ 5.59
สัดส่วนรูปแบบการนำเสนอ	ภาพ ร้อยละ 61.41 / ข่าว ร้อยละ 26.25 / บทความ ร้อยละ 12.34		สัดส่วนบทความมากที่สุด ร้อยละ 19.75 และภาพมากที่สุด ร้อยละ 72.10	(พื้นที่ข่าวมากที่สุด 2,562.18 ตารางนิ้ว)	สัดส่วนข่าวมากที่สุด ร้อยละ 43.40
สัดส่วนพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองปรากฏในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ	ร้อยละ 8.32	ร้อยละ 1.56	ร้อยละ 2.18	(พื้นที่มากที่สุด 967.5 ตารางนิ้ว)	ร้อยละ 23.18

ตารางที่ 1 สรุปประเด็นสำคัญของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ต่อ)

ประเด็นสำคัญ	สัดส่วน (หรือปริมาณ)				
	รวมสี่ชื่อฉบับ	คนเมืองเหนือ	แมงมุม	ลานนาโพสต์	ลำปางนิวส์
สัดส่วนการนำเสนอแหล่งข่าวชนิดต่างๆ	ชนิดที่ 1 ร้อยละ 76.63 / ชนิดที่ 2 ร้อยละ 20.56 / ชนิดที่ 3 ร้อยละ 2.81	- ชนิดที่ 1 มากที่สุด ร้อยละ 95.90 - ไม่มีชนิดที่ 3 เลย	ชนิดที่ 2 มากที่สุด ร้อยละ 38.86	ชนิดที่ 3 มากที่สุด ร้อยละ 7.52 (พื้นที่ชนิดที่ 1 มากที่สุด ตารางนี้)	แหล่งข่าวทุกชนิดมีสัดส่วนน้อยกว่าชื่อฉบับอื่นๆ
สัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาประเภทต่างๆ	งานของสำนักงาน ร้อยละ 59.43 / เรื่องส่วนตัว ร้อยละ 34.54 / ปัญหาของสำนักงาน ร้อยละ 6.03	งานของสำนักงานมากที่สุด ร้อยละ 88.31	เรื่องส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 61.07	(พื้นที่งานของสำนักงานมากที่สุด ตารางนี้ และพื้นที่ปัญหาของสำนักงานมากที่สุด ตารางนี้)	ปัญหาของสำนักงานมากที่สุด ร้อยละ 23.12
สัดส่วนการนำเสนอชนิดและประเภทของแหล่งข่าว	-	- งานของสำนักงานของเทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด ร้อยละ 86.75 - นำเสนอ 5 ลักษณะ	- เรื่องส่วนตัวของอดีต สส. สว. มากที่สุด ร้อยละ 38.86 - นำเสนอ 5 ลักษณะ	- งานของสำนักงานของเทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด ร้อยละ 65.28 - นำเสนอ 7 ลักษณะ	- งานของสำนักงานของเทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด ร้อยละ 36.73 - นำเสนอ 5 ลักษณะ

ตารางที่ 1 สรุปประเด็นสำคัญของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ต่อ)

ประเด็นสำคัญ	สัดส่วน (หรือปริมาณ)				
	รวมสี่ชื่อฉบับ	คนเมืองเหนือ	แมงมูม	ลานนาโพสต์	ลำปางนิวส์
ชื่อแหล่งข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุด	กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 23.20 / ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร ร้อยละ 15.47 / ไพฑูรย์โพธิ์ทอง ร้อยละ 14.67 / เกียรติเดช สุทธิภักดี ร้อยละ 8.61 / และสุรทัศน์ พงษ์นิกร ร้อยละ 2.22	- กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 9.66 - ไม่มีชื่อไพโรจน์ในแหล่งข่าว 5 อันดับแรก - มีชื่อสุรทัศน์ พงษ์นิกร และปิยะพินิจผล โดยไม่อยู่ในแหล่งข่าว 5 อันดับแรกของชื่อฉบับอื่น	- ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร ร้อยละ 10.96 - มีชื่อสันติ เขียวอุไร โดยไม่อยู่ในแหล่งข่าว 5 อันดับแรกของชื่อฉบับอื่น	- กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 7.44 - มีชื่อ สุรพจน์ ศรีแกวงศ์ โดยไม่อยู่ในแหล่งข่าว 5 อันดับแรกของชื่อฉบับอื่น	- กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 2.50 - ไม่มีชื่อไพโรจน์ ในแหล่งข่าว 5 อันดับแรก - มีชื่อ จุมพร ชมพูรัตน์ และ สุนี สมมี โดยไม่อยู่ในแหล่งข่าว 5 อันดับแรกของชื่อฉบับอื่น

ตารางที่ 2 สรุปประเด็นสำคัญในการนำเสนอผลการเมือง 5 อันดับแรกของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง

ประเด็นสำคัญ	ผลการศึกษา
รูปแบบการนำเสนอ	<ul style="list-style-type: none"> - มี 4 รายที่ถูกนำเสนอเป็นรูปแบบภาพมากที่สุด คือ กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 12.32 ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร ร้อยละ 14.52 เกรียงเดช สุทธิภักดี ร้อยละ 5.86 และ สุรทัศน์ พงษ์นิกร ร้อยละ 1.55 - ไพฑูรย์ โพธิ์ทอง เป็นกรณีเดียวที่ถูกนำเสนอในสัดส่วนรูปแบบข่าวมากที่สุด คือ ร้อยละ 7.09
การนำเสนอในหน้า 1 ของแหล่งข่าว 5 อันดับแรก	มีเพียง 2 รายที่ถูกนำเสนอในหน้า 1 คือ กิตติภูมิ นามวงศ์ ร้อยละ 39.94 และ ไพฑูรย์ โพธิ์ทอง ร้อยละ 17.32
ชื่อแหล่งข่าวที่ถูกนำเสนอในเนื้อหาประเภทต่างๆ มากที่สุด	<ul style="list-style-type: none"> - กิตติภูมิ นามวงศ์ ถูกนำเสนอในเนื้อหาประเภท งานของสำนักงาน และปัญหาของสำนักงานมากที่สุดคือ ร้อยละ 17.54 และร้อยละ 3.11 ตามลำดับ - ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร ถูกนำเสนอในเนื้อหาประเภทเรื่องส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 14.23

สรุปผลการศึกษา

จากตารางที่ 1 และ 2 ข้างต้น และการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 4 ชื่อฉบับ สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

(1) หนังสือพิมพ์ **คนเมืองเหนือ** ในเชิงมากที่สุด พบว่า หนังสือพิมพ์ **คนเมืองเหนือ** มีสัดส่วนการนำเสนอของสำนักงานของเทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด และชื่อแหล่งข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุดคือ กิตติภูมิ นามวงศ์ (ซึ่งไม่

ต่างจาก ลานนาโพสต์ และ ลำปางนิวส์) ปริชาปกรณ์ ไสยรัตน์ (สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560) หัวหน้าข่าวหนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ อธิบายว่า เหตุที่มีชื่อกิตติมูมี มากที่สุดเนื่องจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครสงขลาไปให้ (ดูตัวอย่างที่ 1 ท้ายบทความ)

ในเชิงน้อยที่สุด พบว่า หนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ มีสัดส่วนพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองเปรียบเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ น้อยที่สุด และสัดส่วนพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองปรากฏในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ น้อยที่สุด เกี่ยวกับเรื่องนี้ ปริชาปกรณ์ ไสยรัตน์ (สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560) หัวหน้าข่าวหนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ อธิบายว่า สาเหตุที่ คนเมืองเหนือ มีพื้นที่การนำเสนอเกี่ยวกับนักการเมืองน้อยกว่าสื่อฉบับอื่นๆ และไม่ค่อยนำเสนอในหน้า 1 เพราะ คนเมืองเหนือ เป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวเหตุการณ์ ในลักษณะข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม และข่าวจากกระแสวิงสังคมออนไลน์ ส่วนข่าวอื่นๆ รวมทั้งข่าวนักการเมือง จะนำเสนอประปรายในลักษณะของสำคัญของเหตุการณ์ในขณะนั้น จึงไม่ได้ทำข่าวเจาะเกี่ยวกับนักการเมืองมากนัก นอกจากนี้ ข่าวนักการเมืองส่วนมากจะได้รับมาจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เช่น พิธีเปิดงาน ฯลฯ เนื้อหาจึงไม่ได้สำคัญมากพอที่จะนำเสนอในหน้า 1

(2) หนังสือพิมพ์ แมงมุม หนังสือพิมพ์ แมงมุม มีสัดส่วนพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองมากที่สุด มีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองเปรียบเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด มีสัดส่วนการนำเสนอด้วยรูปแบบบทความ และภาพมากที่สุด บัณฑิต ภัคดีวงศ์ (สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน 2560) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ แมงมุม อธิบายว่า สาเหตุที่ แมงมุม นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองมากเป็นเพราะได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จากนักการเมือง โดยเฉพาะในรูปแบบของภาพถ่าย กองบรรณาธิการเห็นว่า การทำงานของนักการเมืองท้องถิ่นส่งผลกระทบต่อประชาชนในจังหวัดลำปางโดยตรง ดังนั้น หนังสือพิมพ์ แมงมุม จึงทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลของนักการเมืองให้ประชาชนได้รับทราบ

นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ยังมีสัดส่วนการนำเสนอเรื่องส่วนตัวของอดีต สส. สว. มากที่สุด และชื่อแหล่งข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุดคือ ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร ในเรื่องนี้ บัณฑิต ภัคดีวงศ์ (สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน 2560) อธิบายว่า สาเหตุที่นำเสนอเนื้อหาประเภทเรื่องส่วนตัวของนักการเมืองมากเพราะเรื่องส่วนตัวเป็นเรื่องเบา หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ต้องการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่หนักเกินไปให้แก่ผู้อ่าน ส่วนการนำเสนอเนื้อหาของนายไพโรจน์เป็นจำนวนมากนั้น นายบัณฑิตกล่าวว่า อาจเป็นเพราะนายไพโรจน์เชื้อใจหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ที่ไม่เคยบิดเบือนข่าวเลย นอกจากนี้ นายไพโรจน์ยังเป็นนักการเมืองที่มีชื่อเสียงและมีฐานเสียงติดตามจำนวนมากในลำปาง ดังนั้น ผู้อ่านที่เป็นฐานเสียงย่อมจะซื้อหนังสือพิมพ์เพื่อติดตามนักการเมืองที่ตัวเองสนใจ ซึ่งก็จะเป็นประโยชน์ในเชิงการค้าต่อหนังสือพิมพ์ด้วยเช่นกัน (ดูตัวอย่างที่ 2 ท้ายบทความ)

(3) หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ พบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักการเมืองเปรียบเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด มีพื้นที่นำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด มีพื้นที่การนำเสนอที่หน้า 1 มากที่สุด มีสัดส่วนการนำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 3 มากที่สุด มีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาประเภทงานสำนักงาน และปัญหาสำนักงานมากที่สุด นำเสนอประเภทงานสำนักงานของเทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด มีสัดส่วนการนำเสนอชนิดและประเภทของแหล่งข่าวมากถึง 7 ลักษณะ (ชื่อฉบับอื่น มี 5 ลักษณะ) และนำเสนอชื่อของ กิตติภูมิ นามวงศ์ มากที่สุด

วิรัชฐา ภัคดี (สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560) เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* อธิบายว่า เหตุที่นำเสนอเกี่ยวกับนักการเมืองมาก เป็นเพราะนักการเมืองเป็นบุคคลที่มีคุณค่าทางข่าว นอกจากนี้ เป็นนโยบายของ *ลานนาโพสต์* ที่เน้นการนำเสนอข่าวหนักลงบนหน้า 1 มากกว่าข่าวเบา ข่าวที่เกี่ยวกับนักการเมืองบางส่วนที่เป็นข่าวหนัก จึงถูกนำเสนอที่หน้า 1 มากกว่าใน และนำเสนอในรูปแบบข่าวมาก เพราะเป็นหน้าที่ของสื่อที่ต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้อ่าน (ดูตัวอย่างที่ 3) ส่วนภาพนักการเมืองนั้นก็มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ของนักการเมืองส่งไปให้ เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ชื่อฉบับอื่นๆ

แต่กองบรรณาธิการ *ลานนาโพสต์* จะเลือกลงตามที่เห็นว่าสมควร ไม่ได้ตีพิมพ์ทั้งหมด

สำหรับการนำเสนอแหล่งข่าวชนิดที่ 3 (อดีตหรือว่าที่ผู้สมัคร สส. สว.) มากนั้น วริษฐา (สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560) กล่าวว่า เนื่องจากมีการนำเสนอข่าวเหตุการณ์การฟ้องร้องกันระหว่างนายดาชัย เอกฐพี อดีตผู้สมัคร สส. กับฝ่ายปกครองของอำเภองาว ซึ่งเป็นเรื่องของผู้มีชื่อเสียง ผู้อ่านให้ความสนใจ *ลานนาโพสต์* จึงนำเสนอเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับการนำเสนอเนื้อหาประเภทงานสำนักงานและปัญหาสำนักงาน มากนั้น วริษฐา (สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560) อธิบายว่า เพราะเนื้อหาประเภทนี้มีผลกระทบต่อประชาชน จึงมีคุณค่าควรแก่การนำเสนอ โดยเฉพาะประเภทปัญหาสำนักงานนั้น *ลานนาโพสต์* ได้นำเสนออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (ดูตัวอย่างที่ 3) ส่วนแหล่งข่าวชนิดที่ 2 (อดีต สส. สว. รมต.) นั้น เป็นแหล่งข่าวที่ผู้อ่านสนใจและเป็นที่ยึดใจในชีวิตนอกเหนือไปจากการทำงาน เช่น ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร เป็น อดีตรัฐมนตรี ที่ผู้อ่านให้ความสนใจ เพราะมีบทบาทในพื้นที่ค่อนข้างมาก เมื่อมีบุคคลสำคัญไปเยือนลำปาง ก็มักจะเข้าพบปะกับไพโรจน์ ประกอบกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของไพโรจน์คอยส่งข่าวให้สื่ออยู่เสมอ ทำให้นายไพโรจน์ได้พื้นที่สื่อในลำปางมาก

(4) **หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์** พบว่า หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีสัดส่วนของรูปแบบการนำเสนอเป็นข่าวมากที่สุด มีสัดส่วนในการนำเสนอที่หน้า 1 มากที่สุด มีสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาประเภทปัญหาของสำนักงานมากที่สุด และที่เหมือนกับ *คนเมืองเหนือ* และ *ลานนาโพสต์* คือ มีสัดส่วนการนำเสนองานของสำนักงานของเทศบาล อบต. อบจ. มากที่สุด และนำเสนอกิตติภูมิ นามวงศ์มากที่สุด และที่เหมือนกับ *คนเมืองเหนือ* คือไม่ปรากฏชื่อไพโรจน์ โล่ห์สุนทร ในชื่อนักการเมือง 5 อันดับแรก ทั้งนี้ *ลำปางนิวส์* มีพื้นที่การนำเสนอเกี่ยวกับนักการเมืองน้อยกว่าชื่อนับอื่นๆ ทั้งหมด

ปนัดดา ฉิมพัต (สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน 2560) ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* กล่าวว่า เนื่องจากหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* เป็นชื่อ

ฉบับที่ตีพิมพ์เป็นรายปักษ์และบางครั้งเป็นรายเดือน จึงทำให้มีปริมาณเนื้อหา
ต่างๆ รวมทั้งเนื้อหาของนักการเมืองน้อยกว่าชื่อฉบับอื่นๆ

ชาตรี ธิไชยวงศ์ (สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560) บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* กล่าวว่า นโยบายของหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* ไม่ได้
เน้นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง แต่จะนำเสนอตามเหตุการณ์ที่
น่าสนใจในขณะนั้น หากมีความน่าสนใจก็นำเสนอเป็นรูปแบบข่าวที่หน้า 1 พอดี
ส่วนการนำเสนอเนื้อหาของกิตติภูมิ นามวงศ์ เป็นเพราะทางฝ่ายประชาสัมพันธ์
ของเทศบาลนครลำปางส่งข่าวไปให้ ประกอบกับเทศบาลนครลำปางมีความใกล้ชิด
กับประชาชนมากกว่าแหล่งข่าวชนิดอื่นๆ ทางกองบรรณาธิการ *ลำปางนิวส์*
จึงนำเสนอเนื้อหาทั้งที่ดีและทั้งที่บกพร่องของเทศบาลให้ประชาชนทราบ

ส่วนแหล่งข่าวคนอื่นๆ เช่น จุมพร ชมพุดรัตน์ อดีตนายกเทศมนตรีตำบล
ล้อมแรด อำเภอเถิน ลำปาง ที่ถูกนำเสนอใน *ลำปางนิวส์* ขณะที่ไม่พบชื่อนี้ใน
5 ชื่อแรกในชื่อฉบับอื่นๆ เลยนั้น ชาตรี (สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560)
กล่าวว่า จุมพรเคยให้เงินสนับสนุนเป็นการส่วนตัวกับผู้สื่อข่าวของ *ลำปางนิวส์*
อยู่ช่วงหนึ่ง หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* จึงลงข่าวและภาพของเขาให้เนื่องจากความ
เกรงใจ

(5) รายชื่อนักการเมืองอันดับต้น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางทั้ง 4 ชื่อ
ฉบับจะมีรายชื่อแหล่งข่าว 3 รายที่ซ้ำกันใน 5 อันดับแรก ได้แก่ กิตติภูมิ นามวงศ์
ไพฑูรย์ โพธิ์ทอง และเกรียงเดช สุทธิภักดี ขณะที่ ไพโรจน์ โล่ห์สุนทร จะ
ปรากฏในปริมาณสูงที่สุดในหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* โดยไม่ปรากฏชื่อของเขาในรายชื่อ
แหล่งข่าว 5 อันดับแรกของ *คนเมืองเหนือ* และ *ลำปางนิวส์* ส่วนแหล่งข่าว
ที่เกินจาก 5 อันดับแรกของแต่ละชื่อฉบับนั้น จะถูกนำเสนอในพื้นที่ที่น้อยมาก
และรายชื่อแทบจะไม่ซ้ำกันระหว่างชื่อฉบับเลย เช่น สุรทัศน์ พงศ์นิกร และ
ปิยะ พินิจผล จะปรากฏใน *คนเมืองเหนือ* เท่านั้น สันติ เขียวอุไร จะปรากฏ
ใน *แมงมุม* เท่านั้น สุรพจน์ ศรีแกวงศ์ จะปรากฏใน *ลานนาโพสต์* เท่านั้น และ
จุมพร ชมพุดรัตน์ และสุณี สมมี จะปรากฏใน *ลำปางนิวส์* เท่านั้น แสดงให้เห็น
ว่านักการเมืองในลำปางแม้จะมีจำนวนมาก แต่ที่ทรงอิทธิพลทางการเมืองอาจมี
อยู่ไม่กี่คนเท่านั้น

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

(1) **นโยบายหนังสือพิมพ์** จากผลการศึกษาจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าหนังสือพิมพ์ที่มีนโยบายในการให้ความสำคัญต่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองมากที่สุด คือหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* กล่าวคือ *ลานนาโพสต์* เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีนโยบายนำเสนอข่าวการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ขณะที่หนังสือพิมพ์ชื่อฉบับอื่นในลำปางจะเน้นข่าวทั่วไปและข่าวอาชญากรรม

ด้วยนโยบายของ *ลานนาโพสต์* ทำให้ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนการนำเสนอเรื่องนักการเมือง ใช้รูปแบบข่าว และนำเสนอในหน้า 1 มากกว่าชื่อฉบับอื่นๆ นอกจากนี้ ยังนำเสนอประเภทงานของสำนักงาน และปัญหาของสำนักงานมากกว่าประเภทเรื่องส่วนตัวของนักการเมืองอีกด้วย

รุจน์ โกมลบุตร (2554) พบว่า นโยบายอันแน่วแน่ และแนวทางการทำงานของหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ตั้งแต่แรกเริ่ม ที่ไม่เน้นข่าวอาชญากรรมเพียงอย่างเดียว ไม่ได้ทำให้ *ลานนาโพสต์* มีโอกาสทางธุรกิจน้อยกว่าชื่อฉบับอื่นๆ ในทางตรงกันข้าม การกำหนดนโยบายดังกล่าวทำให้ *ลานนาโพสต์* มีตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ชื่อฉบับอื่นๆ มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนที่เป็นชนชั้นกลาง ทำให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ยังสนใจที่จะซื้อพื้นที่โฆษณาบนหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์*

จึงอาจกล่าวได้ว่า การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองมิได้ทำให้หนังสือพิมพ์มีผลตอบแทนทางธุรกิจลดลงเสมอไป นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองยังถือว่าได้ทำหน้าที่ของสื่อด้วย ดังที่ฉันทนา หัตถนา (2550) เสนอว่า นอกจากการรายงานเหตุการณ์แล้ว หนังสือพิมพ์ยังสะท้อนมุมมองที่มีต่อนักการเมืองผู้ที่ถูกกล่าวถึง การนำเสนอภาพดังกล่าวสะท้อนความคิดและมุมมองของสื่อที่มีต่อข่าวหรือบุคคลนั้นๆ ไปยังผู้อ่าน ซึ่งอาจจะส่งผลต่อมุมมองและความคิดความเชื่อของประชาชนผู้รับสาร และส่งผลต่อความคิดเห็น และทัศนคติเกี่ยวกับการเมืองของประชาชนได้

(2) การนำเสนอแหล่งข่าวที่หลากหลายและการรักษาระยะห่างกับนักการเมือง การศึกษาในครั้งนี้นับพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองค่อนข้างกระจุกตัว เช่น นำเสนอเนื้อหาให้นักการเมืองตามความใกล้ชิดในเชิงระยะทาง (อาทิ นำเสนอข่าวของเทศบาลนครลำปาง เทศบาลนครเขลางค์ มากกว่าหน่วยงานรอบนอก) หรือนำเสนอตามที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือนักการเมืองส่งเนื้อหาไปให้ หรือนำเสนอเนื้อหาของนักการเมืองที่เคยให้ความช่วยเหลือส่วนตัวแก่หนังสือพิมพ์ (เช่น กรณีของ *ลำปางนิวส์*) ฯลฯ การนำเสนอเนื้อหาของนักการเมืองด้วยเหตุผลเหล่านี้ นอกจากจะทำให้แหล่งข่าวกระจุกตัวแล้ว ยังสุ่มเสี่ยงต่อการละเมิดจริยธรรมในการทำหน้าที่ผู้สื่อข่าว เช่น ขอบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สภากาหนดหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2559 ข้อ 24 ระบุว่า “ผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ต้องละเว้นการรับอามิสสินจ้างอันมีค่าหรือผลประโยชน์ใดๆ เพื่อให้กระทำการหรือไม่กระทำการใดอันจะขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง รอบด้าน” (<http://www.presscouncil.or.th/>)

ทั้งนี้ กฤษณ์ ทองเลิศ (2540) เสนอว่า การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับนักการเมือง ควรจะอยู่ภายใต้ความเป็นกลาง ปราศจากอคติ หรือผู้ที่ให้การสนับสนุนเป็นพิเศษ แต่บางครั้ง นักการเมืองก็ใช้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารทางการเมือง หรือสร้างภาพลักษณ์สำหรับตน

(3) การกระจายประเภทของเนื้อหา นอกจากสื่อควรเลือกนำเสนอแหล่งข่าวที่หลากหลายแล้ว สื่อยังควรกระจายประเภทของเนื้อหาให้หลากหลายด้วย การศึกษาในครั้งนี้นับพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองประเภทงานของสำนักงานมากที่สุด (ร้อยละ 59.43) รองลงมาคือเรื่องส่วนตัวของนักการเมือง (ร้อยละ 34.54) และปัญหาของสำนักงาน (ร้อยละ 6.03) จะเห็นได้ว่า ประเภทของเนื้อหาเหล่านี้มีความไม่สมดุล กล่าวคือ มีเรื่องส่วนตัวของนักการเมือง ซึ่งเป็นข่าวเบาค่อนข้างมาก ขณะที่ปัญหาสำนักงานซึ่งมักจะเป็นข่าวสืบสวนสอบสวน และจะเกิดประโยชน์แก่สาธารณะ มีปริมาณน้อยมาก เสถียร เขยประทับ (2540) เสนอว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญมาก

ทางการเมืองในปัจจุบัน เพราะมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลแก่ประชาชนเกี่ยวกับการทำงานของหน่วยงานรัฐบาลและนักการเมือง เพื่อกระตุ้นให้รัฐตระหนักถึงหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมและประชาชน และยังคงยอสดส่องตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐบาลที่ดำเนินงานอย่างมีขอบ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องนี้ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

(1) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางควรเพิ่มสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองให้มากขึ้น เพราะเป็นการส่งเสริมการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น เพิ่มความสมดุลของ “เนื้อหาทั้งสามประเภท” ให้มากขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่ม “ประเภทปัญหาของสำนักงาน” เพื่อช่วยตรวจสอบการใช้อำนาจของนักการเมืองแทนประชาชน และกระจายการนำเสนอชื่อและบทบาทของนักการเมืองให้หลากหลาย เพื่อนำเสนอให้เป็นข้อมูลทางเลือกแก่ประชาชน

(2) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ต่างๆ ควรเพิ่มปริมาณการส่งเนื้อหาประเภทงานของสำนักงาน เช่น นโยบายของผู้บริหาร ผลการพิจารณางบประมาณของสภา ฯลฯ รวมทั้งข้อมูลที่เป็นปัญหาสำนักงานที่ประชาชนสงสัย เช่น การใช้จ่ายงบประมาณต่างๆ ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อให้ข้อมูลที่รอบด้านแก่ประชาชน

(3) สภาวิชาชีพสื่อควรเพิ่มการตรวจสอบความสัมพันธ์ในระดับที่ผิดปกติระหว่างนักการเมืองกับสื่อ เพื่อกำกับให้สื่อทำหน้าที่ได้อย่างซื่อตรงต่อประชาชน

(4) ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต เช่น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองท้องถิ่นกับสื่อมวลชนท้องถิ่นในพื้นที่อื่น การศึกษาปริมาณและประเภทของข่าวนักการเมืองท้องถิ่นที่ไม่ได้มาจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ของนักการเมืองเอง และความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองท้องถิ่นกับสื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กฤษณ์ ทองเลิศ (2540), *สื่อมวลชนการเมืองและวัฒนธรรมองค์กรร่วมแห่งสายสัมพันธ์ของวิถีชีวิต*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น.
- คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2552), *งานวิจัยสถานภาพและบทบาทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย*, ม.ป.ท. (เอกสารอัดสำเนา).
- ทิตติยา เปลี่ยนเฉย (2553), "หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกับการกำหนดวาระข่าวสารด้านสิทธิพลเมือง", *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์*, ม.ป.ท.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2551), *ก้าว(ไม่)พ้นประชานิยมกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น*, กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.
- ณัฐ ฉมามัทธนา (2550), *ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการทำข่าวและนำเสนอข่าวการเมืองในมุมมองของนักหนังสือพิมพ์*, สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ถิรพันธ์ อนวัชศิริวงศ์ และคณะ (2541), *จับจ้องมองสื่อ*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- บรรยงค์ สุวรรณผ่อง (2552), *สถานภาพและบทบาทของ นสพ. ท้องถิ่นในประเทศไทย* (เอกสารอัดสำเนา).
- รุจน์ โกมลบุตร (2552), *สถานการณ์ในทางวิชาชีพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง*, รายงานการวิจัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2554), *การบริหารหนังสือพิมพ์ "ลานนาโพสต์": ข้อเสนอต่อการปฏิรูปหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น*, รายงานการวิจัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสถียร เขยประทับ (2540), *การสื่อสารกับการเมืองเน้นสังคมประชาธิปไตย*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรเดช โชติอุดมพันธ์ (2548), "วาทกรรม ภาพแทน และอัตลักษณ์", *วารสารอักษรศาสตร์*, 37.

หนังสือพิมพ์

- คนเมืองเหนือ*, มกราคม-มิถุนายน 2560.
- แมงมุม*, มกราคม-มิถุนายน 2560.
- ลานนาโพสต์*, มกราคม-มิถุนายน 2560.
- ลำปางนิวส์*, มกราคม-มิถุนายน 2560.

สื่อออนไลน์

ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, สืบค้นจาก

www.presscouncil.or.th/

สัมภาษณ์

ชาติรี ธาไชยวงศ์, สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560.

บัณฑิต ภัคดีวงศ์, สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน 2560.

ปรีชาปกรณ์ ไสยรัตน์, สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560.

ปนัดดา ฉิมพัต, สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน 2560.

วริษฐา ภัคดี, สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2560.

ภาคผนวก

ตัวอย่างที่ 1 เนื้อหาเกี่ยวกับ กิตติภูมิ นามวงศ์ นายกเทศมนตรีนครลำปาง ประเภท
งานสำนักงาน



(คนเมืองเหนือ, 27 มีนาคม - 2 เมษายน 2560)

ตัวอย่างที่ 2 เนื้อหาเกี่ยวกับไพโรจน์ โล่ห์สุนทร อธิการบดีมหาวิทยาลัย ประเภทรื่องส่วนตัว



ทยอกล้อ...ไพโรจน์โล่ห์สุนทร - อ้าไพ โล่ห์สุนทร กำลังมีความสุขและทยอกล้อเล่นกับหลานสาวคนโปรด
พัชรกร (น้องพริ้ม) โล่ห์สุนทร บุตรสาว ทิตติกร โล่ห์สุนทร อดีต สส.ลำปาง ขณะเดินทางมาเยี่ยม
เยี่ยมย่าที่บ้านสวนกลางทุ่ง อ.เมืองลำปาง

(แมงมูม, 13-19 มกราคม 2560)

ตัวอย่างที่ 3 เนื้อหาประเภทงานสำนักงานที่ปรากฏเป็นรูปแบบข่าวหน้า 1



(ลานนาโพสต์, 13-19 มกราคม 2560)

ทัศนคติ ความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยของผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร*

ปัทมา สุวรรณภักดี¹ และแอนนา จุมพลเสถียร²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการชมทัศนคติ ความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบตัดขวาง (cross-sectional study) ทำการศึกษาในกลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานคร ที่ได้ชมภาพยนตร์ไทยในปีที่ผ่านมาอย่างน้อย 1 เรื่อง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60-69 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา ปริญญาตรี และมัธยมศึกษาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยจากสื่อโทรทัศน์ โดยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องใหม่ๆ ที่เข้าฉาย เนื้อหาภาพยนตร์ นักแสดง และเบื้องหลังการถ่ายทำ และเปิดรับในช่วง 18.00-21.00 น. ส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ไทยโดยเฉลี่ย 4 เรื่องต่อปี โดยมักชมคนเดียว และรับชมประเภทภาพยนตร์บันเทิงแนวตลก เพื่อความบันเทิง คลายเครียดในชีวิตประจำวัน มักเลือกชมโดยพิจารณาจากเนื้อเรื่องและตัวนักแสดงหลัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติโดยรวมต่อภาพยนตร์ไทย

* วันที่รับบทความ 24 กรกฎาคม 2561; วันที่แก้ไขบทความ 18 กันยายน 2561; วันที่ตอบรับบทความ 9 พฤศจิกายน 2561.

¹ รองศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาภาพยนตร์และภาพถ่าย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

² รองศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาโฆษณา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เป็นเชิงบวก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยมีทัศนคติเชิงบวกสูงสุดในองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (product) (ค่าเฉลี่ย 3.7) ตามด้วยทัศนคติต่อด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (place) (ค่าเฉลี่ย 3.68) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ และมีทัศนคติเป็นกลางในด้านราคา (price) (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยส่วนใหญ่รู้สึกว่าการโฆษณาตัวอย่างภาพยนตร์ในสื่อโทรทัศน์ช่วยให้อยากชมภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และรู้สึกว่าแนวเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยช่วยผ่อนคลายความเครียดได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.81) รวมถึงแนวเนื้อหา (genre) ของภาพยนตร์ไทยสามารถสะท้อนประเด็นต่างๆ ในสังคมได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.78) นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อภาพยนตร์ไทยในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านนำเสนอเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ รองลงมาคือ ภาพยนตร์ไทยที่ถ่ายทำโดยใช้สถานที่ต่างๆ ในประเทศ ภาพยนตร์ที่มีการใช้เทคนิคใหม่ๆ ในการถ่ายทำ ภาพยนตร์ที่ใช้นักแสดงที่ชื่นชอบ และภาพยนตร์ที่สร้างจากบทประพันธ์ที่มีชื่อเสียงตามลำดับ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่มีแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยต่อไป ในขณะที่เดียวกัน จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยยังพบว่า ลักษณะทางประชากร (เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัว) ของกลุ่มผู้สูงวัยที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อ และการรับชมภาพยนตร์ไทยที่ไม่แตกต่างกัน รวมทั้งทัศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับการรับชมภาพยนตร์ไทย แต่ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์และแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมภาพยนตร์ไทย

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ ความคาดหวัง แนวโน้มพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ไทย

Attitude, Expectation and Behavioral Trend of Thai Movie Viewing of Elderly People in Bangkok

Pattama Suwunpukdee and Anna Choompolsathien

Abstract

The objectives of the research are to study media exposure, viewing, attitude, expectation and behavioral trend toward Thai movies and to study factors influencing the behavioral trend of elderly people in Bangkok. This is a quantitative research with a survey research approach and cross-sectional study. The sample consists of 400 people aged 60 years and above in Bangkok who saw at least one Thai movie over the past year. The finding shows that the majority of the samples are female, between 60 and 69 years old, with primary, secondary and tertiary education levels in approximately equal proportions, and earning less than Baht 10,000 a month. Most are exposed to news on Thai movies through television covering new movies now showing, movie genres, actors, and behind the scenes activities, during 18.00-21.00 hours. They see an average of four Thai movies a year, going to the cinema alone. They choose comedy for entertainment purposes to obtain relief from everyday stress. Their choice is influenced by movie genres and lead actors. Their overall attitude toward Thai movie viewing is positive (an average of 3.61), with the highest score found in product (an average of 3.7), followed by place (an average of 3.68), and promotion (an average of 3.58) respectively, while a neutral attitude is seen in price (an average of 3.37). Most viewers feel that the commercials of the trailers on television help to motivate the viewing (an average of 3.84), that

the genres help to relax and relieve from stress (an average of 3.81), and that the genres of Thai movies well reflect various social issues (an average of 3.78). Besides, the samples have a high expectation of Thai cinema, especially when it comes to interesting historical contents, followed by shooting at various sites in the country, using new cinematic techniques, featuring popular actors, and adapting from famous writings respectively. In addition, the testing of the research hypothesis shows that the demographic characteristics (gender, age, education level, and personal income) of the older viewers show no difference in media exposure and viewing of the Thai movies. The attitude has no relation to the Thai movie viewing but is related to exposure to television media and behavioral trend of the Thai movie viewing.

Keywords: media exposure, attitude, expectation, behavioral trend toward Thai movie viewing

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากข้อมูลสถิติประชากรของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งประมวลผลจากฐานข้อมูล “ทะเบียนราษฎร” ของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง พบว่า จำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี โดยคาดการณ์ว่า ในระหว่างปี พ.ศ. 2558-2573 ภาพรวมประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “สังคมสูงวัย” (aging society) และในอีก 10 ปีข้างหน้าจะเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (completed aging society) (เอกสารประมวลสถิติด้านสังคม ประชากรสูงอายุไทยปัจจุบันและอนาคต, 2557:3)

ศูนย์วิจัยสังคมสูงอายุสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเรื่อง “ผู้สูงอายุไทยกับการใช้เวลาว่าง” พบว่างานอดิเรกของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ อ่านหนังสือ รongลงมา คือ เล่นกีฬา ท่องเที่ยว เล่นดนตรี ร้องเพลง เต้นรำ และทำงานอาสาสมัคร สำหรับการเข้าร่วมกลุ่ม/ชมรม/สมาคมต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่เข้าร่วมกลุ่มทางศาสนา รongลงมาเป็นกลุ่มทางอาชีพ กีฬา ดนตรี ศิลปวัฒนธรรม อาสาสมัครการเมือง และชมรมผู้สูงอายุต่างๆ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน Line รongลงมาใช้ Facebook, E-mail และ Twitter ตามลำดับ ข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นว่า ผู้สูงอายุมีการปรับตัวที่จะทำให้ชีวิตมีความสุขที่หลากหลายตามความสนใจส่วนตน (เอกสารผลสำรวจความคิดเห็นนี้ดำโพล ผู้สูงอายุไทยกับการใช้เวลาว่าง, 2558: 1)

สำหรับภาพยนตร์นั้น ให้ทั้งความบันเทิงที่ช่วยให้ผู้ชมหลุดพ้นจากปัญหาหรือสภาพชีวิตได้ในชั่วขณะหนึ่ง โดยผู้ชมได้รับความเพลิดเพลินกับเรื่องราวการเล่าแบบต่างๆ ตามแนว (genre) ของภาพยนตร์บันเทิง (fiction film) เรื่องนั้นๆ อาทิ แนวตลก (comedy) แนวต่อสู้ (action) แนวผจญภัย (adventure) แนวชีวิต (drama) แนวรัก (romantic) แนวสยองขวัญ (thriller) หรือแนวจินตนาการ (fantasy) (Lacey, 2003: 20) นอกจากนี้ ยังมีภาพยนตร์สารคดี (documentary film) ที่ช่วยให้ผู้ชมได้เห็นถึงวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตภาษาท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมทั้งได้เข้าใจประเด็นที่มีผลกระทบในปัจจุบันทั้งด้านประวัติศาสตร์ การเมือง สิ่งแวดล้อม สังคม ภาพยนตร์สามารถทำให้ผู้ชมได้เกิดอารมณ์ที่หลากหลายทั้งรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ น้ำตา เกิดกำลังใจเศร้าใจ (Finola, 2010: 104-105) ซึ่งภาพยนตร์ไทยเป็นสื่อที่มีมายาวนานเป็นที่รู้จักของคนไทยรวมถึงผู้สูงอายุ

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ได้เข้ามาสู่ชีวิตของผู้ชมรวมถึงผู้สูงอายุด้วย จึงเห็นได้ว่า พฤติกรรมของผู้สูงอายุได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มักชมในโรงภาพยนตร์ เป็นเลือกรับชมด้วยช่องทางที่หลากหลาย อาทิ ผ่านทีวีดีรวมไปถึงชมทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการ

ตลาดเพื่อการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายของตนได้อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดแบบผสมผสาน ฯลฯ จึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเช่นเดียวกับการผลิตภาพยนตร์ที่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายพึงพอใจและติดตามชมต่อไป (อูรพงศ์ แพทย์คชา, 2557: 149)

ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาถึงทัศนคติ ความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาความสุขของผู้สูงวัย เพื่อให้ผู้สร้างทั้งที่สังกัดกับค่ายภาพยนตร์ต่างๆ ผู้สร้างอิสระ และผู้จัดจำหน่าย สามารถนำข้อมูลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้สูงวัยที่มีจำนวนมากขึ้น จนเป็นสังคมผู้สูงวัยโดยสมบูรณ์ (aging society) ในปี พ.ศ. 2570

ปัญหานำวิจัย

1. ผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย พฤติกรรมการชม ทัศนคติ แนวโน้มพฤติกรรมในการชม และความคาดหวังต่อภาพยนตร์ไทยอย่างไร

2. ลักษณะทางประชากรของผู้สูงวัยที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

3. ลักษณะทางประชากรของผู้สูงวัยที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

4. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ไทยหรือไม่ อย่างไร

5. ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยหรือไม่ อย่างไร

6. ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยหรือไม่ อย่างไร

7. ความคาดหวังที่มีต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยหรือไม่ อย่างไร

8. บัณฑิตบางคนที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย พฤติกรรมการชมทัศนคติ แนวโน้มพฤติกรรมในการชม และความคาดหวังต่อภาพยนตร์ไทยของผู้สุงวัยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย
3. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อภาพยนตร์ไทยกับแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย
8. เพื่อศึกษาบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะผู้สุงวัยอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาเฉพาะภาพยนตร์บันเทิงและภาพยนตร์สารคดีไทย โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างตามเขตการปกครองในกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2560

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะของผู้สูงอายุ

Hall (1976) ระบุว่า ผู้สูงอายุหมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจไปในทางเสื่อมลง เป็นวัยที่ต้องปรับตัวในด้านต่างๆ ตามที่ควรจะเป็น เพื่อจะได้ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างภาคภูมิใจ และมีสุขภาพกายและจิตใจดี โดยสุรกุล เจนอบรม (2541: 6-7) ได้กำหนดว่า บุคคลที่เข้าข่ายเป็นผู้สูงอายุจะพิจารณาได้จาก 4 ลักษณะได้แก่ อายุจริงที่ปรากฏ ลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย ลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจสติปัญญา การรับรู้และเรียนรู้ที่ถดถอยลง และจากบทบาททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนความรับผิดชอบในการทำงานลดลง ซึ่งผู้สูงอายุควรปรับตัวด้วยการทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความเครียดอย่างเหมาะสม

โดยปกติ ผู้สูงอายุสามารถเลือกวิถีในการจัดการกับความเครียดของตนได้ อาทิ ฟังเพลงทั้งเสียงร้องและเพลงบรรเลง ชมภาพยนตร์ที่มีแนวเนื้อหาให้เลือกชมหลายประเภท ทั้งหนังรัก หนังเศร้า หนังตลก หรือสารคดี ทั้งชมคนเดียวหรือกับผู้อื่น พูดคุยกับเพื่อน ให้เพื่อนได้รับรู้ให้คำปรึกษา บ้างก็เขียนบันทึก ถ่ายทอดความรู้สึกในใจออกมา สร้างอารมณ์ขัน การหัวเราะจะช่วยลดความดันโลหิต สร้างภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย ใช้ชีวิตอยู่กับธรรมชาติสูดอากาศบริสุทธิ์ รวมทั้งเลี้ยงสัตว์เป็นเพื่อนไว้คุยเล่น ช่วยให้จิตใจสงบได้

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะของผู้สูงอายุ ได้แก่ ความหมาย การแบ่งกลุ่ม การเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์และจิตใจ การผ่อนคลายความเครียด มาเป็นกรอบในการวิจัยเพื่อสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นคำถาม

2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographic Approach)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ของผู้สูงวัยที่มีต่อภาพยนตร์ไทย โดยจัดให้ผู้สูงวัยอยู่ในกลุ่มผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภค (consumer) ที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง โดยผู้ส่งสารจะผลิตเนื้อหาเฉพาะด้านที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารให้ดีที่สุดเพื่อให้ผู้รับสารตัดสินใจเปิดรับ เปรียบเสมือนธุรกิจการค้าขายที่มีปริมาณ

คู่แข่งสูง จึงจำเป็นต้องผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ ผู้บริโภคให้มาก ดังนั้น ผู้ส่งสารมักมีการศึกษาผู้รับสารอย่างละเอียดก่อนผลิตเนื้อหาเพื่อให้ตรงกับความต้องการที่สุด เพราะปัจจุบันผู้รับสารมีโอกาที่จะเลือกใช้สื่อที่ตอบสนองความต้องการของตนมากกว่าแต่ก่อน (กาญจนา แก้วเทพ, 2542: 183-185)

ด้วยเหตุนี้ หากผู้สร้างภาพยนตร์เรียนรู้และเข้าใจถึงลักษณะประชากรที่แตกต่างกันของผู้สูงวัยแล้ว ก็อาจช่วยให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ความคิด ความต้องการ ความคาดหวัง แนวคิดและทัศนคติของผู้สูงวัยชัดเจนขึ้น ส่งผลให้ภาพยนตร์เป็นที่สนใจและสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนเหล่านั้น

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร มาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงทัศนคติ ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของบุคคลที่มีความแตกต่างกันด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้สูงวัยต่อภาพยนตร์ไทย

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

สำหรับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในปี 2560 มีการใช้แอปพลิเคชัน Line มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น Facebook และ YouTube ตามลำดับ โดยผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อพูดคุยหรือดูภาพกิจกรรมของคนที่อยู่จึกมากที่สุด รองลงมาเป็นการดูโทรทัศน์ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลงทางออนไลน์ อ่านหนังสือทางออนไลน์ และน้อยสุดคือเล่นเกมออนไลน์ ซึ่งเครือข่ายออนไลน์นี้จัดเป็นช่องทางหนึ่งในการเลือกเปิดรับชมภาพยนตร์ได้ ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้ผู้สูงอายุสามารถเลือกรับภาพยนตร์ได้หลากหลายช่องทาง ทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่างๆ

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ได้แก่ ประเภทสื่อที่ใช้ ระยะเวลา ความถี่ สถานที่ที่ใช้ มาเป็นแนวทางศึกษาถึงภาพรวมของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย

4. แนวคิดและทฤษฎีด้านผู้ชมภาพยนตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค ข่าวสาร

การที่ผู้สูงวัยตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์เรื่องหนึ่งๆ มีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ชม (audience's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้สร้างภาพยนตร์ไม่สามารถคาดคะเนได้ และความรู้สึกนึกคิดนี้จะแตกต่างกันไปตามลักษณะต่างๆ ของผู้สูงวัย ซึ่งต่อมาจะมีการตอบสนอง หรือการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (response)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ระบุว่า สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (outside stimulus) ซึ่งจากภายนอกแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (marketing stimulus) ที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ความสวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการสิ่งกระตุ้นด้านราคา (price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากลูกค้าเป้าหมายสิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (distribution หรือ place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภคและสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) เช่น การโฆษณา นอกจากนี้เป็นสิ่งกระตุ้นอื่นๆ (other stimuli) ที่ผู้ผลิตไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ ทางเทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม และอื่นๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538: 128-130)

นอกจากสิ่งกระตุ้นแล้ว ผู้ผลิตต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics) มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ วัฒนธรรม สังคม ส่วนบุคคล และจิตวิทยาสำหรับกระบวนการตัดสินใจซื้อ (buyer's decision process) มีขั้นตอนดังนี้ การรับรู้ความต้องการ ซึ่งบุคคลอาจตัดยจากการ

เรียนรู้และประสบการณ์ในอดีต แล้วค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ โดยจะพยายามค้นหาข้อมูลที่เหมาะสมไว้ ต่อมาจึงประเมินผลทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ชอบที่สุด และท้ายสุด ความรู้สึกหลังการซื้อ โดยที่ความพอใจภายหลังการซื้อจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำและการบอกต่อผู้อื่น หากไม่ได้รับความพอใจหลังการซื้อหรือใช้สินค้า ก็จะไปซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น และจะบอกกล่าวต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆ ในทางลบ

นอกจากนี้ ผู้รับสารยังมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อตามแบบเฉพาะของตน คือเลือกสื่อตามความสะดวก (convenience) กับอุปนิสัยส่วนตัวเลือกสื่อตามความสอดคล้อง (consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน เลือกสื่อตามความเคยชิน (accustomed) ที่เคยใช้มาโดยไม่สนใจสื่ออื่นๆ และเลือกสื่อตามลักษณะเด่นของสื่อ นั้น (dominant) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อหนึ่งๆ อาจไม่ปรากฏในสื่ออื่นซึ่งผู้รับสารต้องเปิดรับข้อมูลจากสื่ออื่นน้อยอย่างเดียวเท่านั้น (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2540: 290-292)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีด้านผู้ชมภาพยนตร์และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมาศึกษาถึงพฤติกรรมการชม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชม/ไม่เลือกชมภาพยนตร์ การเลือกรับข่าวสาร อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์ถึงทัศนคติ ความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยของผู้สู่วัยในอนาคต

5. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสร้างภาพยนตร์และเทคนิคการนำเสนอ

ในการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ให้ผู้ชมเข้าใจและคล้อยตามได้นั้น จำเป็นต้องมีองค์ประกอบต่างๆ ของภาพยนตร์ในการผลิต ดังนี้ สิ่งแรกคือ โครงเรื่อง (plot) หมายถึง การกำหนดโครงสร้างของเหตุการณ์และการกระทำที่เกิดขึ้นว่ามีจุดเริ่มต้นและดำเนินไปสู่ปลายทางอย่างไร เป็นการเรียงลำดับเหตุการณ์ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันให้เห็นถึงภาวะวิกฤติ (climax) ภาวะคลาย (falling action) และขั้นยุติเรื่องราว (end) ต่อมาเป็นด้านเทคนิคการนำเสนอทั้งภาพและเสียง ประกอบด้วยขนาดภาพ มุมกล้อง มุมมอง การเคลื่อนไหวของกล้อง ด้านเสียงประกอบด้วยเสียงสนทนา ดนตรีและเสียงประกอบ ในการถ่ายทำต้องมีฉากเป็น

องค์ประกอบสำคัญ โดยใช้ฉากจากสถานที่จริงหรือสร้างใหม่ รวมทั้งสร้างฉากด้วย computer graphics ตามความเหมาะสม โดยการถ่ายทำทุกขั้นตอนต้องใช้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทั้งอยู่เบื้องหน้าและเบื้องหลังการถ่ายทำ

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสร้างภาพยนตร์ เทคนิคการนำเสนอ เรื่ององค์ประกอบภาพยนตร์ บทบาทหน้าที่ของบุคลากรหลัก เป็นกรอบความคิดด้านทัศนคติและความคาดหวังของผู้สугวัยในการเลือกชมภาพยนตร์ไทย

6. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ธีระพร อูวรรณโณ (2548) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติไว้ว่า มีผู้เสนอความคิดเกี่ยวกับทัศนคติไว้ 3 แบบ คือทัศนคติแบบ 3 องค์ประกอบ (cognition-affect-conation) ทัศนคติแบบ 2 องค์ประกอบ (cognition-affect) และทัศนคติแบบ 1 องค์ประกอบ (affect) อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (affect) ซึ่งเป็นการประเมินค่า (evaluation) ตามธรรมชาติของมนุษย์ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่โดดเด่นมากที่สุดของทัศนคติ และเราสามารถทำการศึกษทัศนคติจากองค์ประกอบในเรื่องความรู้สึก หรือการประเมินค่าแต่เพียงอย่างเดียวได้ ทั้งนี้ นอกจากทัศนคติจะมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับความเชื่อของบุคคลที่มีต่อคุณลักษณะต่างๆ ของวัตถุแล้ว ทัศนคดียังมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมต่างๆ ต่อวัตถุออกมาอีกด้วย

ตามทฤษฎี K-A-P ของโรเจอร์ส (Rogers, 1976: 33) นั้น การสื่อสารไม่เพียงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเท่านั้น การสื่อสารอาจก่อให้เกิดเปลี่ยนแปลงได้อีก 3 สิ่ง คือ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยเมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือจากแหล่งใดหนึ่ง จะก่อให้เกิดความรู้อุ้ความเข้าใจ ที่เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ และจะมีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องนั้นตามมา และสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่มีต่อเรื่องนั้นๆ ตามมาเช่นกัน

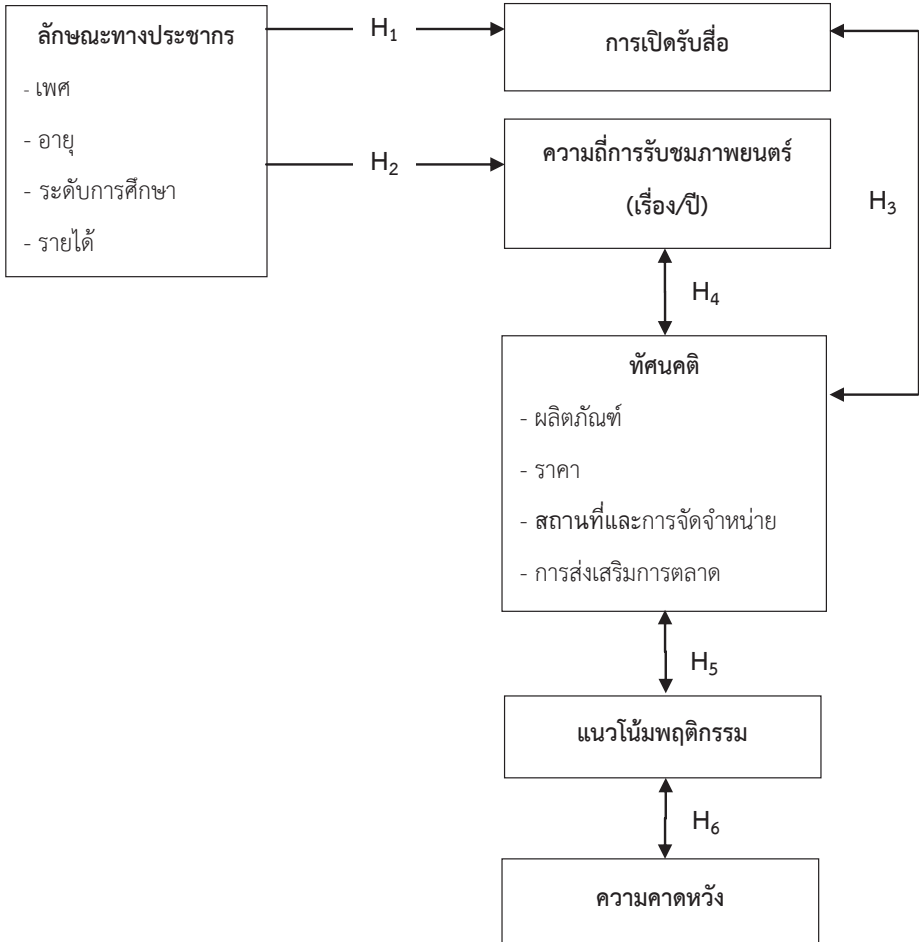
ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติมาใช้เป็นแนวทางในการวัดทัศนคติอันประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความรู้สึก นอกจากนี้ ยังใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การชมภาพยนตร์ไทยของผู้สูงวัย

7. ทฤษฎีความคาดหวัง

ปรีชา ธรรมมา และถาวร เกิดเกียรติพงษ์ สรุปว่า ความคาดหวังนั้นมีพื้นฐานมาจากแรงผลักดัน ค่านิยม และมาตรฐานทางสังคมซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ในขณะที่เดียวกัน พิชรี มหาลาก (2538: 14) กล่าวถึงปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังว่ามี 3 ประการ ขึ้นอยู่กับลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อม ความคาดหวังและการแสดงออกจึงแตกต่างกัน เพราะความคิดความต้องการของแต่ละบุคคลเน้นแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้นๆ กล่าวได้ว่า ถ้าบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อน ก็จะทำให้มีการกำหนดระดับความคาดหวังในการทำงานในคราวต่อไป และขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้ โดยมีมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดของแต่ละบุคคล ซึ่งการประเมินค่าของแต่ละคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกัน ก็อาจแตกต่างกันได้ด้วย ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจการให้คุณค่าแก่สิ่งนั้นๆ ของแต่ละบุคคล สรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความเป็นไปในอนาคตของบุคคล การที่บุคคลตั้งความหวังย่อมได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ของตนเอง รวมไปถึงความคาดหวังหรือความต้องการที่มีต่อบุคคลอื่นด้วย

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีความคาดหวัง ด้านการใช้ประโยชน์ที่เริ่มต้นจากสภาวะทางจิตใจและสังคมที่มาจากความต้องการ ก่อให้เกิดเป็นความคาดหวัง และกลายเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเข้าหาสื่ออย่างมีเป้าหมายชัดเจน มาเป็นกรอบแนวคิดวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยที่แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยที่แตกต่างกัน
3. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ไทย
4. ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ไทย
5. ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย
6. ความคาดหวังที่มีต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย
7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ ความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบตัดขวาง (cross-sectional study) เก็บข้อมูลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (self-administration) จำนวน 400 คนที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ได้รับชมภาพยนตร์ไทยในปีที่ผ่านมาอย่างน้อย 1 เรื่อง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 60-69 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ระดับปริญญาตรี และระดับมัธยมศึกษาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยผู้สูงอายุที่ร่วมตอบแบบสอบถามมีสภาพร่างกายที่แข็งแรงพอประมาณ สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในสังคมได้ มีสายตาและความสามารถทางการได้ยินได้ดี อาทิ การออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ การสนทนาการที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย

สื่อโทรทัศน์ยังนับเป็นสื่อสำคัญในการหาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมากที่สุด ส่วนสื่อออนไลน์ เช่น YouTube ก็นับเป็นสื่อที่มีก้าวเข้ามามีความสำคัญรองลงมา นอกจากนั้น ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ คือ โฆษณาภาพยนตร์ไทยเรื่องใหม่ๆ ที่เข้าฉาย รายละเอียดเนื้อหาภาพยนตร์ ข่าวสารเกี่ยวกับนักแสดง และการสัมภาษณ์เบื้องหลังการถ่ายทำ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ไทยโดยเฉลี่ย 4 เรื่องต่อปี มักชมคนเดียว ส่วนใหญ่นิยมชมภาพยนตร์ประเภทบันเทิงแนวตลก หากเป็นภาพยนตร์สารคดี นิยมชมเนื้อหาที่มีสาระความรู้มากที่สุด สำหรับเหตุผลในการชมภาพยนตร์ไทย ส่วนใหญ่ระบุว่าเพื่อความบันเทิง คลายเครียดในชีวิตประจำวัน และปัจจัยที่ทำให้ชมภาพยนตร์ไทยนั้น ส่วนใหญ่ระบุว่าคือ เนื้อเรื่องตามด้วยนักแสดงหลัก

ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อภาพยนตร์ไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติโดยรวมต่อภาพยนตร์ไทยในเชิงบวก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยมีทัศนคติในเชิงบวกต่อองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย

3.70) รองลงมาคือ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.68) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีทัศนคติปานกลางต่อด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยในองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์นั้น ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยสูงสุดคือ แนวเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.81) ส่วนด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายนั้น ประเด็นที่ส่วนใหญ่เห็นด้วยสูงสุดคือ การชมภาพยนตร์ไทยตามสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีสัญญาณการรับชมตลอดเวลา ในด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ประเด็นที่ส่วนใหญ่เห็นด้วยสูงสุดคือ การโฆษณาตัวอย่างภาพยนตร์ไทยในสื่อโทรทัศน์ช่วยทำให้อยากชมภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) สำหรับด้านราคานั้น ประเด็นที่ส่วนใหญ่เห็นด้วยสูงสุดคือ ค่าใช้จ่ายในการชมภาพยนตร์ในสื่ออินเทอร์เน็ตมีความคุ้มค่ามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทย

ประเด็นทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ทัศนคติ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.70	0.519	เชิงบวก
ด้านราคา (Price)	3.37	0.745	เป็นกลาง
ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (Place)	3.68	0.604	เชิงบวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.58	0.561	เชิงบวก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	0.451	เชิงบวก

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทยด้านผลิตภัณฑ์ (product) จำแนกใน 5 ลำดับแรก ดังนี้

ตารางที่ 2 ทัศนคติของผู้สูงอายุต่อภาพยนตร์ไทยด้านผลิตภัณฑ์

ค่าเฉลี่ย	ความรู้สึกด้านผลิตภัณฑ์
3.81	แนวเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยช่วยผ่อนคลายความเครียดได้เป็นอย่างดี
3.78	แนวเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยสามารถสะท้อนประเด็นต่างๆ ในสังคมได้ดี
3.74	องค์ประกอบด้านเสียงของภาพยนตร์ไทย เช่น ด้านบทพูด เพลง เสียงประกอบ สอดรับกับเนื้อหาของเรื่องได้ดี
3.70	แนวเนื้อหา (genre) ของภาพยนตร์ไทยมีความหลากหลาย น่าสนใจ
3.61	แนวเนื้อหาที่แง่มุมคิดต่างๆ ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทยด้านราคา (price) ดังนี้

ตารางที่ 3 ทัศนคติของผู้สูงอายุต่อภาพยนตร์ไทยด้านราคา

ค่าเฉลี่ย	ความรู้สึกด้านราคา
3.46	ค่าใช้จ่ายในการชมภาพยนตร์ไทยในสื่ออินเทอร์เน็ตมีความคุ้มค่า
3.33	ราคาบัตรชมในโรงภาพยนตร์มีความเหมาะสม
3.33	ราคาค่าใช้จ่ายในการซื้อแผ่นซีดี/ดีวีดีมีความเหมาะสม

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (place) ดังนี้

ตารางที่ 4 ทัศนคติของผู้สูงอายุต่อภาพยนตร์ไทยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย

ค่าเฉลี่ย	ความรู้สึกด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย
3.72	การชมภาพยนตร์ไทยตามสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสะดวก มีสัญญาณการรับชมตลอดเวลา
3.69	การซื้อหาแผ่นซีดี/ดีวีดีมีความสะดวก หาซื้อได้ง่าย
3.63	โรงภาพยนตร์ที่ฉายภาพยนตร์ไทยมีหลายแห่งเพียงพอต่อการเข้าชม

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทยด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) จำแนกใน 5 ลำดับแรก ดังนี้

ตารางที่ 5 ทัศนคติของผู้สูงอายุต่อภาพยนตร์ไทยด้านการส่งเสริมการตลาด

ค่าเฉลี่ย	ความรู้สึกด้านการส่งเสริมการตลาด
3.84	การโฆษณาตัวอย่างภาพยนตร์ไทยในสื่อโทรทัศน์ช่วยให้อยากชมภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ
3.67	การประกวดแข่งขันรางวัลภาพยนตร์ต่างๆ ช่วยสร้างความน่าสนใจและเป็นแรงจูงใจให้ชมภาพยนตร์ไทยอย่างดี
3.62	การโฆษณาภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ เช่น ตัวอย่างภาพยนตร์ โปสเตอร์ ฯลฯ มีความน่าสนใจ

ตารางที่ 5 ทศนคติของผู้สูงอายุต่อภาพยนตร์ไทยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ค่าเฉลี่ย	ความรู้สึกด้านการส่งเสริมการตลาด
3.59	การวิจารณ์ภาพยนตร์ไทยตามช่องทางต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต ฯลฯ มีความน่าสนใจ ชวนให้อยากชมภาพยนตร์นั้น
3.55	การโฆษณาภาพยนตร์ไทยทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter ฯลฯ มีความน่าสนใจ ดูบ่อยได้เท่าที่ต้องการ

ส่วนที่ 5 ความคาดหวังต่อภาพยนตร์ไทยและแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังโดยรวมต่อภาพยนตร์ไทยในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีความคาดหวังสูงสุดในด้านนำเสนอเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ ด้านภาพยนตร์ไทยที่ถ่ายทำโดยใช้สถานที่ต่างๆ ในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามด้วยด้านภาพยนตร์ที่มีการใช้เทคนิคใหม่ๆ ในการถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ภาพยนตร์ที่ใช้นักแสดงที่ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และภาพยนตร์ที่สร้างจากบทประพันธ์ที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ความคาดหวังของผู้สูงอายุต่อภาพยนตร์ไทย

ค่าเฉลี่ย	ความคาดหวังที่มีต่อภาพยนตร์ไทย
3.94	นำเสนอเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ
3.93	ภาพยนตร์ที่ถ่ายทำโดยใช้สถานที่ต่างๆ ในประเทศ
3.87	ภาพยนตร์ที่มีการใช้เทคนิคพิเศษใหม่ๆ ในการถ่ายทำ
3.87	ภาพยนตร์ที่มีเทคนิคการถ่ายทำที่ยอดเยียม

ตารางที่ 6 ความคาดหวังของผู้สูงอายุต่อภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

ค่าเฉลี่ย	ความคาดหวังที่มีต่อภาพยนตร์ไทย
3.87	ภาพยนตร์ไทยที่สามารถสื่อให้เห็นถึงศิลปะและสุนทรียศาสตร์ต่างๆ
3.86	ภาพยนตร์ที่ใช้นักแสดงที่ชื่นชอบ
3.84	ภาพยนตร์ไทยที่สร้างจากบทประพันธ์มีชื่อเสียง

ส่วนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยต่อไป ซึ่งนับเป็นสัญญาณที่ดีสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุนับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่ในยุคที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (aging society)

อภิปรายผลการศึกษา

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรของผู้วิจัย ทั้งในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย จากสื่อที่มีผู้ตอบสูงสุดคือ สื่อโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยในการเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสารซึ่งเชื่อว่า ลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของสื่อสารรวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย กล่าวคือ บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมรับเนื้อหาข่าวสารคล้อยคลึงกันไม่มากนักน้อย และในทำนองเดียวกัน ย่อมมีการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวในรูปแบบที่ไม่ต่างกัน (ขวัญเรือน กิติววัฒน์, 2531: 23-26)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารตามความต้องการของตนเอง เช่น โฆษณาภาพยนตร์ไทยเรื่องใหม่ๆ ที่เข้าฉาย รายละเอียดเนื้อหาภาพยนตร์ ข่าวสารเกี่ยวกับนักแสดง และการสัมภาษณ์เบื้องหลังการถ่ายทำ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ยังเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยผ่านสื่อโทรทัศน์บ่อยที่สุด ซึ่งอาจเนื่องจากความสามารถของผู้ชมในด้านภาษาที่จะทำความเข้าใจในรายการที่นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ทางสื่อโทรทัศน์มักมีวิธีการนำเสนอที่เข้าใจง่าย สนุกสนาน และน่าสนใจนั่นเอง ทั้งนี้ ความต้องการ (needs) ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ ความต้องการทางกายและใจย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกที่ตอบสนองความต้องการของตน เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการเพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความพอใจ ฯลฯ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ไทยแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรของผู้สว้วย ทั้งในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องเรื่องลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อที่มีการจำแนกผู้รับสารเป็นกลุ่มตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ครอบครัวต่อเดือนมาใช้ในการศึกษา โดยสรุปว่า ผู้ที่มีลักษณะและคุณสมบัติทางประชากรต่างกัน มักมีพฤติกรรม แนวคิด ทักษะคติที่ต่างกัน รวมถึงพฤติกรรมด้านการใช้สื่อด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534: 45) และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง *Cinema Attendance of a Sub-Elite Latin American Group* ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของกลุ่มคนในแถบลาตินอเมริกา โดยผู้มีการศึกษาสูงในประเทศแถบลาตินอเมริกานิยมไปชมภาพยนตร์ (Ellingsworth, 2003) ทั้งยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jones et al. (2007) ที่พบว่า ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม (socio-economic) ของผู้ชม อาทิ รายได้ และปัจจัยส่วน

บุคคล อาทิ อายุ เพศ และอายุของบุตร มีส่วนสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการออกไปชมภาพยนตร์ของผู้ชมในประเทศอังกฤษ รวมถึงงานวิจัยของ Yamamura (2008) ที่พบว่า รายได้มีผลเชิงลบต่อการออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ของชาวญี่ปุ่น

ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งกล่าวได้ว่า เป็นกลุ่มในช่วงวัยเดียวกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ ระดับการศึกษา และช่วงอายุที่ไม่ต่างกันนัก ดังนั้น พฤติกรรมและการใช้ชีวิตอาจไม่แตกต่างกันมาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย (หรือสื่อโทรทัศน์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทยโดยรวม กล่าวคือ ยิ่งมีการเปิดรับสื่อบ่อยครั้งหรือเพิ่มขึ้น ก็ยิ่งมีทัศนคติเชิงบวกหรือที่ดีต่อภาพยนตร์ไทย แม้ระดับความสัมพันธ์จะไม่สูงนัก สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติที่กล่าวว่า แหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่สำคัญคือ ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (specific experience) การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (communication from others) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (models) และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (institutional factors) การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520: 64-65) ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูล ข่าวสารจากผู้อื่น หรือจากสื่อต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของรับรู้เชิงแนวคิด (cognitive component) (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520: 5) ดังนั้น การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่เปิดรับสูงสุด รวมถึงสื่ออันดับรองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต จึงนับว่ามีความสำคัญกับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ไทย นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโฆษณาภาพยนตร์ไทย

เรื่องใหม่ๆ ที่ออกฉาย รายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภาพยนตร์ ชาวสารเกี่ยวกับ นักแสดง รวมถึงการสัมภาษณ์เบื้องหลังการถ่ายทำ กล่าวได้ว่า การส่งข่าวสารดังกล่าวข้างต้นผ่านยังสื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต น่าจะมีส่วนสำคัญต่อการ เกิดทัศนคติที่ดีต่อภาพยนตร์ไทยต่อไป

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อภาพยนตร์ไทยโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชมภาพยนตร์ไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติกับพฤติกรรม ที่ Fishbein and Ajzen (1975) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึงการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือวัตถุที่เกิดขึ้นจริงซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและทัศนคติ เนื่องจากพฤติกรรมทางสังคมส่วนใหญ่ของมนุษย์จะเกิดขึ้นจากความตั้งใจ บุคคลมักแสดงพฤติกรรมต่อวัตถุหรือสิ่งเร้าตามที่ตนตั้งใจว่าอยากแสดงออกมา ซึ่งความตั้งใจนี้จะถูกกำหนดด้วยความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้น ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อวัตถุและความเชื่อที่มีต่อวัตถุเช่นกัน ทั้งนี้ หากพิจารณาจากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีการรับชมภาพยนตร์ไทยโดยเฉลี่ย 4 ครั้งต่อปี ซึ่งนับว่าไม่บ่อยครั้งนัก และนอกจากนั้น หากพิจารณาจากแนวคิดในเรื่ององค์ประกอบของทัศนคติที่ Hawkins et al. (1998) ได้กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (cognitive component) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective component) และองค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนอง (behavioral component) โดยองค์ประกอบด้านพฤติกรรมนั้น หมายถึง แนวโน้มที่จะตอบสนอง (tendency to response) ในลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งต่อวัตถุหรือกิจกรรม เช่น ตัดสินใจที่จะซื้อหรือไม่ซื้อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นซื้อหรือเสนอให้ซื้อตราสินค้าใหม่ บางครั้งแม้ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ แต่ก็มิได้หมายความว่า ผู้บริโภคจะรีบไปซื้อผลิตภัณฑ์นั้นทันที เขาอาจยังไม่มี

ความจำเป็นในขณะนั้น อาจไม่สามารถซื้อได้เพราะยังไม่มีเงินพอ อาจต้องซื้อ
สิ่งอื่นก่อนที่มีความสำคัญกว่า หรืออาจจะรอให้สมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวเข้า
ร่วมพิจารณาด้วย เป็นต้น ดังนั้น จากผลการวิจัยที่พบว่า ทักษะติดต่อภาพยนตร์
ไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการรับชมภาพยนตร์ไทยในกลุ่มผู้สูงวัยนั้น
ทักษะที่ดีต่อภาพยนตร์ไทยอาจไม่มีความเกี่ยวข้องกับการรับชมภาพยนตร์ไทย
ในกลุ่มผู้สูงวัย ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า ความถี่โดยเฉลี่ยในการรับชมนั้นมีเพียง
4 ครั้งต่อปี และส่วนใหญ่รับชมทางช่องทางอื่นๆ นอกเหนือจากการรับชมใน
โรงภาพยนตร์ เช่น การรับชมทางสื่อโทรทัศน์ ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งหาก
พิจารณาจากภาพยนตร์ไทยที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ จะพบว่า มีปริมาณไม่มาก
เมื่อเทียบกับภาพยนตร์ต่างประเทศ ดังนั้น โอกาสที่จะได้รับชมนั้นอาจไม่มีสูง
นัก นอกจากนั้น หากพิจารณาจากการใช้ชีวิตของผู้สูงวัยจะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุ
หรือผู้สูงวัยตามที่ Hall (1976) ระบุไว้ คือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจไปในทางที่เสื่อมลง เป็นวัยที่ต้องปรับ
ตัวในด้านต่างๆ ตามที่ควรจะเป็น เพื่อจะได้ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างภาคภูมิใจ
และมีสุขภาพกายและจิตใจดี ผู้สูงวัยมักมีการทำกิจกรรมอื่นๆ นอกเหนือจาก
การชมภาพยนตร์ โดยผู้สูงวัยสามารถเลือกวิธีในการจัดการกับความเครียด
ของตนได้หลายวิธี เช่น การฟังเพลง การชมภาพยนตร์ การพูดคุยกับเพื่อน การ
เขียนบันทึก การสร้างอารมณ์ขัน การใช้ชีวิตอยู่กับธรรมชาติ การเลี้ยงสัตว์เป็น
เพื่อน (สืบค้นจาก http://www.stou.ac.th/stoukc/elder/main1_5.html) ดังนั้น
แม้ผู้สูงวัยจะมีทักษะที่ดีต่อภาพยนตร์ไทย แต่อาจมีกิจกรรมอื่นให้เลือกทำ
นอกเหนือจากการชมภาพยนตร์ไทยก็เป็นได้

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ทักษะติดต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มในการชมภาพยนตร์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า ทักษะติดต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้ม
ในการชมภาพยนตร์ไทย กล่าวคือ เมื่อมีทักษะเชิงบวกหรือดีต่อภาพยนตร์ไทย
ก็จะทำให้มีแนวโน้มหรือความตั้งใจในการชมภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้น โดยมีความ

สัมพันธ์ปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติที่ เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2529) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสภาพความพร้อมทางด้านจิตใจของบุคคล ซึ่งเป็นผลรวมของความคิดเห็นความเชื่อของบุคคลที่ถูกกระตุ้นด้วยอารมณ์ความรู้สึก และทำให้บุคคลพร้อมที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้น สิ่งนั้นอาจเป็นบุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ หรือทัศนคติคือ ผลผสมผสานของความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คนใดคนหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งออกมาในรูปการประเมินค่า อันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ และความรู้สึกเหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งขึ้น ดังนั้นหากผู้สูงวัยมีทัศนคติที่ดีต่อภาพยนตร์ไทย ก็นับเป็นโอกาสดีสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนี้ต่อไป

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 ความคาดหวังที่มีต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังที่มีต่อภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ กล่าวคือ เมื่อมีความคาดหวังสูงขึ้นไปก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยสูงขึ้น โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความคาดหวังที่กล่าวว่า ความคาดหวังยังหมายถึง ทัศนคติเกี่ยวกับความปรารถนา หรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในบริการนั้นๆ (Parasuraman et al., 1988 อ้างถึงใน อินทิรา จันทรรัฐ, 2552) โดย Hurlock (1973: 184-185) ได้ระบุว่า ความคาดหวังนำไปสู่พฤติกรรมที่แตกต่างกันไปตามความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้ ทั้งความคาดหวังในระยะสั้นและความคาดหวังในระยะยาว รวมถึงความคาดหวังในทางบวกและความคาดหวังในทางลบ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อซึ่งกล่าวว่า แรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อ่นั้นเกิดจากการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสาร

ในลักษณะใดบ้าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2554: 141) ดังนั้น ความคาดหวังของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีต่อภาพยนตร์ไทยจึงมีความเกี่ยวข้องกับความตั้งใจหรือแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย

สมมติฐานการวิจัยที่ 7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อหรือทำนายแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยคือ ความคาดหวังที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ทักษะคิดด้านผลิตภัณฑ์ ทักษะคิดด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทักษะคิดกับแนวโน้มพฤติกรรมดังที่ได้กล่าวไปในสมมติฐานที่ 5 ซึ่งกล่าวไว้ว่า ทักษะคิดคือ ผลผสมผสานของความรู้สึกรู้จักคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คนใดคนหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งซึ่งออกมาในรูปการประเมินค่า อันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ และความรู้สึกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งขึ้น (สร้อยตระกูล อรรถมานะ, 2545: 64) ดังนั้น การจัดการด้านภาพยนตร์ไทยควรพิจารณาในประเด็นความคาดหวังต่างๆ ที่มีต่อภาพยนตร์ไทย รวมถึงทักษะคิดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มผู้สูงวัยซึ่งมีผลต่อความตั้งใจหรือแนวโน้มในการรับชมภาพยนตร์ไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอแนะที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้สร้าง เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนกำหนดแนวเนื้อหาองค์ประกอบภาพยนตร์ด้านต่างๆ รวมถึงการทำการตลาดภาพยนตร์ไทยให้ตรงกับความต้องการของผู้สูงวัย ดังนี้

1. ผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีการรับชมภาพยนตร์ไทยโดยเฉลี่ย 4 เรื่องต่อปี ซึ่งนับว่าไม่สูงนัก แต่ส่วนใหญ่ยังมีแนวโน้มหรือความตั้งใจจะชมภาพยนตร์ไทยต่อไป และแม้ว่าส่วนใหญ่จะไม่ได้ชมที่โรงภาพยนตร์ แต่ก็ระบุว่า รับชมทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และรับชมเพื่อความบันเทิง ช่วยคลายเหงา คลายความเครียด

และเกิดความเพลิดเพลินได้ กลุ่มตัวอย่างบางส่วนยังรับชมภาพยนตร์ไทยผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต และมีจำนวนไม่น้อยที่รับชมด้วยอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ดังนั้น ผู้สร้างหรือผู้จัดจำหน่ายควรนำเสนอหรือจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ด้วยมีขนาดจอที่ใหญ่ สะดวกในการชม สามารถปรับระดับเสียงให้ดังหรือค่อยได้ รองลงมาคือจัดจำหน่ายผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ในแอปพลิเคชันต่างๆ เพราะผู้สูงวัยสามารถชมได้ทุกที่ทุกเวลา ชมย้อนหลัง ตามความสะดวก โดยเฉพาะชมผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ

2. ผู้สูงวัยมีความตั้งใจชมภาพยนตร์ไทย และมีความคาดหวังที่จะรับชมภาพยนตร์ในลักษณะต่างๆ คือ มีเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ใช้สถานที่ถ่ายทำต่างๆ ในประเทศให้หลากหลายและเหมาะสมกับเนื้อหา มีการถ่ายทำด้วยเทคนิคใหม่ๆ ในการถ่ายทำ หรือใช้เทคนิคพิเศษหลังการถ่ายทำ ใช้นักแสดงที่ชื่นชอบ และสร้างจากบทประพันธ์ที่มีชื่อเสียง ฯลฯ ดังนั้นจึงควรพิจารณาที่จะผลิตหรือนำเสนอภาพยนตร์ที่สามารถตอบสนองความคาดหวังได้แก่กลุ่มผู้สูงวัยเพื่อที่จะให้กลุ่มสูงวัยรับชมต่อไป

3. ผู้สร้างควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มผู้สูงวัย โดยส่งข่าวสารไปยังสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้สูงวัยส่วนใหญ่ใช้ในการรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย โดยโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลา 18.00-21.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้สูงวัยชมรายการผ่านสื่อโทรทัศน์ ผู้สร้างควรนำตัวอย่างของภาพยนตร์ที่จะเข้าฉาย รวมทั้งการสัมภาษณ์นักแสดง ผู้กำกับ การแสดงถึงเบื้องหลังการถ่ายทำ รวมทั้งใช้ช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ต อาทิ Line Application ที่ผู้สูงวัยนิยมใช้ ด้วยการจัดทำข้อมูลของภาพยนตร์ หรือรูปสติกเกอร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ รวมถึง YouTube ซึ่งมีบางส่วนระบุว่า ใช้เป็นสื่อในการรับฟังข่าวสาร ได้แก่ โฆษณาภาพยนตร์ไทยเรื่องใหม่ๆ ที่เข้าฉาย รายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภาพยนตร์ ข่าวสารเกี่ยวกับนักแสดง รวมถึงการสัมภาษณ์เบื้องหลังการถ่ายทำ เป็นต้น

4. ผู้สร้างควรรักษาทัศนคติหรือความรู้สึกที่ดีของผู้สูงวัยที่มีต่อภาพยนตร์ไทยไว้ เพื่อให้เกิดการรับชมต่อไป กล่าวคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (product)

ส่วนใหญ่รู้สึกว่าคุณเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยสามารถผ่อนคลายความเครียดได้ดี เนื้อหาของภาพยนตร์ไทยสามารถสะท้อนประเด็นต่างๆ ในสังคมได้ดี องค์ประกอบด้านเสียงของภาพยนตร์ไทย เช่น ดนตรี เพลง เสียงประกอบ สอดรับกับเนื้อหาของเรื่องได้ดี เนื้อหา (genre) ของภาพยนตร์ไทยมีความหลากหลายน่าสนใจและเนื้อหามีแง่มุมคิดต่างๆ ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งอยู่ใน 5 ลำดับแรกของการวัดระดับความรู้สึกที่ดีต่อภาพยนตร์ไทย

ด้านราคา (price) ส่วนใหญ่รู้สึกว่า ค่าใช้จ่ายในการชมภาพยนตร์ไทยในสื่ออินเทอร์เน็ตมีความคุ้มค่ามากที่สุด ส่วนราคาค่าบัตรชมในโรงภาพยนตร์ และราคาค่าใช้จ่ายในการซื้อแผ่นซีดี/ดีวีดีก็มีความเหมาะสม ดังนั้น ผู้สร้างหรือจัดจำหน่ายจึงควรรักษามาตรฐานด้านราคานี้ไว้

ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (place) ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีว่าการชมภาพยนตร์ไทยตามสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสะดวก มีสัญญาณการรับชมตลอดเวลา ผู้เกี่ยวข้องจึงควรเผยแพร่ทางช่องทางนี้ต่อไป ส่วนที่ผู้สูงวัยสามารถซื้อหาแผ่นซีดี/ดีวีดีมีความสะดวก หาซื้อได้ง่ายและโรงภาพยนตร์ที่ฉายภาพยนตร์ไทยมีหลายแห่งเพียงพอต่อการเข้าชมนั้น ซึ่งแสดงว่า ผู้เกี่ยวข้องต้องวางแผนการจัดจำหน่ายให้เพียงพอ หลากหลายและเหมาะสม เพื่อเป็นทางเลือกกับผู้สูงวัยต่อไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีว่า การโฆษณาตัวอย่างภาพยนตร์ไทยในสื่อโทรทัศน์ ช่วยทำให้อยากชมภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ การประกวดแข่งขันรางวัลภาพยนตร์ต่างๆ ช่วยสร้างความน่าสนใจและเป็นแรงจูงใจให้ชมภาพยนตร์ไทยอย่างดี การโฆษณาภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ เช่น ตัวอย่างภาพยนตร์ โปสเตอร์ ฯลฯ มีความน่าสนใจ การวิจารณ์ภาพยนตร์ไทยตามช่องทางต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต ฯลฯ มีความน่าสนใจชวนให้อยากชมภาพยนตร์นั้น การโฆษณาภาพยนตร์ไทยทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter ฯลฯ มีความน่าสนใจ ดูบ่อยได้เท่าที่ต้องการ ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องจึงควรมุ่งทำการตลาดตามช่องทางและเนื้อหากิจกรรมส่งเสริมการ

ตลาดให้เหมาะสมต่อไป

5. เนื่องจากผู้สูงอายุมีทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์ สถานที่หรือการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ยกเว้นด้านราคาของผู้สูงอายุมีทัศนคติในระดับปานกลาง ดังนั้น จึงควรรักษาทัศนคติที่ดีต่อประเด็นต่างๆ เพื่อให้เกิดแนวโน้มหรือความความตั้งใจในการชมภาพยนตร์ไทย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการรับชมผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่า มีความสะดวกสามารถรับชมได้ตลอดเวลา ทั้งยังมีความคุ้มค่าในด้านค่าใช้จ่ายในการรับชม แผ่นซีดี/หรือดีวีดีของภาพยนตร์ไทยในการรับชม การโฆษณาตัวอย่างภาพยนตร์ไทยทางสื่อโทรทัศน์ การจัดการประกวดแข่งขันรางวัลภาพยนตร์ซึ่งช่วยสร้างความน่าสนใจและจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทย

6. เนื่องจากความคาดหวังหรือความต้องการที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทย ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ ด้านเนื้อหาที่อิงประวัติศาสตร์ ใช้สถานที่ถ่ายทำในประเทศที่หลากหลาย ใช้เทคนิคการถ่ายทำที่เหมาะสม มีผู้แสดงหลักที่มีความสามารถ รวมทั้งทำการโฆษณาทั้งตัวอย่างภาพยนตร์ ข่าวสารของนักแสดงรวมทั้งเบื้องหลังการถ่ายทำทางสื่อโทรทัศน์ด้วย

7. แม้ว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการรับชมภาพยนตร์ไทยโดยเฉลี่ย 4 เรื่องต่อปี แต่มีความตั้งใจที่จะชมภาพยนตร์ไทยต่อไป โดยชื่นชอบแนวตลกมากที่สุด ซึ่งก็เป็นไปตามกระแสความต้องการของผู้ชมทั่วไปอยู่แล้ว เพียงแต่ผู้สร้างควรผลิตตามความคาดหวังของผู้สูงอายุคือ ใช้นักแสดงที่ผู้สูงอายุชื่นชอบ สร้างจากบทประพันธ์ที่มีชื่อเสียง มีการใช้สถานที่ถ่ายทำที่หลากหลาย ใช้เทคนิคการถ่ายทำทันสมัยเพื่อความสมจริง ทั้งนี้เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียดและความเหงา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตการวิจัยออกไปยังกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคอื่นๆ ในประเทศ เพื่อสามารถเปรียบเทียบว่ามีข้อมูลด้านต่างๆ ที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันอย่างไร ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนจัดการภาพยนตร์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มขึ้น เช่น รูปแบบการใช้ชีวิต (lifestyle) แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ (needs and motivation) การรับรู้ที่มีต่อภาพยนตร์ไทย (perception) ปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด (opinion leaders) วัฒนธรรม ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดลึกซึ้ง และสามารถทำการเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการรับชมภาพยนตร์ไทยในกลุ่มผู้สูงวัยยิ่งขึ้น

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษาครั้งต่อไป สามารถใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (depth interview) การสนทนากลุ่ม (focus group interview/discussion) รวมถึงการสังเกตการณ์ในการภาคสนาม (field observation) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก หรืออาจจัดทำกรวิจัยผสมผสานวิธีระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ (mixed method) เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงลึกและเชิงกว้าง

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์เป็นตัวแปรต้น มีได้นำตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุด้านสภาพจิตใจ ร่างกาย มาศึกษาด้วยการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรนำประเด็นด้านสภาพร่างกายและจิตใจที่อ่อนแอ อาทิ ผู้สูงอายุที่ติดเตียง ติดบ้าน ติดสังคมด้วย ซึ่งจะได้อข้อมูลที่เป็ประโยชน์มากขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ (2542), *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*, กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรส โปรดักส์.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540), *พฤติกรรมขององค์กร*, กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีระพร อูวรรณโณ (2548), *การวัดทัศนคติ: ปัญหาในการใช้เพื่อทำนายพฤติกรรม*, กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดบุ๊คส์ เซ็นเตอร์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526), *ทัศนคติการจัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*, กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2540), *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร: หน่วยที่ 1-8*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พัชรี มหาลาก (2538), *ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาระดับกลางที่มีต่อบทบาทการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับล่างในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534), *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*, กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538), *พฤติกรรมผู้บริโภค*, กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สุรกุล เจนอบรม (2541), *วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุและการศึกษานอกระบบสำหรับผู้สูงอายุไทย*, กรุงเทพฯ: นิชินแอตเวอร์ไทซ์กรุ๊ป.
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2545), *ตัวแบบกระบวนการการติดต่อสื่อสาร*, กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อินทิรา จันทร์ฐ์ (2552), *ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ เทียวบินภายในประเทศ*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุรพงศ์ แพทย์คชา (2557), "ภาพยนตร์ไทยกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของภาพยนตร์ไทย", *วารสารนักบริหาร*, 34(1) มกราคม-มิถุนายน.
- เอกสารประมวลสถิติด้านสังคม (2557), *ประชากรสูงอายุไทย ปัจจุบันและอนาคต*, กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- เอกสารผลสำรวจความคิดเห็นนิด้าโพล (2558), *ผู้สูงอายุไทยกับการใช้เวลาว่าง*, กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

- DeFleur, M. (1970), *Theory of Mass Communication*, Longman: University of California.
- Ellingsworth, H. (2003), "Cinema Attendance of a Sub-Elite Latin American Group", *Quarterly Journal of Speech*, 49(3): 262-265.
- Finola, K. (2010), *Film Marketing*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hall, D. (1976), *Medical Care of the Elderly*, New York: John Wiley & Sons.
- Hawkins, R. et al. (1998), *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, New York: McGraw-Hill.
- Jones, D. et al. (2007), "A Classification Model Based on Goal Programming with Non-standard Preference Functions with Application to the Prediction of Cinema-going Behavior", *European Journal of Operational Research*, 177: 515-524.
- Lacey, N. (2003), *Introduction to Film*, New York: Palgrave Macmillan.
- Rogers, E. and Shoemaker, F. (1976), *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*, New York: The Free Press.
- Schiffman, L. and Kanuk, L. (1994), *Consumer Behavior*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Yamamura, E. (2008), "Socio-economic Effects on Increased Cinema Attendance: The Case of Japan", *Journal of Socio-Economics*, 37(6): 1-10.

สื่อออนไลน์

การผ่อนคลายความเครียดสำหรับผู้สูงอายุ, สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2560 จาก http://www.stou.ac.th/stoukc/elder/main1_5.html

Tomorrow Never Dies: การเข้าใจความตาย ในสื่อภาพยนตร์ไทย*1

กัจจกร หลุยยะพงศ์²

บทคัดย่อ

ภายใต้สังคมทันสมัย ความตายมักจะถูกมองในด้านลบและเป็นสิ่งที่ปกปิด ภาพยนตร์ก็พยายามทำหน้าที่นำเสนอความตายให้เห็น ในที่นี้จะพิจารณาถึงภาพยนตร์ไทยในกลุ่มหนังดราม่าและหนังนอกกระแสช่วงทศวรรษที่ 2540-2550 จำนวน 9 เรื่อง โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องความตาย และสำนักวัฒนธรรมศึกษา เพื่อจะแสดงให้เห็นว่า ภาพยนตร์จะสร้างภาพความตายอะไร อย่างไร และตกอยู่ภายใต้อุดมการณ์อะไร

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ภาพยนตร์ไทยนำเสนอภาพของความตายที่หลากหลาย เช่น ความหลากหลายของการตายของเพศและวัย การฆาตกรรมและถูกฆาตกรรม การเปิดเผยความตายที่ถูกซ่อนเร้น ความเชื่อเรื่องผี พิธีกรรมของความตาย และเนื่องด้วยความตายเกี่ยวข้องกับศีลธรรมและอคติของความตายจึงต้องอาศัยเทคนิคของภาพยนตร์ในการประกอบสร้างภาพความตาย ทำให้การสื่อสารความตายในภาพยนตร์มีลักษณะย้อนแย้ง กล่าวคือ ด้านหนึ่งความตายดูน่ากลัวผิดปกติ แต่อีกด้านหนึ่งกลับมองว่า ความตายคือเรื่องธรรมดา

* วันที่รับบทความ 27 มิถุนายน 2561; วันที่แก้ไขบทความ 6 ตุลาคม 2561; วันที่ตอบรับบทความ 6 พฤศจิกายน 2561.

¹ ปรับปรุงจากเอกสารประกอบการสัมมนาการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ลมพัดต้องส่องแสงเดือน” ในวันที่ 23 พฤษภาคม 2561 ณ ห้องประชุม 23701 อาคาร 23 ชั้น 7 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย บทความนี้เป็นจุดเริ่มต้นข้อสังเกตของความตายในภาพยนตร์ บทความนี้ยังคงมีข้อจำกัดด้านเวลาของการศึกษา ปริมาณของภาพยนตร์ที่คัดสรรที่จำกัดเฉพาะภาพยนตร์แนวเดียว อีกทั้งข้อจำกัดเรื่องความเข้าใจความตายโดยผู้เขียนเอง จึงทำให้ยังอาจมองเห็นความตายที่ยังไม่คมชัด ลึกเท่าไรนัก ซึ่งต้องขออนุญาตมา ณ ที่นี้ และด้วยความสลับซับซ้อนของความตาย ความตายในหนังจึงยังคงเป็นประเด็นที่รอคอยการศึกษาต่อไป

² รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ของโลกและสวยงาม สูดถ่ายภาพความตายที่น่าเสนอบนแผ่นฟิล์มตกอยู่ภายใต้
อุดมการณ์ต่างๆ ได้แก่ สภาพของสังคมไทยในยุคสังคมนิยม เสถียรภาพ
ของสังคม เช่น ความเชื่อและศาสนา รัฐและทุนนิยม และตระกูลหนึ่ง

คำสำคัญ: ความตาย การสื่อสารความตาย อุดมการณ์

Tomorrow Never Dies: Understanding Death in Thai Films

Kamjohn Louiyapong

Abstract

In Thai modern society, death is seen as fear and mystery. Film, however, functions to reveal how people perceive death in daily life. In this article, nine films, both mainstream and independent, which were exhibited from 2007 to 2017, are analyzed. Adopting a concept of death and cultural studies, the article makes visible how films construct the meanings of death ideologically.

My study found that Thai films portray deaths in various ways, for example, deaths of people with different gender and age, criminal deaths, mysterious deaths, spiritual beliefs or life after death, death rituals, etc. Due to morality and values about death, film languages signify deaths to be contradictory. On the one hand, death is connoted to be fearsome and not normal. On the other hand, death is also viewed as a truth of life and being dramatic. With reference to ideology, deaths in different film genres represent modern risk, changes in beliefs and religion, and capitalist state in Thai society.

Keywords: death, death communication, ideology

1. เกริ่นนำ: ความตายคือเรื่องใกล้ตัว?

ความตายถูกมองว่า “อัปมงคล” “น่ากลัว” เหตุผลก็คือ คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันไม่รู้จักและไม่เข้าใจความตาย เพราะความตายถูกทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว Philippe Aries (cited in Arron, 2015) นักประวัติศาสตร์สังคม ให้บรรยายไว้อย่างน่าสนใจว่า ในอดีตความตายเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว ใกล้ชิด การตายมักจะเกิดที่บ้านและคนในครอบครัวก็จะเป็นผู้ที่รับรู้และเข้าใจความตาย แต่ความตายก็ยังเป็นความลับดำมืด ด้วยเหตุนี้ จึงมีความพยายามอธิบายความตายด้วยความเชื่อและศาสนา ดังเช่น ในสังคมไทยยุคก่อนได้รับอิทธิพลของศาสนา ความตายเกี่ยวกับความเชื่อพื้นถิ่น การตายมาจากสาเหตุที่ชั่วร้ายทำให้เกิดพิธีกรรมเรียกขวัญเพื่อให้ฟื้นจากความตาย แต่หากเรียกขวัญแล้วไม่ฟื้นก็จะนำไปสู่การจัดพิธีกรรม(รีนเร็ง)ด้วยการส่งคนตายไปยังสรวงสวรรค์หรือไปสู่โลกหลังความตาย (สนใจโปรดดู สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2560) และเมื่อสังคมได้รับอิทธิพลศาสนา ความตายก็ถูกกำหนดจากมิตินศาสนา ในกรณีของไทยคือพุทธและฮินดู และผสมกับความเชื่อเดิมในสังคมอย่างลงตัว ทั้งการเวียนว่ายตายเกิด กรรม ความเชื่อเรื่องโลกนี้โลกหน้า (นภนาท อนุพงศ์พัฒน์, 2550)

เมื่อก้าวสู่ยุคสังคมสมัยใหม่นับตั้งแต่ประมาณคริสต์ศตวรรษที่ 18 Aries ชี้ว่า การพัฒนาการของการแพทย์ในสังคมอุตสาหกรรม ความตายกลับเป็นเรื่องใกล้ตัว ความตายตกอยู่ในมือของเหล่าแพทย์ที่นิยามว่า อะไรคือความตาย และอะไรไม่ใช่ความตาย และดูเหมือนว่า การกำหนดความตายก็ไม่หยุดนิ่ง ดังการกำหนดเรื่องการหมดลมหายใจและการหยุดเต้นของชีพจรคือความตายในอดีต แต่ในปัจจุบันกลับมีดัชนีชี้วัดความตายแบบใหม่ คือ สมองตาย (ร่มหทัย โชติโกโสภณ, 2559) และด้วยเหตุผลและความรู้ของแพทย์นี้เอง พื้นที่การตายจึงได้โยกย้ายจากบ้านสู่โรงพยาบาล ซึ่งทำให้ความตายเป็นสิ่งซ่อนเร้นมากขึ้น จนเกิดข้อกำหนดที่เกี่ยวกับการศึกษาความตายขึ้นมา เช่น การห้ามผ่าศพ หรือผู้ที่จะศึกษาก็ต้องเป็นแพทย์ ยิ่งไปกว่านั้น สถาบันรัฐและเศรษฐกิจก็ก้าวมาเกี่ยวข้องกับความตาย ในด้านรัฐพบการกำหนดกฎหมายเกี่ยวกับความตาย ดังเช่น การกำหนดใบมรณบัตร ส่วนในด้านเศรษฐกิจ ความตายก็เกี่ยวโยงกับธุรกิจ (ก่อน-

ระหว่าง-หลัง) ความตาย ตัวอย่างเช่น พิธีศพ ในอดีตเป็นเรื่องของคนในครอบครัว แต่ในยุคนี้กลับกลายเป็นเรื่องของธุรกิจ ภาวการณ์นี้เองทำให้ความตายถูกผลักดันให้เป็นเรื่องไกลตัวออกไป ไม่ใช่เรื่องของครอบครัว และกลายเป็นเรื่องสาธารณะ โยงใยกับสถาบันต่างๆ ความตายจึงถูกทำให้เป็นสิ่งแปลกแยกกับผู้คนส่งผลให้ผู้คนกลัวตายและมองว่าความตายเป็นเรื่องอัปมงคล

สำหรับในปัจจุบัน เมื่อสังคมก้าวสู่สังคมหลังสมัยใหม่ ในเชิงปริมาณความตายมีมากขึ้น ส่วนในเชิงคุณภาพความตายมีความหลากหลายแปรเปลี่ยนจากการหมดอายุขัย ภาวะของโรค ไปสู่การตายจากหลากหลายสาเหตุ เช่น สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ การฆ่าตัวตาย โรคระบาด นักวิชาการบางคนให้สาเหตุว่าอาจเป็นผลมาจากการก่อตัวของสังคมความเสี่ยง (risk society) ตามแนวคิดของนักสังคมศาสตร์ชาวเยอรมันอย่าง Ulrich Beck (อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2553) ทำให้ความตายมีความหลากหลายและไม่อาจกำหนดทิศทางได้ ความตายจึงเป็นสิ่งที่น่ากลัวทวีคูณมากกว่าในยุคที่ผ่านมา

ในยุคนี้เอง เริ่มมีคำถามถึงการตายแบบใหม่ที่ว่า ที่ผ่านมามีมุมมองจากมิติเชิงการแพทย์เป็นหลัก ทำให้ความตายเป็นเรื่องของหมอแต่เพียงเท่านั้น ต่างไปจากโลกความเป็นจริงที่ความตายมีความสัมพันธ์กับสังคม ชุมชน และความเชื่อในอดีต (โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์, 2550) ประกอบทั้งยังเริ่มให้ความสนใจต่อแนวทางการบริหารจัดการความตาย ทั้งการย่นอายุไปสู่แนวคิดความเชื่อและศาสนา โดยเฉพาะการมรณานุสติ การเตรียมความพร้อมของการตาย ในเชิงสังคม เช่น การเตรียมพินัยกรรม การดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้าย การเชื่อมร้อยความตายให้เกี่ยวพันกับครอบครัวชุมชน และด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีก็ทำให้เกิดข้อสงสัยถึงความไม่ตายหรือการอยู่อย่างนิรันดร ซึ่งถือได้ว่า เป็นการท้าทายความตายที่เป็นอหังการแห่งมนุษย์

เมื่อความตายถูกตั้งข้อสงสัย จึงก่อให้เกิดการศึกษาวิชาที่เกี่ยวกับความตายหรือมรณศึกษา (death education หรือ Thanatology) ซึ่งเริ่มต้นขึ้นในช่วง พ.ศ. 2502 (สนใจโปรดดู เอ็มอัชมา วัฒนบุรานนท์, 2554) วิชาดังกล่าวกระตุ้นให้เกิดความตระหนักถึงความตาย ความเข้าใจถึงความตาย ไม่ควรประมาทต่อ

ความตาย ทั้งในศาสตร์ด้านการแพทย์ สังคมวัฒนธรรม ความเชื่อ และสำหรับ
สายมนุษยศาสตร์และวรรณกรรมศึกษา ความตายก็ถูกตั้งข้อปุจฉาว่า ความตาย
จะถูกนำเสนอว่าอะไรและอย่างไรในชิ้นงานวรรณกรรม

2. หนังกับความตาย: ไม่ “เห็น” โลกศพไม่หลังน้ำตา

แม้ความตายอาจเป็นสิ่งที่ไกลตัวในยุคของสังคมสมัยใหม่ แต่ก็มีความ
พยายามจะขยับความตายให้ใกล้ชิดกับผู้คน เพื่อให้ผู้คนเข้าใจความตาย หลักฐาน
สำคัญปรากฏในโลกของวรรณกรรม นับตั้งแต่หนังสือธรรมะในโลกศาสนา
จวบจนถึงวรรณกรรมประโลมโลกก็ล้วนทำหน้าที่บอกเล่าให้เห็นความตายเป็น
สิ่งที่ใกล้ตัวมนุษย์ แต่ทั้งหมดนั้นก็ยังคงเป็นการเล่าเรื่องผ่านตัวอักษรที่อาจมีข้อ
จำกัดในด้านการอ่านและเขียน สื่อภาพยนตร์ที่ถือกำเนิดในปลายคริสต์ศตวรรษที่
19 และเติบโตในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20 จึงรับหน้าที่ “ไม่ต่อ” ในการถ่ายทอด
ความตายผ่านภาพและเสียง เพื่อให้ผู้คนได้ตระหนักไม่ต่างไปจากการได้ “เห็น”
ความตายในชีวิตประจำวันในยุคอดีต

การเล่าเรื่องผ่านภาพและเสียงในแผ่นฟิล์มส่งผลให้เราได้ (1) “เห็น”
“ได้รู้ถึง” ความตายมากขึ้น จากเรื่องปกปิดสู่เปิดเผย และนำไปสู่การเตรียมตัวต่อ
ความตาย ซึ่งก็จะตรงกับแนวคิดของละครที่อธิบายว่า ภาพยนตร์แนวเมโลดราม่า
มักจะแสดงปัญหาชะตากรรมของชีวิต และทำให้คนในสังคมตระหนักเข้าใจถึง
ชีวิตที่ต้องมีความสุข เศร้า และเจ็บปวด (กาญจนา แก้วเทพ, 2544) (2) ใน
ทัศนะของสำนักมาร์กซิสต์และวัฒนธรรมศึกษา ภาพยนตร์ยังเกี่ยวข้องกับอำนาจ
ในการกำหนดการนำเสนอภาพของความตาย อะไรควรนำเสนอ ความตายที่เห็น
ปรากฏบนอุดมการณ์อะไร เป็นเสมือนกระบวนการควบคุมเชิงสังคม (social
control) ให้เราได้ว่ารู้ได้เห็น เช่น การตายในภาระหน้าที่เป็นสิ่งที่ดี การฆ่าตัวตาย
เป็นบาป การตายเพื่อการบูชารัก เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น (3) Aaron (2015)
ยังจุดประกายเพิ่มเติมว่า ความตายในหนังทำให้เราดูคนอื่นมีอำนาจในการมอง
คนอื่นตาย ประหนึ่งเราไม่ได้เป็นผู้ตาย และในเวลาเดียวกัน การเห็นความตาย
ก็ยังคงเจือไปด้วยศีลธรรมในแง่ของการเห็นสิ่งที่ไม่ควร นั่นก็หมายความว่า ผู้ชม
จะเห็นภาพความตายได้ในระดับใด

Hagin (2010) นักวิชาการด้านภาพยนตร์ชี้ว่า ธรรมชาติของภาพยนตร์ ใช้การเล่าเรื่องไม่ต่างจากวรรณกรรม มีการเปิดเรื่อง เชนิญปัญหา คลี่คลาย และ จุดจบ โดยเฉพาะจุดจบทำให้ภาพยนตร์มีความเกี่ยวข้องกับความตายอย่างแยกไม่ออก ในทางกลับกัน ภาพยนตร์หลายเรื่องอาจใช้การตายเป็นจุดเริ่มต้นก็ได้ ซึ่งก็แสดงให้เห็นนัยของความตายว่าไม่ใช่เพียงจุดสิ้นสุดแห่งชีวิต นอกจากนี้ เนื่องจากศิลปะแห่งการเล่าเรื่องด้วยภาพและเสียงของภาพยนตร์ทำให้ความตายได้กลายเป็นภาพ (visualization) กล่าวอีกนัยหนึ่ง การประกอบสร้างความตาย โดยใช้เทคนิคของภาพยนตร์ ทั้งการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ แทนความตาย เช่น สีดำ การจางภาพ (fade) การจางซ้อน (dissolve) การเลื่อนหาย (fade out) การตัดต่อ การจัดองค์ประกอบของภาพ หรือมิส-อง-แซน (mise-en-scène) ฯลฯ ความตายที่เห็นในภาพยนตร์จึงอาจไม่จริง แต่เป็นการกำหนดขึ้นเพื่อสื่อความหมายของความตาย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือจริยธรรมของการนำเสนอภาพความตาย อะไรคือสิ่งที่ควรเห็นและไม่ควรเห็น ซึ่งนั่นยืนยันให้เห็นว่า ความตายก็มีความสัมพันธ์กับกรอบความคิดและคุณค่าของสังคม

ที่ผ่านมาได้มีการศึกษาภาพยนตร์กับความตายอยู่บ้าง เช่น งานของ Hagin (2010) และ Aaron (2015) ซึ่งชี้ไปในทิศทางที่ว่า ความตายที่เห็นในภาพยนตร์ฮอลลีวูดนั้นเกี่ยวข้องกับมิติเชิงสังคมวัฒนธรรมในยุคหลังสมัยใหม่ กรณีที่เห็นเด่นชัดคือ ภายใต้อุคหลังเหตุการณ์ 9-11 ความตายเกี่ยวโยงกับปัญหาของความขัดแย้งของการก่อการร้าย ความตายของตัวละครเกิดจากความกดดันของสภาพสังคมหลังสมัยใหม่ แนวคิดนี้ไม่ต่างไปจากงานเขียนของ นันทวัลย์ สุนทรภาระสถิตย์ (2559) ที่มองว่า ความตายในวรรณกรรมไทยมีความสัมพันธ์กับสังคมหลังสมัยใหม่ของไทย Hagin และ Aaron ยังระบุเพิ่มเติมด้วยว่า ภายใต้อารมณ์ของอุตสาหกรรมของภาพยนตร์เอง เช่น ตระกูลภาพยนตร์ลึกลับส่งผลต่อการกำหนดความตายแตกต่างกัน หากเป็นตระกูลหนังรัก ความตายจะมุ่งเน้นการเกิดทิวรัก ตระกูลหนังสงครามหรือหนังบู๊ ความตายจะเกี่ยวโยงกับความเป็นชาติ การเสียสละ หรือตายเพื่อชาติ นอกจากนี้ ระบบดารา (star system) ก็ส่งผลให้หนังที่พระเอกบางคนแสดงก็ไร้อิทธิพลของความตายด้วย

สำหรับกรณีการศึกษาความตายในภาพยนตร์ไทยอาจเป็นเพียงจุดเริ่มต้น ส่วนใหญ่จะเป็นงานที่มุ่งเน้นการศึกษาโลกหลังความตายคือผีที่หลอกหลอนในภาพยนตร์ ดังเช่นงานของกำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) กำจร หลุยยะพงศ์ (2556) และงานวิจัยเรื่องผีขอมบ๊อง ชนัญญา ประสาทไทย (2559) งานทั้งหมดเห็นพ้องกับการศึกษาข้างต้นว่า ความตายของผีและขอมบ๊องเกี่ยวข้องกับสังคม งานของกำจรและสมสุขเผยว่า ผีในหนังไทยโดยเฉพาะผีสตรี อาจเป็นดัชนีที่สื่อให้เห็นปัญหาสตรีที่ถูกกระทำและหันมาแก้แค้นด้วยตนเอง ในกรณีของหนังขอมบ๊อง ชนัญญาวิเคราะห์ถึงภาวะสังคมความเสี่ยง การก่อการร้าย โรคระบาด (ไวรัส) และแม้กระทั่งวิกฤติการเมืองไทย ล้วนมีผลต่อการปรากฏตัวของผีต่างตัว และส่งผลสืบเนื่องให้สังคมตระหนักและเกรงกลัวต่อภาวะอันตรายแบบใหม่ที่คุกคามชีวิตประจำวันของชาวไทย ส่วนงานด้านความตายในภาพยนตร์ของไทย เท่าที่พบมีเพียงงานของกำจร หลุยยะพงศ์ ซึ่งศึกษาเทียบเคียงภาพยนตร์ไทยและเทศที่พูดถึงภาวะก่อนตาย ผลสรุปแสดงให้เห็นว่า สังคม(แบบทุนนิยม)กำหนดให้ความตายในภาพยนตร์เป็นเรื่องที่ผู้คนต้องเตรียมการ และที่สำคัญ การทำให้ภาวะก่อนตายมิใช่เรื่องน่ากลัว แต่ควรทำให้ช่วงเวลานั้นเป็น “คนตายที่เป็น” หรือการทำประโยชน์ต่อสังคม (สนใจโปรดดู กำจร หลุยยะพงศ์, 2553) งานทั้งหมดวางอยู่บนแนวคิดความตายเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการประกอบสร้างของสังคม

การมองความตายในภาพยนตร์เป็นการประกอบสร้างขึ้น วางอยู่บนฐานคิดของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) ที่อธิบายว่า ความตายมิใช่เรื่องธรรมชาติ ภาพความตายในหนังเป็นเพียงสิ่งที่สังคมและอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นตัวกำหนด ด้วยเหตุนี้ เมื่อศึกษาความตายในหนัง ก็ย่อมทำให้เราเข้าใจภาพความตายเป็นเพียงภาพตัวแทน (representation) ที่ถูกอำนาจบางอย่างกำหนดขึ้น งานศึกษาที่ผ่านมาได้เห็นส่วนเสี้ยวของความตายในหนังไทยบ้าง แต่คำถามที่ตามมาก็คือ แล้วภาพตัวแทนความตายในหนังไทยโดยรวมนั้นจะเป็นเช่นไร

3. เริ่มต้นการศึกษาความตายในหนังไทย

การศึกษาความตายในหนังไทยจะเดินรอยตามสำนักวัฒนธรรมศึกษา โดยจะพิจารณาภาพยนตร์ไทยในกลุ่มหนังดราม่าและหนังนอกกระแส ในช่วงทศวรรษที่ 2540-2550 ประมาณสองทศวรรษเป็นหลัก

การปึกหมุดที่สองทศวรรษที่ผ่านมา ก็เนื่องด้วยบริบทของสังคมไทยในช่วงนี้ถือเป็นช่วงระยะเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงของการก้าวสู่สังคมหลังสมัยใหม่ อีกทั้งการประสบกับปัญหาต่างๆ ในสังคมที่สลับซับซ้อนมากขึ้น ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม ข้อยืนยันทันทีปรากฏในงานของ นันทวัลย์ ศุภธาราระสถิตย์ (2559) ที่ระบุว่า ในช่วงเวลาดังกล่าว สังคมไทยเป็นยุคแห่งสังคมความเสี่ยง (risk society) ที่มีปัญหาทั้งเรื่องการเมืองสมัยใหม่ เศรษฐกิจทุนนิยม ปัญหาคนกลุ่มน้อย วิถีภัยทางธรรมชาติ อันส่งผลต่อเนื้อหาของความตายในวรรณกรรม ด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้เกิดข้อสงสัยสืบเนื่องถึงสื่อภาพยนตร์ในช่วงเวลาใกล้เคียงกันว่า จะนำเสนอภาพของความตายในแบบใด จะเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ ตลอดจนรูปแบบการนำเสนอจะเป็นเช่นไร

นอกจากนี้ ในบริบทของภาพยนตร์ในช่วงเวลาเดียวกันนั้น ก็เป็นช่วงเวลาของการเติบโตของผู้กำกับภาพยนตร์หน้าใหม่ เพราะเงื่อนไขของการเติบโตของเทคโนโลยีของภาพยนตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการผลิต ตลอดจนการระดมของเศรษฐกิจของไทยในช่วงต้นทศวรรษที่ 2540 มีผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์แบบเดิมที่เน้นภาพยนตร์วัยรุ่น ต้องปรับเปลี่ยนและแสวงหาภาพยนตร์แบบใหม่ หนึ่งในทางออกก็คือ หนังดราม่าและหนังนอกกระแสหรือหนังอินดี้ ในขณะเดียวกัน หากพิจารณาถึงกลุ่มหนังดังกล่าวในมิติเชิงสังคม จะพบว่า หนังกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับวิถีชีวิตของผู้คน เพราะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของคน ทั้งความรัก ความเจ็บปวด ปัญหา และที่สำคัญ คือ เกี่ยวข้องกับความตาย เมื่อเทียบกับหนังตระกูลอื่น เช่น ผีหนังรัก สยองขวัญ บู๊ ความตายในหนังดราม่าและหนังนอกกระแส จึงน่าจะใกล้เคียงกับชีวิตมากที่สุด การศึกษาในครั้งนี้ก็ย่อมทำให้เห็นมิติความตายที่ชัดเจนใกล้เคียงกับชีวิตจริง

บทความนี้จึงเลือกศึกษาภาพยนตร์ไทยแนวรามาและนอกกระแสจำนวน 9 เรื่อง ในช่วงความผันผวนแห่งสังคมไทยในทศวรรษที่ 2540-2550 ได้แก่ *เรื่องรักน้อยนิดมหาศาล* (2546) *ความรักครั้งสุดท้าย* (2546) *โอเคเบตง* (2546) *ความจำสั้นแต่รักฉันยาว* (2552) *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) *ปาดังเบซาร์* (2554) *อนธการ* (2558) *ดาวคะนอง* (2559) และ *Die Tomorrow* (2560) โดยใช้กรอบแนวคิดสำนักวัฒนธรรมศึกษาและแนวคิดเกี่ยวกับความตายเป็นต้นธารในการมองภาพยนตร์ว่า ภาพยนตร์กลุ่มนี้กำลังบอกเล่าความตายอะไร โดยเกณฑ์ที่วัดที่จะพิจารณาคือ การพูดถึงภาวะก่อน-ระหว่าง-และหลังความตาย ความตายถูกเล่าในหนังอย่างไร โดยอาศัยเทคนิคหรือกลยุทธ์ในการนำเสนอความตายในภาพยนตร์ และมีอำนาจหรืออุดมการณ์อะไรเป็นผู้กำหนดความตายในหนังไทย

4. ต้นเหตุแห่งความตาย: ความตายคือเรื่องธรรมชาติหรือเกี่ยวกับสังคม

คนส่วนใหญ่มักจะมองว่า ความตายเป็นเรื่องธรรมชาติ ในที่สุดทุกคนก็ตาย แต่ในความเป็นจริง วิธีคิดดังกล่าวนั้นกลับมิใช่เป็นเรื่องธรรมชาติเสียทีเดียว เพราะการมองเช่นนั้นก็ยังคงเกี่ยวโยงกับมิติเชิงสังคมวัฒนธรรม นั่นก็คือความเชื่อและศาสนาในเรื่องวิญสสาร และมุมมองทางการแพทย์ ยิ่งไปกว่านั้นความตายยังสัมพันธ์กับสังคมที่กำหนดความตายอีกด้วย หากพิจารณาจากสาเหตุของการตายก็จะพบว่า ในปัจจุบันความตายมีความแตกต่างหลากหลายเป็นอย่างมาก หาใช่อาการเจ็บป่วย แต่ยังก้าวไปสู่อุบัติเหตุ ภัยพิบัติ และอื่นๆ อีกมากมาย (สนใจโปรดดู เอ็มอัชฌา วัฒนบุรณนทร์, 2554)

ภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* (2560) ชมวดปมให้เห็นว่า เนื่องด้วยสภาพของสังคมในยุคปัจจุบันของไทยก้าวสู่สังคมความเสี่ยง (risk society) ซึ่งตรงกับการศึกษาของ นันทวัลย์ สุนทรภาระสถิตย์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องสั้นของไทย ความตายจึงมิได้หลากหลายอย่างไม่น่าเชื่อ นับตั้งแต่การเจ็บป่วย อุบัติเหตุ ความตายในอายุยังน้อย การฆ่าตัวตายจากโรค (ซึมเศร้า) ความตายจากภัยก่อการร้าย ภัยธรรมชาติ และแม้กระทั่งการตั้งข้อสังเกตถึงการตายซ้ำในบริบทสังคมผู้สูงอายุ

ภาพที่ 1 ความตายอันหลากหลายในภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* (2560)



อย่างไรก็ดี ความตายยังมีความหลากหลายมากกว่านี้ หากย้อนกลับไปในอดีต ภาพยนตร์ดราม่าและหนังนอกกระแสของไทยที่ผ่านมาก็ชี้ให้เห็นถึงความตายมาบ้าง แต่อาจไม่ได้สรุปให้เห็นภาพรวมดังภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* ดังนั้น ในบทความนี้ ผู้เขียนย้อนระลึกถึงในอดีตที่นำเสนอภาพของความตายที่ต่างไป ทั้งในกรณียามอายุของการตาย การฆ่าตัวตาย การฆ่าคนอื่น การเปิดเผยความตายที่ (เคย) ถูกซุกซ่อน และการตั้งคำถามว่าความเป็นนิรันดร์ของชีวิตรายละเอียดดังต่อไปนี้

กรณีแรก ภาพยนตร์ไทยนิยามให้เห็นว่า **ความตายสามารถเกิดได้ทุกเพศทุกวัย** ในช่วงทศวรรษที่ 2530 เป็นต้นมา ความตายของเด็กก็ปรากฏในหนังเด็ก ได้แก่ *ท่านขุนน้อยๆ แห่งสยาม* (2536) *เด็กหอ* (2549) *ข้าวเหนียวหมูบึ่ง* (2549) หนังทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า แม้เด็กก็สามารถตายได้ ด้านหนึ่งความตายของเด็กก็ตอกย้ำให้เห็นมิติเชิงความเชื่อและศาสนาว่า ความตายเป็นเรื่องธรรมชาติ แต่ในเวลาเดียวกัน ความตายของเด็กก็แสดงให้เห็นปัญหาสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ที่ทำให้แม้แต่เด็กก็ตกอยู่ภายใต้ภาวะวิกฤติ เมื่อเด็ก

คืออนาคตของชาติ ความตายของเด็กก็เท่ากับปัญหาของชาติที่ไม่อาจจัดการแก้ไข
ปัญหาเด็กได้ (สนใจโปรดดู กำจร หลุยยะพงศ์, 2559)

ภาพที่ 2 ภาพยนตร์เด็กกับความตาย



ภาพยนตร์ไทยยังชี้ให้เห็นว่า ความตายยังสัมพันธ์กับการฆ่า ทั้งการฆ่า
ตัวตาย และการฆ่าคนอื่น หากเป็นภาพยนตร์ตระกูลอื่น เช่น สยองขวัญ บู้ รัก
และสงคราม สภาพของการฆ่าอาจมิใช่เรื่องแปลกประหลาด เพราะหนังกลุ่มนั้น
มักจะชี้ให้เห็นถึงการตายเป็นเรื่องหลัก หนังสยองขวัญหรือหนังผีจะเน้นความตาย
ที่รุนแรง ส่วนหนังสงครามมักจะเน้นอุดมการณ์ความตายเพื่อชาติ และหนังรัก
ก็จะเน้นความตายเพื่อบูชาความรัก แต่สำหรับหนังดราม่าและหนังนอกกระแส
แล้วนั้น การฆ่าตัวตายและการฆ่าคนอื่นกลับมีนัยที่ต่างออกไป

ภาพยนตร์สามเรื่องคือ *เรื่องรักน้อยนิดมหาศาล* (2546) *ความรัก
ครั้งสุดท้าย* (2546) และ *Die Tomorrow* (2560) เป็นเสมือนตัวแทนของ
ภาพยนตร์ดราม่าและหนังนอกกระแสที่เกี่ยวกับการฆ่าตัวตาย ทั้งนี้ แม้จะเป็นเรื่อง
การฆ่าตัวตายเหมือนกัน แต่ก็มีความตายที่แตกต่างกันของเพศ ในขณะที่
เรื่องรักน้อยนิดมหาศาล การฆ่าตัวตายคือชายหนุ่มอดีตกูซ่า เช่นเดียวกันกับ
การฆ่าตัวตายของชายหนุ่มใน *Die Tomorrow* ส่วนเรื่อง *ความรักครั้งสุดท้าย*
เป็นการฆ่าตัวตายของอิสตรี

ภาพที่ 3 ความตายในหนังดราม่าและหนังนอกกระแส



โดยปกติแล้ว เรามักจะพบการฆ่าตัวตายของผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ เหตุเนื่องมาจากวิถีคิดของสังคม(แบบชายเป็นใหญ่)มักจะมองว่า ผู้หญิงอ่อนแอเปราะบาง เมื่อเผชิญปัญหาและถึงขีดสุดก็จะจบลงด้วยการฆ่าตัวตาย Aaron (2015) ยังวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยอาศัยทัศนะของ Laura Mulvey ว่า ความคิดแบบชายเป็นใหญ่ยังแผ่ซ่านไปจนถึงแม้กระทั่งฉากที่ผู้หญิงตายยังต้องถูกกำหนดจากสายตาผู้ชาย กล่าวคือ ผู้หญิงที่ฆ่าตัวตายก็ยังคงดูสวย งดงาม เพราะเป็นภาพที่สังคม (แบบชายเป็นใหญ่) ต้องการมอง การจบชีวิตของตัวละครใน *ความรักครั้งสุดท้าย* (2546) จึงฆ่าตัวตายด้วยการเดินลงทะเลและยังเห็นความงามของโรสซึ่งเป็นนางเอกของเรื่อง

แต่สำหรับความตายของชายหนุ่ม ดูเหมือนว่า มักจะไม่ค่อยปรากฏในหนังดราม่าและหนังนอกกระแสเท่าไรนัก เพราะผู้ชายคือเพศที่เข้มแข็ง กระนั้นก็ดีภายใต้สภาพของสังคมหลังสมัยใหม่ดังที่ นันทวัลย์ สุนทรภาระสถิตย์ (2559) วิพากษ์ในเรื่องสั้นของไทย ความตายของชายหนุ่มก็เกิดขึ้นได้ ซึ่งตรงกันกับแนวคิดของ Aaron (2015) ที่กล่าวว่า ความกดดันของสภาพสังคมทุนนิยมก็ส่งผลให้เกิดการคิดฆ่าตัวตายของผู้ชาย หนังไทยอย่างน้อยสองเรื่องก็ชี้ให้เห็นความตายของชายหนุ่ม *เรื่องรักน้อยนิดมหาดาล* (2546) ชายหนุ่มญี่ปุ่นคิดที่

จะฆ่าตัวตายในเมืองไทย ด้วยเหตุผลจากความเปลี่ยนแปลงที่กดดันในใจของเขา หรือหากใช้ศัพท์ทางการแพทย์ในปัจจุบันก็คือ “โรคซึมเศร้า” และตัวละครหนึ่งใน *Die Tomorrow* (2560) ก็ผลิตซ้ำตัวละครชายที่ผิดหวังในรักและฆ่าตัวตาย ทั้งนี้ ในขณะที่ภาพยนตร์เรื่องแรก ความตายเป็นเพียงจินตนาการในฝันของตัวละคร เพราะในที่สุดหญิงสาวกลับคอยช่วยประคับประคองจิตใจ การตายจึงไม่เกิดขึ้น หรืออีกนัยหนึ่ง ในทัศนะของพรอยด์อาจอธิบายได้ว่า การเก็บกดความเปลี่ยนแปลงสามารถคลี่คลายได้ หากมีคนช่วยแก้ไขปมปัญหา ความตายที่เป็นสิ่งปรารถนาก็อาจเปลี่ยนแปลงไป ในทางตรงกันข้ามในหนังเรื่องหลัง ความตายกลับเกิดขึ้นเมื่อไรคนเข้าใจ ตัวละครชายที่ถูกกดดันจึงตัดสินใจฆ่าตัวตาย

ภายใต้สภาพของสังคมที่กดดันอย่างสูงยังนำไปสู่การฆ่าคนอื่น ขณะที่ในอดีตการฆ่าอาจมาจากความแค้นเคือง ตัวละครที่ฆ่ามักเป็นตัวร้าย (หากไม่นับกรณีของภาพยนตร์สยองขวัญ ภาพยนตร์บู๊ที่ตัวเอกก็เป็นคนฆ่า แต่ก็ยังเกี่ยวพันกับการแก้แค้นต่อศัตรู) กรณีของภาพยนตร์ดราม่าและหนังนอกกระแส การฆ่าคนอื่นของตัวเอกกลับเป็นการฆ่าคนใกล้ชิด ตลอดจนเกี่ยวข้องกับปัญหาความเจ็บป่วยทางใจและปัญหาเชิงสังคม

ภาพที่ 4 การฆ่าคนอื่นในภาพยนตร์



12 (2549) หนังสือ ภาคแรกที่ก่อนจะมาเป็นเรื่อง 13 เกมสยอง (2549) ได้แสดงให้เห็นถึงฉากเด็กหลอกเพื่อนมาฆ่า เพื่อจะได้รางวัลจากการเล่นเกม เป็นเสมือนปฐมบทของการฆ่าคนที่รู้จักกันอย่างโหดเหี้ยม ตัวละครคือเด็กเป็นทั้งผู้ฆ่า ผู้ถูกฆ่า (เพื่อน) และผู้บงการ แรงจูงใจของการฆ่ามาจากเพียงการอยากเอาชนะเกมเท่านั้น ส่วนภาพยนตร์ภาคต่อ 13 เกมสยอง เริ่มขยับเป็นหนังสือของขวัญ ก้าวไปสู่การที่ผู้ใหญ่แข่งเกมเรียลตี้ที่ผู้บงการ (ยังคงเป็นเด็ก) บงการให้ทำทุกสิ่งให้ผู้ชมในสังคมต้องการดู ซึ่งสะท้อนให้เห็นปัญหาสังคม (โรครจิต) ที่ต้องการเสพความรุนแรง ส่วนผู้แข่งขันก็ทำเพื่อสนองตอบต่อชัยชนะและเงินตรา ในฉากสุดท้ายผู้บงการสั่งให้ตัวละครฆ่าพ่อเพื่อชนะเกม แต่ตัวละครกลับไม่กล้า แม้ว่าในอดีตพ่อเป็นผู้กระทำความรุนแรงต่อเขา เพราะมโนธรรมหรือในศัพท์ของฟรอยด์คือ superego มีผลต่อจิตใจ จนทำให้ในที่สุด พ่อซึ่งได้รับการเปิดเผยต่อมาว่า คือหนึ่งในผู้เล่นเกมก็กลายเป็นผู้ฆ่าเขาและกลายเป็นผู้ชนะเกม ความซับซ้อนรุนแรงของหนังสือเรื่องอาจไม่สามารถจัดกลุ่มเป็นหนังดราม่าได้อย่างสมบูรณ์ แต่ชี้ให้เห็นถึงปัญหาวิกฤติของสังคมยุคใหม่โดยเฉพาะปัญหาเด็กและครอบครัวได้อย่างน่าสนใจ

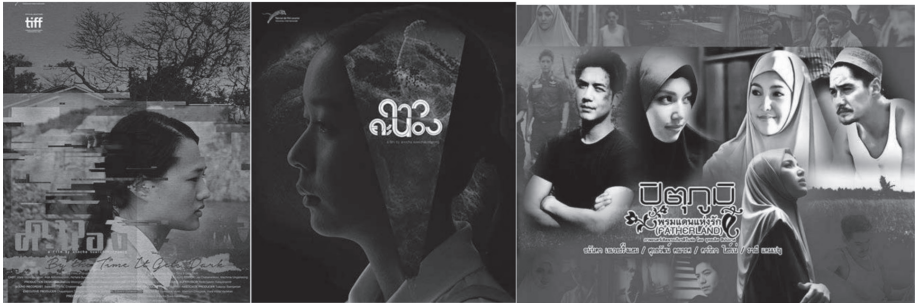
ภาพยนตร์เรื่อง *อนธการ* (2558) อาจจัดเป็นภาพยนตร์ดราม่าและหนังทางเลือกเรื่องแรกๆ ที่เปิดเผยให้เห็นปัญหาทางจิตของเด็กหนุ่มที่เป็นเกย์อายุประมาณ 15-16 ปี ชื่อตั้ม ที่ถูกกระทำความรุนแรงในครอบครัวจากพ่อ เพราะพ่อมองว่าลูกชายเป็นเพศที่สาม นอกจากการถูกกระทำความรุนแรงจากพ่อแล้ว สังคมก็เลือกใช้ความรุนแรงต่อเขาด้วยเช่นกัน ในทัศนะของฟรอยด์ ภาวะการขาดความรักการถูกทำทารุณกรรมทำให้ตั้มมีบาดแผลในใจ (trauma) นำไปสู่การเก็บกด วันหนึ่งเมื่อพบกับคูรั๊กคือหนุ่มภูมิ ปัญหาความขาดแคลนรักจากครอบครัวก็ถูกทดแทนด้วยรักจากแฟนหนุ่ม ครอบครัวจึงกลายเป็นสิ่งที่เขาไม่ต้องการอีกต่อไป ทำให้เขาตัดสินใจจ้างวานคนมาฆ่าครอบครัวเขา ทั้งพ่อ แม่ และพี่ชาย

ในขณะที่ในอดีตการฆ่าพ่อแม่ แม้จะปรากฏในตำนานต่างๆ เช่น พระยาทรงพระยาพาน ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ ตำนานดังกล่าวแสดงให้เห็นทั้งปมโศกโศก ความเกลียดชัง และความปรารถนาการฆ่าของมนุษย์ แต่ตอนจบของเรื่อง

ก็ตอกย้ำให้เห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นเพื่อห้ามปรามการกระทำเยี่ยงนี้ และระบุเป็น สิ่งต้องห้าม (taboo) ในสังคม ในทางกลับกันในหนังสือ *อนธการ* (2558) การฆ่ากลับเป็นการล้างบาปแผลทางใจให้แก่ตัวละครเพื่อสามารถใช้ชีวิตได้ต่อไป การฆ่ากลับเป็นเรื่องจำเป็น ในฉากจบตัวละครตี้มกับภูมิกษัตริย์รักจับมือ กันเดินลงน้ำและลอยคอจ้องมองท้องฟ้า เหมือนปลดปล่อยความรู้สึกทั้งหมด ที่ผ่านมามีทั้งไป ในด้านหนึ่งอาจมองได้ว่า ตัวละครทั้งสองอาจฆ่าตัวตายเพื่อหนี ไปจากความผิด แต่ในเวลาเดียวกันฉากดังกล่าวก็อาจตีความให้เห็นถึงการปลด ความทุกข์ทั้งหมดให้ผ่านไปด้วยสายน้ำ ทั้งความทุกข์จากอดีตตลอดจนการฆ่า ครอบครัวยุคใหม่เพื่อพร้อมจะมีพลังในการดำรงชีวิตต่อไปในอนาคต แม้หนังสือนี้จะ ส่งเสริมความรุนแรง แต่ในอีกนัยหนึ่งก็อาจชี้ให้เห็นถึงปัญหาครอบครัวในสังคมไทย ก้าวมาถึงขีดสุด และเป็นการเดินตามหนังสือ *13 เกมสยอง* (2549) ที่ปูทางไว้

ในช่วงปลายทศวรรษที่ 2540 ภาพยนตร์อีกกลุ่มหนึ่งเริ่มพูดถึงความ ตายที่เป็นเสียงที่เงิบและเคยถูกปกปิดมาก่อนก็เริ่มปรากฏให้เห็น ได้แก่ ความขัดแย้งของเชื้อชาติและการแบ่งแยกดินแดนใน *โอเคเบตง* (2546) ความ ตายของชาวกะเหรี่ยงอันเป็นผลมาจากวิกฤติการณ์สิ่งแวดล้อมเป็นพิษในหมู่บ้าน ครีตี้ล่าง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพยนตร์สารคดี *สายน้ำติดเชื้อ* (2556) ความ ตายของผู้คนอันเกิดจากการปราบปราม (ฆ่า) คอมมิวนิสต์ ในหนังสือ *ลุงบุญมี ระลึกชาติ* (2553) รวมถึงหนังสือ *ดาวคะนอง* (2559) ที่พูดถึงความตาย อันมาจากความขัดแย้งทางการเมืองในยุคตุลาคม 2519

ภาพที่ 5 ความตายที่เคยถูกปกปิดแต่กลับปรากฏในภาพยนตร์



ความตายเหล่านี้เคยเป็นสิ่งที่เจียบงัน อิมคริม อันเป็นผลจากอำนาจของรัฐที่กำหนดกดทับให้ความตายดังกล่าวเป็นเรื่องที่มองไม่เห็นหรือมองข้าม ภาพยนตร์บางเรื่องก็ถูกเซ็นเซอร์ หรือมีการเซ็นเซอร์ตนเองเพื่อหลีกเลี่ยงกับการนำเสนอความตายที่(ดูเหมือน)ละเอียดอ่อน ดังกรณีภาพยนตร์เรื่อง *ปิติภูมิ* ซึ่งผู้กำกับภาพยนตร์ระบุว่า มีความหมิ่นเหม่ต่อสถานการณ์บ้านเมือง จึงตัดสินใจระงับการฉายในช่วงปี พ.ศ. 2556 (สนใจโปรดดู <https://www.sanook.com/movie/34556/>) แต่ในปัจจุบันภาพยนตร์ดราม่าและหนังนอกกระแสกลับเริ่มทำหน้าที่ตีแผ่ความตายดังกล่าวให้ผู้คนได้ตระหนักรู้ ส่วนหนึ่งอาจมองได้ถึง ความคลี่คลายของสภาพกดดันของสังคม และอีกส่วนอาจมองได้ว่า บาดแผลก็ยังดำรงอยู่ในความทรงจำสีจางๆ ของผู้คนบางกลุ่มและพร้อมที่จะเปิดปากแผล

ออกมา แต่หากพิจารณาให้ลึกลงไป กลับพบว่า ความตายที่หมิ่นเหม่ต่ออำนาจของรัฐก็ยังไม่อาจพูดได้โดยตรง ฉากการตายที่โจ่งแจ้งในภาพยนตร์จึงแทบจะไม่ปรากฏให้เห็น เป็นเพียงการใช้คำพูดหรือผ่านการใช้สัญลักษณ์แทนการมาดั่งปรากฏในหนังเรื่อง *ดาวคะนอง* (2559) และ *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) ความตายในอดีตของยุคเหตุการณ์เดือนตุลาและการฆ่าคอมมิวนิสต์ถูกจำลองขึ้นด้วยฉากละครที่สร้างขึ้นมา

สำหรับในภาพยนตร์ต่างประเทศ การเปิดเผยความตายยังมักจะเน้นไปสู่ข้อถกเถียงของความตายในสังคม ซึ่งหนังไทยยังไม่ปรากฏให้เห็น เช่น การอุณฆาตหรือการฆ่าผู้ป่วยด้วยความเมตตา ดังปรากฏในตัวเอกในภาพยนตร์ฝรั่งเศสเรื่อง *Amour* (2012) ชายชราเลือกที่จะฆ่าคนรักตายเพราะเขาไม่อยากจะคนรักต้องทรมานด้วยโรคอีกต่อไป แนวคิดดังกล่าวเป็นข้อถกเถียงในทั้งเชิงสังคม ทั้งการแพทย์ กฎหมาย และผู้คน และก้าวมาสู่อะนาโตมิของโลกของภาพยนตร์ นอกจากนี้ ภาพยนตร์ต่างประเทศยังตั้งข้อสงสัยต่อความตายในประเด็นเรื่องการประหารชีวิตว่า ควรจะเดินต่อไปหรือระงับ ดังปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง *The Green Mile* (1999) และ *Apprentice* (2016)

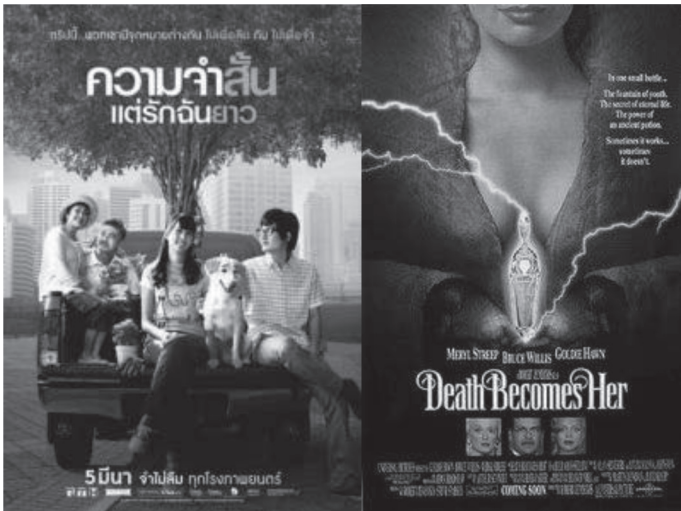
ภาพที่ 6 ข้อถกเถียงของการตายที่ปรากฏในภาพยนตร์



ในท้ายสุด ขณะที่หนังสือส่วนใหญ่กล่าวถึงความตาย แต่หนังสือเรื่อง *ความจำสั้นแต่รักฉันยาว* (2552) กลับตั้งข้อสังเกตถึง “ชีวิตอันนิรันดร์” วิทยาศาสตร์จะยืดชีวิตของมนุษย์ให้ยาวนานได้หรือไม่ แม้หนังสือไม่ได้กล่าวถึงการยืดอายุผู้คนโดยตรง หนังสือใช้สัญลักษณ์แทนด้วยฉากการย้ายต้นชมพู่มะเหมี่ยวจากภาคใต้มาสู่กรุงเทพฯ การย้ายต้นไม้นี้เทียบได้กับการยืดชีวิตของผู้สูงอายุในเรื่อง และอาจขยายมาสู่ผู้คนในอนาคต

สำหรับการยืดอายุและการไม่ตายนั้น หนังสือสองขวัญ หนังสือซอมบี้ และในกรณีของหนังสือตะวันตก เจกเช่น *Death Becomes Her* (1992) ก็เคยตั้งข้อสังเกตมาก่อน และดูเหมือนว่า การไม่ตายก็อาจไม่ใช่ความต้องการของปัจเจกบุคคล หนังสือเหล่านั้นมักจะพูดถึงปัญหาที่ตามมาของการไม่ตาย การทำลายอำนาจของพระเจ้าเป็นเจ้าของ แต่เมื่อวิทยาศาสตร์ก้าวหน้าขึ้น หลักฐานสำคัญคือ การโคลนนิ่งแกะดอลลี่ การไม่ตายอาจเป็นสิ่งที่ทำลายสังคมและอาจปรากฏในหนังดราม่าหรือหนังนอกกระแสของไทยต่อไปในอนาคตก็เป็นได้

ภาพที่ 7 ชีวิตอันเป็นนิรันดร์ในภาพยนตร์



การพินิจพิเคราะห์ภาพยนตร์ช่วยให้เห็นการนิยามความหมายของภาวะก่อนตายคืออะไร และภาวะดังกล่าวก็ปฏิเสธความคิดที่ว่า ความตายเป็นไปตามธรรมชาติ แต่กลับเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสังคม ทั้งความกดดันของสังคมหลังสมัยใหม่ การฆ่าตัวตาย ปัญหาของครอบครัว เพศสภาพ การก้าวสู่สังคมความเสี่ยง การไม่ตายจากความก้าวหน้าทางการแพทย์ และที่สำคัญคือ ความตายก็ยังเกี่ยวโยงกับอำนาจ เช่น การเมือง ปัญหามลพิษ (และอีกนานับการที่ตัวอย่างหนึ่งในนี้อาจยังไม่ได้กล่าวถึง) อันทำให้ความตายกลายเป็นสิ่งที่ถูกทำให้เจียบ ภาพยนตร์ไทยจึงทำหน้าที่เปิดเผยความตายให้ได้ยล และสำหรับในสังคมตะวันตก ความตายยังเชื่อมร้อยไปกับแนวคิดเกี่ยวกับการุณยฆาต การตั้งคำถามเกี่ยวกับการประหารชีวิต ซึ่งอาจเป็นแนวทางการผลิตภาพยนตร์ไทยในอนาคตก็เป็นได้ หากสังคมไทยพร้อมกับการวิพากษ์วิจารณ์ความตายที่หลากหลายมากขึ้น

5. การเดินทางสู่ความตาย: ภาวะของช่วงระหว่างการตาย

หัวข้อที่ผ่านมาได้ทราบถึงการนิยามความตายในภาพยนตร์ว่า ใครตายและความตายคืออะไรแล้ว ในหัวข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับสภาวะระหว่างการตาย ซึ่งเป็นประเด็นที่ไม่ค่อยพบในงานศึกษาที่ผ่านมา

ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้นว่า ในสังคมอดีตนั้น ในช่วงสภาวะระหว่างการตายเป็นเรื่องส่วนตัว เกิดขึ้นในครอบครัว และทุกคนสามารถรับรู้กับสภาวะการณดังกล่าว แต่เมื่อสังคมก้าวสู่ความทันสมัย และการแพทย์กลายเป็นสถาบันหลัก ทำให้การตายถูกทำให้เป็นเรื่องลึกลับและน่ากลัว ผู้คนจึงไม่รู้จักและเกรงกลัวความตาย หลักฐานที่ปรากฏเด่นชัดก็คือ บรรดาโฆษณารณรงค์เรื่องสุขภาพต่างๆ เช่น เหล้า บุหรี่ หรือภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับโรค (เอ็ดส์) ต่างแสดงให้เห็นภาวะของอาการโรคน่ากลัว ทรมาน ทุกข์ตรม ทั้งตัวผู้ป่วยและผู้คนรอบข้างอย่างไรก็ดี แนวคิดดังกล่าวถูกโต้แย้งอย่างรุนแรงในกลุ่มพุทธิภา ที่สนใจการนำเสนอความตายแบบใหม่ที่เน้นมิติเชิงสังคม ความเชื่อ ศาสนา พร้อมทั้งปฏิเสธว่าความตายคือความน่ากลัว แต่ให้หันมาเน้นการเตรียมตัวก่อนตาย และให้ความรู้

ความตายผ่านทั้งสื่อเก่า เช่น เอกสาร หนังสือ และสื่อใหม่คือ เพชฌกูฏ (สนใจโปรดดู มนต์ศักดิ์ ชัยวีระเดช, 2558 และร่วมหทัย โชติกลไสภณ, 2559) อาจกล่าวได้ว่า กระแสของการตั้งข้อสังเกตเรื่องความตายแบบใหม่นี้ส่งผลต่อการนำเสนอความตายในหนังดราม่าและหนังนอกกระแสด้วยเช่นกัน

ภาพยนตร์เรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) เป็นตัวแทนของการนำเสนอการเดินทางสู่ความตายในสังคมได้อย่างน่าสนใจ ภาพยนตร์เรื่องนี้ประกอบด้วยเรื่องราวย่อยๆ สามเรื่องสามยุค แต่ส่วนที่สำคัญที่สัมพันธ์กับความตายโดยตรงก็คือ เรื่องราวของลุงบุญมี ผู้อยู่ในภาวะของการใกล้ตายจากโรคเกี่ยวกับไต ลุงบุญมีเป็นชาวอีสาน เป็นเจ้าของไร่มะขาม ในช่วงภาวะการใกล้ตายลุงบุญมีเอ่ยกับผู้ชมว่า ลุงมีอดีตที่เกี่ยวข้องกับการฆ่าผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ และนั่นเองอาจเป็นผลกรรมที่ส่งผลต่ออาการเจ็บป่วยของตน ในปัจจุบันลุงบุญมีอยู่อย่างโดดเดี่ยว เพราะภรรยาของลุงเสียชีวิตตอนยังสาว ส่วนลูกชายก็หนีตามลิงผีตาแดง (ซึ่งอาจมีนัยของการตามคอมมิวนิสต์) ไปในป่า และในที่สุดเขาก็กลายเป็นลิงผี (หรือคอมมิวนิสต์) มีเพียงคนงานจากฝังบลาวคอยดูแลเท่านั้น เรื่องเปิดฉากด้วยลุงบุญมีกลับจากหาหมอยา ได้พาน้องของภรรยาคือ เจน กลับมาบ้านพร้อมกับชายหนุ่มชื่อโต้ง หลังจากนั้นเรื่องราวของการเดินทางสู่การตายจึงเริ่มเกิดขึ้น ภรรยาที่เสียชีวิตและลูกชายที่กลายเป็นลิงผีกลับมาเยี่ยมลุงบุญมีที่บ้านในช่วงเวลาอาหารค่ำ ความไม่น่าจะเป็นกลับกลายเป็นความเป็นไปได้ในภาพยนตร์ คน ผี และลิงผีต่างร่วมวงกินข้าว ใต้ถุนถ้ำทุกซอกซอกติดกัน ฉากโตะกินข้าวอาจตีความได้ถึง ความฝันที่ลุงบุญมีหรือผู้ใกล้ตายต้องการ คือ ความสุขของผู้ใกล้ตายซึ่งต้องการตายที่บ้านและใกล้ชิดครอบครัว หนึ่งยืนยันด้วยภาพรอยยิ้มของลุงบุญมีปรากฏในฉากดังกล่าว

ภาพที่ 8 ฝึวิญญานกับคนร่วมกินข้าวบนโต๊ะอาหารใน *ลุงบุญมีระลึกชาติ*



หนังใช้สัญลักษณ์ของช่วงเวลาการเตือนถึงการใกล้ความตาย ด้วยการปรากฏตัวของผีภรรยาและลิงผี ซึ่งอาจต่างไปจากในอดีตที่ภาพยนตร์จำนวนมากจะใช้ยมทูตหรือเทวดาทูตเป็นสัญลักษณ์แทน เช่น ในหนังเรื่อง *ลูกบ้าเที่ยวล่าสุด* (2536) หรือในภาพยนตร์มาเลเซียเรื่อง *Talentine* (2009) ส่วนหนึ่งแสดงให้เห็นว่า ความตายมีความเกี่ยวข้องกับครอบครัวและความเชื่อ และความตายคือการเปลี่ยนผ่านสู่อีกภพหนึ่ง ดังนั้น ครอบครัวและคนที่รักควรอยู่ด้วย สัญลักษณ์ของความตายจึงไม่ใช่ความน่ากลัว ในหนังเรื่อง *Talentine* (2009) เทวดาทูตปลอมตัวเป็นคนไข้ และมอบผลไม้คือสตอร์เบอร์รี่ให้กับผู้ป่วยเพื่อสื่อความหมายถึงความตายคือชีวิตอีกโลกที่แสนหวาน อันจะไปอยู่กับองค์พระผู้เป็นเจ้า (สนใจโปรดดู กำจร หลุยยะพงศ์, 2557)

ภาพที่ 9 การเตือนความตายใน *ลุงบุญมีระลึกชาติ* ลูกบ้าที่เยียวล่าสุด และ *Talentine*



จากภาพยนตร์ เหตุการณ์ทั้งหมดทำให้ลุงบุญมีพร้อมจะเดินทางสู่ความตายด้วยการสั่งเสียกับเจนน้องสาวภรรยา มอบสมบัติต่างๆ และบัญชีธนาคาร ประหนึ่งการจัดการกับความตายในทัศนะของความตายแบบใหม่ และลุงบุญมีครอบครัว (ผีเมีย ลิงผี เจนและไต้ง) ก็พากันส่งลุงบุญมีไปยังอีกโลกหนึ่งหรือโลกหลังความตายเพื่อเตรียมพร้อมต่อการเกิดใหม่ โดยหนึ่งกำหนดด้วยสัญญาของการเดินทางไปสู่ถ้า หากตีความรูปร่างของปากถ้าด้วยสัญญาตามแนวคิดของพรอยด์ ลุงบุญมีกำลังเดินทางกลับไปสู่ครรภ์มารดา และกำลังจะก้าวไปสู่การเกิดใหม่ตามแนวคิดวิภังษการ ในช่วงเช้าภาพตัดมาที่ลุงบุญมีนอน (ตายตา) หลับในถ้าผีและลิงผีหายไปแล้ว เพราะหมดหน้าที่ของการนำส่งคนตาย จึงเหลือเพียงเจนและไต้งที่เป็นตัวแทนของญาติที่ทำหน้าที่จัดพิธีศพเพื่อผู้ตายต่อไป การนิยามช่วงระยะเวลาความตายในหนังเรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* จึงไม่ได้มีความทุกข์ทรมาน แต่เป็นการเดินทางที่ไปยังโลกหนึ่งแบบมีความสุขพร้อมหน้าในครอบครัวและคนใกล้ชิด

เมื่อลองย้อนกลับไปภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* (2560) ซึ่งตั้งคำถามเรื่องความตายคืออะไรในตอนต้นเรื่อง และแสดงให้เห็นความตายที่หลากหลายในสังคมหลังสมัยใหม่ แต่กลับไม่พบฉากความตายในเรื่องอย่างเด่นชัด

ยกเว้นในฉากจบ ความตายที่ (ผู้กำกับภาพยนตร์) ต้องการสื่อให้เห็นถึงความ ต้องการตายของผู้คนในสมัยนี้ก็คือ ตัวละครที่เป็นศิลปินตายในบ้าน และนอน หลับตายบนตักของลูกสาวอย่างมีความสุข ฉากดังกล่าวผลิตซ้ำความตายที่(สังคม) ต้องการไม่ต่างไปจากการตายของลุงบุญมี

ภาพที่ 10 ความตายอย่างมีความสุขใน *Die Tomorrow*



แม้หนังสองเรื่องอาจไม่ได้ชี้ชัดถึงสภาวะระหว่างการตายว่า ผู้เกี่ยวข้อง จะเข้าไปจัดการอย่างไร ดังแนวคิด palliative care หรือการดูแลผู้ป่วยระยะ สุดท้าย แต่อย่างน้อยหนังก็เปิดประเด็นให้เห็นว่า ความตายไม่อาจหลีกเลี่ยงพ้น ความสัมพันธ์กับครอบครัวชุมชนเพื่อจะทำให้ผู้ที่ตายนั้นจากไปอย่างมีความสุข (สนใจ โปรดดู โกมาทร จิ่งเสถียรทรัพย์, 2550) อย่างไรก็ตามก็ดี หนังเรื่องแรก คือ *ลุงบุญมี ระลึกชาติ* (2553) ยังตอกย้ำว่า การตายอาจต้องมีการเตรียมการวางแผนก่อน ตาย ซึ่งอย่างน้อยก็สอดคล้องกับแนวคิดใหม่เรื่องความตายที่ต้องมีการบริหาร จัดการ เพียงแต่เมื่อลองมองย้อนกลับไปที่หนังไทยและหนังเทศในอดีตก็พบว่า เคยมีการกล่าวถึงการเตรียมตัวตายมาก่อนหน้านั้นบ้างแล้ว ดังปรากฏในหนัง เรื่อง *ลูกบ้าที่ยาวล่าสุด* (2536) *คู่แท้ป่าภูหิรัญย์* (2546) *Ikiru* (1952) *The Bucket List* (2007) แต่อาจมีจุดต่างไป หนึ่งในกลุ่มนี้ชี้ว่า เมื่อเราตระหนักรู้

เรื่องความตาย ความตายมิใช่ความทุกข์แต่เป็นจุดเริ่มต้น คำถามที่ตามมาคือชีวิตที่เหลือต่อจากนั้นจะทำอะไร และดูเหมือนว่า คำตอบที่ได้คือ การใช้ชีวิตก่อนตายควรต้องทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น (สนใจโปรดดู กำจร หลุยยะพงศ์, 2553)

ภาพที่ 11 ความตายที่เตรียมพร้อมในภาพยนตร์



ภาวะของการเดินทางสู่ความตายในหนังกลุ่มนี้ จึงเท่ากับการปฏิเสธทัศนะของการแพทย์ที่มีความวิตกเรื่องความตายคือความน่ากลัวและทรมาณ อีกทั้งการเปิดเผยให้เห็นว่า ความตายเป็นเรื่องปกติไม่ได้น่ากลัว ความตายควรเป็นเรื่องของครอบครัวผู้เกี่ยวข้อง และที่สำคัญคือ การเตรียมตัวก่อนตาย ทำให้ความตายเป็นเรื่องที่เกิดประโยชน์ต่อผู้อื่น

6. ภาวะหลังความตาย: ความลับที่ต้องการการเปิดเผย

ปรากฏการณ์หลังความตายในภาพยนตร์ เป็นสิ่งที่ค่อนข้างท้าทายวิธีคิดเชิงวิทยาศาสตร์เป็นอย่างมาก เพราะวิทยาศาสตร์ยังไม่รู้และไม่อาจอธิบายภาวะหลังความตาย (ตอกย้ำให้เห็นว่า วิทยาศาสตร์อาจมิใช่คำตอบเบ็ดเสร็จในสังคม

หลังสมัยใหม่) แต่เนื่องจากหนังเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคม หนังจึงนำวิถีคิดของสังคมทั้งในอดีตและปัจจุบันมาช่วยอธิบายชีวิตหลังความตาย

ในที่นี้ หนังไทยที่นำเสนอชีวิตหลังความตายแบ่งออกได้เป็นสามกลุ่ม คือ กลุ่มที่ตั้งข้อสังเกตถึงการตายแล้วไปไหน กลุ่มที่นำเสนอพิธีกรรมหลังความตาย และกลุ่มที่ตั้งคำถามถึงการตายคือจุดสิ้นสุดหรือจุดเริ่มต้น รายละเอียดดังนี้

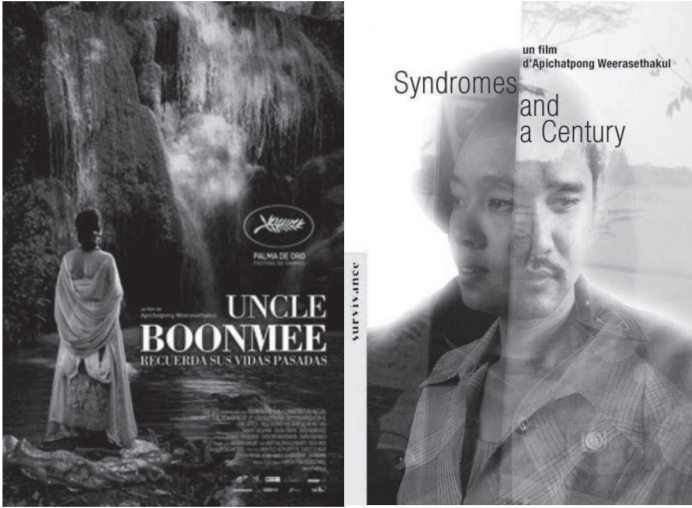
ในหนังกลุ่มแรกคือ **การตั้งคำถามถึงการตายแล้วไปไหน** นั้น หากเป็นหนังผี คำถามดังกล่าวมักจะคลี่คลายให้เห็นได้โดยง่าย บนความเชื่อที่ว่า การตายคือการก้าวไปสู่อีกภพหนึ่ง (สนใจโปรดดู กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน, 2552) แต่สำหรับหนังดราม่าและหนังนอกกระแสแล้ว คำตอบดังกล่าวอาจไม่ใช่เรื่องง่ายนัก หนังหลายเรื่องจึงมักจะยุติลงตรงฉากความตายของตัวละคร และทำให้ผู้ชมคิดต่อไปหรือตั้งข้อสงสัยไปเองว่า ภาวะหลังจากนั้นคืออะไร ผู้ชมก็จะเชื่อมโยงกับหนัง(ผี)และความเชื่อในสังคมของตนว่า การตายจะไปสู่ที่แห่งใดได้ด้วยตนเอง แต่สำหรับภาพยนตร์เรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) กลับไม่ได้สื่อความหมายเช่นนั้น ภาพยนตร์เลือกที่จะนำเสนอภาวะหลังความตาย โดยผลิตซ้ำความเชื่อของสังคมไทยต่อภาวะหลังการตายว่า ความตายคือการเดินทางไปสู่อีกโลกภพหนึ่ง นั่นคือ โลกแห่งวิญญาณหรือโลกของผี ตัวละครภรรยาของลุงบุญมีที่ปรากฏในเรื่องยืนยันให้ผู้ชมเห็นว่า เมื่อตายแล้วหล่อนก็หลุดไปจากร่าง และผูกติดกับอดีตสถานที่และคนรักเก่า ซึ่งนั่นก็คือ ลุงบุญมี อันทำให้เธอต้องหวนกลับมาหาลุงอีกครั้งในยามที่ลุงใกล้จะตาย โลกวิญญาณที่หล่อนบอกเล่าเหมือนกับภาริซึ่งกาลเวลา ทำให้เธอแทบจะจำอะไรไม่ได้ ไม่รู้ไม่เห็นอะไร จำได้แต่เพียงอดีตแต่ไม่ได้รู้เห็นในปัจจุบันรวมถึงอนาคต

ภาพที่ 12 วิญญาณเมียลุงบุญมีที่กลับมาหาลุงบุญมียามใกล้ตายใน ลุงบุญมีระลึกชาติ



มิติของโลกวิญญาณ เป็นสิ่งที่วิทยาศาสตร์ยังไม่ได้มีคำตอบใดๆ อย่างกระจ่างชัด ภาวะหลังการตายในหนึ่งจึงอาจเป็นสิ่งที่สังคมประกอบสร้างขึ้น เพราะความจริงคืออะไรไม่มีใครหยั่งรู้ได้ ไม่เคยมีใครเคยสัมผัสหรือมีประสบการณ์ตรงจากความตาย ดังนั้น ความตายจึงถูกกำหนดขึ้นจากความเชื่อและศาสนา ยิ่งกว่านั้น หากย้อนกลับไปถึงกลุ่มหนังผีก็จะพบว่า โลกวิญญาณกลับมีความสัมพันธ์กันกับโลกความเป็นจริง การมีลำดับชั้นของผี การมีมิติพิเศษภาพ ซึ่งนั้นก็ล้วนมาจากการกำหนดโลกวิญญาณมาจากอำนาจของคนนั่นเอง (สนใจโปรดดู กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน, 2552)

ภาพที่ 13 อดีตชาติของลุงบุญมี ใน ลุงบุญมีระลึกชาติ และการมองชาติหน้าใน แสงศตวรรษ



หนังเรื่องเดียวกันนั่นเอง ยังตอกย้ำความเชื่อเรื่องการระลึกชาติ อันเนื่องมาจากความเชื่อเรื่องการเวียนว่ายตายเกิด ตัวละครลุงบุญมี จึงสามารถย้อนระลึกอดีตจากก่อนเคยเป็นใครมาก่อน หากพิจารณาในเชิงวิทยาศาสตร์ ภาวะการใกล้ตายก็อาจทำให้เกิดภาพหลอนในจิตใจ แต่หากมองในมิติศาสนาความเชื่อ การย้อนระลึกอดีตเสมือนหนึ่งการรื้อฟื้นให้เห็นกรรมที่เคยทำมาในอดีต และในเชิงสังคม ภพชาติในอดีตที่ลุงระลึกถึงนั้นกลับเป็นอดีตที่เกี่ยวข้องพันกับอำนาจในการกดทับเกี่ยวกระหวัดกำหนดชีวิตลุงบุญมี นับตั้งแต่อดีตชาติที่เป็นควายที่ถูกเชือกจูง การเป็นหญิงสูงศักดิ์ที่ถูกพันธนาการด้วยยศบรรดาศักดิ์และความรัก และในชาติปัจจุบัน ก็ถูกพันธนาการด้วยรัฐชาติ อាកการป่วย และหมายรวมถึงผลกระทบที่ผ่านมา การมองย้อนไปในอดีตในที่นี้ ถือเป็นความสามารถพิเศษของมนุษย์ (บางคน) ทำให้เกิดการตระหนักรู้ถึงปัญหาที่ผ่านมาและนำไปสู่ความเข้าใจและแก้ไข มากกว่าการลุ่มหลงในอดีตที่แสนหวานแบบ nostalgia การย้อนอดีตไปทีนานไปกว่าภพนี้สู่ภพหน้า ทำให้มนุษย์ตระหนักถึงความเป็นตัวตนที่ไม่ได้มีอำนาจ

กำหนดทุกสิ่งแต่กลับถูกระดมชาติ วิศวกรรม และอำนาจอื่นๆ กำหนดกดทับเรา บังคับบุคคลจึงอาจไม่สามารถดิ้นรนหนีพ้นไปได้โดยง่าย ต่างไปจากการมองไปข้างหน้าหรือภาพฝันในอนาคตที่เราจินตนาการไป เมื่อหนังกล่าวถึงการระลึกอดีตชาติ อดีตจึงไม่ใช่ความงามแต่กลับแสดงให้เห็นถึงอำนาจที่กำหนดตัวตนของมนุษย์นั่นเอง

อย่างไรก็ดี หนังเรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) ก็ดูเหมือนจะไม่ได้แสดงให้เห็นความตายที่เลวร้ายเท่าไรนัก แต่กลับบ่งชี้ให้เห็นว่า ในที่สุดแล้วเราก็ก้าวไปสู่การเกิดใหม่ แนวคิดนี้ตอกย้ำในภาพยนตร์ของผู้กำกับคนเดียวกันในภาพยนตร์เรื่อง *แสงศตวรรษ* (2549) ที่ตัวละครผู้ป่วยในภาพยนตร์เรื่องนั้นเอ่ยออกมาถึงความปรารถนาในการเกิดใหม่ในโลกข้างหน้า แนวคิดดังกล่าวต่างไปจากสังคมและวัฒนธรรมของตะวันตกที่ความเชื่อเรื่องความตายมิได้มองถึงการเวียนว่ายตายเกิด แต่อยู่บนความเชื่อของศาสนาที่ตายแล้วจะไปสู่ภพใหม่และรอคอยการตัดสินของพระเจ้าเป็นผู้เป็นเจ้า (สนใจโปรดดู มธุรส ศิริสถิตย์กุล, 2550) ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *What Dreams May Come* (1998) และ *Coco* (2017)

ภาพที่ 14 ความเชื่อเรื่องความตายในหนังต่างประเทศ



ในขณะที่ภาพยนตร์การ์ตูน *Coco* (2017) ฉายให้เห็นการเดินทางไปสู่โลกสีส้มอีกโลกหนึ่ง คนตายเดินทางไปรวมตัวกัน และสามารถกลับมาหาญาติมิตรได้ในพิธีกรรมการระลึกถึงผู้ตาย โดยมีสัตว์ในความเชื่อคือสุนัข เป็นผู้ส่งวิญญาณความตาย แต่สำหรับภาพยนตร์เรื่อง *What Dreams May Come* (1998) นั้น ภาวะของการตายมีทั้งโลกที่มีสีสันความสวยงามในฉากที่พระเอกตายไป และในอีกด้านหนึ่ง คือ โลกที่มีมืดทึบเมื่อตัวละครนางเอกกลับครุ่นคิดถึงพระเอกที่ตายจากไปแล้วฆ่าตัวตาย ผล (กรรม) ที่หล่อนทำส่งผลให้โลกภพหลังความตายของเธอกลับเต็มไปด้วยสีดำ ดังนั้น เพื่อช่วยให้นางเอกสามารถหลุดพ้นจากความทุกข์ชั้นขม พระเอกจึงต้องหนีไปช่วยนางเอกในโลกสีดำให้กลับมามีความสุขในโลกหลังความตาย หนึ่งใช้สัญญาของสีส้มในโลกศิลปะแทนความสดใสของโลกลหลังความตาย และในเวลาเดียวกัน ก็สร้างภาพโลกความตายที่รันทศผ่านสีดำ ความเชื่อว่า โลกหลังความตายมีอย่างน้อยสองเฉดสีไม่ต่างจากความเชื่อของคนในอุษาคเนย์และคนไทยเรื่องนรกสวรรค์ เพียงแต่จุดต่างคือการเวียนว่ายตายเกิดไม่ได้เกิดขึ้นในหนังต่างประเทศ แต่กลับตอกย้ำในหนังไทย *ลຸງบุญมีระลึกชาติ* (2553) นั่นก็เท่ากับว่า ภาวะหลังความตายของประชาคมโลกมีทั้งด้านที่เหมือนและแตกต่างกัน

นอกจากหนังเรื่อง *ลຸງบุญมีระลึกชาติ* (2553) จะชี้ให้เห็นภาวะหลังความตายแล้ว หนังเรื่องนี้ยังเปิดประตูให้เห็นการตั้งคำถามถึงพิธีกรรมของความตาย โดยเฉพาะงานศพว่า มีบทบาทอะไร และแปรเปลี่ยนไปหรือไม่

โดยปกติแล้ว ภาวะหลังความตายของคนรอบข้างมักจะถูกมองว่า วางอยู่บนความเศร้า การจมอยู่กับความทุกข์ ส่วนหนึ่งเพราะเราไม่เข้าใจความตาย ไม่รู้จักและกลัวความตาย ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีกลิ่นอายความเกลียดกลัวความตายกลัวคนตายจะมาหลอกหลอน พิธีกรรมงานศพจึงกลายเป็นหนทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว (สนใจโปรดดู ราตรี ปิ่นแก้ว และมธุรส ศิริสถิตย์กุล, 2550)

หนังไทยเรื่อง *ปาดังเบซาร์* (2556) เป็นหนึ่งในหนังไทยที่กล่าวถึงพิธีกรรมหลังความตาย เมื่อตัวละครแม่ตายไปอย่างกะทันหัน ลูกสาวทั้งสองที่ห่างกันไปที่ต้องหันหน้าเข้าหากัน และพาร่างของแม่จากกรุงเทพฯ กลับไปยังปาดังเบซาร์ เพื่อจัดพิธีศพ

ในเบื้องต้น พิธีศพมีหน้าที่สำคัญต่อผู้ตายก็คือ การส่งคนตายสู่ภพภูมิที่ดี ในความเชื่อของคนไทยคือ สวรรค์ ผ่านการลอยอังคาร สิ่งนี้ยืนยันว่าความตายไม่ใช่จุดสิ้นสุด แต่เป็นจุดเริ่มต้น นอกจากนั้น พิธีกรรมหลังความตายยังเกี่ยวข้องกับคนที่อยู่หรือครอบครัว ช่วยแบ่งเบาความทุกข์ ความโศกเศร้า การปลอบประโลมจากญาติมิตร อันทำให้ผู้เกี่ยวข้องได้สามารถลุกขึ้นสู้ต่อไป และสำหรับภาพยนตร์เรื่องนี้ ยังเสริมบทบาทของพิธีศพให้มีบทบาทช่วยสมานรอยร้าวของครอบครัวที่เคยแยกจากกันให้กลับมาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน

ดังนั้น ศพและพิธีศพในภาพยนตร์ จึงไม่ได้แสดงให้เห็นถึงการรังเกียจร่างของคนตายหรือความกลัวตาย ตรงกันข้ามกับฉากศพของผู้ตายในหนังสือ แต่กลับเป็นการอธิบายพิธีกรรมของการนำร่างคนตายกลับบ้านว่า ต้องทำอย่างไร เปรียบประหนึ่งการสืบทอดวัฒนธรรมความเชื่อของชาวไทย เช่น การจัดรูปและบอกทางกลับบ้านให้แก่ผู้ตาย อย่างไรก็ตาม จุดที่น่าสังเกตก็คือ พิธีกรรมดังกล่าวก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของสังคม เช่น การเคลื่อนย้ายศพต้องมีเอกสารรับรองจากรัฐ อีกทั้งการจัดรูปบอกทางจากการใช้รูปจริงก็ปรับประยุกต์เป็นรูปไฟฟ้า

ข้อสังเกตต่อรูปแบบของพิธีกรรมหลังความตายที่อาจแปรเปลี่ยนไปในยุคใหม่ไม่ต่างจากหนังเรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) และยิ่งไปกว่านั้นหนังเรื่องนี้ยังตั้งคำถามว่า กิจกรรมบางอย่างที่ปรับเปลี่ยนไปนี้มีบทบาทเพื่ออะไร เช่น ภาพถ่ายในงานศพ ใครจะดู คนตายจะได้ดูหรือไม่ โดยในหนังใช้ฉากภรรยาของลุงบุญมีที่ตายไปนั่งดูอัลบั้มภาพของงานศพของตน การตั้งข้อสังเกตต่อเงินบริจาคในงานศพ ทำเพื่ออะไร หน้าตา เงินทอง การทำบุญ หรือการหารายได้จากงานศพ และที่น่าสนใจคือ การวิพากษ์การบวชหน้าไฟของตัวละครโต้งนั้น ทำเพื่ออะไร ศาสนาเป็นเพียงเปลือก กระพี้ หรือแก่นในพิธีกรรมงานศพ

ภาพที่ 15 งานศพในหนังไทย ปาดังเบซาร์ และหนังเทศ โอคริบิโตะ



สำหรับหนังต่างประเทศ ภาพยนตร์เรื่อง *โอคริบิโตะ* (หรือ *Departures*, 2008) ของญี่ปุ่น ก็ตั้งข้อสงสัยต่อการเปลี่ยนแปลงของพิธีกรรมงานศพเช่นกัน โดยมุ่งเน้นพิธีกรรมการอาบน้ำและแต่งตัวศพ ในอดีตพิธีกรรมดังกล่าวเป็นสิ่งที่ครอบครัวพึงกระทำ เพื่อจะชำระล้างร่างกายของผู้จากไป และเตรียมพร้อมการส่งผู้จากไปสู่อีกโลกหนึ่ง แต่เมื่อโลกก้าวสู่สังคมนิยม ศพถูกมองว่าเป็นเรื่องเชื้อโรคและสกปรกอันเป็นผลจากวาทกรรมการแพทย์ ทำให้การทำพิธีกรรมดังกล่าวเริ่มหดหายหรือผันเปลี่ยนไปเป็นการจ้างบริษัทรับทำศพ ความหมายลึกๆ ของพิธีกรรมจึงจางลง กล่าวคือ การทำไปเพียงแต่รูปแบบแต่เนื้อหาหดหายหนังจึงกำหนดให้ตัวละครพระเอกก้าวมาสู่อาชีพคนส่งศพหรือผู้ทำพิธีกรรม และในท้ายสุดคือการก้าวไปสู่การทำศพกับพ่อของตนเพื่อตระหนักถึงชีวิตและความตายว่า เป็นสิ่งที่ใกล้ตัวยิ่งนัก ไม่ควรรังเกียจความตาย

หากย้อนกลับไปถึงแนวคิดเกี่ยวกับพิธีกรรมงานศพ ก็จะพบว่า งานศพในอดีตต่างไปจากในปัจจุบัน งานศพในอดีตเป็นเรื่องของครอบครัว และการจัดงานก็จะมุ่งเน้นความร่าเริงสนุกสนาน การเฉลิมฉลอง การเดินทางสู่ภพภูมิที่ดี แต่สำหรับพิธีกรรมงานศพในปัจจุบันกลับต่างไป ด้วยมิติของการแพทย์รัฐ และสังคมนิยม กระนั้นก็ตาม แม้จะดูเหมือนว่าหนังกลุ่มนี้จะวิพากษ์การแปรเปลี่ยนของพิธีกรรมงานศพที่เปลี่ยนไป ในอีกแง่มุมหนึ่ง หนังก็แฝงนัยให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงก็ถือเป็นปกติที่เกิดขึ้นในโลกเช่นเดียวกัน ไม่ต่างจากความตายก็เป็นเรื่องปกติเช่นกัน

หนังสือกลุ่มสุดท้าย คือ การอธิบายให้เห็นถึงภาวะหลังความตายจะส่งผลอย่างไรกับคนที่ยังมีชีวิตอยู่ หนังสือกลุ่มนี้วางอยู่บนแนวคิดที่ว่า ความตายมิใช่จุดสิ้นสุดแต่เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของทั้งตัวผู้ตายและครอบครัวข้าง ความตายของคนคนหนึ่งก็นำไปสู่การเกิดใหม่ของชีวิต หนังสือหลายเรื่องจึงมักจะใช้ฉากการตายเพื่อนำไปสู่ชีวิตใหม่ หรือการใช้ชีวิตใหม่

ปาดังเบซาร์ (2556) เปิดปมปัญหาด้วยความตายของแม่ที่เกิดขึ้นโดยฉับพลันในกรุงเทพฯ ส่งให้สองพี่น้องป่านและปิ่นและครอบครัวที่เคยแยกจากกันต้องมาเผชิญหน้าเพื่อนำศพแม่กลับบ้านเกิดที่ปาดังเบซาร์ และได้รู้ฟื้นความสัมพันธ์กลับมาอีกครั้ง ในทำนองเดียวกัน ภาพยนตร์เรื่อง *โอเคเบตง* (2546) ความตายของพี่สาวพระธรรมาจากการวางระเบิดของกลุ่มแบ่งแยกดินแดนภาคใต้ ทำให้พระธรรมต้องเดินทางจากอีสานมาที่ภาคใต้เพื่อร่วมงานศพและจัดการกับชีวิตครอบครัวของพี่สาว พระหนุ่มที่มาจากวัดป่าดูเหมือนต้องเรียนรู้ชีวิตใหม่ในพื้นที่ใหม่ และนำไปสู่ความเข้าใจชีวิตใหม่อันมิใช่ร่มศาสนาเดิม ทั้งการหัดขี่จักรยาน การจัดการกับชีวิตของตน ความรัก ความผิดหวัง และความฝันในอาชีพ หนังสือมีนัยของการวิพากษ์ศาสนาว่า อาจมิใช่เป็นเครื่องมือในการตอบคำถามชีวิตได้สมบูรณ์เท่าไรนัก ไม่ต่างไปจากฉากจบในหนังเรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) ตัวละครโต้งบวชหน้าไฟให้กับลุงบุญมีแค่เพียงในนามเท่านั้น

ในเชิงปรัชญา ความตายนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง เมื่อเกิดความตายก็ย่อมเกิดสิ่งใหม่ขึ้น เสมือนดังธรรมชาติต้นไม้ที่ตายลงก็กลายเป็นปุ๋ยเพื่อให้ต้นไม้ใหม่เจริญเติบโต หนังสือเรื่อง *โอคริบิโตะ* (2008) และ *Talentine* (2009) กำหนดสัญลักษณ์ของการกินอาหารที่มาจากสิ่งที่ตายแล้วเพื่อให้ชีวิตเรามีชีวิตต่อไปได้ และหากพิจารณาในเชิงทุนนิยม การเกิดใหม่ก็คือการไม่ยอมแพ้ต่อความตาย การผลิตซ้ำดังกล่าวทำให้มนุษย์เราพร้อมที่จะต่อสู้ในโลกทุนนิยมอีกครั้ง ตัวละครทั้งหลายบนโลกแห่งแผ่นฟิล์มซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (ทุนนิยม) จึงไม่อาจจมอยู่กับทุกข์ในอดีต เพราะต้องก้าวไปสู่โลกกว้างต่อสู้กับระบบทุนนิยมให้จงได้ หากยังวนเวียนอยู่กับความตายหรือการจมกับความเศร้าโศกกับความตายก็จะส่งผลเสียต่อการเติบโตของตนและสังคม คำถามที่น่าขบคิดก็คือ ถ้าภาวะ

ของสังคมหลังสมัยใหม่ที่มีความตายอาจถูกยึดออกไป ดังเช่น การขยายอายุการเกษียณ การแพทย์ที่ยืดอายุผู้สูงอายุ หรือสังคมผู้สูงอายุ สิ่งเหล่านี้ทำให้ภาวะของการตายมีปริมาณลดลงและอาจก้าวไปสู่ภาวะของการไม่ตาย การกำเนิดเกิดใหม่ก็อาจไม่เกิดขึ้น และส่งผลต่อสภาพความสมดุลและสังคมทุนนิยมในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

จากการสำรวจและตรวจตราหนึ่งกลุ่มนี้ ภาวะหลังการตายเป็นเรื่องที่ถูกตั้งคำถามทั้งจากมิติของความเชื่อที่ว่า หลังจากการตายแล้วจะไปอยู่ที่ใด พิธีกรรมหลังความตายโดยเฉพาะงานศพที่เริ่มมีการแปรเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ไป และการตั้งข้อสังเกตถึงผู้เกี่ยวข้องกับความตายว่าจะใช้ชีวิตอย่างไร จมกับความหลัง หรือจะต้องลุกขึ้นมาต่อสู้เพื่อการมีอยู่ให้ได้ ทั้งหมดนี้มาจากความกังวลไม่แน่ใจต่อชีวิตหลังความตาย ทั้งจากคนตายและคนที่ยังคงอยู่ และที่สำคัญคือ การเกี่ยวโยงกับสภาพสังคมแบบทุนนิยมที่กำหนดภาวะของหลังความตาย

7. การประกอบสร้างความตายด้วยศาสตร์ภาพยนตร์

ขณะที่หนึ่งบางตระกูล ภาพของความตายอาจมีความรุนแรง การตอกย้ำความน่ากลัว ความทรมาณ เช่น ภาพยนตร์สยองขวัญ ฆี และหนังสงคราม เป้าหมายสำคัญก็คือ การแสดงให้เห็นถึงการทรมาณ ความโหดร้าย และผลลัพธ์ของการเป็นอริศตรู แต่สำหรับกรณีของภาพยนตร์ดราม่าและหนังนอกกระแส ภาพความตายกลับมีได้เป็นเช่นนั้น เหตุผลหลักก็คือ เป้าหมายของภาพยนตร์ดังกล่าวมีไว้เพื่อการทำความเข้าใจความตาย รวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์ความตาย และที่สำคัญคือ การนำเสนอภาพของความตายโลกของสื่อ มีจริยธรรมและกฎกติกา มารยาทบางส่วนกำหนด อันเป็นผลจากสังคมยุคใหม่ที่มองความตายเป็นเรื่องน่ากลัวไม่ควรเปิดเผยต่อสาธารณชน แนวคิดนี้อาจต่างไปจากในอดีตที่ความตายสามารถเปิดเผยให้เห็น ดังพิธีศพในสมัยก่อนที่สามารถเห็นร่างของผู้ตายได้ (สนใจโปรดดู สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2560) การปกปิดก็ส่งผลทำให้ผู้ควบคุมกฎเกณฑ์ของภาพยนตร์ และเลยมาถึงนักสร้างหนัง ก็ยังคงดำรงอยู่ภายใต้กฎเช่นนั้น ยิ่งไปกว่านั้น สิทธิของการตายยังทำให้ภาพของผู้ตายยังเป็นสิ่งที่ควรระมัดระวัง การนำเสนอภาพผู้ตายที่ไม่ควรก็ย่อมถือเป็นการละเมิดสิทธิ

ตัวละครที่ต้องตายบางตัวละครอาจแทบจะไม่พบเห็น เช่น ฉากเด็กตาย เพราะความตายของเด็กและการทรมานเด็กถือเป็นภัยรุนแรง ชัดกั้กับหลักสิทธิมนุษยชน (ที่เพิ่งกำหนดขึ้น) ไม่นานนัก แต่หากลองมองย้อนกลับไปในอดีต กรณีของเด็กตายหรือการบุชายันต์เด็กก็เป็นเรื่องปกติในสังคมบางสังคม แต่เมื่อสังคมก้าวสู่หลังอุตสาหกรรม เด็กกลายเป็นอนาคตของชาติ และการถือกำเนิดของสิทธิเด็ก ภาพของเด็กตายจึงไม่ปรากฏออกมา ฉากเด็กตายจึงอาจแทนที่ด้วยเพียงการตัดภาพ การจางภาพ การเลื่อนภาพ การใช้สัญลักษณ์บางประการ เช่น ลูกโป่งหลุดลอยไป และที่สำคัญคือ การตัดไปสู่ภาพสีสันทสวยงาม เช่น ห้องฟ้าสวรรค์ เพื่อสื่อความหมายการเดินทางสู่สวรรค์ ดังปรากฏในหนังเช่น *เด็กหอ* (2549)

นอกจากนั้น ความตายของตัวละครสตรี ก็ถูกกำหนดให้เป็นความตายที่ยังคงสวยงาม ดูดี ดังที่กล่าวไปข้างต้น ในภาพยนตร์เรื่อง *ความรักครั้งสุดท้าย* (2546) ซึ่งสอดรับแนวคิดเรื่องการจ้องมองของบุรุษที่มีต่อสตรีในภาพยนตร์ ซึ่งก็กินความไปถึงภาพของสตรีที่แม่แต่ตอนเสียชีวิตเช่นกัน การกำหนดภาพความตายของสตรีแบบนี้ ทำให้เรือนร่างของสตรีกลายเป็นสิ่งที่เป็นวัตถุทางเพศทั้งยังมีชีวิตและหลังจากการมีชีวิต ผู้หญิงจึงยากที่จะหลุดพ้นไปจากอำนาจของสังคมชายเป็นใหญ่ แม้กระทั่งตอนที่หล่อนตายไปจากโลกนี้แล้ว

เมื่อความตายถูกกำหนดจากสภาพสังคม หนังจึงต้องใช้สัญลักษณ์หลากหลายในการแทนความตาย ทั้งภาพ เสียง การตัดต่อ การจัดองค์ประกอบของภาพ ดังนี้

ภาพในภาพยนตร์ จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดภาพของความตาย และฉากการตายว่า ภาพใดจะถูกเลือกเป็นภาพของความตาย ภาพรุนแรงอาจเป็นภาพที่หลีกเลี่ยง จึงมักจะใช้สัญลักษณ์ต่างๆ แทนความตาย เช่น ทางเดินแคบๆ ถ้าที่มีมิติมิด ดังปรากฏในหนังเรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) แม้แต่การฆ่าคนตาย ในหนังเรื่อง *อนธการ* (2558) ก็มีเพียงการปรากฏของตัวละครที่ตายแล้ว โดยคว่ำหน้า หรือถูกหมอนปิดหน้า แทนที่จะทำให้เห็นอากั้ปกริยาดันรนในช่วงระหว่างการตาย

แต่สัญญาณที่เห็นเด่นชัดในฉากการตายในภาพยนตร์เกือบทุกเรื่อง ก็คือ การใช้สี “ดำ” หรือ สีในโทนมืดทึบ การจัดแสงก็จะมีลักษณะการจัดแสงค่อนข้างน้อยในลักษณะ low key เพื่อแสดงให้เห็นถึงปัญหาความตายที่เริ่มคืบคลานเข้ามาในชีวิตของตัวละคร นอกจากนั้น ยังมักจะใช้ฉากที่เน้นความมืดมิด อย่างไรก็ตาม หนังสืบางเรื่องที่ต้องการแสดงให้เห็นถึงความตายในแง่บวก ภาพของความตายก็อาจมีสีสันที่แตกต่างไปจากโทนมืดทึบก็ได้ ตัวอย่างเช่น ในการ์ตูนเรื่อง *Coco* (2017)

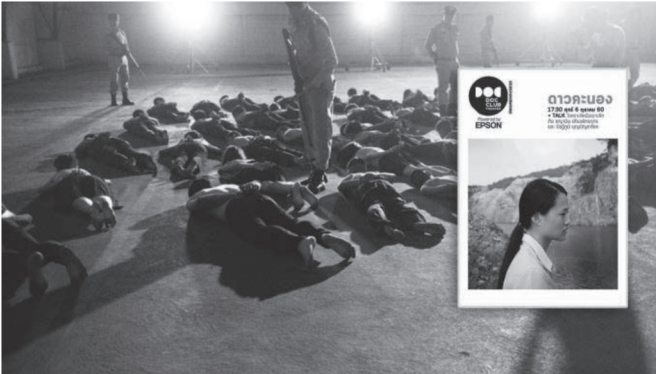
เทคนิคของภาพที่มักจะใช้ในภาพยนตร์แนวนี้ก็คือ การเลือกใช้ภาพที่พร่าเลือน โดยเฉพาะภาพของตัวละครผี อันจะทำให้ผู้ชมตระหนักว่า ตัวละครนั้นมีความแตกต่างจากคนที่มีชีวิต มีสภาพของการตายจากไปสู่อีกภพภูมิหนึ่ง นอกจากนั้น หนังสืยังมักจะใช้เทคนิคของภาพฝันและภาพหลอน เพื่อสื่อความหมายถึง ความตาย คือ ความฝันหรือภาพหลอนแบบหนึ่ง ดังปรากฏใน *เรื่องรักน้อยนิดมหาศาล* (2546) และ *อนธการ* (2558) ทั้งนี้ หากภาพฝันและภาพหลอนปรากฏอยู่บ่อยครั้งในภาพยนตร์ ก็เป็นดัชนีที่แสดงให้เห็นถึงการครุ่นคิดวทวนเรื่องความตายหรือความปรารถนาถึงความตาย อันแสดงถึงปัญหาของตัวละครและอาจหมายถึงชีวิตของผู้คนในสังคมปัจจุบัน

ในขณะเดียวกัน หนังสืบางเรื่องยังเลือกเทคนิคการถ่ายภาพด้วยแนวทาง observation cinema หรือการถ่ายทำด้วยภาพแนวสารคดี เช่น *Die Tomorrow* (2560) *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) เพื่อจะทำให้ภาพที่เห็นในจอภาพยนตร์มีลักษณะความใกล้เคียงความจริงมากที่สุด กล้องเป็นเสมือนการแอบมองตัวละคร ทำให้เสมือนการดูบุคคลในชีวิตจริง แนวทางการถ่ายภาพแบบนี้จะสัมพันธ์กับการแสดง การติดต่อ ที่ค่อนข้างเรียบง่าย หรือไม่ค่อยติดต่อ โดยปล่อยให้ตัวละครเล่นไปเรื่อยๆ แสดงความรู้สึกอันทำให้สัมผัสกับความใกล้ความจริงมากที่สุด

สำหรับภาพยนตร์เรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) และ *ดาวคะนอง* (2559) ยังพบเทคนิคการสร้างฉากการตายใหม่หรือการจำลองภาพการตายด้วยละคร ทำให้ความตายดูน่ากลัวมาก นั่นก็คือ การฆาตกรรมหมู่ในเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองกลบกลายเป็นเพียงละครหนึ่งฉาก ระดับหรือความ

รุนแรงของความตายลดลง ช่วยหลบเร้นการถูกการตัดฉากดังกล่าวออกไปจาก
ผู้มีอำนาจ

ภาพที่ 16 การสร้างฉากจำลองการตายใน ดาวคะนอง



ในขณะที่ภาพสามารถสื่อความหมายของความตายได้อย่างดี ในเวลาเดียวกัน เสียงก็ช่วยกำหนดความหมายของความตายได้เช่นกัน เสียงเงียบ (silence) เป็นเสียงหลักที่ปรากฏในภาพยนตร์ความตาย ด้านหนึ่งทำให้เราตระหนัก ถูกริด คิดคำนึงถึงตัวละคร และอาจหวนกลับมาคิดว่า หากเราตายจะเป็นเช่นไร เท่ากับเป็นการกระตุกให้ผู้ชมมองย้อนกลับมาที่ตนเอง

เสียงที่ยังปรากฏได้เด่นชัดอีกเสียงหนึ่งก็คือ เสียงธรรมชาติ ทั้งเสียงฟ้าร้อง ลมพายุ นกร้อง จิ้งจก ตุ๊กแก จักจั่น แมลงต่างๆ เสียงเหล่านี้ทำให้ผู้ชมคิดถึงความยิ่งใหญ่ของธรรมชาติ และตระหนักถึงความตัวเล็กของชีวิตมนุษย์ ความตายจึงกลายเป็นสิ่งที่ใกล้ตัว เช่นเดียวกับกับเสียงของตัวละคร และการบรรยายจะพบว่า หนึ่งมักจะใช้เสียงเรียบ นำเสียงที่แหบพร่า ไม่ปกติ เพื่อจะให้เห็นความแตกต่างจากชีวิตทั่วไป

หนึ่งเกี่ยวกับความตายยังมักใช้การตัดต่อเพื่อแสดงให้เห็นความตายที่ไม่ชัดเจน คลุมเครือ เพราะเป้าหมายสำคัญคือ การมิได้นำเสนอภาพความตายที่น่ากลัว กล่าวคือ ขณะที่ภาพแรกเป็นภาพคนตาย ภาพยนตร์จะทำหน้าที่ตัดภาพแรก

ไปยังภาพที่สอง ซึ่งอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้อง เพื่อหลบหรือหนีความตายที่ น่ากลัวไปสู่ภาพอื่นๆ เช่น การตัดภาพไปยังงานศพ หรือการตัดภาพไปยังห้องฟ้า อันเป็นสัญลักษณ์ของการแทนความตายที่มีความสุข การเป็นอิสระ การจะนำเสนอ การตายที่ชัดเจนอาจทำไม่ได้เพราะติดขัดกับข้อกำหนดเชิงศีลธรรม ยกเว้นฉาก การตายที่มีความสุขของตัวละคร เราจึงอาจยังเห็นภาพการนอนหลับตายอย่างมีความสุขในลักษณะ long take เทคนิคอื่นๆ ที่พบในการตัดต่อก็คือ การจางภาพ การเลื่อนภาพในฉากการตาย

ในท้ายที่สุด การจัดองค์ประกอบของภาพ หรือในภาษาฝรั่งเศส คือ มิส-อง-แซน (mise-en-scène) ซึ่งสนใจการนำองค์ประกอบทางภาพมาประกอบ เป็นสิ่งที่เห็นในภาพยนตร์เพื่อสื่อความหมายอารมณ์ความรู้สึกที่ต้องการ ในกรณีนี้ ภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับความตายการจัดองค์ประกอบของภาพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้ชมเชื่อในสิ่งที่ผู้กำกับต้องการสื่อความหมายก็คือ ความตาย และ เนื่องด้วยข้อกำหนดความตายในหนังดราม่าและหนังนอกกระแส ทำให้การจัด องค์ประกอบของภาพมีลักษณะที่ใกล้เคียงความจริง สมจริง ด้วยภาพ สี ฉาก ที่เหมือนจริง แต่ก็จะไม่สามารถทำให้เป็นจริงได้ทั้งหมด เนื่องด้วยความตายใน หนังดราม่าและหนังนอกกระแสไม่ต้องการจะพูดถึงความรุนแรง ความน่ากลัว แต่ ต้องการสื่อให้เห็นว่า ความตายเป็นเรื่องใกล้ตัว และควรมีสติต่อการตาย ตัวอย่าง เช่น ฉากความตายของลุงบุญมี ในหนังเรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) จัด องค์ประกอบของภาพตั้งแต่การเข้าไปในถ้ำที่ดูเหมือนกับช่องคลอดของอิสตรี ส่วนใน ถ้ำที่ด้านหนึ่งดูเหมือนมีดทับ แต่กลับมีประกายของหินในถ้ำสะท้อนระยิบระยับ ภาพของลุงบุญมี และเครือญาติต่างพากันเข้าไปในถ้ำที่มีดมีด มีเพียงแสงไฟฉาย ที่สาดส่องไปในจุดบางจุด เช่น ผงถ้ำ ภาพของลำธาร ที่ไหลในถ้ำปรากฏปลา สีขาวแหวกว่ายในถ้ำ ประหนึ่งสัญลักษณ์ของอสุจิที่กำลังเตรียมแหวกว่ายไปผสม กับรังไข่ การจัดองค์ประกอบภาพทั้งหมดเพื่อสื่อให้เห็นว่า ความตายของลุงบุญมี และรวมถึงคนทั่วไป อาจมิใช่เรื่องน่ากลัว แม้ด้านหนึ่งคือความมืดมิด แต่ใน เวลาเดียวกัน กลับมีแสงระยิบระยับจากกำลังใจของเครือญาติ และทั้งหมดกำลัง เดินทางไปสู่ศรัภ์มารดรคอยการเกิดใหม่

นอกจากการใช้เทคนิคเชิงภาพยนตร์เพื่อการสื่อสารความหมายของ ความตายแล้ว อาจกล่าวได้ว่า ภาพยนตร์สื่อสารให้เห็นภาพของความตายที่มี ลักษณะย้อนแย้ง กล่าวคือ ด้านหนึ่งเต็มไปด้วยความน่ากลัว แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็ทำให้ความตายดูสวยงามหรือน่ารื่นรมย์ หรือในขณะที่ด้านหนึ่งชี้ให้เห็นว่า ความตายเป็นธรรมดาโลก แต่ก็ถ่ายทอดให้เห็นอีกมุมตรงกันข้ามว่า ความตาย ก็เป็นเรื่องของความผิดปกติ ทั้งการเป็นผู้ฆ่าตัวตายและเป็นผู้ถูกฆ่า หรือในขณะที่ บางส่วนก็แสดงความตายให้เห็นชัดเจน แต่ในอีกด้านกลับทำให้ความตายเป็น สิ่งที่ซ่อนเร้นปกปิดความตาย

8. อุดมการณ์ที่กำหนดความตายในภาพยนตร์

Aaron (2015) ชี้ให้เห็นว่า สังคมมีความสัมพันธ์และกำหนดความ ตายในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ไม่ต่างไปจากงานของ นันทวัลย์ สุนทรภาระสถิติย์ (2559) ก็มองลึกลงไปว่า สภาพของสังคมหลังสมัยใหม่ที่ก้าวสู่สังคมความเสี่ยง (risk society) ก็สัมพันธ์กับเนื้อหาความตายในวรรณกรรมไทย แนวคิดของ นักวิชาการทั้งสองคนสอดคล้องกับข้อค้นพบในงานเรื่องนี้ ความตายในภาพยนตร์ ไทยก็ถูกสังคมกำหนดขึ้น และที่สำคัญคือ สภาพของตัวภาพยนตร์เองก็มีส่วน กำหนดความตายในหนังด้วยเช่นกัน

ในด้านแรก สภาพของสังคมไทยที่แปรเปลี่ยนสู่สังคมความเสี่ยง ทำให้ หนังไทยกำหนดภาพของความตายที่แตกต่างหลากหลาย ทั้งความตายที่เกิดจาก โรค อุบัติเหตุ การฆ่าตัวตาย การฆ่ากันตาย ความตายจากอุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย ยิ่งไปกว่านั้น ความตายที่ปรากฏในภาพยนตร์ยังย้อนกลับไปสู่ ยุคอดีต ความตายผูกพันกับความเชื่อเหนือธรรมชาติและศาสนา (พุทธ) ได้แก่ กฎแห่งกรรม การเวียนว่ายตายเกิด และการระลึกชาติ จุดที่น่าสนใจคือ ในอดีต ศาสนาพุทธอาจมีอิทธิพลสูงในการลิขิตความเข้าใจเกี่ยวกับความตาย แต่ความ ตายที่เห็นในหนังกลับมิได้อาศัยมุมมองศาสนาพุทธแบบเบ็ดเสร็จ กล่าวคือ คำตอบ ทั้งหมดกลับทำให้ศาสนาพุทธเป็นเพียงส่วนหนึ่ง ส่วนความเชื่อเรื่องการเวียน วายตายเกิดกลับกลายเป็นแนวทางหลัก ตัวละครพระที่น่าจะปรากฏในภาพยนตร์

และมีความหมายในการสั่งสอนความตายกลับค่อยๆ จางหายไป กลายเป็นการตั้งคำถามและวิพากษ์ศาสนาพุทธ นี่เองอาจแสดงให้เห็นบทบาทที่คลี่คลายตัวไปของศาสนาในสังคมไทยก็เป็นได้

ไม่ต่างไปจากอุดมการณ์การแพทย์ ที่ในอดีตถือเป็นอุดมการณ์หลักที่ยึดโยงกับความตาย แต่ในภาพยนตร์กลับให้คุณค่ากับการแพทย์ค่อนข้างน้อยลง เห็นได้จากการปรากฏตัวของตัวละครหมอมที่มีเพียงน้อยนิด (ไม่ต่างจากพระดังที่กล่าวไปแล้ว) ส่วนนี้ยืนยันให้เห็นว่า สถาบันการแพทย์เริ่มถูกตั้งข้อสังเกตต่ออำนาจที่กำหนดความตายมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานของสังคมสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม ข้อสังเกตดังกล่าวก็ได้หมายความว่า ทั้งพระและหมอจะเลือนหายไปและไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดความหมายของความตายเพียงแต่จะมีสัดส่วนที่ลดลง

สถาบันที่ดูเหมือนจะเกี่ยวข้องและได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในการกำหนดความหมายความตายที่สำคัญในภาพยนตร์กลับเป็นสถาบันรัฐ ภาพยนตร์ชี้ให้เห็นว่า รัฐมีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนิยามความตายในภาพยนตร์ นับตั้งแต่การกำหนดกฎเกณฑ์ว่า ใครคือคนที่ตาย ดังปรากฏในฉากการออกใบอนุญาตเคลื่อนย้ายศพคนตายในภาพยนตร์เรื่อง *ปาดังเบซาร์* (2558) หรือการที่รัฐมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตายในกรณีของการแบ่งแยกดินแดนในภาพยนตร์เรื่อง *โอเคเบตง* (2546) และการตายของผู้คนในช่วงเหตุการณ์เดือนตุลาคม 2519 ในภาพยนตร์เรื่อง *ดาวคะนอง* (2559) และเหตุการณ์การปราบปรามคอมมิวนิสต์ใน *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) ภาพสามส่วนหลังนี้มักจะไม่ค่อยได้รับการเปิดเผยมากนักในโลกจริง แต่หนังกลับเลือกภาพความหมายชุดนี้มานำเสนอ โดยใช้เทคนิคการเปิดเผยที่แยบยล ไม่เล่าแบบโจ่งแจ้ง และใช้การจำลองเหตุการณ์แทน

เช่นเดียวกันกับการเผยให้เห็นสถาบันเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่ส่งผลให้เกิดการตายแบบใหม่ เช่น การตายของผู้คนที่เกิดมาจากความเครียดในสังคมทุนนิยม ไม่เว้นแม้กระทั่งผู้ชายที่เคยเป็นผู้เข้มแข็งในอดีต แต่ก็ต้องกลายเป็นคนที่ฆ่าตัวตายเพื่อหนีจากโลกที่วุ่นวาย การตายอันนี้เป็นผลจากสังคมทุนนิยมที่

ทำให้เกิดมลพิษในหมู่บ้านครีตี้ล่าง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพยนตร์เรื่อง *สายน้ำติดเชื้อ* (2556) และผลจากทุนนิยมที่ทำให้สังคมแปรเปลี่ยนพิธีกรรมหลังความตายให้เหลือแต่เปลือก ดังปรากฏใน *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553)

และประเด็นสุดท้ายคือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ เป็นอีกหนึ่งสถาบันที่กำหนดกฎเกณฑ์ความตาย เนื่องด้วยเป็นภาพยนตร์ตระกูลดราม่าและหนังนอกกระแส ความตายที่เห็นจึงค่อนข้างใกล้ชิดกับชีวิต เกี่ยวพันกับผู้คน ทำให้เนื้อหาที่เกี่ยวกับความตายมีความใกล้ชิดกับผู้คนมากกว่าหนังตระกูลอื่นๆ ยิ่งไปกว่านั้นเองด้วยตัวหนังเองมีหน้าที่ที่จะนำเสนอความตายให้คนในสังคมได้ตระหนักรู้ และเห็นความตาย ภาพของความตายในภาพยนตร์จึงไม่รุนแรงเมื่อเทียบกับภาพยนตร์แนวผี สยองขวัญ และแนวบู๊ ที่สำคัญคือ กฎเกณฑ์การผลิตภาพยนตร์ที่อยู่ภายใต้จริยธรรมและข้อกำหนดของรัฐ (พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551) ทำให้การนำเสนอภาพความตายจึงต้องคำนึงถึงสิทธิของผู้ตายและต่อผู้ชมที่ยังมิได้บรรลุนิติภาวะ

ดังนั้น ความตายที่เห็นในภาพยนตร์แนวดราม่าและหนังนอกกระแสเหล่านี้จึงเป็นภาพที่ถูกประกอบสร้างขึ้น ภายใต้อุดมการณ์ของสังคมและอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นตัวกำหนดในปัจจุบัน นั่นก็หมายความว่า หากอุดมการณ์สังคมและภาพยนตร์ปรับเปลี่ยนไปความตายในภาพยนตร์ ก็อาจมิใช่เป็นไปดังที่เห็นนี้ก็เป็นได้ ดังที่ได้ยกตัวอย่างความตายในหนังต่างประเทศที่ต่างไปจากกรณีของหนังไทย เช่น การกล่าวถึงความตายในกรณีการอุณยฆาต และการตั้งคำถามถึงความตายของนักโทษประหาร

9. ข้อสังเกตต่อก้าวแรกของการเดินทางศึกษาความตายในหนังไทย

การศึกษาความตายในหนังดราม่าและหนังนอกกระแสของไทย ทำให้เห็นความตายและปัญหาทั้งเรื่องความตายและหมายรวมถึงปัญหาอื่นๆ ในสังคม เช่น ความเป็นชาย หญิง เด็ก ชาติ ความรุนแรงของรัฐ วิกฤตสังคม การแพทย์ ทุนนิยม ซึ่งอาจเป็นเรื่องที่โดยทั่วไปไม่กล้าพูด ไม่อยากพูด หรือซ่อนเร้น หรือเก็บกดลงในจิตใจไว้สำนึก แต่หนังกลับกำลังทำหน้าที่เปิดเผยออกมาให้สังคมได้เห็น

หากใช้แนวคิดของพรอยด์มาอธิบายก็อาจมองได้ว่า หนึ่งก็คือความฝันแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นพื้นที่ของการไหลผ่านของจิตไร้สำนึกที่เต็มไปด้วยปัญหา และบาดแผลต่างๆ ในสังคม เมื่อเราตีความฝันก็จะเข้าใจและนำไปสู่การเยียวยาบาดแผลในใจ และในกรณีของภาพยนตร์ การนำเสนอภาพปัญหาบาดแผลให้สังคมได้รับรู้ ก็เท่ากับการคลี่คลายปัญหาบางอย่างให้สังคมตระหนัก รวมถึงทำให้ตระหนักต่อการตาย อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความตายต่างๆ ความตายที่ปรากฏตัวในหนังจึงดูเหมือนเป็นการพยายามต่อสู้กับความหมายของความตายในสังคมทันสมัยที่กำหนดให้ความตายเป็นสิ่งน่ากลัว ไม่ควรรู้ และกลายเป็นสิ่งที่สังคมต้องเรียนรู้และหันไปสู่การจัดการความตายร่วมกัน

อย่างไรก็ดี ดูเหมือนว่า การจะพูดหรือการเล่าเรื่องในภาพยนตร์เกี่ยวกับความตายก็หาใช่จะเป็นไปอย่างเสรีไม่ ภาพยนตร์ก็มีข้อกำหนดและเล่าเรื่องตามอำนาจ ทั้ง ความเชื่อ ศาสนา รัฐ สังคม และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ความตายที่เห็นจึงอาจเป็นเพียงความตายที่ถูกกำหนดขึ้น ภายใต้ขอบเขต ระยะเวลาที่กำหนดความหมายนั้น ด้วยเหตุนี้ ความตายในหนังที่เล่ามานั้นจึงสร้างข้อสงสัยต่อเนื้อความว่า อาจเป็นความตายที่คนบางกลุ่มกำหนดและนิยามให้ความตายเป็นเช่นนั้น โดยเฉพาะกลุ่มคนชั้นกลาง ผู้ที่มีแนวโน้มกลัวตายอย่างสูง และมีอำนาจในการสร้างภาพยนตร์ คนกลุ่มนี้ถูกผลักดันให้ก้าวสู่สังคมทันสมัยและหลังสมัยใหม่ ความเสี่ยง ความไม่รู้จากความตายเป็นสิ่งที่ประสบอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน ข้อตระหนักจึงส่งผลให้เกิดการสร้างความตายเป็นไปดังที่เห็น ด้วยเนื้อหาและรูปแบบของตนเอง

คำถามที่ตามมาก็คือ แล้วความตายของคนชนชั้นอื่นจะเป็นเยี่ยงไร คนชนบทหรือคนชั้นล่างมองความตายเป็นแบบไหน ความตายของคนชนบทหรือคนชั้นล่างที่เคยปรากฏในภาพยนตร์ เช่น *The Good Woman of Bangkok* (1991) อันเป็นเรื่องราวของโสเภณีไทยนามอ้อย ซึ่งให้เห็นว่า ความตายอาจเป็นเรื่องปกติไม่สลักสำคัญเท่าไรนัก หล่อนเลือกจะมีอาชีพเป็นโสเภณีต่อไป ไม่เกรงกลัวต่อโรคเอดส์ หรือเป็นเอดส์ดีกว่าอด ความตายกับการมีอาชีพและการตอบแทนพระคุณแม่ดูเหมือนว่า เธอเลือกความตายมากกว่า ความตายที่

เป็นปกติในทำนองเดียวกันนั้นปรากฏให้เห็นอีกครั้งในหนังเรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ* (2553) แสดงให้เห็นวิถีคิดของลุงบุญมี ที่ด้านหนึ่งอาจตีความถึงการเตรียมตัวก่อนตายดังแนวคิดการจัดการความตายของคนชั้นกลางดังที่อธิบายไว้ในข้างต้น แต่หากมองอีกด้านหนึ่ง ก็อาจแฝงนัยถึงคนชนบทที่มองความตายอยู่ใกล้ตัว และไม่ต้องห่วงหาอาลัยต่อความตาย ทำให้ความตายในหนังเรื่องนี้ต่างไปจากหนังเรื่องอื่นๆ ที่อาจเจือด้วยมิติความตายของคนชั้นกลาง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ (2544), *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*, กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์ (2553), “ภาพยนตร์กับการตั้งคำถามต่อภาวะก่อนตาย”, เอกสารประกอบการบรรยายในงานสัมมนา Japanese Film Festival เมื่อ 24 พฤศจิกายน 2553 ณ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. (2556ก), *ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2556ข), “ไอคุริบิโตะ: คำตอบของชีวิตในสังคมญี่ปุ่นสมัยใหม่”, *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.*, 3(5) ตุลาคม: 53-66.
- _____. (2557), “การทำทลายความหมายของความรักและความตายผ่านภาพยนตร์มาเลเซียเรื่อง Talentime”, *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.*, 4(7) กรกฎาคม: 123-140.
- _____. 2559, *หนังเล็กๆ กับเด็กน้อยๆ*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552), *หลอน รัก สับสนในหนังไทย*, กรุงเทพฯ: ศยาม.
- โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ (2550), “สถานการณ์และองค์ความรู้เกี่ยวกับความตายในสังคมไทย”, ใน โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และคณะ (บ.ก.), *วัฒนธรรมความตายกับวาระสุดท้ายของชีวิต*, กรุงเทพฯ: หนังสือดีวัน.
- ชัญญา ประสาทไทย (2559), “ชอมบี้ไทย สังคมไทย และการเมืองไทย”, *วารสารสังคมศาสตร์*, 28(2) กรกฎาคม-ธันวาคม: 105-131.
- นภนาท อนุพงศ์พัฒน์ (2550), “ประวัติศาสตร์ความตายและความเปลี่ยนแปลงของโลกทัศน์ต่อชีวิตในสังคมไทย”, ใน โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และคณะ (บ.ก.), *วัฒนธรรมความตายกับวาระสุดท้ายของชีวิต*, กรุงเทพฯ: หนังสือดีวัน.
- นันทวัลย์ สุนทรภาரசถิตย์ (2559), *การนำเสนอภาพแทนความตายในเรื่องสั้นไทยร่วมสมัยระหว่าง พ.ศ. 2547-2556*, วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- มนต์ศักดิ์ ชัยวีระเดช (2558), “การสื่อสารเรื่องความตายผ่านเพชฌัญญา Peaceful Death: ปรากฏการณ์การทำความเข้าใจเรื่องการเผชิญความตายอย่างสงบในโลกดิจิทัล”, *วารสารศาสตร์*, 8(2) พฤษภาคม-สิงหาคม: 6-22.
- มธุรส ศิริสถิตย์กุล (2550), “ความตายในคริสต์ศาสนา”, ใน โกมาทร จิ่งเสถียรทรัพย์ และคณะ (บ.ก.), *วัฒนธรรมความตายกับวาระสุดท้ายของชีวิต*, กรุงเทพฯ: หนังสือดีวัน.
- ยศ สันตสมบัติ (2542), *พรอยด์และพัฒนาการของจิตวิเคราะห์*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ร่มหทัย โชติกโสภณ (2559), *การบริหารจัดการกองบรรณาธิการสู่แนวทางการสื่อสารความตายอย่างสงบ: กรณีศึกษาจดหมายข่าวอาทิตย์อัสดง เครือข่ายพุทธิกา*, รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราตรี ปิ่นแก้ว และมธุรส ศิริสถิตย์กุล (2550), “ชีวิตและความตายทัศนะของพุทธศาสนา”, ใน โกมาทร จิ่งเสถียรทรัพย์ และคณะ (บ.ก.), *วัฒนธรรมความตายกับวาระสุดท้ายของชีวิต*, กรุงเทพฯ: หนังสือดีวัน.
- วรัญญา เพ็ชรคง (2550), “ทัศนะเรื่องความตายในศาสนาอิสลาม”, ใน โกมาทร จิ่งเสถียรทรัพย์ และคณะ (บ.ก.), *วัฒนธรรมความตายกับวาระสุดท้ายของชีวิต*, กรุงเทพฯ: หนังสือดีวัน.
- สมสุข หินวิมาน (2553), “การสื่อสารกับสังคมแห่งความเสี่ยง”, *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 5(1) มกราคม-มิถุนายน: 27-52.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ (2560), *งานศพยุคแรกอุษาคเนย์*, กรุงเทพฯ: นานาแอก.
- เอมอัชฌา วัฒนบูรานนท์ (2554), *มรดกศึกษา*, กรุงเทพฯ: โอเดียน.

ภาษาอังกฤษ

- Aaron, M. (2015), *Death and the Movie Image*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hagin, B. (2010), *Death in Classical Hollywood Cinema*, London: Palgrave Macmillan.
- Green, R. (2014), *Buddhism Goes to the Movies*, New York: Routledge.

สื่อออนไลน์

- “ด้อมแจจ เหตุนายทุน ระบุจ่ายหนังปิตุภูมิ พรหมแดนแห่งรัก.” <https://www.sanook.com/movie/344556/> สืบค้นเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2561.

เรื่องชวนคิดเกี่ยวกับประเภทรายการและสัดส่วนการ ให้บริการสำหรับการจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในกิจการ โทรทัศน์ไทย*

ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ¹

บทคัดย่อ

นโยบายการให้จัดบริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์สำหรับคนพิการในประเทศไทย เริ่มต้นอย่างเป็นทางการหลังการประกาศใช้พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งในเวลาต่อมา คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ได้ออกประกาศฯ ฉบับต่างๆ เพื่อดำเนินงานให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายดังกล่าว ในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการ ให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป โดยภารกิจอย่างหนึ่งก็คือ การผลักดันให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์จัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในประเภทรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามสัดส่วนขั้นต่ำที่กำหนดเอาไว้ อย่างไรก็ตาม การกำหนดประเภทรายการและสัดส่วนเวลาการออกอากาศสำหรับการจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ของคนพิการนั้น อาจไม่ค่อยสอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ส่วนใหญ่กำลังประสบภาวะขาดทุนและมีการลดจำนวนบุคลากรลง นอกจากนี้แล้ว ประเภทรายการที่เน้น

* วันที่รับบทความ 22 พฤษภาคม 2561; วันที่แก้ไขบทความ 2 กรกฎาคม 2561; วันที่ตอบรับบทความ 13 กรกฎาคม 2561.

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำกลุ่มวิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เฉพาะกลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนพิการได้เท่าที่ควร เนื่องจากคนพิการมีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายเช่นเดียวกับคนทั่วไป และความจำเป็นต่อการจัดให้บริการสำหรับการผลิตล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในแต่ละรูปแบบรายการมีมากน้อยแตกต่างกันไป เช่น รายการสนทนาที่ฟังได้เข้าใจอยู่แล้ว อาจไม่มีความจำเป็นต่อการนำไปผลิตเสียงบรรยายภาพให้กับคนพิการทางการเห็น ในขณะที่รายการภาพยนตร์สารคดีและละคร ที่ไม่ได้จัดอยู่ในกลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ กลับมีความจำเป็นต่อคนพิการทางการเห็นมากกว่า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อให้การจัดให้บริการสื่อเพื่อคนพิการทางโทรทัศน์ดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่นมากขึ้น ได้แก่ การนำร่องในกลุ่มผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ การจูงใจกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์เพื่อธุรกิจโดยสนับสนุนเงินจากกองทุน การเปิดกว้างให้แก่รายการประเภท “ท” เข้ามาอยู่ใน “หมวดมาตรการพื้นฐาน” ของประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ ที่สามารถขยายความหลากหลายของรายการตามความต้องการในการรับชมของกลุ่มคนพิการได้มากขึ้น และการยืดหยุ่นของสัดส่วนและประเภทรายการที่นำมาจัดให้บริการให้เป็นไปตามศักยภาพของแต่ละช่อง และแต่ละผังรายการที่มีอยู่ในช่องนั้นๆ ให้มากขึ้น เป็นต้น

คำสำคัญ: ประกาศฯ กสทช. เกี่ยวกับการให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อของคนพิการในกิจการโทรทัศน์ ประเภทรายการ สัดส่วนรายการ รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

Rethinking Genres and Proportions of Services for Sign Language, Closed Captions and Audio Descriptions in Thai Television Enterprises

Sirimit Praphanturakit

Abstract

The policy on providing services for the purpose of the television media accessibility of people with disabilities in Thailand started concretely after the enforcement of the Broadcasting Businesses Act B.E. 2551 (2008). Later, the National Broadcastings and Telecommunications Commission, or NBTC issued various notifications for promoting and protecting the rights of disabled persons to get access to or acknowledge or gain benefit from the television broadcasting service as equal to general population. One mission is to push forward television entrepreneurs to provide sign language, closed captions and audio description in news or informative programs which are useful for the public according the specified minimum proportion. However, the determination of genres and proportion for services aiming at providing the accessibility to television programs of the disabled may not conform or be suitable for current situations in which most television entrepreneurs are making losses and reducing their personnel. In addition, those programs that focus particularly on news or informative programs may not meet the demand of disabled viewers as much as expected. This is because people with disabilities would like to watch a variety of television programs like the general population, and the need for provision of services with

sign language, closed captions and audio description in each type of programs may be different. For example, talk programs where listening is sufficient for understanding may not require audio description for those with visual impairment, while documentary programs and dramas are not classified as news or informative programs but are more necessary to the visual impaired.

Recommendations for the smoother provision of television services for the disabled include pilot service provisions among public broadcasting licensees, motivation to commercial broadcasting licensees by funding, openness to programs of the type “G” (General Audiences) to come into “the basic standard category” of the notification on the benefit promoting and protecting the rights of the disabled persons to get access to or acknowledge or to gain benefit from the programs of the Broadcasting Service that can extend the diversity of programs according the demand of the disabled viewers better, and the flexibility of the proportions and genres provided depending on the capability of each channel and its program schedule available.

Keywords: the NBTC notifications for promoting and protecting the rights of disabled persons, television genres, proportions for television services, news or informative programs

เกริ่นนำ

บทความนี้เป็นบทความที่มีเป้าหมายชี้ชวนให้เห็นถึงความไม่ลงตัวบางแง่มุม เกี่ยวกับการกำหนดประเภทรายการและสัดส่วนการให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติบางฉบับ อันส่งผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดหมวดหมู่ประเภทรายการ และข้อกำหนดมาตรการพื้นฐาน² สำหรับรายการที่จำเป็นต้องจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ของคนพิการนั้น มีความคลุมเครือ เปลี่ยนแปลงไปมา และไม่สอดคล้องกับความต้องการในการรับชมรายการที่หลากหลายของคนพิการ รวมถึงความยากลำบากในการปฏิบัติตามข้อกำหนดที่มีเงื่อนไขหลายประการ ไม่สอดคล้องกับการดำเนินกิจการของกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์

การจัดหมวดหมู่ประเภทรายการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย เนื่องจากกฎหมายได้กำหนดให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แต่ละประเภทจำเป็นต้องให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ สำหรับ “รายการที่เป็นข้อมูลข่าวสารสาธารณะ” ในสัดส่วนที่มาก

² ประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ ได้มีการแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 หมวด คือ *หมวดมาตรการพื้นฐาน* มีเนื้อหาบังคับให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในรายการที่ออกอากาศประเภทข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนตามที่กำหนดไว้ *หมวดมาตรการส่งเสริม* มีเนื้อหาสร้างแรงจูงใจในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพเกินกว่าที่กำหนดไว้ในมาตรการพื้นฐาน โดยสามารถขอรับสิทธิการส่งเสริมและสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด *หมวดการกำกับดูแล และประเมินผล* มีเนื้อหาสร้างการมีส่วนร่วมขององค์กรแต่ละประเภทความพิการ และองค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยกันวางแนวทางและพัฒนาการจัดให้มีบริการที่เหมาะสมตามมาตรการพื้นฐาน และมาตรการส่งเสริมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการในกิจการโทรทัศน์ รวมถึงกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้คนพิการรับรู้รายการได้มีการจัดให้บริการบ้าง ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. มีหน้าที่จัดให้มีการประเมินคุณภาพการให้บริการ พร้อมทั้งกำกับดูแลผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากกองทุน และลงโทษในกรณีที่ไม่ดำเนินการตามแผนการจัดให้มีบริการตามมาตรการส่งเสริมที่แจ้งไว้ และ *หมวดบทกำหนดโทษ* มีเนื้อหากำหนดบทลงโทษกับผู้รับใบอนุญาตที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ โดยอาจเป็นโทษปรับ พักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาต

น้อยแตกต่างกันไป ซึ่งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่มีหน้าที่กำกับดูแลกฎหมายสื่อดังกล่าว ได้ตีความว่า “รายการที่เป็นข้อมูลข่าวสารสาธารณะ” คือ “กลุ่มประเภทรายการ ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ซึ่งนิยามของรายการในกลุ่มนี้ ได้ใช้เกณฑ์การแบ่งรายการตามเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของรายการ (content or purpose of programs) ที่มีเนื้อหาเป็นรายการข่าวสาร (รหัส 01) รายการ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (รหัส 02) รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม (รหัส 03) และรายการ ให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม (รหัส 04) โดยรายการที่มีเนื้อหาเหล่านี้ถือเป็นรายการที่ผู้ประกอบการกิจการ โทรทัศน์จำเป็นต้องจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ของคนพิการตาม สัดส่วนร้อยละขั้นต่ำที่กำหนดเอาไว้ในมาตรการพื้นฐาน ในขณะที่รายการตั้งแต่ รหัส 05-16 ที่ใช้เกณฑ์การแบ่งด้วยวิธีการนำเสนอหรือรูปแบบรายการ (style or type of programs) อันได้แก่ รายการเด็กและเยาวชน รายการท้องถิ่น รายการ วิทยาศาสตร์และสุขภาพ รายการกีฬา รายการบันเทิง รายการเพลง รายการ ภาพยนตร์ รายการตลก รายการละคร และรายการภาพยนตร์สารคดี กลับเป็น กลุ่มรายการที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์จะนำมาจัดให้บริการหรือไม่ก็ได้ตามความ สมัครงใจ ทั้งๆ ที่รายการในกลุ่มหลังนี้เป็นรายการที่คนพิการมีความต้องการ รับชมไม่น้อยไปกว่ารายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และ ผู้ประกอบการโทรทัศน์ส่วนใหญ่มีสัดส่วนรายการในกลุ่มหลังมากกว่ากลุ่มแรก ซึ่งปริมาณที่มีจำนวนมากย่อมทำให้ช่องโทรทัศน์มีตัวเลือกรายการที่เหมาะสม สำหรับการนำมาผลิตเป็นล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยาย ภาพได้มากขึ้นด้วย

นอกจากนี้ การจัดแบ่งประเภทรายการว่ารายการใดอยู่ในกลุ่มรายการ ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และกลุ่มใดไม่ใช้ด้วยสองเกณฑ์ พร้อมกัน กล่าวคือ รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ แบ่งด้วยเกณฑ์เนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของรายการ (content or purpose of

programs) ส่วนรายการที่ไม่ได้จัดอยู่ในกลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะแบ่งด้วยเกณฑ์วิธีการนำเสนอหรือรูปแบบรายการ (style or type of programs) การจัดแบ่งเช่นนี้ทำให้รายการหนึ่งรายการอาจตีความได้ทั้งสองแบบ เสมือนการมองเหรียญเดียวแต่มีสองด้านที่ซ้อนทับกันอยู่ ตัวอย่างเช่น รายการเด็กที่มีเนื้อหาส่งเสริมความรู้ทางด้านประชาธิปไตย ถ้ามองได้ในแง่เนื้อหาจัดอยู่ในประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ แต่หากมองในแง่รูปแบบรายการที่เป็นรายการเด็กก็จัดอยู่ในกลุ่มที่มีรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งหากผู้ประกอบการโทรทัศน์แจ้งว่าเป็นรายการเด็ก ก็จะทำให้ไม่สามารถนำรายการนั้นมาคิดคำนวณสัดส่วนรายการในกลุ่มของรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะที่ระบุไว้ในหมวดมาตรการพื้นฐานของประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ได้ ดังนั้น การกำหนดประเภทรายการในมาตรการพื้นฐานด้วยการรอบเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของรายการเป็นหลัก แต่ไม่นับรวมการสร้างสรรคเนื้อหาในรูปแบบรายการอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายการข่าวและรายการสนทนาสาระความรู้แล้ว จึงทำให้สิทธิและความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของคนพิการถูกจำกัดขอบเขตลงได้ เนื่องจากรูปแบบรายการที่มีลักษณะเป็นรายการบันเทิงหรือสาระบันเทิงนั้นอาจมีเนื้อหาหรือข้อมูลข่าวสารที่มีสาระและเป็นประโยชน์ได้เช่นกัน

ทั้งนี้ ในบทความชิ้นนี้ผู้เขียนจักได้อธิบายถึงประกาศฯ ฉบับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการทางการเห็นต่อไป เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจและเห็นภาพอย่างเป็นลำดับขั้นถึงแนวคิดและที่มาที่ไปของประเภทรายการและสัดส่วนการให้บริการสำหรับการจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพที่ปรากฏในประกาศฯ ของ กสทช. พร้อมกันนี้ได้ชี้ชวนให้เห็นว่า มีประเด็นอะไรบ้างที่ผู้เกี่ยวข้องควรนำไปสู่บทสนทนาพูดคุยกัน (dialogue) เพื่อให้การบริการสื่อเพื่อคนพิการได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยหวังว่าข้อมูลหลักฐานต่างๆ ที่รวบรวมมาอาจนำไปสู่

ข้อถกเถียงเพื่อปรับเปลี่ยนข้อกำหนดบางประการให้สอดคล้องตามหลักเหตุผลต่อไป

วิธีการศึกษา

ข้อมูลในบทความชิ้นนี้เป็นผลมาจากรวบรวมเอกสารต่างๆ (documents) เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดประเภทรายการและสัดส่วนการให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อของคนพิการในกิจการโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ. 2551 - มกราคม 2561 อาทิ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556 ประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประกาศ เรื่องแนวทางการพิจารณาและคำนวณสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เพื่อการขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ตามระเบียบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ประกาศ เรื่องแนวทางการจัดทำล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2560 เป็นต้น

นอกจากนี้แล้ว ผู้เขียนได้ศึกษาผังรายการ (television scheduling) ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินช่องต่างๆ ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2561 และสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (informal interview) กับเจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์บางแห่งจากการมีประสบการณ์เป็นวิทยากรบรรยายเรื่องการผลิตเสียงบรรยายภาพในช่วงปี พ.ศ. 2560 เพื่อนำมาเป็นข้อมูลมาสนับสนุนให้เห็นว่า การกำหนดประเภทรายการและสัดส่วนการให้บริการตามประกาศของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) บางส่วนนั้น อาจส่งผลในทางปฏิบัติต่อการจัดการให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไรได้บ้าง ทั้งนี้ บทความชิ้นนี้เป็นเพียงบทความวิชาการเท่านั้น ดังนั้น ผู้สนใจอาจต่อยอดเป็นงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โดยเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องให้ละเอียดและลึกมากขึ้น ได้แก่ การศึกษาสัดส่วนประเภทรายการของแต่ละสถานี การเก็บข้อมูลผังรายการของทุกสถานีที่นานขึ้น การสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ การสัมภาษณ์นักวิชาการที่สนใจเรื่องสื่อเพื่อคนพิการ การสัมภาษณ์ตัวแทนจากคนพิการ และการสัมภาษณ์ตัวแทนจาก กสทช. เป็นต้น เพื่อนำหลักฐานต่างๆ มาวิเคราะห์ประมวลผลและหาข้อเสนอแนะที่เหมาะสมสำหรับทุกฝ่ายต่อไป

แนวคิดการจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อของคนพิการ

การจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการนั้น ได้รับแรงสนับสนุนมาจากแนวคิดเกี่ยวกับสิทธิคนพิการตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิคนพิการ (Convention on the Rights of Persons with Disabilities/ DPRD) ที่ให้ความสำคัญกับเรื่อง “สิทธิ” และ “ความเท่าเทียม” ของมวลมนุษยชาติ ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของคนพิการ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกขององค์การสหประชาชาติที่ได้ร่วมให้สัตยาบันในอนุสัญญาดังกล่าว และได้ออกพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ซึ่งปรับกระบวนทัศน์ในลักษณะการบริการคนพิการแบบการสงเคราะห์ (public

assistance) และการฟื้นฟูสมรรถภาพ (rehabilitation service) ไปสู่การเสริมพลังอำนาจ (empowerment) เพื่อสร้างความเท่าเทียม การมีส่วนร่วม การสร้างโอกาส และการพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น โดยพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ที่มีความเชื่อมโยงกับการจัดให้บริการสื่อเพื่อคนพิการนั้น ระบุไว้ในมาตรา 20 (6) ที่ให้คนพิการมีสิทธิเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้จากสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะ ตลอดจนสวัสดิการและความช่วยเหลืออื่นจากรัฐ อันได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร บริการโทรคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการสื่อสารสำหรับคนพิการทุกประเภท ตลอดจนบริการสื่อสาธารณะจากหน่วยงานรัฐหรือเอกชนที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกำหนดในกฎกระทรวง

ความเป็นมาของนโยบายการให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อของคนพิการในประเทศไทย

ประเทศไทยได้มีการขับเคลื่อนนโยบายสื่อเพื่อคนพิการมานานนับสิบปี แต่สำหรับการให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อวิทยุและโทรทัศน์ของคนพิการ เริ่มดำเนินการอย่างจริงจังเมื่อประกาศใช้พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 โดย **มาตรา 10** ได้บัญญัติให้มีการจัดแบ่งประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ออกเป็นสามประเภท คือ ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน และใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ทั้งนี้ ในกลุ่มของใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่สาม ให้ออกใบอนุญาตสำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนและรัฐสภากับประชาชน การกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อการส่งเสริมสนับสนุนในการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชน เกี่ยวกับการปกครองใน

ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น

นอกจากนี้ **มาตรา 36** ได้บัญญัติให้หน่วยงานกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ กำหนดมาตรการพื้นฐานและมาตรการส่งเสริมเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการและคนด้อยโอกาส ให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป โดยต้องรับฟังความคิดเห็นหรือเปิดโอกาสให้คนพิการมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการดังกล่าวเพื่อให้เกิดการบริการที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อคนพิการ บริการดังกล่าวอาจหมายความรวมถึงการจัดล่ามภาษามือ คำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง หรือบริการคำบรรยายเป็นเสียง สำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ

ต่อมาหลังจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ได้รับการแต่งตั้งให้กำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมตามพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 จึงได้มีการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประสงค์ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พร้อมกับออกระเบียบต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย รวมถึงประกาศใช้ระเบียบต่างๆ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ ประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559

ประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ถือเป็นฉบับที่ได้วางมาตรการหลายประการสำหรับการให้บริการสื่อเพื่อคนพิการทางโทรทัศน์โดยตรง เช่น การกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ต้องจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ (sign language) คำบรรยายแทนเสียง (caption) เสียง

บรรยายภาพ (audio description) ในรายการที่ออกอากาศประเภทข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ การกำหนดสัดส่วนระยะเวลาการให้บริการแต่ละวัน การกำหนดมาตรการส่งเสริม การกำหนดวิธีการกำกับดูแล ประเมินผล การกำหนดบทลงโทษ และการกำหนดระยะเวลาการเริ่มต้นการให้บริการ เป็นต้น

บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในสื่อโทรทัศน์คืออะไร

ความหมายของบริการล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายแทนเสียง และบริการเสียงบรรยายภาพ ที่เขียนไว้ในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2559 มีดังนี้

บริการล่ามภาษามือ หมายความว่า บริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีการบรรยายด้วยภาษามือในช่วงเวลาเดียวกับที่รายการมีเสียงพูด หรือเสียงประกอบเกิดขึ้น เพื่อให้คนพิการทางการเห็นได้ยินหรือสื่อความหมาย เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้มากขึ้น

ภาพที่ 1 ตัวอย่างรายการที่มีล่ามภาษามือ



ที่มา: <https://www.matichon.co.th/news/519489>

บริการคำบรรยายแทนเสียง หมายความว่า บริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีคำบรรยาย เป็นอักษรวิ่งหรือตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพ หรือทางเลือกอื่น ที่แสดงขึ้นในช่วงเวลาเดียวกับที่รายการมีเสียงพูดหรือเสียงประกอบเกิดขึ้น และผู้ชมสามารถเปิดหรือปิดบริการดังกล่าวด้วยตนเองได้ ทั้งนี้ เพื่อให้คนพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมายเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้มากขึ้น

ภาพที่ 2 ตัวอย่างคำบรรยายแทนเสียง



ที่มา: รายการ *ศึกษาทัศน์* (อ้างต่อจากเนบท้ายประกาศฯ เรื่องแนวทางการจัดทำล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ฯ)

บริการเสียงบรรยายภาพ หมายความว่า บริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีคำบรรยายภาพด้วยเสียง หรือจัดให้มีบริการเสียงบรรยายภาพเพิ่มเติมเป็นพิเศษ ในบางช่วงเวลาของรายการที่ไม่มีเสียงบรรยายตามปกติ เพื่อให้คนพิการทางการเห็น หรือผู้ที่มีปัญหาด้านสายตาเข้าถึงหรือรับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้มากขึ้น

ทั้งนี้ หน่วยงานที่ดูแลเพื่อจัดให้มีบริการทั้งสามประเภทในกิจการโทรทัศน์ของไทย คือ สำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการ

โทรทัศน์ ของสำนักงาน กสทช. ซึ่งมีหน้าที่ผลักดันให้ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์จัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ เพื่อให้คนพิการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึงและเสมอภาค เช่นเดียวกับคนทั่วไป

ประกาศ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการ

ก่อนนำเสนอประเด็นที่ต้องการชี้ชวนในเรื่องประเภทรายการและสัดส่วนการให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ที่อาจส่งผลกระทบต่อคนพิการไปปฏิบัติ ผู้เขียนขอแนะนำข้อมูลของประกาศ ฉบับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาอธิบายเพื่อเป็นพื้นฐานสร้างความเข้าใจในประเด็นที่บทความนี้ต้องการนำเสนอต่อไป ดังต่อไปนี้

ก. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

จุดเริ่มต้นของข้อกำหนดประเภทรายการและสัดส่วนการให้บริการในผังรายการของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ปรากฏในพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 33 ที่กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่แต่ละประเภทต้องจัดผังรายการให้มีสัดส่วนรายการ ดังต่อไปนี้

(1) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

(2) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

(3) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ

โดยในวรรคสามของมาตรา 33 ได้ระบุว่า “รายการที่เป็นข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” หมายความว่ารวมถึงรายการข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม การให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ มาตรา 19 ระบุว่า หากผู้รับใบอนุญาตแสดงให้เป็นที่ประจักษ์ว่าการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ของตนมีรายการข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกินกว่าสัดส่วนของรายการที่เป็นข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามที่กำหนด กสทช. อาจลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้แก่ผู้ขอใบอนุญาตหรือผู้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้

นอกจากนี้ มาตรา 36 ได้บัญญัติให้มีบริการที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ของคนพิการ ซึ่งหมายความว่ารวมถึง บริการกระจายเสียงที่ออกอากาศรายการอ่านหนังสือเต็มเวลา หรือบริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง หรือบริการคำบรรยายเป็นเสียง สำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ

ดังนั้น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์โดยตรงฉบับนี้ จึงถือเป็นกฎหมายฉบับแรกทีกล่าวถึงประเภทการให้บริการในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ของคนพิการ อันได้แก่ รายการอ่านหนังสือเต็มเวลา บริการล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง และบริการคำบรรยายเป็นเสียง นอกจากนี้แล้ว ได้วางกรอบประเภทรายการที่ให้นำมาจัดให้บริการเอาไว้กว้างๆ ไว้ว่าคือรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ แต่ยังมีได้มีการระบุถึงสัดส่วนเวลาสำหรับการให้บริการเอาไว้แต่อย่างใด

ข. ประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

ต่อมาได้มีประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 โดยประกาศฯ ในข้อ 14 (7.2) กำหนดให้

ผู้รับใบอนุญาตต้องแจ้งผังรายการที่ใช้ในการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ของสถานี โดยให้มีข้อมูลชื่อรายการ ช่วงเวลาที่จะให้บริการ กำหนดเวลาออกอากาศประจำวัน สัดส่วนของประเภทรายการ ลักษณะประเภทของรายการที่มาของรายการ ภาษาที่ใช้ และให้เสนอผังรายการอย่างน้อยสิบห้าวันก่อนเริ่มให้บริการ ทั้งนี้ การจัดทำผังรายการ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดสำหรับใบอนุญาตแต่ละประเภท ซึ่งในภาคผนวก ก ถึง ค ของประกาศฯ ฉบับนี้ได้ให้นิยาม “รายการข่าวสาร” “รายการสาระประโยชน์” และ “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” เอาไว้ในแต่ละประเภทใบอนุญาต ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบนิยามประเภทรายการในแต่ละกลุ่มประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการฯ

ประเภทใบอนุญาต / นิยาม	กิจการบริการ สาธารณะ	กิจการบริการ ชุมชน	กิจการทางธุรกิจ
รายการที่เป็น ข่าวสารหรือสาระ ที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ (ในภาคผนวก ก)	รายการข่าวสาร รายการส่งเสริม ความรู้ ความเข้าใจ ในการปกครอง ในระบอบประชาธิปไตย รายการ ส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม การให้ ความรู้ความเข้าใจ ในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และ สิ่งแวดล้อม	-	-

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบนิยามประเภทรายการในแต่ละกลุ่มประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการฯ (ต่อ)

ประเภทใบอนุญาต / นิยาม	กิจการบริการ สาธารณะ	กิจการบริการ ชุมชน	กิจการทางธุรกิจ
รายการข่าวสาร (ในภาคผนวก ข และ ค ตามลำดับ)	-	รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน หรือ เหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือที่เกิดขึ้นโดยเน้นเหตุการณ์ในชุมชนแล้วแต่กรณี ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าวสด เล่าข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบันซึ่งรวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มีความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมือง ทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ	รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน หรือ เหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าว เล่าข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน และรวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มีความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมือง ทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบนิยามประเภทรายการในแต่ละกลุ่มประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการฯ (ต่อ)

ประเภท ใบอนุญาต นิยาม	กิจการบริการ สาธารณะ	กิจการบริการ ชุมชน	กิจการทางธุรกิจ
รายการสาระ ประโยชน์ (ในภาค ผนวก ข และ ค ตามลำดับ)	-	รายการที่สร้าง กระบวนการเรียนรู้ ให้แก่ประชาชนใน ชุมชน โดยส่งเสริม ให้มีการแลกเปลี่ยน ข้อมูลและความ คิดเห็นระหว่างกัน ให้การศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็น ต่อประชาชนผู้ฟัง มีเนื้อหาที่ส่งเสริม การพัฒนา ในระดับ ชุมชน ในประเด็น สุขภาพ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจประชา- ธิปไตย ประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น รวมถึง ให้ความ เข้าใจที่ดีเกี่ยวกับ ประโยชน์สาธารณะ หรือชุมชนนั้นๆ และเสริมสร้างความ สัมพันธ์ในชุมชน ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น	รายการที่สร้าง กระบวนการเรียนรู้ ให้แก่ประชาชนใน ชุมชน โดยส่งเสริม ให้มีการแลกเปลี่ยน ข้อมูลและความ คิดเห็นระหว่างกัน ให้การศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็น ต่อประชาชนผู้ฟัง มีเนื้อหาที่ส่งเสริม การพัฒนาในประเด็น สุขภาพสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจประชา- ธิปไตย ประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น รวมถึงให้ความ เข้าใจที่ดีเกี่ยวกับ ประโยชน์สาธารณะ

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบนิยามประเภทรายการในแต่ละกลุ่มประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการฯ (ต่อ)

ประเภทใบอนุญาต / นิยาม	กิจการบริการ สาธารณะ	กิจการบริการ ชุมชน	กิจการทางธุรกิจ
หมายเหตุ	ต้องมีรายการที่เป็น ข่าวสารหรือสาระ ที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะไม่น้อย กว่าร้อยละ 70	ต้องมีรายการที่เป็น ข่าวสารหรือสาระ ที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะไม่น้อย กว่าร้อยละ 70 โดย ต้องนำเสนอรายการ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ชุมชนเป้าหมายที่ รับบริการและผลิต โดยคนในชุมชน เป้าหมายที่รับบริการ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศ ทั้งหมด	ต้องมีรายการที่เป็น ข่าวสารหรือสาระ ที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะในสัดส่วน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาคผนวกในประกาศฯ ฉบับนี้ได้แยกนิยามคำว่า “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” “รายการข่าวสาร” และ “รายการสาระประโยชน์” ออกจากกัน โดยใบอนุญาตประเภทบริการสาธารณะให้ความสำคัญกับกลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนเน้นกลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน และใบอนุญาตประเภทเพื่อกิจการทางธุรกิจต้องสอดแทรก รายการข่าวสารและสาระประโยชน์ลงไปในผังรายการด้วย

หากวิเคราะห์จากข้อความที่ปรากฏในภาคผนวกของประกาศฯ อาจกล่าวได้ว่า “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” นั้นมีแนวโน้ม

เป็นรายการถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ (transmission) จากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐเพื่อมุ่งพัฒนามิติด้านต่างๆ ของสังคมและประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้า ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม จริยธรรม วัฒนธรรม การศึกษา และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งรูปแบบรายการของกลุ่มนี้มักเป็นรายการข่าวประชาสัมพันธ์ รายการสารคดี ภาพยนตร์สั้นเพื่อการรณรงค์ และการแถลงการณ์ของผู้นำประเทศหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ เป็นต้น สำหรับ **“รายการข่าวสาร”** มีแนวโน้มเป็นการนำเสนอเหตุการณ์ประจำวันในรูปแบบรายการข่าวลักษณะต่างๆ ได้แก่ รายงานข่าวประจำวัน สก๊ิปข่าว และสนทนาประเด็นข่าว เป็นต้น และ **“รายการสาระประโยชน์”** มีแนวโน้มเป็นรายการสนทนา รายการสาระบันเทิง รายการสาธิต และรายการสารคดีที่ให้ผู้ดูผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร (participatory communication) ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง โดยมีเป้าหมายสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาชีวิตและสังคมส่วนรวมร่วมกัน

อย่างไรก็ดี เมื่อผู้ประกอบการโทรทัศน์จำเป็นต้องกรอกสัดส่วนรายการในผังรายการ เพื่อแจ้งให้ ทาง กสทช. พิจารณาก่อนออกอากาศภายในสิบห้าวันตามข้อกำหนดในประกาศฯ โดยมีตัวอย่างแบบฟอร์มแสดงเอาไว้ในภาคผนวก ข เพื่อให้ทางสถานีใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการแจ้งข้อมูล **“สรุปสัดส่วนรายการ”** และ **“ประเภทรายการ”** เพื่อแสดงหลักฐานว่าสถานีโทรทัศน์ของตนนั้นได้นำเสนอรายการตามสัดส่วนรายการที่ได้ตกลงไว้ครบถ้วนหรือไม่ ดังตัวอย่างในตารางที่ 2

หากพิจารณาดูจะพบว่า การกรอกสรุปสัดส่วนรายการในแบบฟอร์มของภาพที่ 3 นั้นค่อนข้างมีความคลุมเครือและสร้างความสับสนได้ง่าย เนื่องจากการแบ่งกลุ่มรายการในข้อย่อยต่างๆ มีคำที่ใช้ซ้อนทับกันอยู่ ดังเห็นได้จากหัวข้อย่อยที่ 1 ระบุว่า เป็น **“รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์”** หัวข้อย่อยที่ 2 ระบุว่า เป็น **“รายการข่าวสาร สาระประโยชน์ และบันเทิง”** และหัวข้อย่อยที่ 3 ระบุว่า เป็น **“รายการบันเทิง”** ถึงแม้ว่าในประกาศฯ มีการขยายความถึงความแตกต่างของรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ รายการข่าวสาร และรายการสาระประโยชน์ เอาไว้ แต่ในแบบฟอร์ม

ตารางที่ 2 แบบฟอร์มบางส่วนในภาคผนวก ข ประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการ
อนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

๔. สัดส่วนรายการ ให้แสดงข้อมูลอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

๔.๑ ชื่อรายการ ประเภทรายการ และจำนวนชั่วโมงที่ออกอากาศรายสัปดาห์

ลำดับ	ชื่อรายการ	ประเภทของรายการ	จำนวนชั่วโมง ที่ออกอากาศ	หมายเหตุ
๑.				
๒.				

๔.๒ สรุปสัดส่วนรายการ

(๑) จำนวนรายการของสถานีได้ดำเนินการออกอากาศ โดยแบ่งเป็น

(๑.๑) รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระประโยชน์

จำนวน รายการ

(๑.๒) รายการข่าวสาร สาระประโยชน์ และบันเทิง

จำนวน รายการ

(๑.๓) รายการบันเทิง

จำนวน รายการ

(๑.๔) รายการอื่นๆ จำนวน รายการ

(๒) สัดส่วนรายการ

(๒.๑) รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระประโยชน์

ร้อยละ.....

(๒.๒) รายการข่าวสาร สาระประโยชน์ และบันเทิง

ร้อยละ.....

(๒.๓) รายการบันเทิง

ร้อยละ

(๒.๔) รายการอื่นๆ

ร้อยละ.....

๕. การผลิตรายการ

๕.๑ ผลิตรายการออกอากาศด้วยตนเอง ร้อยละ.....

๕.๒ นำรายการจากผู้อื่นมาดำเนินการออกอากาศ ร้อยละ โดยนำมาจาก.....

๕.๓ การให้เช่าเวลา ร้อยละ.....

ภาคผนวก ข กลับพบแต่คำว่า “รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็น
ประโยชน์” โดยไม่มีคำว่า “ต่อสาธารณะ” เหมือนกับที่อธิบายไว้ก่อนหน้านี้ใน
ภาคผนวก ก ว่า ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ
ต้องมี “รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ไม่น้อยกว่า
ร้อยละ 70 ดังนั้นรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ในหัวข้อย่อยที่ 1
จึงอาจมีความหมายซ้อนทับกับหัวข้อย่อยที่ 2 ที่ประกอบไปด้วยรายการข่าวสาร

สาระประโยชน์ และบันเทิง นอกจากนี้แล้ว หัวข้อย่อยที่ 2 กับหัวข้อย่อยที่ 3 ยังมีคำว่ารายการบันเทิงซ้อนทับกันอีกด้วย

ทว่า ดูเหมือนจะมีความพยายามเพื่อสร้างความชัดเจนขึ้นเช่นกัน โดยทำๆ ของตัวอย่างแบบฟอร์มในภาคผนวก ข ได้มีการจัดแบ่งเป็นประเภทรายการโดยใช้รหัสกำกับเอาไว้ (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ตัวอย่างแนบท้ายภาคผนวก ข ในประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

การส่งผังรายการของสถานี..... ระหว่างเดือน พ.ศ. ๒๕.....

เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
๖.๐๐ น.	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :
	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]
	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]
๗.๐๐ น.	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :
	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]
	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]
	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]

หมายเหตุ : ให้กรอกข้อมูลโดยนำอารหัสโปรแกรมใน [...] ให้ครบถ้วน

รหัส	ประเภทรายการ	ระดับความเหมาะสม	ภาษาที่ใช้
๐๑	รายการข่าวสาร	ป	ภาษาไทยสาร
๐๒	รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย	ค	ภาษาไทยท้องถิ่น
๐๓	รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม	ท	ภาษาต่างประเทศ
๐๔	รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม	๖๓๓	
๐๕	รายการเด็กและเยาวชน	๖๓๔	
๐๖	รายการท้องถิ่น	ฉ	
๐๗	รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ		
๐๘	รายการกีฬา		
๐๙	รายการข่าวสารและบันเทิง		
๑๐	รายการบันเทิง		
๑๑	รายการพิเศษ		
๑๒	รายการเพลง		
๑๓	รายการภาพยนตร์		
๑๔	รายการตลก		
๑๕	รายการละคร		
๑๖	รายการภาพยนตร์สารคดี		

หากวิเคราะห์ข้อมูลในตารางจะพบว่ารหัส 01-04 นั่นก็คือ นิยามของ “กลุ่มรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ตามภาคผนวก ก ของประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ว่าด้วยลักษณะผังรายการและสัดส่วนรายการของประเภทกิจการบริการสาธารณะ ซึ่งใช้คำนิยามสอดคล้องไปกับพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ส่วน รหัส 05-16 นั้น เป็นรายการอย่างใดอย่างหนึ่งในกลุ่ม “รายการข่าวสาร” “รายการสาระประโยชน์” “รายการบันเทิง” หรือ “รายการอื่นๆ” ตามที่ระบุไว้ในภาคผนวก ข ซึ่งเมื่อพิจารณาดูแล้ว การกำหนดรหัสตัวเลขดังกล่าวข้างมาก็มิได้ทำให้การระบุกลุ่มรายการในแบบฟอร์มการคำนวณสัดส่วนรายการมีความชัดเจนมากขึ้นเท่าใดนัก

ตัวอย่างเช่น รายการภาพยนตร์สารคดีที่ส่งเสริมความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมควรลงรหัสใด ระหว่างรหัส 04 ที่ระบุว่า เป็นรายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม กับรหัส 16 ภาพยนตร์สารคดีซึ่งไม่ได้จัดอยู่ในกลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะโดยตรง ดังนั้นเมื่อผู้รับใบอนุญาตฯ ต้องระบุข้อมูล “สรุปสัดส่วนรายการ” ในแบบฟอร์มข้อ 4.2 (ดังตารางที่ 3) จึงอาจทำให้เกิดความสับสนและมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนกับเจ้าหน้าที่พิจารณาผังรายการได้่าง

อนึ่ง เนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเข้าถึงสื่อวิทยุและโทรทัศน์สำหรับคนพิการในประกาศ ฉบับนี้ยังคงยึดตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 10 และมาตรา 36 โดยมีได้มีการเพิ่มรายละเอียดใดๆ เกี่ยวกับหลักเกณฑ์การให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพเอาไว้ เช่น ต้องมีสัดส่วนเท่าใด และต้องเริ่มดำเนินการเมื่อใด เป็นต้น

**ค. ประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการ
กระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556**

เวลาต่อมา กสทช. ได้มีประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการ
สำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ประกาศ ฉบับนี้
ถือเป็นหลักปฏิบัติการจัดทำผังรายการของทางสถานีที่ได้รับใบอนุญาตประกอบ
กิจการจาก กสทช.

เนื้อหาที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับบทความนี้ก็คือนอกจากนี้
ได้มีการกำหนดระดับความเหมาะสมของรายการและขอบเขตเนื้อหารายการ
(สัญลักษณ์ ป ด ท น13 น18 และ ฉ) การกำหนดเวลาออกอากาศตามระดับ
ความเหมาะสมของรายการ การออกอากาศรายการภาคบังคับต่างๆ และรวมถึง
การให้มีการจัดให้บริการเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการและคน
ด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจาย
เสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งในประกาศหลังมีการเขียนเนื้อหาไว้ว่า

ข้อ 10 ให้ผู้รับใบอนุญาต จัดให้มีการให้บริการเพื่อส่งเสริมและ
คุ้มครองสิทธิของคนพิการและคนด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้
ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้
อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป โดยอาจจัดให้มีบริการกระจายเสียงที่
ออกอากาศรายการอ่านหนังสือเต็มเวลา หรือบริการโทรทัศน์ที่จัดให้มี
ล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง หรือบริการคำบรรยายเป็น
เสียง หรือบริการในรูปแบบอื่นใดที่ทำให้คนพิการและคนด้อยโอกาส
เข้าถึงหรือรับรู้การให้บริการได้ สำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร
สาธารณะ ในเวลาออกอากาศอย่างน้อยวันละหกสิบนาที

ประกาศ ฉบับนี้ถือได้ว่า เป็นประกาศฉบับแรกที่มีการระบุจำนวน
เวลาในการออกอากาศสำหรับการให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของกลุ่ม
คนพิการ แต่ก็ยังคงไม่ได้ระบุรายละเอียดใดๆ มากไปกว่านี้ ดังนั้น อาจกล่าว

ได้ว่า ตั้งแต่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 จนถึงประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดผังรายการ สำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ระเบียบข้อบังคับ ตามกฎหมายเกี่ยวกับประเภทรายการและสัดส่วนเวลาสำหรับการจัดให้บริการ เพื่อให้คนพิการเข้าถึงรายการโทรทัศน์นั้น สรุปคร่าวๆ ได้ว่า ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ต้องจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง หรือเสียงบรรยายภาพในเวลาออกอากาศอย่างน้อยวันละหกสิบนาทีสำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ โดยยังมีได้มีการกำหนดว่ารายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 36 คือรายการเช่นใด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ รายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะยังมีได้ถูกนิยามให้กลายเป็น “รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ดังปรากฏในประกาศฉบับอื่นๆ ในเวลาต่อมาที่จะกล่าวในหัวข้อถัดๆ ไป

นอกจากนี้ ในประกาศฯ ฉบับนี้มีการระบุสัดส่วนขั้นต่ำของรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ และการนิยาม “รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ที่ใช้ข้อความเช่นเดียวกับประกาศฯ ก่อนหน้านี้ สำหรับส่วนที่มีการปรับเปลี่ยน คือ แบบฟอร์มการจัดทำผังรายการในภาคผนวกที่มีความชัดเจนขึ้นกว่าในประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ตัวอย่างแบบฟอร์มการแจ้งสัดส่วนรายการในภาคผนวก ค ของ
ประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการ
กระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

ภาคผนวก ค
สัดส่วนรายการเพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์

๑. สัดส่วนรายการ

๑.๑ ให้แสดงข้อมูลอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

ลำดับ	ชื่อรายการ	ประเภทของรายการ	จำนวนรายการ	จำนวนนาทีที่ออกอากาศ ต่อสัปดาห์	คิดเป็นสัดส่วน (ร้อยละ)	หมายเหตุ
รวมทั้งสิ้น						

๑.๒ รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ

- หมายเหตุ :
- ประเภทรายการ เช่น ข่าวสาร, ส่งเสริมความรู้, บันเทิง, กีฬา, เด็กและเยาวชน เป็นต้น
 - การคิดสัดส่วนของประเภทรายการ คำนวณจากจำนวนนาทีของรายการที่ออกอากาศทั้งหมดในสัปดาห์

๒. ที่มาของรายการ

๒.๑ ผลิตรายการออกอากาศด้วยตนเอง จำนวน รายการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ.....

๒.๒ นำรายการจากผู้อื่นมาดำเนินการออกอากาศ จำนวน รายการ

คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ โดยนำมาจาก

๒.๓ การให้ผู้อื่นเช่าเวลา จำนวน รายการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ.....

- หมายเหตุ :
- การคิดสัดส่วนของที่มาของรายการ คำนวณจากจำนวนเวลาที่ใช้ในการออกอากาศของรายการทั้งหมดในสัปดาห์

การคัดกรองรายการของสถานี..... ระหว่างเดือน พ.ศ. ๒๕.....

เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
๖.๐๐ น.	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :
	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]
	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]
	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]
๗.๐๐ น.	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :	ชื่อรายการ :
	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]	ประเภทรายการ [...]
	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]	ระดับความเหมาะสม [...]
	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]	ภาษาที่ใช้ [...]

หมายเหตุ : ให้กรอกข้อมูลโดยการนำเอารหัสไปกรอกใน [...] ให้ครบถ้วน

ตัวอย่าง

รหัส	ประเภทรายการ	ระดับความเหมาะสม	ภาษาที่ใช้
๐๑	รายการข่าวสาร	ป	ภาษาราชการ
๐๒	รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย	ค	ภาษาไทยท้องถิ่น
๐๓	รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม	ท	ภาษาต่างประเทศ
๐๔	รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม	น๑๓	
๐๕	รายการเด็กและเยาวชน	น๑๔	
๐๖	รายการท้องถิ่น	น	
๐๗	รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ		
๐๘	รายการกีฬา		
๐๙	รายการข่าวสารและบันเทิง		
๑๐	รายการบันเทิง		
๑๑	รายการพิเศษ		
๑๒	รายการเพลง		
๑๓	รายการภาพยนตร์		
๑๔	รายการตลก		
๑๕	รายการละคร		
๑๖	รายการภาพยนตร์สารคดี		

ที่มา: ประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียง หรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

จากตารางที่ 4 พบว่า ประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการ สำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ในภาคผนวก ค ได้มีการตัดข้อความบางส่วนจากแบบฟอร์มการแสดงสัดส่วนรายการใน ภาคผนวก ข ของประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียง หรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ที่สร้างความสับสนออกไป (ดูเปรียบเทียบกับตารางที่ 3) และในตารางรหัสประเภทรายการได้มีการทำแถบสีไว้ในรหัส 01-05 ซึ่งอาจ มีความหมายว่า เป็นกลุ่มรายการที่ผู้รับใบอนุญาตต้องคำนวณสัดส่วนรายการ ให้ได้ไม่น้อยกว่าที่กำหนดไว้ในประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการ สำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ข้อที่ 6 และ 7 นั้น คือ “กลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” และ “กลุ่ม รายการเด็กและเยาวชน” ซึ่งต้องปฏิบัติดังนี้

ข้อ 6 ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้คลื่นความถี่ ต้องจัดผังรายการให้มีสัดส่วน รายการเพื่อให้บริการแต่ละประเภท ดังนี้

(1) กิจการบริการสาธารณะ ให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

(2) กิจการบริการชุมชน ให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็น ประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 โดย ต้องมีรายการที่เกี่ยวกับชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ และต้องมีรายการที่ผลิต โดยคนในชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลา ออกอากาศทั้งหมด

(3) กิจการทางธุรกิจ ให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยกิจการทางธุรกิจ ระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นต้องมีรายการที่ผู้รับใบอนุญาตผลิตเองในสัดส่วน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด

ข้อ 7 ให้ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้คลื่นความถี่ต้องจัดให้มีการออกอากาศ รายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน อย่างน้อย วันละ 60 นาที ระหว่างช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ของทุกวัน และระหว่าง

ช่วงเวลา 07.00-09.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์

ในระหว่างช่วงเวลา 18.00-22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีย่านผู้รับชมสูง ซึ่งเด็กและเยาวชนอาจรับชมอยู่ด้วย ให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาที่มีความเหมาะสม และจะไม่เป็นภัยต่อการพัฒนาทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคมของเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ คณะกรรมการอาจประกาศกำหนด หรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัดส่วนและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมสำหรับรายการดังกล่าวเพิ่มเติมได้

รายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชนตามวรรคแรก จะต้องเป็นรายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ ป หรือ ด หรือ ท ตามภาคผนวก ก หรือตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ตัวแปร “กลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” และ “กลุ่มรายการเด็กและเยาวชน” ที่นำมากล่าวเอาไว้ตรงนี้ เนื่องจากจะเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับข้อเสนอแนะบางประการเกี่ยวกับการจัดผังรายการ เพื่อจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพของทางสถานีต่อไป

ง. ประกาศฯ เรื่องแนวทางการพิจารณาและคำนวณสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเพื่อการขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ตามระเบียบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

“รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เนื่องจากสถานีต้องจัดผังรายการตามหลักเกณฑ์ของใบอนุญาตประกอบกิจการที่ตนเองได้รับอนุญาตมา ซึ่งรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะนั้นเป็นข้อบังคับของทุกสถานีที่ต้องจัดเอาไว้ในผังรายการตามสัดส่วนที่กำหนดเอาไว้ นอกจากนี้แล้ว ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นหลักฐานสำหรับ

การขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีได้ด้วย โดยประกาศเรื่องแนวทางการพิจารณาและคำนวณสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเพื่อการขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ตามระเบียบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 131 ตอนพิเศษ 113 ง, 19 มิถุนายน 2557) ได้กำหนดว่า สัดส่วน “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ที่นำเสนอเกินกว่าที่กำหนดเอาไว้ ผู้ประกอบกิจการสามารถนำหลักฐานต่างๆ มาเสนอให้ กสทช. พิจารณาลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ได้ โดยรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในประกาศฉบับนี้ให้หมายความถึงประเภทรายการ ดังต่อไปนี้

- (1) รายการข่าวสาร
- (2) รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย
- (3) รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม
- (4) รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม
- (5) รายการสำหรับเด็กและเยาวชน เฉพาะที่มีเนื้อหาตาม (1) (2) (3) หรือ (4)
- (6) รายการเกี่ยวกับพระราชพิธี พิธีสำคัญทางศาสนา
- (7) รายการตามภาคผนวกของประกาศคณะกรรมการ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555³

³ ได้แก่ การแข่งขันกีฬา SEA Games, ASEAN Para Games, Asian Games, Asian Para Games, Olympic Games, Paralympic Games, FIFA World Cup Final.

(8) รายการอื่นใดตามที่คณะกรรมการประกาศหรือกำหนดให้เป็นรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

ทั้งนี้ การคำนวณสัดส่วนรายการไม่ให้นำรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมาออกอากาศซ้ำในเวลาอื่นมาคำนวณด้วย

อย่างไรก็ดี ในประกาศฯ ฉบับนี้ มิได้มีการอ้างถึงสัดส่วนเวลาออกอากาศสำหรับการให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพแต่อย่างใด เพียงแต่กำหนดว่า “ประเภทรายการ” แบบใดบ้างที่เรียกว่า “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ที่สามารถนำไปใช้ลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการฯ ซึ่งมีข้อสังเกตว่าการกำหนดประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมีการแจกแจงเป็นข้อๆ โดยข้อ (1) ถึง (4) ใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทด้วย “เนื้อหารายการที่เป็นข่าวสารและสาระประโยชน์” ข้อ (5) ใช้เกณฑ์ “กลุ่มผู้ชมและเนื้อหารายการที่เป็นข่าวสารและสาระประโยชน์” ข้อ (6) และ (7) ใช้เกณฑ์ “รายการถ่ายทอดงานสำคัญๆ ได้แก่ พระราชพิธี พิธีสำคัญทางศาสนา และมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติที่บังคับไว้” และข้อ (8) ใช้เกณฑ์ “อำนาจการตัดสินใจของ กสทช. ในการนิยามความหมายรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า นิยามของรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะนั้นมีการขยายความเพิ่มเติมให้แก่รายการอื่นๆ มากขึ้น รวมถึง กสทช. มีอำนาจในการกำหนดว่ารายการอื่นใดอีกบ้างที่สามารถจัดอยู่ในกลุ่มรายการข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

จ. ประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559

ในปี พ.ศ. 2559 ทาง กสทช. ได้มีประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ ประกาศฯ ฉบับนี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการกำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ในการจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการอย่างมาก โดยเนื้อหาในประกาศฯ ได้แบ่งออกเป็นหมวดต่างๆ คือ หมวด

มาตรการพื้นฐาน หมวดมาตรการส่งเสริม หมวดการกำกับดูแลและประเมินผล หมวดบทกำหนดโทษและบทเฉพาะกาล ซึ่งสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความนี้คือ **หมวดมาตรการพื้นฐาน** ซึ่งเป็นข้อบังคับให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง เสียงบรรยายภาพ และบริการอื่นใด ในรายการที่ออกอากาศประเภทข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ดังนี้

(1) **บริการล่ามภาษามือ** อย่างน้อยร้อยละ 5 ของสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทการประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต และต้องจัดให้มีเพิ่มขึ้นจนถึงร้อยละ 9 ภายในระยะเวลาที่กำหนด ในภาคผนวกแนบท้าย ซึ่งเมื่อรวมเวลาที่จัดให้มีบริการดังกล่าวตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน

(2) **บริการคำบรรยายแทนเสียง** อย่างน้อยร้อยละ 40 ของสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทการประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต และต้องจัดให้มีเพิ่มขึ้นจนถึงร้อยละ 60 ภายในระยะเวลาที่กำหนดในภาคผนวกแนบท้าย ซึ่งเมื่อรวมเวลาที่จัดให้มีบริการดังกล่าวตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่น้อยกว่า 180 นาทีต่อวัน

(3) **บริการเสียงบรรยายภาพ** อย่างน้อยร้อยละ 5 ของสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทการประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต และต้องจัดให้มีเพิ่มขึ้นจนถึงร้อยละ 10 ภายในระยะเวลาที่กำหนดในภาคผนวกแนบท้าย ซึ่งเมื่อรวมเวลาที่จัดให้มีบริการดังกล่าวตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน

อย่างไรก็ดี เพื่อให้เวลาในการเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพอย่างเต็มรูปแบบในบทเฉพาะกาลของประกาศฯ จึงได้กำหนดว่า นับตั้งแต่วันที่ประกาศมีผลใช้บังคับให้ผู้รับใบอนุญาตจัดให้มีการบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายเป็นอักษรวิ่งหรือคำบรรยายเป็นเสียงแล้วแต่กรณีอย่างน้อยวันละ 60 นาที และเมื่อประกาศมีผลใช้บังคับแล้ว 1 ปี ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการทั้งสามประเภทพร้อมกัน

ตารางที่ 5 ตารางแสดงสัดส่วนของการบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในแนบท้ายประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการฯ

ประเภทบริการ	ปีที่ ๑	ปีที่ ๒	ปีที่ ๓	ปีที่ ๔	ปีที่ ๕
บริการล่ามภาษามือ (ร้อยละ)	๕	๕	๗	๗	๙
บริการคำบรรยายแทนเสียง (ร้อยละ)	๔๐	๔๐	๕๐	๕๐	๖๐
บริการเสียงบรรยายภาพ (ร้อยละ)	๕	๕	๗	๗	๑๐

ที่มา: แนบท้ายประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559

อย่างน้อยวันละ 60 นาที และเมื่อประกาศมีผลใช้บังคับแล้ว 2 ปี จึงค่อยดำเนินการตามมาตรการพื้นฐานที่กำหนดไว้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ก่อนเริ่มดำเนินการตามตารางแนบท้ายในประกาศฯ ทาง กสทช. ได้ให้เวลาผู้รับใบอนุญาตเตรียมการก่อนสองปี โดยในปีแรกหลังประกาศมีผลใช้บังคับให้ผู้รับใบอนุญาตต้องให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้ แต่รวมเวลาออกอากาศแล้วต้องจัดให้บริการได้อย่างน้อยวันละ 60 นาที และในปีต่อมา ต้องให้มีบริการทุกประเภทโดยรวมเวลาแล้วไม่น้อยกว่าวันละ 60 นาที เมื่อครบสองปีหลังประกาศมีผลบังคับใช้จึงค่อยๆ เริ่มดำเนินการตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ในภาคผนวกของประกาศฯ (ตารางที่ 5)

ทั้งนี้ เมื่อถึงระยะเวลาของการให้บริการเต็มรูปแบบ ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการล่ามภาษามือไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน บริการคำบรรยาย

แทนเสียงไม่น้อยกว่า 180 นาทีต่อวัน และบริการเสียงบรรยายภาพไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน⁴ โดยการคิดค่านวนั้นให้นับเฉพาะรายการที่เป็นข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะที่ออกอากาศครั้งแรก (first run) และกรณีที่รายการนั้นนำไปออกอากาศซ้ำ (rerun) ให้คิดค่านวนเฉพาะการออกอากาศซ้ำครั้งแรกเท่านั้น การออกอากาศซ้ำครั้งอื่นๆ ไม่นับรวมเป็นเวลาออกอากาศ

นอกจากนี้ในหมวดมาตรการส่งเสริม ระบุว่าผู้รับใบอนุญาตที่จัดให้มีบริการโทรทัศน์เพื่อคนพิการเกินกว่าสัดส่วนที่กำหนดตามมาตรการพื้นฐาน มีสิทธิขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ดังนั้น ประกาศฯ ฉบับนี้จึงเป็นประกาศที่มีการกำหนดหลักเกณฑ์ทั้งในเรื่อง “สัดส่วนการออกอากาศ” “ประเภทรายการพื้นฐานที่ต้องนำมาจัดให้บริการสำหรับการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการ” และ “มาตรการส่งเสริมสำหรับผู้ประกอบการที่จัดให้บริการเกินกว่าที่กำหนดเอาไว้ในมาตรการพื้นฐาน” สิ่งที่น่าสนใจก็คือ แนวคิดการจัดให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการที่เดิมระบุไว้เพียงว่า ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ต้องจัดให้บริการล่ามภาษามือ

⁴ ต่อมาในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 ได้มีการยกเลิกความในข้อที่ 29 ของประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 โดยให้ใช้ข้อความดังต่อไปนี้แทน

ข้อ 29 เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการดำเนินการตามประกาศนี้ ผู้รับใบอนุญาต ต้องจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง หรือคำบรรยายเป็นเสียง

ในเวลาออกอากาศแล้วแต่กรณีอย่างน้อยวันละหกสิบนาทีนับแต่วันที่ประกาศนี้มีผลใช้บังคับ และเมื่อประกาศนี้ มีผลใช้บังคับแล้ว 2 ปี หรือตามระยะเวลาที่คณะกรรมการมีคำสั่งกำหนด ผู้รับใบอนุญาต ต้องจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง และคำบรรยายเป็นเสียงในเวลาออกอากาศรวมกัน อย่างน้อยวันละ 60 นาที

เมื่อประกาศนี้มีผลใช้บังคับแล้ว 3 ปี หรือตามระยะเวลาที่คณะกรรมการมีคำสั่งกำหนด ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ตามมาตรการพื้นฐานอย่างน้อยตามสัดส่วนและระยะเวลาที่กำหนดในข้อ 5 และภาคผนวกแนบท้ายประกาศนี้ สำหรับการดำเนินการจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ตามมาตรการส่งเสริมให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการกำหนด เพื่อประโยชน์สาธารณะ และเป็นการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการ คณะกรรมการ อาจมีคำสั่งแก้ไขเปลี่ยนแปลงระยะเวลาที่กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการ ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการตามวรรคหนึ่งและวรรคสองได้ตามที่เห็นสมควรและเป็นการเหมาะสม

คำบรรยายแทนเสียง หรือเสียงบรรยายภาพในเวลาออกอากาศอย่างน้อยวันละ 60 นาที สำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะนั้นได้มี “การปรับ” เวลาออกอากาศจากหน่วยนาทีต่อวัน เป็นการคำนวณที่ใช้ทั้งสัดส่วนร้อยละของ รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทการ ประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต กับผลรวมการให้บริการตลอดทั้งวันที่คำนวณ เป็นนาทีต่อวัน ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้คำว่า “รายการที่นำเสนอ ข้อมูลข่าวสารสาธารณะ” แต่เดิม ถูกเปลี่ยนเป็นคำว่า “รายการข่าวสารหรือ สาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ตามประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำ ผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

ต่อมาในปีเดียวกัน กสทช. ได้มีประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำ ผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (ฉบับที่ 4) โดยให้ ยกเลิกภาคผนวก ค สัดส่วนรายการเพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ใน แนบท้ายประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการ กระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 และให้ใช้ภาคผนวก ค สัดส่วนรายการ เพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ของแนบท้ายประกาศฉบับใหม่แทน ผล จากการสังเกตพบว่าเนื้อหาในแบบฟอร์มใหม่ยังคงเดิม ยกเว้นตารางประเภท รายการที่มีการอธิบายข้อความลงในรหัสต่างๆ มากขึ้น ดังแสดงไว้ในตารางที่ 6

การระบุรหัสรายการของทางสถานีว่าเป็นรหัสใด เป็นข้อมูลที่ใช้สำหรับ การคำนวณสัดส่วนโดยรวมว่า สถานีโทรทัศน์แห่งนั้นๆ ได้บรรจุ “รายการ ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ครบตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ไว้หรือไม่ และถ้าหากเกินกว่าที่กำหนดก็สามารถใช้ยื่นขอลดหย่อนหรือยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีได้ นอกจากนี้ ยังใช้คำนวณด้วยว่าในบรรดารางรายการข่าวสารหรือ สาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในผังรายการ ได้มีการจัดทำเป็นบริการล่าม ภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพครบหรือเกินกว่าเกณฑ์ที่ กำหนดเอาไว้ในประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้า ถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 หรือไม่ อย่างไร

ตารางที่ 6 ตารางภาคผนวก ค สัดส่วนรายการเพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (แสดงเฉพาะส่วนตารางรหัสประเภทรายการ)

รหัส	ประเภทรายการ
01	<p>รายการข่าวสาร ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประเด็นสาธารณะและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าว เล่าข่าว และวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน และรวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มีความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมืองทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ ซึ่งไม่รวมเนื้อหาที่เป็นเรื่องบันเทิง</p> <p>รายการข่าว ได้แก่ รายการที่นำเสนอเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน โดยมุ่งให้เห็นองค์ประกอบในเชิงข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ในแง่ของใคร ทำอะไร หรือเกิดอะไรขึ้น ที่ไหน เมื่อใด อย่างไร และผลกระทบของเหตุการณ์ดังกล่าว โดยอยู่บนพื้นฐานทางจริยธรรมด้านวารสารศาสตร์</p> <p>รายการเล่าข่าว ได้แก่ รายการที่นำเสนอข่าวมาเล่าให้ผู้รับชมหรือผู้รับฟังเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยยึดโยงกับข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เป็นข่าว ซึ่งจะต้องปราศจากอคติหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ดำเนินรายการ ทั้งนี้ โดยให้อยู่บนพื้นฐานทางจริยธรรมด้านวารสารศาสตร์</p> <p>รายการวิเคราะห์ข่าว ได้แก่ รายการที่นำเสนอข่าวด้วยการเจาะลึกข้อมูล การตรวจสอบถึงที่มา องค์ประกอบของปัญหา หรือปรากฏการณ์ที่เป็นข่าวอย่างรอบด้าน และลุ่มลึก เพื่อเป็นฐานสำหรับความเข้าใจและการอภิปรายอย่างมีเหตุมีผลในประเด็นข่าวดังกล่าว โดยให้อยู่บนพื้นฐานทางจริยธรรมด้านวารสารศาสตร์</p> <p>รายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน ได้แก่ รายการที่มีการนำเสนอข่าวหรือเหตุการณ์ปัจจุบันผ่านการสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้ที่เป็นแขกรับเชิญในรายการ ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์หรือปัญหาดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาและแสวงหาทางออกที่เป็นไปได้ โดยให้อยู่บนพื้นฐานทางจริยธรรมด้านวารสารศาสตร์</p>

ตารางที่ 6 ตารางภาคผนวก ค สัดส่วนรายการเพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (แสดงเฉพาะส่วนตารางรหัสประเภทรายการ) (ต่อ)

รหัส	ประเภทรายการ
02	<p>รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการปกครองและระบบสังคมที่ให้หลักประกันพื้นฐานสำหรับสิทธิเสรีภาพ โดยเฉพาะเสรีภาพในการแสดงออก สิทธิทางการเมือง สิทธิพลเมือง สิทธิมนุษยชน การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ทั้งที่ผ่านการเลือกตั้งและการเคลื่อนไหวของภาคประชาชน การกระจายอำนาจส่วนท้องถิ่น ธรรมนูญศาลขององค์กรภาครัฐ และองค์กรอิสระ และการสร้างความเท่าเทียมในสังคม และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง</p>
03	<p>รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อส่งเสริมค่านิยม การประพฤติปฏิบัติที่ดีงามและสำนึกเกี่ยวกับความถูกต้องและผิดบนบรรทัดฐานและมาตรฐานทางพฤติกรรมที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของสังคม หรือเพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานด้วยฝีมือและทักษะเฉพาะ ตลอดจนเพื่อส่งเสริมวิถีการดำเนินชีวิตและการแสดงออกผ่านภาษา ดนตรี วรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม การละครการแสดงพื้นบ้าน และวัฒนธรรมนิยม เป็นต้น</p>
04	<p>รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการในการจัดสรรทรัพยากร การผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก การบริโภค และการใช้สอยสิ่งต่างๆ ในสังคม ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มคนในสังคม ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมในด้านต่างๆ การสร้างความพร้อมและเสริมศักยภาพให้คนในสังคม ทั้งในด้านสุขภาพอนามัย การศึกษา จิตใจ คุณธรรม การประกอบอาชีพ และการดำรงชีวิตในสังคมในทุกชั้นตอนของชีวิต การให้ความสำคัญและตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ อาทิ ป่าไม้ สัตว์ป่า อากาศ ดิน น้ำ แร่ธาตุ เป็นต้น</p>

ตารางที่ 6 ตารางภาคผนวก ค สัดส่วนรายการเพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือ
โทรทัศน์ (แสดงเฉพาะส่วนตารางรหัสประเภทรายการ) (ต่อ)

รหัส	ประเภทรายการ
05	รายการเด็กและเยาวชน ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนในระบบบววีซีดี ความรู้ในเรื่องวิชาการ ตลอดจนความรู้ในศาสตร์สาขาต่างๆ การพัฒนาด้านคุณธรรม และจริยธรรม การเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต การเรียนรู้ ยอมรับ เข้าใจ และชื่นชมความหลากหลายในสังคม หรือการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งต้องไม่มีเนื้อหาที่แสดงออกถึงพฤติกรรมด้านความรุนแรง เรื่องทางเพศ และภาษา
06	รายการท้องถิ่น ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการและความสามารถหรือศักยภาพของท้องถิ่น เปิดโอกาสให้คนในสังคมหรือท้องถิ่นได้แสดงออก และอนุรักษ์และพัฒนาศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมด้านต่างๆ ของท้องถิ่น รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น และการนำประเด็นปัญหาในท้องถิ่นมาถกเถียงเพื่อหาทางออก
07	รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต กระบวนการที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ การใช้เหตุผลและการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ เทคโนโลยี นวัตกรรม การเสริมสร้างภาวะที่สมบูรณ์ ทั้งทางร่างกายและจิตใจของคนในสังคม ตลอดจนการสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยไปสู่ภาวะดังกล่าว
08	รายการกีฬา ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับประเภทของกีฬา ส่งเสริม พัฒนาการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่ดี รวมทั้งส่งเสริมการมีน้ำใจนักกีฬาและการเคารพกติกา และให้รวมถึงรายการถ่ายทอดกีฬาและรายการปกิณกะเกี่ยวกับกีฬา
09	รายการข่าวสารและบันเทิง ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาอันผสมผสานกันระหว่างรายการข่าวสารและรายการที่ให้ความสำคัญและความเพลิดเพลิน และรวมถึงประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจ เช่น ข่าวดาราดารา ข่าวบันเทิง เป็นต้น

ตารางที่ 6 ตารางภาคผนวก ค สัดส่วนรายการเพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (แสดงเฉพาะส่วนตารางรหัสประเภทรายการ) (ต่อ)

รหัส	ประเภทรายการ
10	รายการบันเทิง ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความสำราญ ความเพลิดเพลิน ความพึงพอใจแก่ผู้รับชม ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบเกมโชว์ ทอล์กโชว์ หรือวาไรตี้ แต่ไม่รวมถึงรายการที่ขายสินค้าและบริการ
11	รายการพิเศษ ได้แก่ รายการที่ไม่ได้ปรากฏในผังรายการตามปกติซึ่งอาจเป็นการสร้างขึ้น หรือถ่ายทอดออกอากาศจากเหตุการณ์จริงก็ได้ หรืออาจออกอากาศเป็นวาระที่ไม่ต่อเนื่อง
12	รายการเพลง ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอภาพและเสียง อันเกิดจากเครื่องดนตรี เสียงร้อง ในจังหวะ ทำนอง และการเรียบเรียงที่แสดงออกถึงสุนทรียะและอารมณ์
13	รายการภาพยนตร์ ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอภาพและเสียง หรือภาพเพียงอย่างเดียว ซึ่งสามารถนำมาฉายให้เห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ หรือเป็นการแสดงหรือสร้างขึ้นจากจินตนาการของผู้สร้างก็ได้
14	รายการตลก ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาอันน่าขบขัน ขวนหัว และเบาสมอง
15	รายการละคร ได้แก่ รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเรื่องราวผ่านตัวละครอันเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ ความขัดแย้ง และธรรมชาติของมนุษย์ โดยใช้การแสดงและบทสนทนา
16	รายการภาพยนตร์สารคดี ได้แก่ รายการภาพยนตร์ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริง หรือประวัติศาสตร์ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ศิลปะ วัฒนธรรม โดยอาศัยแหล่งข้อมูลทางเอกสารหรือแหล่งข้อมูลบุคคลที่เป็นทางการ วิชาการ หรือสามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้

ที่มา: ประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (ฉบับที่ 4)

อย่างไรก็ดี นิยามของ “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน” ในประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 มีความแตกต่างจากประกาศ เรื่องแนวทางการพิจารณาและคำนวณสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนเพื่อการขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมฯ โดยนิยามในประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ให้ความหมายของ “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน” ว่าเป็นรายการข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจการปกครองระบอบประชาธิปไตย รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม รายการให้ความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมเฉพาะประเภทรายการในรหัส 01-04 เท่านั้น ในขณะที่ประกาศ เรื่องแนวทางการพิจารณาและคำนวณสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนเพื่อการขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมฯ นิยามความหมายไว้กว้างกว่าและยืดหยุ่นมากกว่า

ประเด็นชี้ชวน

ประเด็นหลักๆ ที่บทความนี้ต้องการชี้ชวนให้พิจารณามีสองเรื่องด้วยกัน คือ ประเภทรายการ และสัดส่วนเวลาการออกอากาศสำหรับการจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในกิจการโทรทัศน์ว่าเป็นอย่างไบบ้าง เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากน้อยเพียงใด โดยได้ศึกษาข้อมูลจากประกาศของ กสทช. หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาผังรายการของทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ และการมีประสบการณ์ตรงในการผลิตสื่อเสียงบรรยายภาพของตนเอง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ให้เห็นประเด็นที่อาจเป็นปัญหาต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติได้ครบถ้วนตามเจตนารมณ์ของประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 และเพื่อแสวงหา

ทางเลือกเพิ่มเติมเพื่อให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในรายการโทรทัศน์ดำเนินต่อไปอย่างราบรื่น โดยขอชี้ชวนไปที่ละประเด็นดังนี้

1) ประเด็นประเภทรายการ

แรกเริ่มเดิมที พระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 36 ได้บัญญัติว่า

“เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการและคนด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป ให้คณะกรรมการกำหนดมาตรการพื้นฐานบางประการ เพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตจัดให้มีบริการที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ของบุคคลดังกล่าว

คณะกรรมการอาจกำหนดมาตรการส่งเสริมใดๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตพิจารณาปฏิบัติตามความเหมาะสม โดยคณะกรรมการอาจพิจารณาสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากกองทุนหรือสนับสนุนหรือส่งเสริมด้วยวิธีการอื่นได้

เพื่อให้มาตรการที่กำหนดตามวรรคหนึ่งเหมาะสมต่อคนพิการและคนด้อยโอกาส ให้คณะกรรมการรับฟังความคิดเห็นหรือเปิดโอกาสให้คนพิการและคนด้อยโอกาสมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการดังกล่าวด้วย

บริการที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ของคนพิการและคนด้อยโอกาสตามวรรคหนึ่งอาจหมายถึงรวมถึง บริการกระจายเสียงที่ออกอากาศรายการอ่านหนังสือเต็มเวลา หรือบริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง หรือบริการคำบรรยายเป็นเสียง สำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ”

ในมาตราดังกล่าวมีคำๆ หนึ่งที่มีความสำคัญกับประเด็นที่บทความนี้ต้องการชี้ชวนให้นำมาพิจารณาอีกทีครั้ง นั่นคือ คำว่า “รายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ” เนื่องจากคำดังกล่าวอาจถือได้ว่าเป็นต้นทางของเจตนาารมณ์ ซึ่งในเวลาต่อมาคำนี้ได้ถูกแทนที่ด้วยคำว่า “รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ดังปรากฏในประกาศ เรื่องการ

ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ข้อที่ 5 ที่ระบุว่า “ให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง เสียงบรรยายภาพ และบริการอื่นใดตามที่คณะกรรมการกำหนดในรายการที่ออกอากาศประเภทข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ...” โดยคำว่า “รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” หมายความว่า “รายการที่ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” หมายความว่า “รายการข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการปกครองระบอบประชาธิปไตย รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม” ซึ่งตรงกับประเภทรายการรหัส 01-04 ในประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ได้แก่

- รหัส 01 รายการข่าวสาร
- รหัส 02 รายการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย
- รหัส 03 รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม
- รหัส 04 รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม

ส่วนรหัสตั้งแต่ 05-16 ไม่จัดว่าเป็น “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ตามประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559

ข้อกำหนดดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับประเด็นที่บทความนี้ต้องการชี้ชวน นั่นคือ “รายการที่ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ที่เป็นรายการข่าวสาร รายการข่าว รายการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการปกครองระบอบประชาธิปไตย รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม และรายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม รายการเหล่านี้ส่วนใหญ่มีใช้รายการบันเทิง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ

สภาพความเป็นจริงของการรับชมรายการโทรทัศน์ของคนพิการ เนื่องจากผลงานวิจัยและบทความของผู้เชี่ยวชาญหลายคน พบว่า คนพิการทางการเห็นและคนพิการทางการได้ยินล้วนรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายเช่นเดียวกับคนทั่วไป ไม่ได้จำกัดเฉพาะรายการข่าวหรือรายการสาระความรู้เท่านั้น (ภัทธีรา สารากรบริรักษ์, 2558; ศิวินารถ หงษ์ประยูร, 2558; พวงแก้ว กิจธรรม, 2555; สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องแนวทางการจัดทำล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสำหรับการให้บริการโทรทัศน์, 2560)

นอกจากนี้ ระดับความจำเป็นของรายการที่ควรนำให้บริการแก่คนพิการแต่ละกลุ่มยังไม่เท่ากันอีกด้วย โดยสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย และมูลนิธิพัฒนาคนพิการไทย (อ้างถึงใน อารดา ครุจิต, 2560: 103) ได้แบ่งกลุ่มรายการที่มีความจำเป็นต่อการให้บริการล่ามภาษามือไว้ 3 ระดับ คือ

- รายการโทรทัศน์ที่จำเป็นต้องมีบริการล่ามภาษามือ ได้แก่ ข่าวประจำวัน ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินหรือเตือนภัย ข่าวในพระราชสำนัก
- รายการที่ควรมีบริการล่ามภาษามือ ได้แก่ รายการกฎหมาย สุขภาพ สารคดี ท่องเที่ยว ทำอาหาร รายการธรรมะ
- รายการที่มีบริการล่ามภาษามือหรือไม่ก็ได้ แต่ควรมีคำบรรยายแทนเสียง ได้แก่ รายการกีฬา รายการเพลง รายการเกมโชว์ ละคร

อารดา ครุจิต (2560) ผู้แต่งหนังสือ *โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ* ได้ศึกษาการให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ พบว่า ลักษณะความพิการของแต่ละกลุ่มส่งผลต่อความเหมาะสมในการคัดเลือกรายการมาผลิตเป็นบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพแตกต่างกัน กล่าวคือ รายการที่เหมาะสมสำหรับการนำมาผลิตบริการล่ามภาษามือ (SL) และคำบรรยายแทนเสียง (CC) ควรเป็นรายการที่มีการปล่อยเสียงพูดมากๆ แต่ไม่เร็วจนเกินไป เช่น รายการข่าวประจำวัน รายการสนทนา รายการถ่ายทอดสด รายการสารคดี รายการสำหรับเด็ก เป็นต้น

เนื่องจากกลุ่มคนพิการทางการได้ยินไม่สามารถเข้าถึงเสียงในรายการโทรทัศน์ได้ จึงจำเป็นต้องเสริมบริการล่ามภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียงเข้าไป ในขณะที่ บริการเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับกลุ่มคนพิการทางการเห็นควรเป็นรายการที่มีการเว้นช่วงปล่อยภาพนานๆ หรือเป็นระยะๆ เช่น ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ละคร สารคดี เป็นต้น เนื่องจากคนพิการทางการเห็นไม่สามารถเข้าถึงภาพได้ จึงจำเป็นต้องเสริมบริการเสียงบรรยายภาพเข้าไปเพื่อให้เข้าใจเรื่องราวได้มากขึ้น

การแบ่งระดับความจำเป็นในการให้บริการแต่ละอย่างเป็นข้อมูลที่ยาก ชี้ชวนให้เห็นว่า คนพิการมีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีความ หลากหลาย ในขณะเดียวกัน ลักษณะรายการที่ควรนำมาจัดให้บริการแก่คนพิการ แต่ละประเภทยังมีความจำเป็นมากน้อยแตกต่างกันอีกด้วย สอดคล้องกับ พวงแก้ว กิจธรรม (2555) ที่กล่าวว่า คนพิการแต่ละประเภทรับรู้สื่อโทรทัศน์ แตกต่างกัน ทั้งนี้ หากจัดประเภทรายการแบบคร่าวๆ ว่ารายการใดบ้างที่มีความ จำเป็นและอาจไม่จำเป็นต้องนำมาจัดให้บริการแต่ละประเภท เราอาจแบ่งได้ ดังนี้⁵ (ตารางที่ 7)

ดังนั้น เมื่อพิจารณาความจำเป็นในการนำรายการใดมาผลิตเพื่อให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ เพื่อให้คนพิการ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารสาธารณะ จึงพบว่า “ประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะ” ที่ กสทช. กำหนดเอาไว้ นั้น แม้ว่าจะมีความจำเป็นสำหรับ กลุ่มคนพิการทางการได้ยิน แต่อาจไม่ค่อยมีความจำเป็นมากนักสำหรับคนพิการ ทางการเห็น เพราะรายการในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีแนวโน้มเป็นรายการข่าวและ รายการสนทนาที่ใช้การพูดเป็นหลัก ซึ่งคนพิการทางการเห็นสามารถฟังเข้าใจ ได้เป็นส่วนใหญ่ ขณะที่รายการซึ่งเป็นความต้องการของคนพิการทางการเห็น ประเภทอื่นๆ อย่างรายการละคร รายการสาธิตทำอาหาร ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ และรายการบันเทิงอื่นๆ ที่มีการปล่อยภาพเป็นช่วงๆ เพื่อให้คนทั่วไปรับรู้ ความหมายผ่านภาพที่สื่อออกมา แต่คนพิการทางการเห็นกลับไม่สามารถเข้าถึงได้

⁵ ข้อมูลจากการศึกษาพัฒนาการของบริการแต่ละประเภทว่าเริ่มต้นอย่างไร โดยข้อมูลส่วนหนึ่งมาจาก อารดา ครุจิต (2561) และประสบการณ์การทำงานของผู้เขียนเอง.

ตารางที่ 7 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความจำเป็นของประเภทรายการที่ควรนำมา
จัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ

การจัดให้บริการ	ลักษณะรายการที่ควรนำมาจัดให้บริการ	ตัวอย่างประเภทรายการที่จำเป็น	ตัวอย่างประเภทรายการที่อาจไม่จำเป็น
ล่ามภาษามือ (SL)	รายการที่มีเสียงพูดในรายการค่อนข้างมาก โดยมีภาพประกอบน้อย นอกจากนี้ ตัวแสดงหลักในรายการต้องพูดไม่เร็วเกินไป และจำนวนน้อยคน เพื่อให้ล่ามภาษามือถอดความได้ทัน	ข่าว ทอล์กโชว์ ถ่ายทอดสด สารคดี รายการสำหรับเด็ก รายการเพื่อการศึกษา รายการพิธีกรรม รายการนิตยสาร	ละครและภาพยนตร์การ์ตูน รายการดนตรีบรรเลงกีฬา
คำบรรยายแทนเสียง (CC)	รายการทั่วไปที่มีเสียงพูดไม่เร็วนักหรือไม่พูดทับซ้อนกันเกินไปจนไม่สามารถอ่านคำบรรยายแทนเสียงได้ทัน	ข่าว กีฬา ทอล์กโชว์ ละครและภาพยนตร์ รายการสำหรับเด็ก สารคดี วาไรตี้ เพลง รายการพิธีกรรม	รายการดนตรีบรรเลง
เสียงบรรยายภาพ (AD)	รายการที่ปล่อยภาพในรายการค่อนข้างมาก แต่เว้นช่องไฟพอสมควร และไม่ควรมีข้อความตัวอักษรขึ้นมากเกินไปที่จะใส่คำบรรยายภาพลงไปได้	ละครและภาพยนตร์การ์ตูน สารคดี รายการสารคดี รายการสำหรับเด็ก	ข่าว ทอล์กโชว์ เกมโชว์ เพลง วาไรตี้ รายการพิธีกรรม ถ่ายทอดกีฬาที่มีผู้บรรยาย

มีอะไรเกิดขึ้นในฉาคนั้นบ้าง ด้วยเหตุนี้ การกำหนดมาตรการพื้นฐานให้ครอบคลุมเฉพาะในกลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จึงอาจเป็นประโยชน์ต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของกลุ่มคนพิการทางการเห็นไม่มากนัก

ข้อสังเกตดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทธีรา สารากรบริรักษ์ (2558) ที่พบว่า กลุ่มคนพิการทางการเห็นต้องการให้มีเสียงบรรยายภาพในรายการทุกประเภท รวมถึงรายการบันเทิงต่างๆ ด้วย โดยหากรายการใดที่ฟังเข้าใจอยู่แล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องมีเสียงบรรยายภาพก็ได้ ดังนั้นการเลือกประเภทรายการที่จะนำมาให้บริการเสียงบรรยายภาพ รวมถึงล่ามภาษามือ และคำบรรยายแทนเสียง จึงเป็นเรื่องที่ควรนำมาพิจารณาถึงความหลากหลาย ความเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้รับชม และความจำเป็นของการเลือกรายการแต่ละประเภทเพื่อนำมาจัดให้บริการด้วยเช่นกัน

2) ประเด็นสัดส่วนเวลาการออกอากาศสำหรับการจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ

ประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ข้อที่ 5 ระบุว่า ให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง เสียงบรรยายภาพ และบริการอื่นใด ตามที่คณะกรรมการกำหนดในรายการที่ออกอากาศประเภทข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยอย่างน้อยต้องมีสัดส่วนการออกอากาศดังนี้

บริการล่ามภาษามือ อย่างน้อยร้อยละ 5 ของสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทการประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต และต้องจัดให้มีเพิ่มขึ้นจนถึงร้อยละ 9 ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งเมื่อรวมเวลาที่จัดให้มีบริการดังกล่าวตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน

บริการคำบรรยายแทนเสียง อย่างน้อยร้อยละ 40 ของสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทการประกอบ

กิจการที่ได้รับอนุญาต และต้องจัดให้มีเพิ่มขึ้นจนถึงร้อยละ 60 ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งเมื่อรวมเวลาที่จัดให้มีบริการดังกล่าวตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่น้อยกว่า 180 นาทีต่อวัน

บริการเสียงบรรยายภาพ อย่างน้อยร้อยละ 5 ของสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทการประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต และต้องจัดให้มีเพิ่มขึ้นจนถึงร้อยละ 10 ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งเมื่อรวมเวลาที่จัดให้มีบริการดังกล่าวตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน

หากพิจารณาตัวแปรหลักๆ เกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนรายการ จะพบว่ามีตัวแปรสำคัญๆ ดังนี้ (1) ประเภทของการให้บริการเพื่อให้คนพิการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ (2) สัดส่วนขั้นต่ำที่ต้องให้บริการในแต่ละวัน (3) ประเภทของใบอนุญาตของผู้ประกอบกิจการ (4) ประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และ (5) ระยะเวลาที่กำหนดให้มีการจัดให้บริการ

เมื่อวิเคราะห์จากข้อความข้างต้น พบว่า ประเภทการให้บริการเพื่อให้คนพิการเข้าถึงรายการโทรทัศน์แบ่งออกเป็นสามประเภท คือ บริการล่ามภาษามือ (SL) คำบรรยายแทนเสียง (CC) และเสียงบรรยายภาพ (AD) โดยบริการแต่ละประเภทมีการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำในการให้บริการแตกต่างกันไป สัดส่วนที่ให้ ออกอากาศมากที่สุดคือ บริการคำบรรยายแทนเสียง ส่วนบริการเสียงบรรยายภาพ และบริการล่ามภาษามือ กำหนดสัดส่วนการให้บริการใกล้เคียงกัน การให้บริการทั้งสามประเภทเน้นกลุ่มรายการข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งหากเป็นกลุ่มผู้ประกอบกิจการที่ได้รับใบอนุญาตประเภทบริการสาธารณะและ บริการชุมชน มีแนวโน้มต้องจัดให้มีรายการที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสูงกว่าผู้ประกอบกิจการที่ได้รับใบอนุญาตประเภทธุรกิจ เนื่องจากสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในผังรายการตามข้อกำหนดการได้รับใบอนุญาต มีการกำหนดสัดส่วนรายการดังกล่าวมากกว่า กล่าวคือ กลุ่มบริการสาธารณะและชุมชนมีสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

ขณะที่กลุ่มเพื่อประกอบธุรกิจมีสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 เท่านั้น

หากเราตั้งสมมติฐานว่า สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งออกอากาศวันละ 24 ชั่วโมงเท่ากัน และผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตแต่ละประเภทจัดให้มีรายการข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในสัดส่วนขั้นต่ำที่สุดที่กำหนดไว้คือ ช่องที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการสาธารณะทุกช่องมีรายการข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะร้อยละ 70 เท่ากัน (คำนวณได้เป็นวันละ 1,008 นาที) และช่องที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการเพื่อธุรกิจทุกช่องมีรายการข่าวสารหรือสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะร้อยละ 25 เท่ากัน (คำนวณได้เป็นวันละ 360 นาที) ดังนั้น การให้บริการแต่ละประเภทที่กำหนดไว้ในประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ข้อ 5 สามารถคำนวณออกมาเป็นเวลาตามประเภทใบอนุญาตและประเภทการให้บริการเพื่อการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ของคนพิการได้ดังนี้

ตารางที่ 8 จำนวนเวลาในการออกอากาศของบริการแต่ละประเภท⁶ ในกรณีทุกช่องออกอากาศ 24 ชั่วโมง

ประเภทการให้บริการ	ประเภทใบรับอนุญาต	ระยะเริ่มแรก	คำนวณเป็นเวลา (นาที/วัน)	ระยะเต็มรูปแบบ	คำนวณเป็นเวลา (นาที/วัน)	หมายเหตุ
ล่ามภาษามือ (SL)	สาธารณะ	ร้อยละ 5	50.4	ร้อยละ 9	90.72	ไม่น้อยกว่า 60 นาที/วัน
	ธุรกิจ		18		32.4	
คำบรรยายแทนเสียง (CC)	สาธารณะ	ร้อยละ 40	403.2	ร้อยละ 60	604.8	ไม่น้อยกว่า 180 นาที/วัน
	ธุรกิจ		144		216	

⁶ ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์อีกประเภทหนึ่งคือ ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการชุมชน แต่เนื่องจากใบอนุญาตในกลุ่มนี้ยังไม่ได้เกิดขึ้น จึงยังไม่ขออนำวิเคราะห์ในที่นี้.

ตารางที่ 8 จำนวนเวลาในการออกอากาศของบริการแต่ละประเภท ในกรณี
ทุกช่องออกอากาศ 24 ชั่วโมง (ต่อ)

ประเภท การให้ บริการ	ประเภท ใบรับ อนุญาต	ระยะเริ่ม แรก	จำนวน เป็นเวลา (นาที/วัน)	ระยะเต็ม รูปแบบ	จำนวน เป็นเวลา (นาที/วัน)	หมายเหตุ
เสียง บรรยาย ภาพ (AD)	สาธารณะ	ร้อยละ 5	50.4	ร้อยละ 10	100.8	ไม่น้อยกว่า 60 นาที/วัน
	ธุรกิจ		18		36	

ข้อมูลในตารางที่ 8 มีประเด็นที่บทความนี้ต้องการชี้ชวนให้เห็นว่า การกำหนดสัดส่วนเป็นร้อยละซึ่งต้องคำนวณออกมาเป็นนาที/วันอีกครั้ง อาจสร้างความยุ่งยากต่อการทำงาน รวมไปถึงสถานีโทรทัศน์บางแห่งอาจไม่สามารถปฏิบัติตามได้ง่ายนัก โดยมีสาเหตุดังนี้

2.1) ผลจากการคำนวณเป็นร้อยละไม่สอดคล้องกับวิถีคิดของการจัด
ผังรายการโทรทัศน์

โดยปกติแล้วการผลิตรายการโทรทัศน์นิยมใช้การนับไปที่ละครึ่งชั่วโมง ได้แก่ รายการครึ่งชั่วโมง หนึ่งชั่วโมง หนึ่งชั่วโมงครึ่ง และสองชั่วโมง เป็นต้น ในขณะเดียวกัน อาจมีรายการสั้นๆ แทรกเข้าไปอยู่ในผังรายการ เช่น รายการหนึ่งนาที ห้านาที และสิบนาที เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว อาจมีรายการพิเศษ ได้แก่ การถ่ายทอดสดต่างๆ ซึ่งเวลาการออกอากาศยึดหยุ่นไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไรก็ดี การจัดผังรายการจะใช้การคิดเป็นรายการต่อนาทีที่ออกอากาศเป็นตัวเลขถ่วงๆ โดยในหนึ่งวัน สามารถระบุได้ว่า มีการออกอากาศจำนวนกี่รายการ แต่หากมาพิจารณาเกณฑ์การกำหนดสัดส่วนการให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ที่เน้นการคำนวณเป็นสัดส่วนร้อยละของรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ แล้วค่อยนำมาคำนวณเป็นจำนวนเวลาในการออกอากาศ วิธีนี้ทำให้การคำนวณมีเศษของนาทีเกิดขึ้น และผลรวมนาทีที่ได้อาจหารไม่ลงตัวกับจำนวนรายการที่มีอยู่ในผังรายการ (ดังตารางที่ 8) ตัวอย่างเช่น การให้บริการเสียงบรรยายภาพของช่องรายการเพื่อประกอบกิจการทางธุรกิจ ในระยะเริ่มแรกกำหนดการให้บริการล่ามภาษามือ

ไว้ร้อยละ 5 เมื่อคำนวณออกมาแล้วได้เวลาเป็น 18 นาที/วัน ซึ่งรายการที่ออกอากาศเป็นเวลา 18 นาที แทบไม่ค่อยพบในผังรายการประจำวันของสถานีใดๆ ดังนั้นหากทางสถานีต้องนำรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมาผลิตเสียงบรรยายภาพ น่าจะต้องนำรายการสั้นๆ หลายรายการมารวมกันเพื่อให้ได้ครบเวลา 18 นาที หรือนำรายการครึ่งชั่วโมงมาผลิตแต่อาจให้บริการล่ามภาษามือเพียงแค่ 18 นาทีเท่านั้นก็ได้

และสำหรับในระยะเวลาที่ต้องให้บริการแบบเต็มรูปแบบ พบว่า มีการใช้เกณฑ์สองอย่างคือ **สัดส่วนร้อยละ** และ **จำนวนนาที/วัน** อย่างใดมากกว่า ก็ให้ใช้เกณฑ์นั้น ตัวอย่างเช่น บริการล่ามภาษามือกำหนดไว้ร้อยละ 9 หมายความว่า ในกลุ่มช่องโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะต้องให้บริการล่ามภาษามือวันละ 90.72 นาที และกลุ่มช่องธุรกิจต้องให้บริการวันละ 32.40 นาที อย่างไรก็ตาม เนื่องจากมีหมายเหตุต่อท้ายว่า “เมื่อรวมเวลาที่จัดให้มีบริการดังกล่าวตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้ว ต้องไม่น้อยกว่าหกสิบนาทีต่อวัน” นั้นหมายถึงช่องโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะต้องให้บริการอย่างน้อยวันละ 90.72 นาทีตามเดิม แต่ช่องธุรกิจต้องเพิ่มจากวันละ 32.4 นาทีไปเป็นวันละ 60 นาที

ดังนั้น การกำหนดด้วยเกณฑ์ร้อยละของสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จึงมีรายละเอียดปลีกย่อยที่ต้องพิจารณา ซึ่งอาจทำให้การทำงานของฝ่ายกำกับดูแลของ กสทช. และผู้ประกอบการ มีความยุ่งยากซับซ้อนกว่าการใช้เกณฑ์เวลาเป็นนาทีล้วนๆ ตามผังรายการของทางสถานี

2.2) รายการที่สามารถนำมาผลิตบริการแต่ละประเภทอาจมีไม่ครบตามเวลาที่กำหนด

หากพิจารณาสัดส่วนร้อยละสูงสุดของแต่ละบริการเมื่อถึงระยะที่ต้องให้บริการเต็มรูปแบบ พบว่า สถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะต้องให้บริการล่ามภาษามือวันละ 90.72 นาที บริการคำบรรยายแทนเสียงวันละ 604.8 นาที และบริการเสียงบรรยายภาพวันละ 100.8 นาที และสถานีโทรทัศน์ประเภทธุรกิจต้องให้บริการล่ามภาษามือวันละ 60 นาที บริการคำบรรยายแทนเสียงวันละ 216 นาที

และบริการเสียงบรรยายภาพวันละ 60 นาที โดยรายการที่เลือกมาผลิตนั้น ต้องเลือกรายการข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเป็นอันดับแรก เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดมาตรการพื้นฐาน

ข้อกำหนดดังกล่าวอาจเกิดปัญหากับสถานีโทรทัศน์บางช่องได้ ตัวอย่าง เช่น ช่องโมโน 29 ที่เน้นจุดขายรายการภาพยนตร์และซีรีส์เป็นหลัก ผังรายการของช่องจึงปรากฏรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไว้ไม่กี่รายการ⁷ ได้แก่ รายการ *เจาะข่าวเด็ดภาคดึก* เวลา 02.40-4.00 น. *ทันข่าวเช้า* เวลา 05.00-07.30 น. *เจาะข่าวเด็ดภาคบ่าย* ความยาว 20 นาที *ข่าวสั้นคืน* รายการ ความยาว 5 นาที และการถ่ายทอดรายการข่าวสารภาคบังคับ ซึ่งแม้ว่ารวมเวลาแล้วเป็นไปตามสัดส่วนที่กำหนดสำหรับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจที่ต้องมีรายการข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 แต่เมื่อพิจารณารายละเอียดปลีกย่อยของการให้บริการแต่ละประเภทพบว่า รายการข่าวสั้นต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นข่าวบันเทิงแทบทั้งสิ้น จึงไม่อาจนับได้ว่า จัดอยู่ในกลุ่มข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

ดังนั้น การให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะของช่องโมโน 29 จึงเหลือเพียงข่าวภาคเช้า ข่าวภาคบ่าย ข่าวภาคค่ำ และข่าวภาคดึก ความยาวรวมทั้งสิ้นประมาณวันละ 5 ชั่วโมง ซึ่งการจัดหารายการเพื่อนำมาให้บริการล่ามภาษามือก็ไม่น่ามีปัญหา เนื่องจากการผลิตล่ามภาษามือเหมาะกับรายการสดและรายการที่มีการพูดเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อพิจารณาถึงการให้บริการคำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพอาจมีอุปสรรคบางอย่างได้ เนื่องจากรายการข่าวไม่ค่อยเหมาะสำหรับการนำมาผลิตเสียงบรรยายภาพ และการขึ้นคำบรรยายแทนเสียงในรายการสดยังไม่มีอุปกรณ์รองรับการออกอากาศแบบเรียลไทม์ในขณะนี้ ดังนั้น ความเป็นไปได้ก็คือ การนำรายการข่าวที่ออกอากาศไปแล้วกลับมารีรันซ้ำอีกครั้งในวันนั้น เพื่อนำมาจัดทำคำบรรยายแทนเสียงลงไป

⁷ วิเคราะห์ข้อมูลจากผังรายการประจำวันจันทร์ถึงวันศุกร์ของช่องโมโน 29 ในเดือนมีนาคม 2561.

ในรายการให้ไ้ความยาว 3 ชั่วโมง 40 นาทีตามข้อกำหนด ซึ่งรายการที่มีอยู่ อาจไม่เพียงพอและความสดใหม่ของรายการก็จะลดน้อยลงไปด้วย และหาก ต้องการนำรายการภาพยนตร์และซีรีส์ที่มีอยู่มาให้บริการเสียงบรรยายภาพก็ไม่ใช่ ทางออก เพราะในประกาศฯ ไม่ได้ับรายการภาพยนตร์และซีรีส์เป็น “รายการ ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ด้วยเหตุนี้ ในกรณีของช่องโมโน 29 จึงไม่มีทางเลือกมากนัก

ตารางที่ 9 คำนวณเวลาโดยประมาณสำหรับการให้บริการแต่ละประเภทในแต่ละวัน⁸

ประเภทบริการ	การให้บริการโดยประมาณ/วัน ของผู้ประกอบกิจการที่ได้รับ ใบอนุญาตประเภทสาธารณะ	การให้บริการโดยประมาณ/วัน ของผู้ประกอบกิจการที่ได้รับ ใบอนุญาตประเภทธุรกิจ
ล่ามภาษามือ	1 ชั่วโมง 30 นาที	1 ชั่วโมง
คำบรรยายแทนเสียง	10 ชั่วโมง	3 ชั่วโมง 40 นาที
เสียงบรรยายภาพ	1 ชั่วโมง 40 นาที	1 ชั่วโมง
รวม	13 ชั่วโมง 10 นาที	5 ชั่วโมง 40 นาที

แม้แต่ช่องโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะบางช่องก็อาจประสบปัญหาได้ ด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ช่องทีวีรัฐสภา ที่เน้นการถ่ายทอดสดการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ซึ่งผังรายการแต่ละวันมีการขยับไปมา ขึ้นกับว่าการประชุมแต่ละครั้งจะเริ่มต้นและสิ้นสุดลงเมื่อใด การกำหนดว่าสถานีโทรทัศน์ทุกช่องต้องให้บริการทั้งสามประเภททุกๆ วัน จึงอาจทำให้ช่องโทรทัศน์อย่างทีวีรัฐสภาปฏิบัติตามประกาศฯ ได้เพียงบางส่วนเท่านั้น เช่น หากวันใดมีการถ่ายทอดสดประชุมสภาเป็นเวลานาน 7-8 ชั่วโมง ช่องทีวีรัฐสภาอาจจัดให้บริการล่ามภาษามือได้เกินเวลาที่กำหนด แต่การถ่ายทอดประชุมสภาที่ยาวนานออกไปย่อมไปเบียดเวลา

⁸ บนสมมติฐานว่า ทุกช่องออกอากาศวันละ 24 ชั่วโมง

รายการอื่นๆ ในผังรายการ ทำให้บริการอื่นๆ อย่างบริการคำบรรยายแทนเสียง ที่ต้องมีอย่างน้อย 10 ชั่วโมง และเสียงบรรยายภาพอีก 1 ชั่วโมง 40 นาที อาจเกิดปัญหาตามมาว่า จะออกอากาศอย่างไรให้ครบตามประกาศฯ ได้ในแต่ละวัน

2.3) การผลิตงานล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพมีความเฉพาะด้านและต้องใช้เวลาพอควร

เมื่อผ่านระยะเริ่มแรกของปีแรกไปแล้วการจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง เสียงบรรยายภาพจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนถึงระยะการให้บริการเต็มรูปแบบในทุกบริการตามที่กำหนด ได้แก่ บริการล่ามภาษามือต้องมีอย่างน้อยร้อยละ 9 และเฉลี่ยตลอดทั้งวันไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน บริการคำบรรยายแทนเสียงต้องมีอย่างน้อยร้อยละ 60 และเฉลี่ยตลอดทั้งวันไม่น้อยกว่า 180 นาทีต่อวัน และบริการเสียงบรรยายภาพต้องมีอย่างน้อยร้อยละ 10 และเฉลี่ยตลอดทั้งวันไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน นั้นหมายความว่า ในสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจะมีงานเกี่ยวกับการผลิตล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ เพิ่มขึ้นอย่างน้อยวันละ 5 ชั่วโมง ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลในเอกสาร “แนวทางการจัดทำล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสำหรับบริการให้บริการโทรทัศน์” (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2560) พบว่า ขั้นตอนการผลิตบริการแต่ละประเภทมีรายละเอียดที่ต้องใช้เวลาในการทำงานพอสมควรเพื่อให้ได้ผลงานตามมาตรฐาน สอดคล้องกับอารดา ครุจิต (2560) ที่ได้เขียนถึงความท้าทายของการผลิตบริการทั้งสามประเภท คือ ล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ไว้ดังนี้

การผลิตจอล่ามภาษามือ แม้ว่าเป็นการให้บริการที่มีขั้นตอนการทำงานไม่ซับซ้อน และค่าใช้จ่ายในการผลิตน้อยกว่าบริการคำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพ แต่ล่ามภาษามือที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นคนหูหนวกอาจมีไม่เพียงพอ เนื่องจากรายการโทรทัศน์มีความหลากหลาย บางรายการมีคำศัพท์เฉพาะด้านที่ต้องอาศัยล่ามภาษามือที่มีความชำนาญด้านการแปล เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ รายการ

ศิลปะ และอื่นๆ ล่ามภาษามือที่สามารถเป็นล่ามภาษามือทางโทรศัพท์ที่มีความเฉพาะด้านจึงมีจำนวนจำกัด ดังนั้น หากสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งต้องให้บริการจอล่ามภาษามือวันละประมาณไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง เป็นจำนวน 48 ช่อง (ตามที่ กสทช. กำหนดไว้ในระยะแรก) นั้นหมายถึงความต้องการล่ามภาษามือต้องมีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งการเข้ามาเป็นล่ามภาษามือจำเป็นต้องอาศัยการสั่งสมประสบการณ์เป็นเวลาพอสมควรกว่าจะเป็นที่ยอมรับ

การผลิตคำบรรยายแทนเสียง บริการนี้เป็นบริการที่จำเป็นต้องลงทุนด้านอุปกรณ์ และการอบรมบุคลากรเพิ่มเติม เนื่องจากการผลิตคำบรรยายแทนเสียงที่เป็นรายการสด เช่น รายการข่าวประจำวัน รายการถ่ายทอดสดกีฬา และอื่นๆ ต้องอาศัยอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ช่วยการพิมพ์เร็ว (stenograph) และระบบช่วยจำเสียง (speech recognition) มาถอดเสียงเป็นข้อความ และตรวจความผิดพลาดของข้อความที่ขึ้นบนหน้าจอ ซึ่งในปัจจุบันนี้ประเทศไทยยังมิได้มีการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ทำงาน การผลิตคำบรรยายแทนเสียงที่ใช้กันอยู่นิยมทำในรายการที่บันทึกไว้ล่วงหน้า ซึ่งต้องใช้เวลาและกำลังคนมากกว่าแบบสด แม้การผลิตคำบรรยายแทนเสียงแบบบันทึกล่วงหน้ามีข้อดีคือ สามารถตรวจทานควบคุมความผิดพลาด จัดบรรทัด และปรับคำให้กระชับเพื่อให้อ่านได้ง่ายและทันก่อนออกอากาศ แต่การจัดทำคำบรรยายแทนเสียงแบบบันทึกล่วงหน้าตามมาตรฐานมีขั้นตอนการทำงานในเชิงเทคนิคที่ละเอียด และใช้เวลาในการฝึกฝนและทำจริง ทั้งการตรวจสอบคำผิด การระบุรายละเอียดของเสียงอื่นๆ การจัดวางตัวอักษรในพื้นที่หน้าจอ การระบุผู้พูดในแต่ละฉาก และอื่นๆ (โปรดดู อารดา ครุจิต, 2560: บทที่ 4) ดังนั้น การผลิตคำบรรยายแทนเสียงในเวลาออกอากาศจริงนานเท่าใด การใช้เวลามผลิตจริงจะใช้เวลานานกว่านั้นเป็นเท่าตัว

การผลิตเสียงบรรยายภาพ บริการนี้เป็นบริการที่ต้องใช้เวลาในเรื่องการออกแบบในการเขียนเนื้อหานาน เนื่องจากการเขียนบทเสียงบรรยายภาพในรายการที่บันทึกล่วงหน้า ส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาตัดสินใจและออกแบบว่าจะบรรยาย “อะไร” และ “อย่างไร” เพราะภาพที่ปรากฏในฉากมีองค์ประกอบมากมายที่ไม่สามารถบรรยายรายละเอียดได้หมดในเวลาที่ถูกจำกัดจาก “ช่องว่าง

ของเสียง” (sound gap) ที่มีอยู่ และหลังจากเลือกได้ว่า ควรบรรยายอะไรแล้ว ยังต้องค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม และคิดว่าควรบรรยายอย่างไรให้เห็นภาพและเกิด อรรถรสในการรับชม เมื่อเขียนบทเสร็จเรียบร้อยแล้วยังต้องผ่านขั้นตอนอื่นๆ อีก ได้แก่ การซักซ้อมการอ่าน การบันทึกเสียง และการผสมเสียง ซึ่งประมาณ การคร่าวๆ ว่า การผลิตรายการเสียงบรรยายภาพที่มีความยาวหนึ่งชั่วโมงจะใช้ เวลาทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 8-10 ชั่วโมง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความยากง่ายและความซับซ้อน ของรายการด้วย (อารดา ครุจิต, 2560: 47) สำหรับในกรณีของเสียงบรรยาย ภาพแบบสด แม้ไม่ต้องผ่านกระบวนการหลังการผลิต (post-production) แต่ ผู้บรรยายต้องมีความรู้และมีทักษะในการใช้เสียงบรรยายภาพ เพื่อให้คนพิการ ทางการเห็น “เห็นภาพ” “เข้าใจ” และ “เพลิดเพลิน” ซึ่งรายการที่เหมาะสมกับ การนำมาผลิตเสียงบรรยายภาพแบบสดมักเป็นรายการถ่ายทอดสดที่ส่วนใหญ่ อาจไม่ได้จัดอยู่ในผังรายการประจำวัน

ดังนั้นการกำหนดสัดส่วนการให้บริการทั้งสามประเภทวันละไม่น้อย กว่า 5 ชั่วโมง ภายใต้เงื่อนไขการทำงานที่กล่าวมาข้างต้น สามารถประเมินได้ ว่า สถานีโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะน่าจะต้องใช้ทรัพยากรด้านเวลา การผลิตโดยรวมประมาณวันละไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และสถานีโทรทัศน์ ประเภทธุรกิจไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง และเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และทักษะเฉพาะ ด้านในการทำงานไม่ต่ำกว่า 3 คน เพื่อดำเนินการจัดให้บริการทั้งสามอย่างให้ แล้วเสร็จตามสัดส่วนของประกาศฯ ที่กำหนดเอาไว้ ซึ่งอาจนำไปสู่ความไม่พร้อม ในการจัดให้บริการของสถานีบางแห่งที่มีทรัพยากรจำกัดอยู่ในขณะนี้

2.4) ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ไม่พร้อมขยายบุคลากรหรือเพิ่มงาน ให้กับแผนกที่มีอยู่

หากพิจารณารายการจ่ายสำหรับการให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยาย แทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในแต่ละวันดังที่ประกาศฯ กำหนดไว้ สถานี โทรทัศน์แต่ละแห่งต้องจ้างล่ามภาษามือทุกวันอย่างน้อยวันละ 1 ชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง จ้างเจ้าหน้าที่เพื่อผลิตคำบรรยายแทนเสียงและจัดซื้ออุปกรณ์ในการ ทำงานอย่างน้อยวันละ 3 ชั่วโมง 40 นาที ถึง 10 ชั่วโมง และจ้างเจ้าหน้าที่เพื่อ

ผลิตเสียงบรรยายภาพอย่างน้อยวันละ 1 ชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมง 40 นาที ขึ้นกับใบอนุญาตประกอบกิจการที่ได้รับ ดังนั้น ปริมาณงานเพื่อจัดให้บริการทั้งสามอย่างได้ครบตามกำหนดในแต่ละวัน จึงต้องใช้เจ้าหน้าที่ทำงานอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 3 คน นั้นหมายถึง ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์อาจต้องจัดตั้งแผนกงานใหม่ขึ้นมาหรือโยกย้ายพนักงานเดิมที่มีอยู่มาทำงาน แต่หากไม่ต้องการผลิตเองก็ต้องจ้างบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตแทนให้ ซึ่งไม่ว่าวิธีใดต่างก็มีค่าใช้จ่ายประจำเพิ่มขึ้นหรือสร้างภาระงานที่เพิ่มขึ้นให้กับพนักงานที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์เพื่อธุรกิจ

เนื่องจากหากพิจารณาข้อเท็จจริงในอุตสาหกรรมดิจิทัลทีวีในช่วง 4-5 ปีมานี้ นับตั้งแต่มีการประมูลใบอนุญาตประกอบกิจการให้แก่ภาคเอกชน พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ประสบภาวะขาดทุนอย่างหนัก เนื่องจากต้องจ่ายค่าประมูลใบอนุญาตฯ ค่าเช่าโครงข่าย ค่าธรรมเนียมรายปี และอื่นๆ ในราคาที่สูงเกินกว่ารายได้ที่เข้ามา จนบางรายได้ถอนตัวคืนใบอนุญาตและเลิกกิจการไปแล้ว ขณะที่อีกหลายช่องที่ดำเนินงานอยู่ก็ได้ปลดพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย และรวมตัวกันยื่นหนังสือเพื่อให้รัฐบาล คสช. หามาตรการช่วยเหลือโดยการใช้นิติมาตรา 44 นอกจากนี้ กลุ่มผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะเองมีแนวโน้มได้รับงบประมาณจากรัฐลดลงหรือเท่าเดิม แต่กลับมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ การลงทุนในแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมมารับชมรายการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้น การตัดสินใจซึ่งงบประมาณที่มีอยู่จึงต้องคำนึงถึงความสำคัญและผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมก่อนเป็นอันลำดับแรก ซึ่งจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์หลายแห่ง พบว่า หลายสถานียังไม่มีความพร้อมในการจัดให้บริการมากนัก เนื่องจากหน่วยงานต้องลงทุนหลายสิ่งหลายอย่างเพิ่มเติม และบุคลากรมีอยู่ค่อนข้างจำกัดจากนโยบายการลดบุคลากรในองค์กร นอกจากนี้แล้ว ผู้บริหารของสถานีอาจยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการจัดให้บริการดังกล่าวว่าเป็นสิ่งที่ต้องรีบดำเนินการ เพราะมีอีกหลายเรื่องที่ควรให้ความสำคัญมากกว่าเป็นต้น ด้วยสถานการณ์เช่นนี้จึงเป็นเรื่องยากที่สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจะพร้อมจัดให้บริการตามสัดส่วนการออกอากาศถึงวันละไม่ต่ำกว่า 5 ชั่วโมงได้

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากบทความนี้ต้องการสนับสนุนการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของ คนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ ให้ ดำเนินไปตามเจตนารมณ์ของประกาศ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของ คนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ทว่า ที่ผ่านมาได้มีการเลื่อนบังคับใช้กฎหมายตามประกาศ ไปแล้วถึงสอง ครั้ง โดยอ้างถึงความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจสังคมในปัจจุบัน และไม่ก่อให้เกิดภาระแก่ผู้ได้รับใบอนุญาตเกินสมควร ดังนั้น ผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์ตัวแปรสอง อย่างคือ ประเภทรายการและสัดส่วนการออกอากาศ ซึ่งน่าจะเป็นปัจจัยส่วนหนึ่ง ในการสร้างภาระแก่ผู้ได้รับใบอนุญาตในการนำไปปฏิบัติตามได้ ด้วยเหตุดังกล่าว ในหัวข้อนี้ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะบางประการที่อาจช่วยให้การจัดให้บริการล่าม ภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสามารถดำเนินไปได้อย่าง ราบรื่นมากขึ้น ดังนี้

1) ควรนำร่องในกลุ่มสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ

อุปสรรคประการหนึ่งที่ทำให้สถานีโทรทัศน์หลายแห่งไม่พร้อมดำเนินการ จัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพอย่าง เต็มรูปแบบ คือ ต้นทุนในการดำเนินการ โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ภาคเอกชน เกือบทั้งหมดต้องแบกภาระต้นทุนค่าใบอนุญาตประกอบกิจการ ค่าเช่าโครงข่าย และค่าธรรมเนียมรายปีที่สูงมาก ขณะที่รายรับจากโฆษณาไม่ได้เป็นไปตามที่ คาดหมายไว้จนผลประกอบการขาดทุนต่อเนื่องมาตลอด กลุ่มผู้ประกอบการจึง รวมตัวกันเพื่อยื่นขอให้ กสทช. เลื่อนบังคับการใช้ประกาศ เรื่องการส่งเสริม และคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของ กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ออกไป ซึ่งหากพิจารณาข้อมูลจากสถานการณ์ ผลประกอบการที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2556-2560 พบว่า เกือบทุกรายมีผลประกอบการ ที่ขาดทุนอย่างต่อเนื่อง ส่วนช่อง 3 ที่เดิมเคยได้กำไรหลักพันล้านบาท แต่ ในปี 2560 กลับเหลือเพียง 61 ล้านบาท ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ พยายามลดต้นทุนในด้านต่างๆ เช่น การปลดพนักงาน การงดโบนัส การยุบรวม

แผนก การงดจ่ายค่าล่วงเวลา และอื่นๆ การลงทุนสำหรับการจัดให้บริการล่าม ภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพที่อาจต้องจ้างบุคลากรเพิ่ม เพิ่มแผนงานใหม่ และจัดซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม จึงไม่สอดคล้องกับสภาพทางการเงินของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคเอกชนที่ต้องคำนึงถึงผลกำไรที่ได้กลับคืนมาเป็นหลัก

ในขณะที่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะที่เป็น หน่วยงานภาครัฐนั้น ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโดยไม่ต้องเสียค่าประมูลเหมือนกับสถานีโทรทัศน์ภาคเอกชน งบประมาณรายจ่ายด้านเงินเดือนของบุคลากรส่วนใหญ่มาจากงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐ การขยายงานใหม่ๆ สามารถใช้วิธีเพิ่มภาระงานให้กับแผนกบางแผนกที่มีอยู่ การจัดซื้อจัดจ้าง หรือการขอตำแหน่งใหม่เพิ่มเข้ามาในองค์กร เป็นต้น ซึ่งงบประมาณในส่วนนี้สามารถแจ้งไปยังผู้บริหารเพื่อให้หน่วยงานจัดสรรงบประมาณให้ได้ โดยอ้างถึงพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 มาตรา 20 (6) ที่ได้บัญญัติให้คนพิการมีสิทธิเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้จากสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะ ตลอดจนสวัสดิการและความช่วยเหลืออื่นจากรัฐ อันได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร บริการโทรคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการสื่อสารสำหรับคนพิการทุกประเภท ตลอดจนบริการสื่อสารสาธารณะจากหน่วยงานรัฐหรือเอกชนที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ พร้อมด้วยประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ซึ่งเป็นความจำเป็นที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐต้องจัดให้บริการตามประกาศฯ และเพื่อให้เป็นไปตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิคนพิการ (Convention on the Rights of Persons with Disabilities/ DPRD) ที่เป็นอนุสัญญาด้านสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ ซึ่งประเทศไทยได้ให้สัตยาบันไว้กับองค์การสหประชาชาติ

ดังนั้น ข้อเสนอสำหรับกรณีนี้คือ การเริ่มนำร่องบังคับใช้ประกาศฯ กับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในกลุ่มใบอนุญาตประเภทเพื่อบริการสาธารณะก่อน แต่

ในกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศนประเภทเพื่อธุรกิจที่อาจยังไม่พร้อมดำเนินการ น่าจะใช้มาตรการส่งเสริมแทน นั่นคือ กสทช. อาจใช้เงินกองทุนฯ อุดหนุนผู้ประกอบการโทรทัศนที่ประสงค์นำรายการที่มีอยู่มาจัดทำบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน มาตรา 36 และ 52 ที่ให้คณะกรรมการ กสทช. ใช้ดุลยพินิจพิจารณาให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากกองทุนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศนเพื่อประโยชน์สาธารณะได้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด วิธีนี้อาจเป็นการสร้างแรงจูงใจทางหนึ่ง เพราะสถานีโทรทัศนเอกชนได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่าย อีกทั้งการจัดให้บริการเพื่อให้คนพิการเข้าถึงรายการโทรทัศนในช่อง สามารถสร้างภาพลักษณ์และขยายกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนพิการให้เข้ามารับชมรายการของทางสถานีเพิ่มขึ้นได้ด้วย

ข้อเสนอการดำเนินงานโดยแบ่งกลุ่มตามประเภทใบอนุญาตมีข้อดีคือ สถานีโทรทัศนประเภทสาธารณะได้ทำภารกิจตามเป้าหมายของการได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการเพื่อบริการสาธารณะ นอกจากนี้ สถานีโทรทัศนเหล่านี้มีสัดส่วนรายการประเภทข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเป็นหลัก จึงมีรายการที่สอดคล้องกับประกาศฯ ที่ต้องการให้คนพิการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์มากกว่ารายการบันเทิง ส่วนในด้านของสถานีโทรทัศนภาคธุรกิจแห่งใดที่มีความพร้อมจัดทำบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง หรือเสียงบรรยายภาพก็สามารถเข้าร่วมดำเนินการได้ทันที โดยยื่นขอเงินอุดหนุนจากกองทุนฯ เพื่อจัดให้มีบริการต่างๆ ซึ่งหากดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพก็สามารถเป็นต้นแบบให้กับสถานีโทรทัศนเอกชนแห่งอื่นๆ ต่อไป โดยไม่จำเป็นต้องรอให้สถานีทุกแห่งดำเนินการพร้อมกัน

2) เปิดกว้างให้รายการประเภทอื่นๆ เข้ามาอยู่ในกรอบมาตรการพื้นฐาน และมาตรการส่งเสริมของประกาศฯ ให้มากขึ้น

ในย่อหน้าแรกของประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการ ให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน ได้ระบุถึงสิทธิ

และความเสมอภาคของคนพิการในการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ได้เช่นเดียวกับคนทั่วไปว่า “โดยที่เป็นการสมควรกำหนดหลักเกณฑ์การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการ ให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ดำเนินการให้คนพิการสามารถเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป” ซึ่งหากพิจารณาข้อความดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า คนทั่วไปรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์อย่างไร คนพิการก็สมควรได้รับรู้และใช้ประโยชน์เช่นนั้นด้วย

เจตนารมณ์หลักในประกาศฯ จึงมุ่งเรื่อง “ความเสมอภาค” ให้คนพิการได้เข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ ซึ่งหากพิจารณาข้อเท็จจริงจะพบว่าคนพิการนั้นรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายทั้งรายการข่าว สารความรู้ สารบันเทิง และบันเทิงเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันไปซึ่งไม่ต่างจากคนทั่วไป ทว่า เมื่อลงไปดูรายละเอียดของประกาศฯ พบว่า ขอบเขตการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ที่จัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ กลับเน้นเฉพาะ “กลุ่มรายการข่าวหรือสาระที่ประโยชน์ต่อสาธารณะ” ในรหัส 01-04 เท่านั้น ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับ “การใช้ประโยชน์” และ “ความต้องการ” ของกลุ่มคนพิการที่รับชมรายการที่มีความหลากหลายดังนั้น หากมีการเปิดกว้างประเภทรายการอื่นๆ ให้มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องไปกับเจตนารมณ์หลักของประกาศฯ ก็จะทำให้คนพิการมีความเสมอภาคในการรับชมรายการโทรทัศน์ได้มากขึ้น

ทั้งนี้ หากพิจารณาจากพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 36 พบว่ารายการสำหรับการจัดให้บริการเพื่อคนพิการอาจหมายรวมถึง “รายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ” ซึ่งเมื่อตีความแล้วอาจไม่จำเป็นต้องลดรูปเหลือเพียง “รายการข่าวหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ” ที่อยู่ในรหัส 01-04 อีกทั้งสามารถอยู่ใน “รูปแบบการนำเสนอ” ที่หลากหลายทั้งภาพยนตร์สารคดี รายการวิทยุศาสตร์และสุขภาพ

รายการเด็กและเยาวชน และละคร^๑ ได้ด้วย

การขยายขอบเขตประเภทรายการให้กว้างขึ้น นอกจากช่วยตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ชมที่เป็นคนพิการแล้ว ยังทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีทางเลือกสำหรับการเลือกรายการมาผลิตล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพตามความเหมาะสมของการให้บริการแต่ละประเภทได้ดีขึ้น และแก้ไขปัญหาการมีรายการไม่เพียงพอสำหรับการจัดให้บริการแต่ละประเภทได้ในระดับหนึ่งอีกด้วย ดังเช่น ช่องโมโน 29 ที่มีรายการภาพยนตร์การ์ตูนสำหรับเด็ก และซีรีส์อยู่มากมาย ซึ่งหากเปิดกว้างประเภทรายการให้มากขึ้น นอกจากจะทำให้ช่องโมโน 29 สามารถปฏิบัติตามได้ง่ายขึ้นแล้ว ผู้ชมที่เป็นคนพิการยังได้รับชมรายการที่มีความหลากหลายเช่นเดียวกับคนทั่วไปอีกด้วย

3) ใช้การจัดระดับความเหมาะสม “ท” และ “รายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน” ไปพร้อมๆ กับ “รายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ”

เมื่อวิเคราะห์โดยการตีความรายละเอียดเนื้อหาในประกาศฯ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พบว่า กสทช. อาจคำนึงถึงเนื้อหาสาระรายการที่ไม่มีประโยชน์หรือไม่เหมาะสมต่อผู้ชม จึงได้เลือกกลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า กลุ่มคนพิการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายเช่นเดียวกับคนทั่วไป ดังนั้นในกรณีที่ต้องการประเมินประนีประนอมระหว่างเจตนาของ กสทช. กับความต้องการของกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนพิการ บทความนี้จึงใคร่ขอเสนอแนะการใช้ “ระดับความเหมาะสมของรายการ ในหมวด “ท” และ “รายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน” ไปพร้อมๆ กับ “กลุ่มรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ (รหัส 01-04)” ในการจัดทำบริการล่าม

^๑ ตัวอย่างเช่น ละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* (สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3, กุมภาพันธ์-เมษายน 2561) ที่นำเสนอข้อมูลประวัติศาสตร์สมัยพระนารายณ์มหาราชในบริบทการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งอาจถือได้ว่า เป็นรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะที่อยู่ในรูปแบบของรายการละคร.

ภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ เนื่องจากระดับความเหมาะสมของรายการ ในหมวด “ท” รับประกันว่า เป็นรายการทั่วไปที่สามารถรับชมได้ทุกวัย ส่วนรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชนเป็นหลักเกณฑ์ที่บังคับอยู่แล้วในการจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ ที่ระบุให้ทุกสถานีต้องจัดให้มีการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน ที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ “ป” “ด” หรือ “ท” อย่างน้อยวันละ 60 นาที ระหว่างช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ของทุกวัน และระหว่างช่วงเวลา 07.00-09.00 น. ในวันเสาร์และอาทิตย์¹⁰

การขยายเกณฑ์ประเภทรายการที่นำมาจัดให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ จึงช่วยทำให้ตอบสนองสิทธิในการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากเนื้อหาและรูปแบบรายการจากรายการโทรทัศน์ของคนพิการกว้างขึ้นกว่าเดิม และผู้ประกอบการโทรทัศน์ก็มีทางเลือกในการคัดเลือกรายการมาจัดให้บริการได้มากขึ้นด้วย ในขณะเดียวกัน ก็ยังคงอยู่ในกรอบเนื้อหาที่ให้ประโยชน์หรือไม่เป็นพิษภัยกับผู้ชมที่เป็นคนพิการดังที่ประกาศฯ ตั้งใจไว้

4) ปรับการกำหนดสัดส่วนจากวิธีคิดร้อยละเป็นนาทีต่อรายการตามเวลาผังรายการ

การกำหนดสัดส่วนการจัดให้บริการแต่ละประเภทเป็นร้อยละนั้น มีปัญหาดังที่กล่าวข้างต้นให้ทราบมาแล้วว่า การจัดผังรายการนั้นนิยมคำนวณเวลาต่อรายการเป็นนาทีล้วนๆ เช่น 5 นาที 10 นาที 30 นาที และ 60 นาที เป็นต้น ดังนั้นการประกาศฯ ให้คำนวณสัดส่วนร้อยละของรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทการประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต จึงไม่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดทำผังรายการที่คิดหน่วยเป็น “นาที/รายการ” วิธีนี้จะช่วยให้บริการจัดการง่ายขึ้นและแก้ไขความยุ่งยากซับซ้อนได้

¹⁰ อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในประกาศฯ เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 และที่แก้ไขเพิ่มเติม.

หลายประการ ได้แก่ การคิดคำนวณในแบบฟอร์มการจัดส่งผังรายการทำได้ง่ายขึ้น และผู้ชมมั่นใจได้ว่าการรับบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในรายการโทรทัศน์ที่รับชมอยู่สามารถดูได้ตลอดทั้งรายการ เพราะหากคำนวณสัดส่วนร้อยละหรือคิดเป็นนาทีแต่ไม่ได้กำกับด้วยหน่วยรายการ อาจหมายความว่า ในรายการหนึ่งๆ อาจจัดให้บริการไม่ครบทั้งรายการก็ได้ เช่น รายการข่าวความยาวหนึ่งชั่วโมงครึ่ง แต่บริการล่ามภาษามือกำหนดไว้อย่างน้อยเพียงหนึ่งชั่วโมง ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์อาจตัดสินใจลดต้นทุนจ้างล่ามภาษามือเพียงชั่วโมงเดียว ส่วนครึ่งชั่วโมงหลังนำเสนอไปโดยไม่มีล่ามภาษามือก็ได้ เป็นต้น

นอกจากข้อเสนอแนะในการปรับหน่วยเป็นนาทีต่อรายการตามผังรายการแล้ว อาจจำเป็นต้องปรับสัดส่วนเวลาของบริการต่างๆ ให้เหมาะสมกับเงื่อนไขที่มีอยู่ เช่น สถานีโทรทัศน์ช่องรัฐสภาที่เน้นรายการประชุมสภาและการให้ความรู้ อาจเน้นสัดส่วนบริการล่ามภาษามือมากกว่าบริการคำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ หากมีการศึกษาข้อมูลหรือทำวิจัยเพิ่มเติมถึงลักษณะของช่องแต่ละช่อง และความต้องการในการรับชมของคนพิการแต่ละประเภทก็จะช่วยให้การกำหนดสัดส่วนของการให้บริการต่างๆ เป็นไปอย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับความเป็นจริงมากขึ้นได้

บรรณานุกรม

- กุลนารี เสือโรจน์ (2558), รายงานการวิจัยเรื่อง การวิจัยถอดบทเรียนหลักการเขียนบทสื่อเสียงบรรยาย ภาพรายการอาหารทางโทรทัศน์เพื่อผู้พิการทางการเห็น, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทวี เชื้อสุวรรณทวี (2551), มองความพิการผ่านแนวคิดและทฤษฎี, กรุงเทพฯ: ธนาเพลส.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์, (2559, 5 กุมภาพันธ์), ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 133 ตอนพิเศษ 35 ง.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 2) (2560, มีนาคม).

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง
แนวทางการจัดทำสำมะนามือ ค่ายบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสำหรับการ
ให้บริการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ
กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึง
หรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (2560, 27 ธันวาคม), *ราชกิจจานุ
เบกษา*, เล่ม 134 ตอนพิเศษ 322 ง.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง
แนวทางการพิจารณาและคำนวณสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อ
สาธารณะเพื่อการขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจาย
เสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ตามระเบียบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาต
ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 (2557, 19 มิถุนายน),
ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 131 ตอนพิเศษ 113 ง.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง
หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (ฉบับที่
4) (2559, 31 สิงหาคม), *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 133 ตอนพิเศษ 193 ง.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง
หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.
2556 (2556, 27 กุมภาพันธ์), *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 130 ตอนพิเศษ 27 ง.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง
หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป
พ.ศ. 2555 (2556, 4 มกราคม), *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 130 ตอนพิเศษ 1 ง.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง
หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (2555,
16 ตุลาคม), *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 129 ตอนพิเศษ 157 ง.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ใน
ระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556 (2556, 14 สิงหาคม),
ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 130 ตอนพิเศษ 100 ง.

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 (2551, 4 มีนาคม),
ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 125 ตอนที่ 42 ก.

พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 (2550, 27 กันยายน),
ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 124 ตอนที่ 61 ก.

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 (2553, 19 ธันวาคม), *ราชกิจจานุเบกษา*,
เล่ม 127 ตอนที่ 78 ก.

- พวงแก้ว กิจธรรม (2555), *ความรู้ทั่วไป: คนพิการกับสื่อโทรทัศน์*, กรุงเทพฯ: มูลนิธิพัฒนาคนพิการไทย.
- ภัทธีรา สารากรบริรักษ์ (2558), *รายงานการวิจัยเรื่องเสียงบรรยายภาพที่ผู้พิการทางการเห็นต้องการ*, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ (2559), *รายงานการวิจัยเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของคนพิการทางการเห็นในฐานะผู้ผลิตเสียงบรรยายภาพ*, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิวานรท หงษ์ประยูร (2558), "การพัฒนารายการข่าวทางสื่ออินเทอร์เน็ตทีวี (IPTV) สำหรับคนหูหนวก", *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 29 (90): 291-312.
- อารดา ครุจิต (2558), *รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาหลักการผลิตสื่อเสียงบรรยายภาพในโทรทัศน์สำหรับผู้พิการทางการเห็น*, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2560), *โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ*, ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารดา ครุจิต และคณะ (2558), *หลักการผลิตเสียงบรรยายภาพ*, ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สื่อออนไลน์

- ผู้จัดการออนไลน์ (2560), *เผยตัวเลขรายได้ฟรีทีวี+ดิจิทัล ขาดทุนยับเกือบทุกช่อง*, สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2560 จาก <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID>
- มติชนออนไลน์ (2561), *วธ. ปลื้มบุฟเพช ปลุกประวัติศาสตร์ กรมศิลป์ผู้ดูแลมรดก 17-18 มี.ค.*, สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2561 จาก <https://www.matichon.co.th/news/871675>
- สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (2561), *คสช. เตรียมใช้ ม. 44 ช่วยเหลือผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล*, สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://news.thaipbs.or.th/content/270179>
- สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา (2561), "ผังรายการ", สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2561 จาก <http://www.radioparliament.net/parliament/listSchedule.php?catId=8>
- MGR Online (2561), *ช่อง 3 กำไรปี 60 ทรวด 95% ยอดขายโฆษณาลด-ค่าใช้จ่ายพุ่ง*, สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://mgronline.com/stockmarket/detail/961000018952>
- MONO 29 (2561), *ผังรายการ*, สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2561 จาก <https://mono29.com/schedule>
- POSITIONING (2561), *บทเรียนบนเส้นทางวิบาก ทีวีดิจิทัล เปิดใจ พ.อ. นที ศุกลรัตน์ คนทำตลอด 24 ช่อง*, สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2561 จาก <https://positioningmag.com/1152941>
- VOICE TV (2561), *สัมภาษณ์พิเศษ "เมื่อเทคโนโลยีใหม่ กวาด สื่อเก่า จะรอด หรือตายเรียบ"*, สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561 จาก <https://www.voicetv.co.th/read/HkU503tVG>

การสำรวจความต้องการคำบรรยายแทนเสียงของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร*¹

ไววุฒิ วุฒิอรธสาร²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ในลักษณะรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยทำการสำรวจครั้งเดียว (one-shot case study) ใช้แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (face-to-face questionnaires) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one-way Anova) และการทดสอบค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน (independent t-test) และใช้สถิติการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า เพศชายและหญิงที่มีอายุ รายได้ และมีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงเหมือนกัน และผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันก็มีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงเหมือนกัน ในขณะที่ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี และคนพิการทางการได้ยินมีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงอยู่ในระดับมาก ในขณะที่คนปกติมีความต้องการคำบรรยาย

* วันที่รับบทความ 4 เมษายน 2561; วันที่แก้ไขบทความ 5 กันยายน 2561; วันที่ตอบรับบทความ 9 กันยายน 2561.

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย “การสำรวจความต้องการคำบรรยายแทนเสียงของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปี พ.ศ. 2559 ซึ่งผู้เขียนได้ทำการขยายเวลาวิจัยจนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2560.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

แทนเสียงมากที่สุด ซึ่งผู้ชมที่มีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงจะมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกถึงความจำเป็นของคำบรรยายแทนเสียงในรายการโทรทัศน์ด้วย

รายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงเป็นการคำนึงถึงการให้บริการเพื่อให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ได้ เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ และฝ่ายกำกับดูแล รวมถึงองค์กรต่างๆ ควรเข้ามาสนับสนุนและทำให้เกิดการเข้าถึง “สื่อโทรทัศน์” โดยคนทุกกลุ่ม การมีส่วนร่วมช่วยสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนการเข้าถึงสื่อของคนทั้งหมด (equality of media accessibility) จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและน่าที่จะส่งเสริมต่อไป

คำสำคัญ: คำบรรยายแทนเสียง การวิจัยเชิงสำรวจ การรับชมโทรทัศน์

A Survey of Closed Captions Viewing in Bangkok

Waiyawut Wuthiastarn

Abstract

The study was the quantitative and survey research by one-shot case study. A face-to-face questionnaire was employed to collect and to analyze data by frequency, percentage, one-way ANOVA, independent t-test and Pearson's product moment correlation coefficient.

It was found that the audiences, both male and female, in distinctive age, income, and occupation need closed captions at the same level. The audiences with distinctive marriage status need the same level of closed captions. The audiences with lower educational level comparing to the Bachelor Degree need the closed captions more than the group of the Bachelor Degree and higher level. The hearing impaired viewers need closed captions at the high level while the hearing people need closed captions at the highest level. The audiences need TV programs with closed captions correlation with the need of closed captions in TV programs as well.

TV programs with closed captions serve disabled people and underprivileged people need through TV media. It is necessary for TV entrepreneurs and executive programmers including other organizations that should promote and get access to TV media by all groups. The contribution makes the movement to equality of media accessibility that is significant and should be promoted.

Keywords: closed captions, survey research, television viewing

บทนำ

หน่วยงานกำกับดูแลการดำเนินงานกิจการโทรทัศน์แต่ละประเทศ กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่เป็นผู้ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์แต่ละสถานี จะต้องผลิตรายการที่สามารถทำให้คนพิการทางการได้ยินสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้แก่ เช่นคนทั่วไป ข้อกำหนดนี้เป็นการตระหนักถึงสิทธิมนุษยชนที่มีแนวคิดในเรื่องความเท่าเทียมของการเข้าถึงสื่อ (equality of media accessibility) รวมถึงการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (universal design) ข้อกำหนดทั้งสองนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ภายในแต่ละประเทศที่จะต้องสามารถกำกับดูแลให้มีรายการโทรทัศน์ขึ้นตามหลักการนั้น ในประเทศไทยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้ประกาศราชกิจจานุเบกษา กำหนดแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555-2559 ในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 เรื่องยุทธศาสตร์การส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร ได้มุ่งเน้นให้เกิดการเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างเสมอภาคและหลากหลาย รวมถึงเพื่อส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ หรือคนด้อยโอกาส สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมกับคนทั่วไป โดยต้องมีแผนสนับสนุนให้ผู้ชมสามารถรับชมอย่างทั่วถึงภายใน 1 ปี และครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย จากแผนแม่บทดังกล่าวจึงเป็นที่มาให้ กสทช. ได้ส่งเสริมให้รายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ต้องมีการให้บริการสำหรับคนพิการทางการได้ยิน เช่น อักษรวิ่ง คำบรรยายใต้ภาพ คำบรรยายแทนเสียงที่เป็นแบบปิด (closed captions) และคำบรรยายแทนเสียงที่เป็นแบบเปิด (open captions) (ซึ่งในงานวิจัยนี้จะเรียกโดยรวมว่าคำบรรยายแทนเสียง) จะต้องไม่น้อยกว่า 180 นาทีต่อวัน รวมทั้งภาษามือ³ ต้องไม่น้อยกว่า 60 นาทีต่อวัน นอกจากนี้ กสทช. ยังได้มีมาตรการบังคับคือ ให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการผลิตรายการ โดยจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายแทนเสียง และ

³ เนื่องจากการวิจัยนี้ทำการศึกษาเฉพาะระบบการใช้อักษรเพื่อการบรรยายที่เรียกว่า captioning จึงไม่ได้กล่าวถึงการให้บริการภาษามือไว้ในบทความวิจัยนี้

บริการเสียงบรรยายภาพ⁴ โดยสัดส่วนรายการจะเพิ่มขึ้นจากปีแรกที่มีผลใช้บังคับไปจนถึงปีที่ 5 (รู้จักสิทธิ รู้จักสื่อ, [Online]) และ กสทช. ได้ประกาศราชกิจจานุเบกษาเพิ่มเติมในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การส่งเสริมคุ้มครองสิทธิคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 2) อีกฉบับในปี พ.ศ. 2560 ดังนั้น ปริมาณของคำบรรยายแทนเสียงตามสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะจะต้องเพิ่มขึ้น ซึ่งผลพลอยได้อย่างหนึ่งของอักษรวิ่ง คำบรรยายได้ภาพ และคำบรรยายแทนเสียงของประเทศที่มีการให้บริการนี้ สามารถช่วยเพิ่มการอ่านออกเขียนให้แก่ผู้ชมโทรทัศน์อีกด้วย ปัจจุบันประเทศไทยได้อนุญาตให้ชาวต่างประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้เข้ามาทำงาน หากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการให้ผู้เข้ามาทำงานเหล่านั้นเรียนรู้ภาษาไทยมากขึ้น ก็ควรสนับสนุนให้มีการให้บริการคำบรรยายแทนเสียงในกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยด้วย เพราะสามารถทำให้คนต่างประเทศได้เรียนรู้ภาษาไทยได้ดีขึ้น และนอกจากนี้ ยังสามารถใช้เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ให้แก่คนไทยในประเทศที่ไม่ได้เข้าสู่ระบบการศึกษาได้อีกทางหนึ่ง

ในปี พ.ศ. 2556 กสทช. ได้ประกาศหลักเกณฑ์ให้ผู้รับใบอนุญาตจัดให้มีบริการเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในกลุ่มคนพิการทางการได้ยิน ให้เข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์ โดยเริ่มมีบริการคำบรรยายแบบเปิด (open captions) ในรายการ *ศึกษาทัศน์* ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ซึ่งได้ออกอากาศให้มีคำบรรยายปรากฏในจอโทรทัศน์ เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน 2557 ซึ่งเป็นการให้บริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการทางการได้ยินที่ได้มาตรฐานรายการแรกๆ ในประเทศไทย (มลิวัลย์ ธรรมแสง และคณะ, 2559) จากนั้นเป็นต้นมา สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ จึงได้ผลิตรายการที่มีระบบคำบรรยายแทนเสียง เช่น รายการซีรีส์ *สู้ฝันวันยิ่งใหญ่*

⁴ เสียงบรรยายภาพไม่ได้กล่าวถึงในบทความวิจัยนี้เช่นเดียวกับภาษามือ

ออกอากาศครั้งแรกใน วันที่ 7 มีนาคม 2558 รายการซีรีส์ *ทีมนักสืบมาดกวน* ออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 26 มีนาคม 2559 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นต้น การวิจัยนี้ใช้วิธีการสำรวจความนิยมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นวิธีการประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์รูปแบบหนึ่ง เพื่อเป็นการตรวจสอบถึงความสามารถในการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์จากผู้ชมที่ชมรายการที่มีการให้บริการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเพื่อสำรวจความต้องการของผู้ชมทั้งที่เป็นคนทั่วไปและเป็นคนพิการทางการได้ยิน ในการสอบถามความพึงพอใจและเพื่อทราบถึงความจำเป็นที่จะต้องมียระบบบริการคำบรรยายแทนเสียง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการดำเนินกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยที่เปลี่ยนจากระบบแอนะล็อกเป็นดิจิทัล ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อการไม่ได้รับบริการในพื้นที่ อับสัญญาณ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงทำการศึกษาพื้นที่ที่สัญญาณดิจิทัลมีการให้บริการอย่างทั่วถึง ผู้วิจัยจึงเลือกทำการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่สัญญาณดิจิทัลได้แพร่กระจายอย่างครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 50 เขต

วัตถุประสงค์การศึกษา

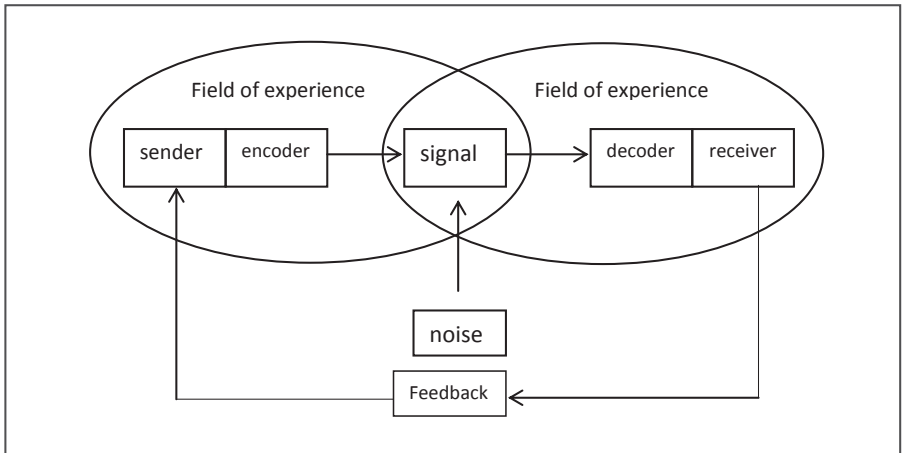
วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เป็นไปเพื่อการสำรวจความต้องการ คำบรรยายแทนเสียงของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อทำให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างความเข้าใจกับผู้ชม ถือว่าเป็นการพัฒนาการอย่างหนึ่งที่นักการศึกษาและพัฒนาก็ใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อบรรลุมิติวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ การศึกษา ในแบบจำลอง Dale's cone of experience ของ Dale (1946) ได้จัดให้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถสร้างการเรียนรู้แบบหนึ่ง สามารถจำลองให้คล้ายกับสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติได้ โดยการออกแบบสื่อโทรทัศน์ให้สามารถใช้ในการเรียนของคนที่มีความบกพร่อง อย่างเช่นคนพิการทางการได้ยินซึ่งได้ดำเนินมานานแล้ว โดยมีการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้คนพิการสามารถเรียนรู้ร่วมกับคนปกติได้ (special

education) เช่น ระบบ closed captions และ open captions ที่แนวคิดดังกล่าวเกิดจากการปรับประยุกต์แบบจำลองการสื่อสารแบบการถ่ายโอนข้อมูล (transfer of information) ซึ่ง Shannon and Weaver (1949) ได้ออกแบบไว้ จากนั้น Shramm (1954) ได้ให้ความสำคัญในรูปแบบการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสื่อสารกันโดยสลับบทบาทหน้าที่ (transactional model) โดยการมีประสบการณ์ที่มีร่วมกันเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณา แต่ด้วยคนที่มีความบกพร่องทางประสาทสัมผัสไม่สามารถรับรู้ประสบการณ์ที่เหมือนกันกับคนทั่วไปได้ ดังนั้นจึงต้องสร้างการเข้าและถอดรหัสในการสื่อสารเพื่อให้คนปกติและคนพิการมีกรอบแห่งประสบการณ์ในพื้นที่ร่วมกัน (Heinich,1982: 15-19)

ภาพที่ 1 แสดงแบบจำลองที่ Shramm ดัดแปลงมาจากแบบจำลองของ Shannon and Weaver



ที่มา: Heinich (1982)

เมื่อพิจารณาสื่อโทรทัศน์ในแง่มุมของการเป็นสื่อกลาง (medium) ทำให้การสลับบทบาทหน้าที่กันของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีน้อยลง และด้วยเหตุที่คนพิการทางการได้ยินไม่สามารถรับรู้ได้ถึงเสียงของรายการโทรทัศน์ ก็ยิ่งทำให้ขอบเขตของประสบการณ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความแตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ รายการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องใช้การเข้ารหัส (encode) เพื่อให้คนพิการทางการได้ยินสามารถรับรู้ถึงเสียงในรายการโทรทัศน์โดยใช้ระบบคำบรรยายแทนเสียงที่เป็นการเข้ารหัส เช่นเดียวกับการใช้ผู้แสดงเป็นล่ามภาษามือ (encoder) จึงจะสามารถทำให้คนหูหนวกหรือคนพิการทางการได้ยินสามารถรับรู้สิ่งที่เสียงหรือสิ่งที่ถูกพูดได้ เมื่อสื่อโทรทัศน์ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อมวลชน (mass media) การทำให้คนพิการและคนด้อยโอกาสสามารถเข้าถึงสื่อ ก็ยังเป็นสิ่งสำคัญจึงมีการบริการเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ (television access service) ที่ทำให้คนพิการทางการเห็นต้องจัดให้มีเสียงบรรยายภาพ (audio description) คนพิการทางการได้ยินต้องจัดให้มีภาษามือ (sign language) และคำบรรยายแทนเสียง (caption) (ฮารดา ครุจิต, 2560: 3)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร คำนวณจากการกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้วิจัยได้คำนวณโดยสูตรของ Taro Yamane (1967 อ้างถึงใน สุขชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดำเนินการโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ตามสัดส่วนจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified sampling) จากกำหนดพื้นที่ที่ต้องการศึกษาได้แก่ สำนักงานเขตต่างๆ ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 50 เขต หลังจากนั้น สุ่มเลือกตัวอย่างตามกลุ่มสำนักงานเขตโดยใช้วิธีการแบ่งสัดส่วน ดังนี้

$$\text{กลุ่มตัวอย่าง} = \frac{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ} \times \text{จำนวนประชากรทั้งหมดในเขต}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด 50 เขต}}$$

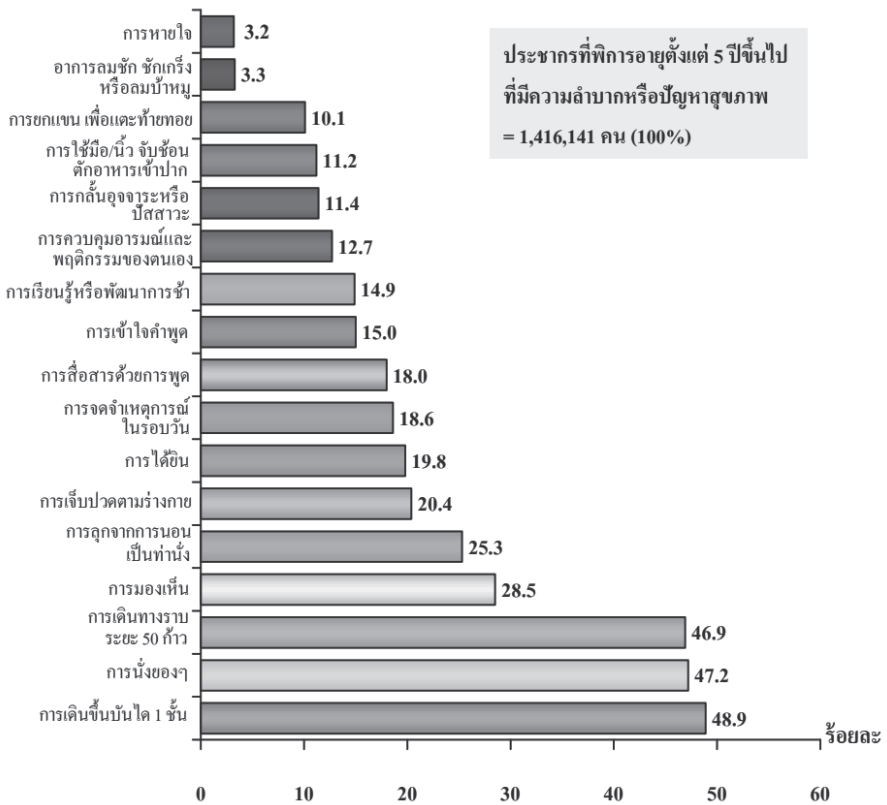
เนื่องจากผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความต้องการของคนพิการทางการได้ยินในการศึกษาครั้งนี้ โดยนำมาเปรียบเทียบกับความต้องการของผู้ชมทั่วไป ดังนั้นเมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นคนปกติตามจำนวนที่ต้องการ ผู้วิจัยจึงคัดเลือกตัวแทนผู้ชมรายการโทรทัศน์จากกลุ่มคนพิการทางการได้ยินด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจง (purposive selection) โดยกำหนดจำนวน 90 ตัวอย่าง ใช้การคัดเลือกจากคนหูหนวกที่สังกัดสมาคม หรือชุมชนที่เกี่ยวข้องกับคนหูหนวกหรือคนพิการทางการได้ยิน อาทิ สมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย และสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนพิการทางการได้ยินในการวิจัยนี้มีจำนวน 90 คน ผู้วิจัยได้เลือกจำนวนตัวแทนของคนหูหนวกให้ใกล้เคียงตามสัดส่วนจากการคำนวณจำนวนคนที่มีปัญหาทางการได้ยิน (ร้อยละ 19.8) โดยอ้างอิงจากการสำรวจความพิการ พ.ศ. 2555 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม (questionnaires) โดยผู้วิจัยและทีมผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างและให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (face-to-face questionnaires) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์จำนวน 3 คน และค่าความเชื่อมั่น (reliability) มีค่า 0.89 โดยการคำนวณจากสูตร Cronbach's Alpha (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 490 ชุดแล้ว นำมาวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลการศึกษา

จากผลการสำรวจจากงานวิจัยครั้งนี้พบว่า มีเพศหญิง จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และเพศชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 สัดส่วน

ภาพที่ 2 สัดส่วนของประชากรที่จำแนกจากปัญหาสุขภาพ



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

ดังกล่าวค่อนข้างจะเป็นไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานครจากกองสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร ทำการสำรวจจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2558 พบว่า มีเพศหญิง ร้อยละ 52.68 และเพศชาย ร้อยละ 47.31 และจากการสำรวจผู้ชมรายการโทรทัศน์ในการวิจัยนี้พบว่า ประชาชนที่เป็นผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีค่าบรรยายแทนเสียงเป็นกลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0, กลุ่มตัวอย่างอายุ 25-35 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4, กลุ่มตัวอย่างอายุ 36-45 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 14.47, กลุ่มตัวอย่างอายุ 46-50 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และกลุ่มตัวอย่างอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 51 ปี ขึ้นไปจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คือ มีจำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 พบว่า เป็นนักเรียน นักศึกษาหรือนิสิต จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ อีกจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 จากการสำรวจรายได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001-45,000 บาท มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ในการสำรวจด้านสถานภาพสมรสจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสโสด มีจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และกลุ่มตัวอย่างหย่าร้างที่มีสถานภาพมีจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 4.5 และกลุ่มอื่นๆ เช่น หม้ายสามี หรือ ภรรยาเสียชีวิต จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ผลการสำรวจเมื่อสอบถามความต้องการคำบรรยายแทนเสียง จากการตอบแบบสอบถามถึงความพึงพอใจในการให้บริการแก่คนพิการทางการได้ยิน ซึ่ง กสทช. ได้ส่งเสริมให้รายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ต้องมีการให้บริการสำหรับคนพิการทางการได้ยิน เช่น อักษรวิ่ง คำบรรยายได้ภาพ คำบรรยายแทนเสียงที่เป็นแบบปิด (closed captions) และคำบรรยายแทนเสียงที่เป็นแบบเปิด (open captions) ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้เรียกโดยรวมว่า บริการคำบรรยายแทนเสียง พบว่าผู้ชมส่วนมากพึงพอใจกับการให้บริการดังกล่าว โดยแสดงในตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 3

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการอักษรวิ่ง

ความต้องการอักษรวิ่ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1.0
ไม่เห็นด้วย	6	1.2
ไม่แน่ใจ	59	12.0
เห็นด้วย	185	37.8
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	235	48.0
รวม	490	100.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการคำบรรยายใต้ภาพ

ความต้องการอักษรวิ่ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	0.4
ไม่เห็นด้วย	3	0.6
ไม่แน่ใจ	58	11.8
เห็นด้วย	192	39.2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	235	48.0
รวม	490	100.0

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการคำบรรยายแทนเสียง

ความต้องการอักษรวิ่ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3	0.6
ไม่เห็นด้วย	4	0.8
ไม่แน่ใจ	65	13.3
เห็นด้วย	192	39.2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	226	46.1
รวม	490	100.0

จากตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 3 แสดงถึงความต้องการของอักษรวิ่งในระดับมากที่สุดเท่ากับความต้องการคำบรรยายใต้ภาพในระดับมากที่สุด (เห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 48.0) ขณะที่มีความต้องการคำบรรยายแทนเสียงในระดับมากที่สุด (เห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 46.1) จากนั้นได้สอบถามผู้ชมรายการโทรทัศน์โดยได้สอบถามถึงความรู้สึกถึงความจำเป็นที่จะต้องมี อักษรวิ่ง คำบรรยายใต้ภาพ และ คำบรรยายแทนเสียง ในรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ผลการสำรวจพบว่า

ผู้ชมส่วนมากเห็นว่ามีคามจำเป็นในอักษรวิ้ง คำบรรยายใต้ภาพ และ คำบรรยายแทนเสียง ดังแสดงได้ตามตารางที่ 4 ถึงตารางที่ 6

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบ อักษรวิ้ง

ความจำเป็นที่จะต้องมีระบบอักษรวิ้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	0.4
ไม่เห็นด้วย	6	1.2
ไม่แน่ใจ	68	13.9
เห็นด้วย	177	36.1
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	237	48.4
รวม	490	100.0

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างถึงความจำเป็นที่จะต้องมีคำบรรยาย ใต้ภาพ

ความจำเป็นที่จะต้องมีคำบรรยายใต้ภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	0.4
ไม่เห็นด้วย	6	1.2
ไม่แน่ใจ	59	12.0
เห็นด้วย	169	34.5
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	254	51.8
รวม	490	100.0

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างถึงความจำเป็นที่จะต้องมีคำบรรยาย
แทนเสียง

ความจำเป็นที่จะต้องมีคำบรรยาย แทนเสียง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4	0.8
ไม่เห็นด้วย	13	2.7
ไม่แน่ใจ	55	11.2
เห็นด้วย	179	36.5
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	239	48.8
รวม	490	100.0

จากตารางที่ 4 ถึงตารางที่ 6 แสดงถึงความจำเป็นที่จะต้องมีอักษรวิ่งในระดับมากที่สุด (เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 48.4) ความจำเป็นที่จะต้องมีคำบรรยายใต้ภาพในระดับมากที่สุด (เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 51.8) ขณะที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีคำบรรยายแทนเสียงในระดับมากที่สุด (เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 48.8) เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงและความจำเป็นของคำบรรยายแทนเสียงในรายการโทรทัศน์ พบว่ามีความสัมพันธ์กันแสดงได้ตามตารางที่ 7

จากตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงและความจำเป็นของคำบรรยายแทนเสียงในรายการโทรทัศน์ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) พบว่ามีค่ามากกว่า 0 และมีค่าใกล้ 1 (0.674) แสดงว่า ความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงกับความจำเป็นของคำบรรยายแทนเสียงในรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางบวก หมายความว่า เมื่อผู้ชมต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียง จึงมีความรู้สึกถึงความจำเป็นของคำบรรยายแทนเสียงในรายการโทรทัศน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและความจำเป็นที่จะต้องมีคำบรรยาย
แทนเสียง

	ความต้องการ	ความจำเป็น
ความต้องการ Pearson correlation	1	0.674**
Sig (2-tailed)		0.000
N	490	490
ความจำเป็น Pearson correlation	0.674**	1
Sig (2-tailed)	0.000	
N	490	490

** correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

ฤทัยพร ม่วงเทศ และคณะ (2557) เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวสำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยินและการสื่อความหมาย” ซึ่งได้พัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวสำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยินและการสื่อความหมายและเป็นการสำรวจความพึงพอใจจากการเข้าร่วมชมรายการโทรทัศน์ที่คณะผู้วิจัยได้ผลิตขึ้น โดยคำบรรยาย (captions) แบบ Cordia กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด และใช้คำบรรยายขนาด 36 points กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับรายการโทรทัศน์ที่มีการให้บริการคำบรรยายแทนเสียงที่ออกอากาศ พบว่า ขนาดตัวอักษรที่ใช้บรรยายแทนเสียงมีขนาดใกล้เคียงกับขนาดของตัวอักษรในงานวิจัย จึงทำให้ผู้ชมรายการโทรทัศน์มีความพึงพอใจดังกล่าว

ในงานวิจัยนี้มีการศึกษาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการทางการได้ยินซึ่งมี 3 รูปแบบ ได้แก่ อักษรวิ่ง คำบรรยายได้ภาพ และคำบรรยายแทนเสียง ซึ่งคำบรรยายได้ภาพเป็นรูปแบบหนึ่งในการบริการของกิจการโทรทัศน์ ที่ใช้คำเรียกแตกต่างกัน เช่น ในประเทศอังกฤษ ซึ่ง BBC เรียกว่า subtitles เป็นคำบรรยายแทนเสียงรูปแบบหนึ่งที่เป็นตัวอักษรอธิบายบทสนทนาส่วนใหญ่จะแสดงด้านล่างของจอภาพ ซึ่งหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านสื่อของสหราชอาณาจักร

ใช้คำว่า subtitle ซึ่งการบรรยายตัวอักษรนี้มีชื่อเรียกหลากหลาย เช่น ในเบลเยียม อิตาลี เยอรมนี โปรตุเกส เรียกว่า subtitling for the deaf and hard-of-hearing (SDH) คำบรรยายได้ภาพ แบ่งเป็น คำบรรยายได้ภาพเพื่อการแปล (translating subtitling) เป็นการแปลจากภาษาต้นฉบับเป็นภาษาแปล เช่น รายการ *เดินทางประเทศไทย “คืนความสุขให้คนในชาติ”* เป็นรายการที่มี subtitle เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อการแปลให้ชาวต่างประเทศได้เข้าใจเนื้อหารายการ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีคำบรรยายได้ภาพแบบภาษาเดียวกัน (same translating subtitling) เป็นการใช้ภาษาต้นฉบับและคำบรรยายเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาษานั้นๆ หรืออาจเป็นการสร้างการเรียนรู้ในภาษาเพื่อเพิ่มความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ (อาร์ดา ครุจิต, 2560: 130-131) ในการวิจัยครั้งนี้ มีผลการสำรวจที่แสดงถึงความพึงพอใจในรายการโทรทัศน์ที่ใช้คำบรรยายได้ภาพ (subtitle) ได้แก่ รายการ *เดินทางประเทศไทย* ที่มีความพึงพอใจสูงที่สุด (ร้อยละ 45.5) ซึ่งมีข้อสังเกตว่า รายการโทรทัศน์บางรายการมีการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ อักษรวิ่ง คำบรรยายได้ภาพ และล่ามภาษามือ ทำให้คนพิการทางการได้ยินสามารถเลือกชมสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทใดประเภทหนึ่งได้ตามความเหมาะสม เช่น คนหูหนวกที่มีความรู้ทางภาษามือจะเลือกชมสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทล่ามภาษามือ สอดคล้องกับการศึกษาของราชภัฏ บุญญา ที่พบว่า คนหูหนวกมีการสื่อสารโดยใช้ภาษามือเป็นหลักและเป็นภาษาเฉพาะของคนหูหนวก (วารสารวิทยาลัยราชสุดา, [online])

ส่วนคำบรรยายแทนเสียง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้บกพร่องทางการได้ยิน หรือคนพิการทางการได้ยิน รวมถึงคนหูหนวก คนหูตึงที่ไม่สามารถได้ยินอย่างคนปกติ ทำให้สามารถเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ได้ แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ คำบรรยายแทนเสียงแบบเปิด (open captions) คือการทำคำบรรยายแทนเสียงที่ติดอยู่กับภาพหรือรายการตลอดเวลา ไม่สามารถด(รีโมต)ลบคำบรรยายเหล่านั้นออกได้ มีสัญลักษณ์ คือ “OC” ส่วนอีกประเภทเรียกว่า คำบรรยายแทนเสียงแบบปิด (closed captions) คือคำบรรยายแทนเสียงที่รายการทำไว้ให้ผู้ชมสามารถเปิด(จากรีโมต) และปิดคำบรรยายแทนเสียงได้ เพื่อให้ผู้ชมที่ไม่ต้องการ

เห็นคำบรรยายเหล่านี้ปรากฏบนจอภาพสามารถกดคำบรรยายแทนเสียงออกจากรายการได้ มีสัญลักษณ์ คือ “CC” (มลิวัลย์ ธรรมแสง, 2559 และอารดา ครุจิต, 2560: 16)

ภาพที่ 3 ตัวอย่างรายการที่มีคำบรรยายใต้ภาพ และล่ามภาษามือ



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=X03mcxZTcf0>

เมื่อทำการเปรียบเทียบในความต้องการคำบรรยายแทนเสียงระหว่างคนพิการทางการได้ยินกับคนปกติ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้สำรวจความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ที่ประกอบด้วยการศึกษาอักษรวิ้ง คำบรรยายใต้ภาพ และคำบรรยายแทนเสียง โดยเปรียบเทียบระหว่างคนพิการทางการได้ยินกับคนปกติ พบว่า ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของคนปกติกับคนพิการทางการได้ยินนั้น มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพบว่าคนพิการทางการได้ยินมีความต้องการในระดับมาก ($x = 4.06$) ในขณะที่คนปกติมีความต้องการในระดับมากที่สุด ($x = 4.37$) ดังแสดงในตารางที่ 8

ภาพที่ 4 ตัวอย่างรายการที่มีคำบรรยายแทนเสียง



ที่มา: ไวยวุฒิ วุฒิอรรถสาร และคณะ (2559: 48)

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียง

ประเภทของผู้ชม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	P-Value
คนพิการทางการได้ยิน	90	4.06	0.84	- 3.86	0.000
คนปกติ	400	4.37	0.64		
รวม	490				

* กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า ค่า P-Value ของความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียง จำแนกการได้ยินระหว่างคนพิการทางการได้ยินกับคนปกติมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า

คนพิการทางการได้ยินมีความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคำบรรยายแทนเสียงแตกต่างกับคนปกติ โดยคนปกติมีความต้องการในระดับมากกว่าคนพิการทางการได้ยิน ทั้งนี้เพราะความแตกต่างของภาษาหลัก (mother tongue) ในการรับชมรายการของคนหูหนวกหรือคนพิการทางการได้ยินกับคนปกติมีความแตกต่างกัน คนปกติจะใช้ภาษาเขียนที่เป็นภาษาเดียวกับภาษาพูดของคนปกติทั่วไปเป็นภาษาหลัก เพราะภาษามนุษย์ทั่วไปคือภาษาที่สื่อด้วยเสียง (จรัลวิไล จรุงญโรจน์, 2548: 26) แต่คนหูหนวกมีภาษามือ (sign language) เป็นภาษาหลัก ดังนั้น คนหูหนวกจึงมีความคิดแตกต่างจากคนปกติทั่วไป โดยเห็นว่า เขาสามารถเลือกบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นล่ามภาษามือในการชมรายการโทรทัศน์ ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับคนปกติแล้ว คนพิการทางการได้ยินจึงมีความต้องการบริการคำบรรยายแทนเสียงแตกต่างจากคนปกติ

จากการวิจัยพบว่า รายการที่มีการให้บริการล่ามภาษามือมีจำกัด เนื่องจากล่ามภาษามือมักใช้ได้กับรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าว (news program) หรือรายการพิเศษ เช่น รายการ *เดินทางประเทศไทย “คืนความสุขให้คนในชาติ”* แต่มักจะไม่มีบริการให้บริการล่ามภาษามือในรายการประเภทละครโทรทัศน์หรือในรายการบันเทิงประเภทอื่นๆ ทำให้ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อมีผลการสำรวจที่แสดงถึงความพึงพอใจในรายการโทรทัศน์ที่ให้บริการคำบรรยายแทนเสียงในรายการข่าวมากที่สุด ถึงร้อยละ 24.5 แต่มีความพึงพอใจในรายการซีรีส์ต่างๆ เพียงร้อยละ 10.2 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในรายการข่าวมีการให้บริการล่ามภาษามือประกอบไปด้วย จึงทำให้คนพิการทางการได้ยินมักนิยมชมรายการข่าวมากกว่ารายการโทรทัศน์ประเภทอื่น

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงสื่อประเภทโทรทัศน์ให้กับคนพิการตามที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา พบว่า สัดส่วนของการให้บริการคำบรรยายแทนเสียงที่ให้ผู้รับใบอนุญาตต้องมีสัดส่วนในการให้บริการที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี เช่นเดียวกับการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทอื่น แต่จากสัดส่วนรายการที่จะเพิ่มขึ้นนั้น พบว่า คำบรรยายแทนเสียงมีสัดส่วนมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับบริการประเภทอื่นๆ คือ

ภาพที่ 5 ตัวอย่างรายการข่าวที่มีล่ามภาษามือ



ที่มา: รายการ แมกกาซีนข่าว, 15 เมษายน 2561

คำบรรยายแทนเสียงจะต้องถูกจัดให้มีในสัดส่วนรายการ ร้อยละ 40 ในปีแรก และในปีที่ 2 ส่วนปีที่ 3 และ ปีที่ 4 จะต้องมีรายการที่มีคำบรรยายแทนเสียงเพิ่มเป็นร้อยละ 50 จนกระทั่งในปีที่ 5 จะต้องมีรายการที่มีคำบรรยายแทนเสียงเป็นร้อยละ 60 ในขณะที่สถานีโทรทัศน์จะต้องจัดให้มีรายการที่ให้บริการล่ามภาษามือใน 2 ปีแรก ในสัดส่วน ร้อยละ 5 และจะต้องจัดให้มีเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 7 ในปีที่ 3 และปีที่ 4 โดยในปีสุดท้ายจะต้องมีการจัดให้มีรายการที่ให้บริการล่ามภาษามือเป็นสัดส่วนร้อยละ 9 ในปีที่ 5

ในส่วนของการบริการเพื่อให้คนพิการทางการเห็นหรือคนตาบอดและคนที่มีสายตาเลือนราง สามารถชมรายการโทรทัศน์โดยการฟังคำบรรยายที่เรียกว่า เสียงบรรยายภาพ (audio description) สถานีโทรทัศน์จะต้องจัดให้มีรายการที่ให้บริการเสียงบรรยายภาพใน 2 ปีแรก ในสัดส่วน ร้อยละ 5 และจะต้องจัดให้มีเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 7 ในปีที่ 3 และปีที่ 4 โดยในปีสุดท้ายจะต้องมีการจัดให้มีรายการที่ให้บริการเสียงบรรยายภาพเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ในปีที่ 5

(ซึ่งเสียงบรรยายภาพในการวิจัยนี้ไม่ได้กล่าวถึง) การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกทางหูและตาสามารถเปรียบเทียบกันได้โดยแสดงไว้ในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 สัดส่วนรายการที่มีการให้บริการเพื่อการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์

ประเภทบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการล่ามภาษามือ (ร้อยละ)	5	5	7	7	9
บริการคำบรรยายแทนเสียง (ร้อยละ)	40	40	50	50	60
บริการเสียงบรรยายภาพ (ร้อยละ)	5	5	7	7	10

ที่มา: คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2559)

ต่อมา คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้ประกาศเรื่อง การส่งเสริมคุ้มครองสิทธิคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ เพิ่มเติมจากประกาศเรื่องเดียวกันนี้ ใน พ.ศ. 2559 โดยได้ผ่อนผันให้ผู้รับใบอนุญาตสามารถรวมเวลาออกอากาศของรายการที่มีการให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง หรือคำบรรยายภาพสามารถนับรวมกันโดยให้มีการออกอากาศอย่างน้อยวันละ 60 นาทีแทน (กสทช., 2560)

การให้บริการคำบรรยายแทนเสียงที่มีการใช้คำบรรยายได้ภาพ รวมทั้งอักษรวิ่งที่งานวิจัยนี้เรียกโดยรวมว่าระบบการใช้คำบรรยายที่สามารถทำให้ผู้อ่านรับรู้ถึงเสียงต่างๆ ในรายการโทรทัศน์ (หรือข้อมูลอื่นๆ) นอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คนพิการทางการได้ยินหรือผู้ที่มีความบกพร่องทางการ

ไดยินได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกในการรับชมรายการโทรทัศน์แล้ว ในงานวิจัยยังพบว่า มีการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากการใช้คำบรรยายเหล่านี้ เพื่อการเรียนรู้ภาษาในกรณีนี้ที่ผู้ชมเป็นคนต่างชาติอีกด้วย เช่น ผู้ชมรายการโทรทัศน์ในประเทศอังกฤษมีการรับชมรายการที่มีคำบรรยายได้ภาพ ในรายการละคร หรือในสหรัฐอเมริกามีการใช้ระบบคำบรรยายแทนเสียงแบบ closed captions เพื่อเพิ่มความรู้ในภาษาอังกฤษกับนักเรียนต่างประเทศ จากการวิจัยของ Brij Kothari แห่งมหาวิทยาลัย Cornell ที่ได้ทดลองใช้คำบรรยายได้ภาพแบบภาษาเดียวกัน (same translating subtitles) กับนักเรียนยากจนที่ประเทศอินเดียระดับประถมศึกษา (เกรด 5 และเกรด 6) โดยให้รับชมสื่อภาพยนตร์เพลงที่มีคำบรรยายได้ภาพเป็นภาษาฮินดี จำนวน 5 เรื่องในแต่ละช่วงเวลาสอน 18 ชั่วโมงเปรียบเทียบกับวิธีการอื่นแล้ว พบว่า การใช้คำบรรยายได้ภาพช่วยให้เด็กๆ มีการจำภาษาฮินดีได้ดีขึ้น (Kothari et al., 2002 cited in McCall et al., [Online]) งานวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Robert Keith Collins แห่งมหาวิทยาลัย San Francisco State ที่พบว่า ระบบคำบรรยายแทนเสียงไม่เพียงจะมีประโยชน์เฉพาะคนที่บกพร่องทางการได้ยินเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างการอ่านออกเขียนได้ให้กับนักเรียนทั่วไปด้วย เขาได้ทดลองใช้ภาพยนตร์ที่มีคำบรรยาย (captions) กับนักเรียนชั้นปีแรกที่เข้าเรียนในชั้นเรียนตลอดระยะเวลา 2 ปี และพบว่า ผลการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของนักเรียนดีขึ้นเมื่อขึ้นชั้นปีที่ 2 จากเกรด C, D และ F มาเป็น A, B และ C ตามลำดับ (Morales, [Online])

ในกรณีดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่า คำบรรยายได้ภาพและคำบรรยายแทนเสียงสามารถนำมาช่วยให้เกิดการอ่านออกเขียนได้ทั้งในภาษาต่างประเทศและภาษาที่ใช้เป็นภาษาหลักในประเทศนั้น ดังนั้น ในประเทศไทยที่ปัจจุบันได้อนุญาตให้ชาวต่างประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้เข้ามาทำงาน หากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการให้ผู้เข้ามาทำงานเหล่านั้นเรียนรู้ภาษาไทยมากขึ้น ก็ควรมีการสนับสนุนให้มีการให้บริการคำบรรยายแทนเสียงในกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยด้วย ก็จะสามารถทำให้คนต่างประเทศได้เรียนรู้ภาษาไทยได้ดีขึ้น และนอกจากนี้ ยังสามารถใช้เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการอ่าน

ออกเขียนได้ให้แก่คนไทยในประเทศที่ไม่ได้เข้าสู่ระบบการศึกษาได้อีกทางหนึ่ง
ด้วย

สรุป

จากการวิจัยเรื่อง “การสำรวจความต้องการคำบรรยายแทนเสียงของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการสำรวจถึงความพึงพอใจของผู้ชมต่อคำบรรยายแทนเสียง ซึ่งเป็นการให้บริการในสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการทางการได้ยิน จากผลการสำรวจนี้ แม้ว่าผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากผู้ชมรายการโทรทัศน์เพียงจังหวัดกรุงเทพมหานครจังหวัดเดียว แต่ก็สามารถแสดงถึงภาพรวมของผู้ชมที่เป็นคนพิการทางการได้ยินและคนทั่วไป ที่มีความต้องการต่อการให้บริการประเภทคำบรรยายแทนเสียงนี้ซึ่งมีผลตอบรับในทิศทางบวก นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังอาจทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการวิทยุโทรทัศน์ได้เห็นภาพในมุมมองที่กว้างออกไปจากการที่เน้นการประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียว เนื่องจากผลการศึกษานี้ทำให้ทราบว่า ผู้ชมมีความต้องการในการเข้าถึงการให้บริการสื่อโทรทัศน์ และผู้ชมมีความเห็นว่า มีความจำเป็นที่จะต้องมีการให้บริการคำบรรยายแทนเสียงเพื่อการรับชมรายการโทรทัศน์ของคนพิการทางการได้ยิน รวมทั้งเพื่อการรับชมรายการโทรทัศน์ในครอบครัวของคนปกติด้วย เพราะมีบางครอบครัวอาจจะต้องดูแลคนพิการทางการได้ยินหรือคนที่เริ่มมีความบกพร่องทางการได้ยิน เช่น คนชราที่มีอาการหูตึงในครอบครัว ดังนั้น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หรือผู้ประกอบการโทรทัศน์จึงควรมีความตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่มีความสำคัญในการประสานสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในสังคม กิจการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคนทุกกลุ่ม บทบาทของสื่อโทรทัศน์ที่ต้องสร้างการรับรู้แก่ประชาชนเพราะเป็นสื่อมวลชนที่เปรียบเสมือนสายสัมพันธ์ของคนในสังคม ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการสร้างจิตสำนึกร่วมของคนในประเทศ ดังนั้น การสื่อสารจากภาครัฐ ภาครธุรกิจ และภาคประชาชนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สื่อโทรทัศน์จะทำหน้าที่ประสานทุกภาคส่วนในระบบให้ดำเนิน

ต่อไปได้ การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการหรือการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (universal design) เช่น คำบรรยายแทนเสียง ล่ามภาษามือ และเสียงบรรยายภาพ จึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารสาธารณะที่กิจการโทรทัศน์จะต้องดำเนินเพื่อเกิดความรู้และเข้าใจในคนทุกกลุ่ม โดยไม่เว้นแม้แต่คนหูหนวก คนตาบอด คนพิการ คนชรา และผู้ด้อยโอกาส

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จรัลวีไล จรุงโรจน์ (2548), *ภาษาศาสตร์เบื้องต้น*, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2555), เอกสารอัดสำเนา.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การส่งเสริมคุ้มครองสิทธิคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของ กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559, เอกสารอัดสำเนา.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การส่งเสริมคุ้มครองสิทธิคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของ กิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560, เอกสารอัดสำเนา.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ เรื่อง แผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559), เอกสารอัดสำเนา.
- มลิวีย์ ธรรมแสง และคณะ (2559), *คู่มือการจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Captions)*, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ฤทัยพร ม่วงเทศ และคณะ (2557), *การพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวสำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยินและการสื่อความหมาย*, สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ไวยวุฒิ วุฒิอรอดสาร และคณะ (2559), *ความรู้เบื้องต้นการสื่อสารสุขภาพ*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557), *การสำรวจความพิการ พ.ศ. 2555*, กรุงเทพฯ: เทกซ์ แอนด์ เจอร์นอลพับลิเคชั่น.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544), *สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์*, กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าพรินติ้ง.

ภาษาอังกฤษ

Heinich, R. et al. (1982), *Instructional Media, and the New Technology*, NJ: John Wiley & Sons.

สื่อออนไลน์

"คำบรรยายแทนเสียง" (2557), *รู้จักสิทธิ์รู้จักสื่อ วารสารสำหรับผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์, สำนักงาน กสทช.*, 2 (12), สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2560 จาก <http://bcp.nbtc.go.th/uploads/items/attachments/f4f6dce2f3a0f9dada0c2b5b66452017/713638ae5e39c9a133cf102cf8f0e0fb.pdf>

ราษฎร์ บุญญา, "ภาษามือ: ภาษาของคนหูหนวก", *วารสารวิทยาลัยราชสุดา*, 4 (1), สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2560 จาก <http://www.rs.mahidol.ac.th/rs-journal/vol.4/v.4-1-005.pdf>

McCall, G. and Carmen, C., "Same-Language-Subtitling (SLS): Using Subtitled Music Video for Reading Growth", retrieved 12 April 2018 from <https://www.same-language-subtitling.com/paper-sls.html>

Morales, J., "Video Captions Improve Comprehension, Professor Finds", retrieved 12 April 2018 from <https://news.sfsu.edu/video-captions-improve-comprehension-professor-finds>

รายการโทรทัศน์

แมกกาซีนข่าว, อมรินทร์ทีวี, 15 เมษายน 2561.

สื่อพิธีกรรมล้านนา: การสื่อสารของผู้หญิง บทบาท อำนาจ และการช่วงชิงพื้นที่*

ทิพย์พฐ กฤษสุนทร¹

บทคัดย่อ

เนื่องด้วยสังคมล้านนามีการสืบเชื้อสายทางฝ่ายแม่ ทำให้ผู้หญิงมีบทบาทในระบบการผลิตของครัวเรือน รวมทั้งเป็นผู้กำหนดรูปแบบความเชื่อและพิธีกรรมต่างๆ ในครอบครัว สำหรับสื่อพิธีกรรมล้านนาอย่างพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษและพิธีกรรมทรงผีเจ้านาย เป็นพื้นที่การสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ผู้หญิงเข้าไปครอบครอง แต่ในปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวไม่ได้มีแต่เพียงผู้หญิงเท่านั้น ผู้ชายและเพศที่สามก็เข้ามาในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์นี้เช่นกัน เพราะฉะนั้นแล้ว หากผู้หญิงต้องการเข้าไปอยู่ในสนามประลองเพื่อแข่งขัน ต่อรอง ผลิตซ้ำเพื่อช่วงชิง และสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ผ่านสื่อพิธีกรรมล้านนาดังเดิมแล้วนั้น ผู้หญิงจำเป็นต้องใช้บทบาท หน้าที่ สถานภาพที่สังคมกำหนดมาให้ และใช้การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอำนาจผนวกกับการใช้ทุนที่ผู้หญิงได้สั่งสมมา รวมทั้งต้องเข้าใจความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย และโครงสร้างทางสังคมก็จะทำให้ผู้หญิงสามารถยังคงยืนหยัดรักษาพื้นที่สื่อพิธีกรรมที่ตนเองเคยครอบครองมาก่อน

คำสำคัญ: สื่อพิธีกรรมล้านนา การสื่อสารของผู้หญิง บทบาท ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ การช่วงชิงพื้นที่

* วันที่รับบทความ 6 มิถุนายน 2561; วันที่แก้ไขบทความ 1 กันยายน 2561; วันที่ตอบรับบทความ 6 กันยายน 2561.

¹ อาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปัจจุบันกำลังศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Lanna Ritual Media: Women's Communication, Role, Power and a Negotiation of Space

Tippatoo Kritsuntorn

Abstract

Lanna society is matriarchal in which women play important roles in their household's production systems and determine the patterns of beliefs and rituals in the family. For Lanna ritual media like Ancestor's Spirits and Ghost rituals, these are communication spaces that allow women to occupy. However, at present the space of ritual media is not just for women, but it is also for men and LGBTs. Consequently, if women want to enter the contesting space to compete, negotiate or reproduction to a contested space and create a sacred space through the original Lanna ritual media, women must take on the social role, status, communication and capital as well as the understanding of the power relations between women and men and the understanding of social structures in order to continue to contest for the Lanna ritual media which they once exclusively owned.

Keywords: Lanna ritual media, women's communication, role, power relations, negotiation of space

“ประเด็นร้อนแรงผ่านโลกออนไลน์แชร์คลิปไลฟ์สดสาวร่างทรงจตุคามรามเทพ
สุดไฮเทค มีชื่อว่า “แสงสุริยเทพ พระมหาสุริยะ” โดยเธอได้ปรากฏตัวในนาม
ร่างทรงเทพ 4G ยามอัญเชิญองค์เทพประทับร่าง ทั้งสีหน้าแววตาและท่าทาง
ทุกอย่างเปลี่ยนไปอย่างชัดเจน ก่อนจะใช้มือถือไลฟ์สดเพชบุรี ทำให้กลายเป็น
ประเด็นฮือฮาและวิพากษ์วิจารณ์ว่าร่างทรงรู้จักการไลฟ์สดได้อย่างไร”

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวนำไปสู่การตั้งคำถามและการทำพิสูจน์หาความ
จริงของสังคม เพื่อค้นหาคำตอบว่า เหตุการณ์นี้ลวงโลก แหกตา หรือเป็นของ
จริง แต่สำหรับผู้เขียน ปรากฏการณ์เดียวกันทำให้ลูกคิดขึ้นมาได้ว่า ยามใดที่มี
“สื่อพิธีกรรม/ความเชื่อ” ปรากฏตัวออกมา ทำไมยามนั้นต้องมี “ผู้หญิง” เข้า
มามีส่วนร่วมเป็นผู้ปฏิบัติการตลอดเวลา หรือในพื้นที่ดังกล่าวไม่ได้มีแต่เพียง
ผู้หญิงจับจองเป็นเจ้าของอีกต่อไปแล้ว ด้วยเหตุนี้ จึงมีความเป็นไปได้ที่ผู้หญิง
ยังคงพยายามเข้าไปปรากฏกาย ผลิตซ้ำ ต่อรอง และช่วงชิงพื้นที่สื่อพิธีกรรม/
ความเชื่อดังกล่าวเสมอมา ดังนั้น ในบทความชิ้นนี้ผู้เขียนจะพยายามฉายภาพ
ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพิธีกรรมล้านนาอย่างพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษ
และพิธีกรรมทรงผีเจ้านาย การสื่อสาร บทบาท อำนาจ และการช่วงชิงพื้นที่ของ
ผู้หญิง

สื่อพิธีกรรมล้านนา: ทำไมต้องเป็นผู้หญิง

เนื่องด้วยพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มักจะให้ความสำคัญกับการสืบเชื้อสายทางฝ่ายหญิงโดยเฉพาะการให้
ฝ่ายชายไปอยู่ในครอบครัวของฝ่ายหญิงหลังการแต่งงาน อันเป็นประเพณีที่ยังคง
มีอยู่ในสังคมชนบทไทยถึงปัจจุบัน จากพื้นฐานของครอบครัวดังกล่าว จึงส่งผลไป
ถึงการให้ความสำคัญกับฝ่ายแม่ ดังปรากฏให้เห็นจากร่องรอยของการใช้ภาษาที่
ยังให้ความสำคัญต่อการเรียกชื่อสิ่งสำคัญๆ ในสังคมด้วยคำนำหน้าเป็นเพศหญิง
เช่น แม่ทัพ แม่กอง แม่น้ำ แม่พิมพ์ แม่แบบ เป็นต้น แม้แต่สิ่งศักดิ์สิทธิ์เช่น
เทพ หรือผีในสังคมไทยที่มีเพศเป็นหญิง เช่น นางกวัก แม่โพสพ แม่ชื่อ หรือ

แม่ย่านาง (ปราณี วงษ์เทศ, 2559) จึงส่งผลต่อการศึกษาความสำคัญกับผู้หญิงในสังคมไทยไปด้วย

โดยสภาพพื้นฐานดังกล่าว ทำให้ผู้หญิงเป็นเพศอยู่ติดกับที่ไม่ได้ย้ายออกไปไหน ขณะที่ผู้ชายต้องบวชหรือไปเป็นทหาร มีการโยกย้ายถิ่นฐาน ผู้หญิงจึงเป็นเจ้าของหมู่บ้านที่แท้จริง นับตั้งแต่เป็นเจ้าของที่ดิน การผลิต และเป็นผู้รับผิดชอบในการประกอบพิธีเช่นไหว้ผีตระกูล หรือชุมชนของตนเอง ทำให้ผู้หญิงเป็นผู้ที่รับรู้ประวัติความเป็นมาเรื่องราวของหมู่บ้านที่ถ่ายทอดจากแม่หรือยาย

ในขณะเดียวกัน ประกอบกับความไม่แน่นอนของธรรมชาติที่คนในชุมชนต้องพึ่งพิงในการดำรงชีวิตทางการเกษตร ได้สร้างสำนึกให้ต้องผูกติดกับสิ่งที่เหนือธรรมชาติช่วยคลอบคลำให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับเรื่องเพศ อวัยวะเพศ หรือผู้หญิง อันถือเป็นผู้ให้กำเนิดหรือเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ และยังมีบทบาททางพิธีกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในภูตผี วิญญาณด้วย (ปราณี วงษ์เทศ, 2559)

ทั้งนี้ สอดคล้องกับปฐม หงษ์สุวรรณ (2550) ที่ได้อธิบายความศักดิ์สิทธิ์ของเพศหญิง (feminine sacrality) ว่า เป็นเพศทางวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องอำนาจศักดิ์สิทธิ์ อันปรากฏอยู่ในโลกทางธรรมชาติและปฏิบัติการของมนุษย์มาเป็นเวลาช้านานแล้ว ซึ่งโดยทั่วไปจะปรากฏเด่นชัด และคำนี้ก็มักเกี่ยวพันความเป็นเพศหญิง ทั้งนี้ ความศักดิ์สิทธิ์ของผู้หญิงเป็นผลมาจากคติความเชื่อที่หล่อหลอมกันมาในสังคม และเป็นมนโฑทัศน์เกี่ยวกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่อยู่ตรงข้ามกับเพศสรีระ

สำหรับสังคมล้านนาก็เป็นดินแดนที่มีการสืบทอดตระกูลทางสายแม่ และการนับถือผีบรรพบุรุษ ซึ่งผู้หญิงจะมีบทบาทสำคัญในการประกอบพิธีกรรมเป็นร่างทรงในการติดต่อกับวิญญาณของผีปู่ย่าตายาย และคนภายในครัวเรือน ผู้หญิงในฐานะแม่และภรรยาจะมีอำนาจในการดูแลและจัดหาสิ่งจำเป็นแก่ครอบครัว รวมทั้งเป็นเจ้าของทรัพย์สมบัติที่มีอยู่ในบ้านเรือน ดังนั้น ผู้หญิงจึงเป็นผู้กำหนดรูปแบบการดำรงชีวิต การกิน การอยู่ จารีตประเพณี ความเชื่อและพิธีกรรมต่างๆ ในครอบครัว

สิ่งหนึ่งที่ติดตัวมากับวัฒนธรรมสายแม่ที่ชาวล้านนายังคงปฏิบัติอย่าง ต่อเนื่องมาจนทุกวันนี้คือ การนับถือผีบรรพบุรุษ หรือบางทีเรียกว่า “ผีปู่ย่า” ซึ่ง ถือเป็นผู้ปกป้องรักษาคนในครอบครัวให้อยู่ดีมีสุข รอดพ้นจากการเจ็บไข้ได้ป่วย และสิ่งอัปมงคลต่างๆ แต่ในขณะเดียวกัน ผีปู่ย่าจะลงโทษลูกหลานที่ทำผิดจารีต ประเพณี หรือข้อปฏิบัติของสังคม ซึ่งชาวล้านนาเรียกว่า “การผิดผี” และจำต้อง แก้ไขด้วยการประกอบพิธีกรรมขอขมาที่เรียกว่า “เสียผี” “แก้ผี” หรือ “เลี้ยงผี” (วิถี พานิชพันธ์, 2548)

นอกจากนี้ ยังมีสื่อพิธีกรรมอย่างการทรงผีเจ้านายที่ผู้หญิงเข้าไปมี บทบาทสำคัญในการเป็นร่างทรงหรือทางล้านนาเรียกว่า “ม้าขี่” ซึ่งในทุกหมู่บ้าน จะมีม้าขี่อย่างน้อยหนึ่งคนเสมอ และเกือบร้อยละร้อยจะเป็นผู้หญิง และที่น่า สนใจก็คือ จำนวนม้าขี่จะมีจำนวนมากขึ้นในบริเวณใกล้ตัวเมือง เช่น เขตอำเภอ เมืองเชียงใหม่มีจำนวนม้าขี่เกือบ 300 คน เมื่อเทียบกับ 30 ปีก่อนซึ่งมีเพียง 30 คน เท่านั้น และในปัจจุบันผู้หญิงมีแนวโน้มไปขี่ม้าอาชีวะมากขึ้น (อานันท์ กาญจนพันธ์, 2555) ดังที่ เรียรชยา อักษรดิษฐ์ (2552) ได้ประเมินสัดส่วน ของม้าขี่ ด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วมในพิธีกรรมพ้อนผีเกือบทุกแห่งในการบวงสรวง ผีเจ้านายที่สำคัญในสามจังหวัดภาคเหนือ (อันได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง) พบว่า ร่างทรงหรือม้าขี่ ผู้หญิงมีจำนวนมากกว่าผู้ชาย ซึ่งหากประมาณการก็คง อยู่ในช่วง 85-90% ของจำนวนม้าขี่ทั้งหมด

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ความเชื่อเรื่องผีในดินแดนล้านนาฝังแน่นมานาน แม้ความเชื่อแบบพุทธศาสนาจะแผ่เข้าไปในอาณาจักรล้านนาและเจริญรุ่งเรืองอย่าง สูงสุดในสมัยพระเจ้าติโลกราช (พ.ศ. 1984-2038) อันเห็นได้จากการสังคายนา พระศาสนา แต่กระนั้นก็ตาม ความเชื่อแบบพุทธก็ไม่อาจกลบกลืนความเชื่อ เรื่องผีได้โดยสิ้นเชิง จึงเกิดการผสมผสานระหว่างการนับถือผีกับศาสนา (มาลา คำจันทร์, 2551)

สื่อพิธีกรรมล้านนา: บทบาท สถานภาพ และหน้าที่ของผู้หญิง

สำหรับมิติบทบาท สถานภาพ และการทำหน้าที่ของสื่อพิธีกรรมจากจุดยืนของนักทฤษฎีสังคมวิทยาสำนักหน้าที่นิยม (functionalism) ที่มีทัศนะว่าการถือกำเนิดขึ้นมาของสื่อพิธีกรรมต่างๆ นั้น มิใช่การเกิดขึ้นมาอย่างเลื่อนลอยและการดำรงอยู่ได้ของสื่อพิธีกรรมนั้นก็เนื่องมาจากสื่อประเภทนี้ได้ทำบทบาทหน้าที่บางประการแก่ชุมชน เช่น บรรดาหน้าที่พื้นฐานของสื่อพิธีกรรมก็คือ การสร้างเสริมความเหนียวแน่นกลมเกลียวเป็นปึกแผ่นของชุมชน การเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่บุคคล การเสริมขวัญและกำลังใจในการประกอบกิจการอย่างใดอย่างหนึ่ง รวมทั้งการทำหน้าที่เป็นกลไกควบคุมกฎระเบียบต่างๆ ของชุมชน (การผิดผี) อย่างไรก็ดี ในทางตรงกันข้ามการดำรงอยู่ของสื่อพิธีกรรมก็ส่งผลให้ผู้ประกอบพิธีกรรมอย่างผู้หญิงสามารถใช้พื้นที่ดังกล่าวในการเสริมสร้างอำนาจ (exercise power) ได้เช่นกัน

สำหรับบทบาทและสถานภาพของผู้หญิงล้านนานั้น จึงเป็นสิ่งที่สังคมหรือชุมชนล้านนากำหนดให้ผู้หญิง (ปัจเจกบุคคล) ต้องทำหน้าที่หรือปฏิบัติตาม และมักผูกติดกับความเชื่อเกี่ยวกับการนับถือผี อย่างกรณีผีปู่ย่าของชาวล้านนา นิยมจัดหิ้งบูชาบริเวณหัวนอนของตัวเรือน แล้วเรียกหิ้งบูชานี้ว่า “หิ้งปู่ย่า” หรือบางครั้งอบครี้อาจสร้างเรือนจำลองหลังเล็กๆ บริเวณมุมรั้วใต้ร่มไม้ใหญ่หรือที่ๆ เห็นว่าเหมาะสม บนเรือนจำลอง จะมีแจกัน รูปเทียน ดอกไม้ประดับอยู่ เรือนดังกล่าวเรียกว่า “หอผีปู่ย่า” มักตั้งอยู่ในบ้านลูกสาวคนโตของตระกูล หากลูกสาวคนโตเสียชีวิต หรือไปอยู่ในที่ห่างไกลจากญาติ หิ้งผีปู่ย่าก็จะย้ายไปตั้งอยู่บ้านลูกสาวคนถัดไป (สนั่น ธรรมธิ, 2554)

ด้วยเหตุนี้ สื่อพิธีกรรมการไหว้ผีบรรพบุรุษ ทำให้ผู้หญิงสามารถใช้การเข้าทรงและร่วมพิธีกรรม เพื่อเพิ่มสถานภาพและบทบาทให้มีอำนาจในการจัดการกับสิ่งต่างๆ ในครอบครัวได้ เช่น การจัดการความขัดแย้งกันทางมรดกในสายตระกูล เป็นต้น เนื่องจากสื่อพิธีกรรมดังกล่าวสามารถแสดงเจตจำนงของบรรพบุรุษได้โดยผ่านการเข้าทรง ลักษณะเช่นนี้ทำให้ผู้หญิงสามารถรักษาบทบาทเป็นผู้นำของตระกูลได้ นอกจากนี้ อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2555) ได้ให้

รายละเอียดเพิ่มเติมว่า คนในเมือง (ล้านนา) ที่สืบเชื้อสายจากตระกูลเจ้านาย และขุนนาง จะมีการนับถือผีปู่ย่าที่ซับซ้อนเรียกว่า ผีผดบัง ผีเม็งบัง และการผสมผสานระหว่างผีปู่ย่าทั้งสองประเภทเรียกว่า ผีผดซอนเม็ง ซึ่งการนับถือผีผดผีเม็งจะพบเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ผีผดนั้นเป็นความเชื่อดั้งเดิมของไทยเพราะปรากฏในตระกูลชาวไทยดำและไทยลื้อ คำว่า ผด ในภาษาไทยเดิมก็มีความหมายว่า ต้นตระกูล ส่วนผีเม็งนั้นคงได้อิทธิพลจากชาวมอญ

นอกจากความเชื่อเกี่ยวกับผีปู่ย่าแล้ว การนับถือผีเจ้านายเป็นอีกหนึ่งความเชื่อที่สำคัญในสังคมล้านนาที่ผู้หญิงเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการประกอบพิธีกรรมผ่านการเป็นร่างทรงที่เรียกกันว่า “ม้าขี่” ที่มีผี เทพจะเข้ามาอาศัยเป็นตัวกลางในการติดต่อสัมพันธ์กับมนุษย์ ดังนั้น เมื่อมีผู้ต้องการจะติดต่อกับผีเจ้านายก็ต้องมีผู้อัญเชิญผีเจ้านายเข้ามาทรงร่างของตัวกลาง ผู้ทำหน้าที่อัญเชิญคือ แม่ตั้ง ซึ่งเกือบทุกหมู่บ้านจะมีม้าขี่อย่างน้อยหนึ่งคนเสมอ และเกือบร้อยละร้อยจะเป็นผู้หญิง ดังที่ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2545) กล่าวว่า ผีเจ้านายถือเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนเมือง (ล้านนา) หรือคนไทยในดินแดนล้านนานับถือ ผีเจ้านายคือผีที่ให้ความคุ้มครองหรือปกป้องรักษาสถานที่แห่งหนึ่ง ตั้งแต่ระดับหมู่บ้านไปจนถึงระดับเมือง คนล้านนาเรียกผีที่คุ้มครองหมู่บ้านว่าผีเจ้าบ้าน ผีอารักษ์ หรือผีเสื้อบ้าน รวมถึงวิญญาณของกษัตริย์ผู้ที่อยู่ในชนชั้นปกครอง นักรบ หรือบุคคลในตำนาน ซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการสนองตอบต่อความต้องการของมนุษย์ทั้งด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ ด้วยคุณลักษณะอันโดดเด่นของผีเจ้านายที่ไม่ต้องอิงกับระบบครอบครัว สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ทุกคนที่เชื่อศรัทธาได้ ในปัจจุบันการทรงผีเจ้านายเฟื่องฟูมาก เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของคนหลายประเภท ก็ยิ่งเปิดโอกาสให้ผู้หญิงสามารถแสดงบทบาทที่มีอำนาจและยกระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจได้มากขึ้น

หากเราพิจารณาหน้าที่ของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรม มักจะเกิดจากการที่ผู้หญิงต้องการตอบสนองความต้องการของสังคมหรือชุมชนล้านนา อย่างพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษและพิธีกรรมทรงผีเจ้านาย ก็มีการเจียรไนเหลี่ยมมุมได้พราวแพรว มีลักษณะร่วมกันที่ค่อนข้างโดดเด่น และหาช่องทางการสื่อสารชนิดอื่นที่

จะมาทำหน้าที่ทดแทนได้ยาก นั่นคือ **หน้าที่ในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสามโลก** อันได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ เช่นกรณีของผู้หญิง (ผู้เป็นเกาฬ/ผู้หญิงที่เป็นผู้ใหญ่ที่สุดของวงศ์ตระกูล) ในสื่อพิธีกรรมการไหว้ผีปู่ย่า ที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางในการเปิดโอกาสให้ญาติที่อยู่ห่างไกลกันได้มาพบปะซักถามสารทุกข์สุขดิบต่อกัน หรือเป็นพื้นที่ในการแนะนำผู้ที่มาเป็นแขกให้รู้จักญาติพี่น้องของฝ่ายหญิง (ผ่านช่วงเวลาของการเข้าร่วมพิธีกรรม) หรือในพิธีกรรมทรงผีเจ้านายที่ใช้ร่างทรง/ม้าขี่พูดคุยกับลูกศิษย์หรือผู้ที่มาติดต่อขอความช่วยเหลือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับธรรมชาติแวดล้อมของพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษ และพิธีกรรมทรงผีเจ้านายผ่านเครื่องเช่นไห้และสถานที่ประกอบพิธีกรรม อาทิ สิ่งของที่ประกอบพิธีเช่นไห้ ไก่ต้ม เนื้อวัวควาย ปลาแห้ง หมาก เมี่ยง หรือการคัดเลือกไม้มาปลุกผวม และความสัมพันธ์ระหว่างคนเข้าร่วมพิธีกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติทั้งหลาย ในพิธีกรรมไหว้ผีปู่ย่าตั้งแต่การปลุกผวมต้องระวังในการผูกโครงหลังคา เรียงหัวไม้ท้ายไม้ไปในทางเดียวกัน หรือการประกอบอาหารสำหรับเลี้ยงผีห้ามหยิบเครื่องปรุงต่างๆ มากิน แม้แต่การปรุงรสก็ห้ามชิม ส่วนในพิธีกรรมทรงผีเจ้านายใช้การรักษาโรคอย่างการผูกดวงสืบชะตาสะเดาะเคราะห์ ให้บูชาเครื่องราง อาบน้ำมนต์ ใช้สมุนไพรในการรักษาโรค การจัดการเลี้ยงผีต่างๆ ที่ขึ้นอยู่กับผีเจ้านายจะเป็นผู้พิจารณา หรือการเสกเป่ามนต์คาถา

นอกจากนี้ ยังมีการทำหน้าที่ของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมอย่างพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษและพิธีกรรมทรงผีเจ้านายด้านอื่นๆ ที่มีลักษณะร่วมกัน อันได้แก่

- **หน้าที่ในการสร้างความอบอุ่น/ความมั่นคงทางจิตใจ** ในระหว่างการทำพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษและพิธีกรรมทรงผีเจ้านายที่ผู้หญิงจะเป็นตัวกลางในการติดต่อกับวิญญาณของบรรพบุรุษหรือเจ้านาย เทพอารักษ์ต่างๆ เป็นศูนย์กลางของที่พึ่งทางใจ เป็นความหวังและความอบอุ่นที่สามารถขอพึ่งพาได้ เช่น การทำนายทายทัก การเสกเป่า รตนน้ำมนต์ เป็นต้น

- **หน้าที่ในการจัดระเบียบสังคม** ในการนับถือผีบรรพบุรุษของลำานา ซึ่งถือเป็นผู้ปกป้องรักษาคนในครอบครัวให้อยู่ดีกินดี รอดพ้นจากการเจ็บไข้ได้ป่วย หรือสิ่งอัปมงคลต่างๆ แต่ในขณะเดียวกัน ผีปู่ย่าจะลงโทษ ลูกหลานที่ทำ

ผิดจารีตประเพณีหรือข้อปฏิบัติของสังคม ซึ่งชาวล้านนาเรียกลักษณะเช่นนี้ว่า “ผิดผี” และจำต้องแก้ไขด้วยการประกอบพิธีกรรมขอขมาที่เรียกกันว่า “เสียผี” “แก้ผี” หรือ “เลี้ยงผี” หรือมีอำนาจในการจัดการกับสิ่งต่างๆ ในครอบครัวได้ เช่น การจัดการความขัดแย้งกันทางมรดกในสายตระกูล เพราะสามารถสื่อสารแสดงเจตจำนงของบรรพบุรุษได้โดยผ่านการเข้าทรง ซึ่งถือได้ว่าผีบรรพบุรุษมีหน้าที่ในการจัดระเบียบคนในชุมชนให้ประพฤติตนอยู่ในร่องในรอย หรือในพิธีกรรมทรงผีเจ้านายที่จะไม่ช่วยผู้ที่ประพฤติตนไม่ดี เช่น การทำเสน่ห์ใส่คนที่ตนหลงรัก การไปผิดลูกผิดเมียคนอื่น เป็นต้น

- **หน้าที่ในการสืบทอดความเชื่อและบทบาททางเพศ** ในสื่อพิธีกรรมล้านนาอย่างเช่นกรณีการไหว้ผีปู่ย่า ส่วนใหญ่จะให้อำนาจในการสืบทอด “หิ้งปู่ย่า” กับลูกสาวของตระกูลเป็นหลัก หรือผู้เป็นแก้ว/ผู้หญิงที่เป็นผู้ใหญ่ที่สุดของวงศ์ตระกูล ส่วนในพิธีกรรมทรงผีเจ้านายที่มีความเชื่อว่า การสืบทอดการเป็นร่างทรง (ม้าขี่) ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง ถ้ามีความประสงค์จะเปลี่ยน ต้องขออนุญาตจากเจ้า (ผี) เสียก่อน เปลี่ยนโดยผลการไม่ได้ ทำให้ผู้หญิงยังคงสามารถรักษาอำนาจไว้ได้

- **หน้าที่ในการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของคนล้านนา** เนื่องจากพิธีกรรมเป็นพื้นที่การสื่อสารที่ชุมชนท้องถิ่นแต่ละแห่งเป็นเจ้าของและเป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้น สื่อพิธีกรรมจึงเป็นเครื่องมือรับใช้ชุมชนในการสร้างและบ่งบอกนัยแห่งอัตลักษณ์ร่วมได้อย่างมีศักดิ์ศรี เจกเช่นกรณีพิธีกรรมการไหว้ผีบรรพบุรุษอย่างการพ้อนผีผดผีเม็งที่เป็นพิธีกรรมไหว้ผีปู่ย่าอย่างหนึ่ง จะมีการพ้อนรำสังเวद्य หรือแก้บนผีบรรพบุรุษของชาวล้านนาเชื้อสายมอญ (เม็ง) ที่การแต่งกายของผู้หญิงระหว่างทำพิธีกรรม อันประกอบไปด้วย ผ้าโสร่ง ผ้าพันหัว เสื้อแบบมอญ และผ้าพาดบา หรือในพิธีกรรมทรงผีเจ้านายอย่างเจ้าฟ้าแสนสวามีที่มีการนุ่งกางเกงแพรแทนการนุ่งโสร่งคล้ายกับกางเกงของกษัตริย์ในสมัยก่อน ซึ่งเป็นกระบวนการทางสังคมที่เชื่อมโยงหรือยึดเอาคนในสายตระกูลเดียวกันเข้าไว้ด้วยกัน รวมทั้งยังเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์/ตัวตนร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ได้เป็นอย่างดี

แต่อย่างไรก็ดี เมื่อสภาพการณ์ของชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไป การทำหน้าที่ของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมล้านนาจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนในลักษณะเคลื่อนไหวอย่างมีพลวัต (dynamic functionalism) มากขึ้น เจกเช่นกรณีการทำหน้าที่ของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมการไหว้ผีปู่ย่าหรือการไหว้ผีมดผีเม็ง อานันท์ กาญจนพันธ์ (2555) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่เดิมผูกพันอยู่กับการเกษตร และที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายของพิธีกรรม แต่เดิมนั้นจะเน้นที่ความอุดมสมบูรณ์และความผาสุกของคนทั้งตระกูล เช่น ขอผีปู่ย่าช่วยให้ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล พืชผลเจริญงอกงามดี และลูกหลานปลอดภัยจากโรคภัยทั้งปวง ในปัจจุบันคนมาร่วมพิธีจะสนใจขอพรผีปู่ย่าเพื่อตัวเอง (เน้นความเป็นปัจเจกบุคคล) มากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องความสำเร็จเชิงธุรกิจ การถูกหวย การสอบเข้าเรียนต่อ การรักษาโรคภัยไข้เจ็บ และการสะเดาะเคราะห์ อันแสดงให้เห็นว่า เมื่อสื่อพิธีกรรมมีการเปลี่ยนผ่านเข้ามาสู่ยุคปัจจุบันที่เรียกร้องภารกิจแบบใหม่ ดังนั้น การปรับตัวของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมที่สามารถพลิกแพลงบทบาทหน้าที่ให้ตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนล้านนาได้ก็มีส่วนช่วยค้ำจุนและสร้างพลังศักดิ์สิทธิ์ในผู้หญิงต่อไป

ด้วยเหตุนี้ การดำรงอยู่และการเสริมสร้างอำนาจ (the exercise of power) ของผู้หญิงในพื้นที่สื่อพิธีกรรมล้านนานั้น ไม่อาจเกิดขึ้นเองได้เลย หากปราศจากการทำงานร่วมกันผ่านเสาหลักทั้งสามต้นก็คือ บทบาทที่สังคมล้านนากำหนดให้ผู้หญิง (ปัจเจกบุคคล) ที่ผูกขาดอำนาจของสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีส่วนทำให้ผู้หญิงใช้การเข้าทรงและร่วมพิธีกรรมในการจัดการกับสิ่งต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อสถานภาพทางสังคมที่สูงขึ้น รวมไปถึงหน้าที่ของผู้หญิงผ่านสื่อพิธีกรรมที่สามารถปรับตัวอย่างเป็นพลวัตเพื่อสนองความต้องการของสังคมล้านนาได้เป็นอย่างดี

สื่อพิธีกรรมล้านนา: การสื่อสารของผู้หญิงกับการเสริมสร้างอำนาจ

เมื่อนักการสื่อสารพิจารณาว่า “พิธีกรรม” เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงในสามมิติคือ ระหว่างมนุษย์-สิ่งของ-สิ่งศักดิ์สิทธิ์/อำนาจ

เหนือธรรมชาติ (เช่น การเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบพิธีกรรมหรือแม่ชี สมาชิกที่เข้าร่วมพิธีกรรม วัตถุประสงค์ของที่ประกอบพิธีกรรม รวมทั้งผี/สิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติ) นอกจากนี้ สื่อพิธีกรรมยังเป็นพื้นที่การสื่อสารที่เกิดขึ้นในปริบทของโลกมนุษย์/โลกสามัญในชีวิตประจำวัน หรือโลกียะ (secular world) มิติที่เพิ่มเติมขึ้นก็คือ มิติที่อยู่เหนือกว่าการรับรู้ของมนุษย์เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นในปริบทของโลกศักดิ์สิทธิ์ (sacred world) โดยในระหว่างโลกทั้งสองแห่งนี้จะมีสะพานอีกสองเส้นที่เชื่อมต่อไปมาถึงกันได้ นั่นคือ สะพานเชื่อมที่ชื่อ “การปลุกเสก/การเข้าทรง” (sanctification) เพื่อสร้างให้เกิดความศักดิ์สิทธิ์ และสะพานเชื่อมที่ชื่อ “การทำให้เสื่อม ทำให้หายขลังหายศักดิ์สิทธิ์” (secularization) (กาญจนา แก้วเทพ, 2560)

สำหรับการสื่อสารของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมล้านนากับการเสริมสร้างอำนาจนั้น ผู้เขียนจะอภิปรายและขมวดให้เห็นภาพความสัมพันธ์ของการสื่อสารของผู้หญิง ทูตที่ผู้หญิงส่งสม และความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- การสื่อสารของผู้หญิง (Women's Communication) สำหรับกระบวนการสื่อสารด้วยสื่อพิธีกรรมล้านนา หากพิจารณาตามองค์ประกอบการสื่อสาร (S-M-C-R) ผู้เขียนได้ใช้มิติของผู้หญิงในการปฏิบัติการผ่านกระบวนการสื่อสารของสื่อพิธีกรรมล้านนา สามารถแยกได้ดังต่อไปนี้

- ผู้ส่งสาร (sender) ของสื่อพิธีกรรมคือ ผู้ประกอบพิธีกรรม/ร่างทรง/แม่ชี (ผู้หญิง) จำเป็นต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี โดยมีความสามารถในการโน้มน้าวใจและใช้จิตวิทยาที่เหมาะสม ประกอบกับมีทัศนคติที่ดีในการเป็นที่พึ่งทางจิตใจให้กับผู้รับสาร และต้องอยู่ในระบบระเบียบ มีข้อกำหนดหลักไว้แน่นอนที่สอดคล้องกับขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของล้านนา

สำหรับการสื่อสารของผู้ส่งสารอย่างผู้หญิงเพื่อเสริมสร้างอำนาจนั้น อาจเริ่มตั้งแต่การแปลงร่าง (transform) จากผู้ส่งสาร (sender-1) ที่มีตัวตนในโลกความจริงก่อนเข้าสู่พื้นที่พิธีกรรมไปสู่ผู้ส่งสาร (sender-2) ที่มีตัวตนในพื้นที่พิธีกรรม ตั้งแต่การสวมชุดทรงในการประทับตามแต่ละสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น การนุ่งโสร่ง กางเกงแพร การใส่แว่นตากันแดดเพื่อแสดงว่าเป็นเทพมาเข้าทรง

แล้วไม่ใช่ร่างทรงธรรมดา การสวมนาฬิกาเพื่อให้เป็นเครื่องหมายแทนปลอกแขนของนักรบในอดีต หรือการโพกหัว ต่อจากนั้นร่างทรงนั่งประจำที่ ลูกศิษย์เตรียมค่าครู ชันดอกไม้รูปเทียน ร่างทรงสวดอันเชิญองค์เทพ/สิ่งศักดิ์สิทธิ์องค์เทพลงประทับ ลูกศิษย์ถวายพาน สันทนาพูดคุยซักถามตอบโต้ให้ช่วยเหลือสิ่งที่ร้องขอ จนถึงขั้นตอนสุดท้ายคือการถอยองค์ออกจากร่างทรง และมาสู่ผู้ส่งสาร (sender-3) ที่มีตัวตนหลังออกจากพื้นที่พิธีกรรมกลับมาใช้ชีวิตตามปกติดังเดิม อาจมีสถานภาพทางสังคมและมีผู้ศรัทธาเลื่อมใสมากขึ้น ซึ่งตัวตนของผู้หญิงที่เป็นผู้ส่งสารทั้งสามส่วนนี้จะสัมพันธ์กันเป็นวงจรกลับไปกลับมา

- เนื้อหา สาร หรือเป้าหมาย (message) ของสื่อพิธีกรรมลึกลับในวาระต่างๆ ที่ผู้ประกอบพิธีกรรมต้องการสื่อสารกับผู้รับสาร (สมาชิกที่เข้าร่วมพิธีกรรม/เทพยดา/ผี/สิ่งศักดิ์สิทธิ์) เช่น เพื่อเป็นศูนย์กลางของที่พึ่งทางใจ เป็นความหวังและความอบอุ่นที่สามารถขอพึ่งพาเจ้าปู่ย่าของลูกหลานได้ ผ่านวิธีการ/กิจกรรมการทำนายทายทัก การเสกเป่า หรือรดน้ำมนต์

- พื้นที่ เวลา วาระโอกาส สถานที่ พิธี ฉากประกอบ วัตถุสิ่งของ (channel) ที่ผู้หญิงใช้ประกอบพิธีกรรม เช่น ระยะเวลาในการประกอบพิธีกรรมไว้อย่างต่อเนื่อง/สม่ำเสมอ (พิธีไหว้ผีปู่ย่าจะทำในเดือนกุมภาพันธ์ถึงช่วงฤดูฝน) หรือประกอบในช่วงเวลาปกติ/ช่วงเวลาพิเศษ (มีคนในครอบครัวเจ็บป่วยหรือต้องเดินทางไปอยู่ต่างแดนก็จะมีการจัดพิธีไหว้ผีปู่ย่า)

- ผู้รับสาร (receiver) ซึ่งเป็นสมาชิกที่เข้าร่วมพิธีกรรม/เทพยดา/ผี/สิ่งศักดิ์สิทธิ์ สามารถรับรู้ถึงเนื้อหา เป้าหมายของการประกอบพิธีกรรม รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสื่อพิธีกรรมลึกลับจะช่วยให้เข้าใจความหมายและที่มาของอำนาจของผู้หญิง เช่น ผู้หญิงต้องการยกสถานภาพของตนให้เสมอเทียบเคียงกับผู้ชาย การใช้อำนาจศักดิ์สิทธิ์ยกฐานะบุคคลให้สูงขึ้นเรื่อยๆ หรือช่วยให้หลุดพ้นมายาคติอย่างบทบาทแม่และเมียก็ตาม แต่ก็ไม่ใช่ผู้หญิงทุกคนที่จะสามารถใช้พื้นที่สื่อพิธีกรรมเพื่อเสริมสร้างอำนาจให้กับตนเอง จึงจำเป็นต้องมีการสั่งสมทุนในด้านต่างๆ

- **ทุนที่ผู้หญิงสะสม (capital)** ทั้งนี้สอดคล้องกับนักวิชาการอย่างปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) (1984) ที่เสนอว่า มนุษย์จำเป็นต้องมีกระบวนการ สะสม แลกเปลี่ยน และขยายทุน อันได้แก่ ทุนเศรษฐกิจ และทุนอื่นๆ เช่น ทุน วัฒนธรรม ทุนความเชื่อ ทุนสัญลักษณ์นั้น ซึ่งสามารถถ่ายโอนไปมาซึ่งกันและ กันได้ ดังนั้น ผู้หญิงในพื้นที่สื่อพิธีกรรมล้านนาจึงจำเป็นต้องมีการสั่งสมทุนใน ด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- **ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital)** ทุนประเภทนี้ ได้แก่ รายได้ ทรัพย์สิน ความมั่งคั่งที่สะสมเอาไว้ เงินทอง สิ่งของที่มีราคา รูปแบบของทุน ประเภทนี้จะดำเนินอยู่ใน field เศรษฐกิจ แต่แน่นอนว่าอาจจะมีการโยกย้ายไหล ซึมผ่านไปไปยัง field อื่นๆ ได้ ทุนประเภทนี้เป็นทุนรูปที่มีเหตุผล ซึ่งหมายความว่า ประการแรกสามารถคิดคำนวณปริมาณที่แน่นอนได้ ประการที่สอง สามารถ ระบุรูปแบบได้อย่างแน่ชัด เช่น เงินสดในธนาคาร เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นการง่าย ที่จะศึกษาทุนประเภทนี้ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์การสะสมทุน การครอบครอง ทรัพย์สิน การแลกเปลี่ยน/ถ่ายโอน เป็นต้น

สำหรับผู้หญิงในพื้นที่สื่อพิธีกรรมล้านนาอย่างพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษ และพิธีกรรมทรงผีเจ้านาย อาจจะได้เริ่มต้นจากการมีทุนทางเศรษฐกิจที่ดี เจก เช่น สุริยา สมุทคุปต์ และคณะ (2539) ที่พบว่า อาชีพส่วนใหญ่ของผู้หญิงก่อน จะผันมาเป็นช่างทรงมักจะประกอบอาชีพเกษตรกร แม่บ้าน พนักงานบริษัท หรือ ธุรกิจขนาดเล็ก รวมทั้งรายได้ค่อนข้างไม่มากและไม่แน่นอน ตั้งแต่มาเป็นช่างทรง ผู้หญิงจะมีรายได้ที่เป็นตัวเงินมากขึ้น มีส่วนสำคัญในการสร้างฐานะทางเศรษฐกิจ ของครอบครัว อาชีพช่างทรงจึงเป็นงานที่เปลี่ยนฐานะตัวเอง เช่น จากแม่บ้านหรือ อาชีพอื่นมาทำหน้าที่ในพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ และสามารถทำรายได้เลี้ยงครอบครัว อย่างงดงาม ดังนั้น การเป็นผู้ประกอบพิธีกรรม (ช่างทรง) ในสื่อพิธีกรรมเป็น กระบวนการสั่งสมทุนเศรษฐกิจ (economic capital) ที่ดีให้กับผู้หญิงอีกทางหนึ่ง

- **ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital)** สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

- objectified form คือทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของวัตถุที่ผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมล้านนาครอบครองเป็นเจ้าของ เช่น สิ่งของที่ใช้ประกอบพิธีกรรมหรือให้ผู้ร่วมพิธีกรรมบูชา ในกรณีสื่อพิธีกรรมการไหว้ผีปู่ย่าของล้านนามีความเชื่อว่า อุปกรณ์เครื่องใช้ในพิธีกรรมจะเป็นของเจ้าปู่ย่า (ร่างทรง) หากต้องการนำมาใช้ต่อ หรือต้องเอาไปทำประโยชน์ต้องขออนุญาตก่อน

- institutionalized form ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน เช่น คุณภาพ/การมีชื่อเสียงของสถาบัน เป็นต้น สำหรับผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมล้านนาอย่างการพ้อนผีเจ้านายผู้มาใช้บริการจะเลือกร่างทรง (ม้าขี่) จากความศักดิ์สิทธิ์และชื่อเสียง เช่น จากตำหนักร่างทรง สำนักหรือตระกูลของม้าขี่ ผู้คนเลื่อมใสศรัทธามาก การเข้าทรงสามารถสนองความต้องการคนได้เสมอมา มีการปรับประยุกต์พิธีกรรมบางส่วนให้เข้ากับสังคม เช่น การเข้าทรงพิธีกรรมผีเจ้านายสามารถกระทำได้ทุกโอกาสเพื่อช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้มนุษย์ รวมทั้งสามารถข้ามหมู่บ้าน ข้ามจังหวัด อันหมายถึงผีหรือเจ้าพ่อของชุมชนหนึ่งอาจเคลื่อนย้ายมาตั้งสถานที่สำนักเข้าทรงในชุมชนอื่นๆ การที่ร่างทรงหรือเจ้ามีข้อกำหนดหลักไว้แน่นอน และพิธีกรรมต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมของล้านนาสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นป่องเกิดทุนในรูปแบบของสถาบัน

- embodied form ได้แก่ สมรรถนะด้านวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล สำหรับผู้หญิงที่ต้องการเข้ามาประกอบพิธีกรรมนั้น สุริยา สมุทคุปดี และคณะ (2539) ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การเป็นร่างทรงมีขั้นตอนและการเรียนรู้ที่เป็นระบบพอสมควร กระบวนการดังกล่าวนี้จะทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ บุคลิกภาพ เอกลักษณ์ และวิถีชีวิตของคนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบพิธีกรรมอย่างสิ้นเชิง ดังนี้

- เริ่มจากการรู้ตัวด้วยสัญญาณอย่างหนึ่งอย่างใดว่า มีองค์หรืออำนาจศักดิ์สิทธิ์มาแสดงความต้องการอาศัยร่างหรือสังขาร ต่อจากนั้นมีการปฏิเสธรีหรือทำท่าย เกิดวิกฤติการณ์ในชีวิต รับขันธ์ (การเป็นร่างทรง) ลองดีหลังจากรับขันธ์ และสุดท้ายก็รับแขกเปิดตำหนัก/สำนักร่างทรง

- ความรู้ ข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ และความทรงจำร่วมของร่างทรงกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ไม่สำคัญมากนัก ร่างทรงจะเลือกเฉพาะที่จะจดจำเอาชื่อเสียง อภินิหารหรือบุคลิกลักษณะที่โดดเด่นบางประการของสิ่งศักดิ์สิทธิ์เท่านั้น เพราะเป็นที่มาของอำนาจศักดิ์สิทธิ์ หรืออำนาจบารมี เจกเช่นพิธีกรรมพ้อนผีเจ้านายอย่างเจ้าพ่อขุนตาน ซึ่งตามประวัติศาสตร์ที่แท้จริงแล้วก็คือพญาเบิกกษัตริย์แห่งนครเขลางค์ ผู้เป็นโอรสของพญาธิบา กษัตริย์แห่งหริภุญชัยที่พ่ายแพ้แก่กองทัพของขุนครามโอรสของพญามังราย หลังจากสิ้นชีพจึงกลายเป็นผีเจ้านายสถิต ณ ดอยขุนตาน เป็นต้น

- การปฏิบัติตนของร่างทรง ต้องยึดตามข้อปฏิบัติทั้งระหว่างประกอบและไม่ได้ประกอบพิธีกรรม เช่น ร่างทรงหรือม้าขี่ทุกคนต้องยึดปฏิบัติเฉพาะตามสายครูที่ตนเองทำการรับขันธอย่างเคร่งครัด ในวันพระหรือวันพุธจะไม่ประทับทรง ไม่ควรทำสิ่งใดที่ไม่เป็นมงคล ไม่กินอาหารในงานศพ หรือในพิธีกรรมล้านนา จะไม่ใช่ดอกไม้ที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาพุทธ เช่น ดอกบัว เป็นต้น

- บุคลิกลักษณะประกอบไปด้วยชื่อเรียกร่างทรง กิริยาท่าทาง คำพูด เสียงพูด การแต่งกาย และความเชี่ยวชาญของร่างทรง จะสอดคล้องและเป็นไปตามอภินิหารและบุคลิกที่โดดเด่นของสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เทพองค์นั้นๆ เช่น พิธีกรรมพ้อนผีเจ้านายก็จะพูดด้วยน้ำเสียงผู้ชาย ดุดัน แสดงความเป็นนักรบ หรือการแต่งกายด้วยชุดพระมหากษัตริย์หรือชนชั้นเจ้านาย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ระหว่างที่ร่างทรง/ม้าขี่มีบุคลิกลักษณะแปรเปลี่ยนไปตามสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เทพองค์นั้นๆ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ชาย อาจมองว่าผู้หญิงอุทิศร่างกายให้ผู้ชายเข้ามาครอบครองและแสดงอำนาจผ่านเรือนร่างของผู้หญิงก็ตาม แต่ถ้าหากมองในมุมกลับกัน กล่าวคือ สิ่งศักดิ์สิทธิ์/เทพเพศชายองค์นั้นๆ ไม่ได้ใช้ร่างกายของผู้หญิง แต่ผู้หญิงในชื่อพิธีกรรมล้านนาด่างหากที่ใช้ตัวตนและเรื่องเล่าของสิ่งศักดิ์สิทธิ์/เทพเพศชายองค์นั้นๆ ในการจัดการและควบคุมพฤติกรรมของผู้ชายและกลุ่มคนต่างๆ ในสังคมให้อยู่ภายใต้อำนาจของตนและให้เป็นไปตามที่ตนต้องการ ดังนั้น จึงเปรียบเสมือนเป็นการใช้สิ่งศักดิ์สิทธิ์/เทพเพศชายองค์นั้นๆ ผ่านร่างทรง/ม้าขี่ในฐานะอาวุธแห่งสตรีเพศอีกอย่างหนึ่ง

- ทูทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) คือ สถานภาพ/ชื่อเสียง/การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ ที่ทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบ/เกิดประโยชน์ต่างๆ สำหรับผู้หญิงล้านนาที่ผูกขาดการเป็นเพศที่เกี่ยวข้องกับอำนาจศักดิ์สิทธิ์ ผู้หญิงยังสามารถใช้การเข้าทรงและร่วมพิธีกรรมเพื่อเพิ่มสถานภาพและบทบาทให้มีอำนาจในการจัดการกับสิ่งต่างๆ ได้ ดังเช่นในการประกอบพิธีกรรมไหว้ผีปู่ย่าที่ผู้ที่เข้าร่วมพิธีกรรมต้องแสดงถึงความเป็นผู้มีสัมมาคารวะต่อเจ้าปู่ย่าทั้งหลาย แม้ในความเป็นจริงของโลกมนุษย์ ม้าขี่ที่เป็นร่างทรงของเจ้าปู่ย่าอาจเป็นภรรยา พี่ น้อง ลูกหลาน หรือเพื่อนก็ตาม ห้ามทำเล่นหัว ล้อเล่น หรือแสดงกิริยาไม่เป็นการเคารพ ซึ่งสอดคล้องกับมานพ มานะแซม (2554) ที่กล่าวว่า ผู้คนเชื่อว่าม้าขี่เป็นผู้ที่ได้รับเลือกจะมี “ลักษณะพิเศษ” แตกต่างจากบุคคลธรรมดาทั่วไป ถ้าผีเจ้านายบอกอะไรผ่านม้าขี่แล้ว ผู้คนต้องทำตามถ้าหากไม่ตามแล้วอาจเกิดโทษแก่ตน ดังคำว่า “ผีดูข้างบน คนดูข้างล่าง” มีความหมายว่าผีเจ้านายสามารถทำนายเหตุการณ์ที่มนุษย์ธรรมดาไม่สามารถมองเห็นได้ ดังนั้นตัวร่างทรงหรือม้าขี่ จึงจัดได้ว่าเป็นผู้มีอำนาจทางสังคม และได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ ในโลกความจริง

- ทูทางสังคม (social capital) ในความหมายของบูร์ดิเยอเห็นว่า ทูทางสังคมนั้นถือเป็นเสมือนทรัพยากรอย่างหนึ่งที่สามารถเอื้ออำนวยประโยชน์ให้ได้ ดังเช่นที่มกมีคำกล่าวที่ว่า “ไม่สำคัญว่าจะมีผลงานอะไร สำคัญที่ว่าเป็นคนของใคร” มากกว่า สำหรับทูทางสังคมนี้อาจกระจายอยู่ตาม field ต่างๆ เช่น เพื่อนร่วมรุ่น เพื่อนร่วมโรงเรียนเดียวกัน คนหมู่บ้านเดียวกัน คนแซ่เดียวกัน เป็นต้น สำหรับทูทางสังคมของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมล้านนาคงจะเป็นการสร้างเครือข่าย (network) ระหว่างผู้ประกอบพิธีกรรมและผู้ร่วมพิธีกรรมด้วยตนเอง ซึ่งจะพบเห็นในพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษอย่างผีปู่ย่าหรือผีมดผีเม็งจะมีการระดมทรัพยากร/ผู้คนในการประกอบพิธีกรรม ทั้งในเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการเซ่นไหว้ต่างๆ รวมทั้งการพ้อนผีปู่ย่าในผามหนึ่งๆ นั้น จึงมีเจ้าปู่เจ้าย่าจากผามอื่น หรือตระกูลอื่นมาเป็นแขกรับเชิญในงานที่ลูกหลานเจ้าภาพจัดเลี้ยง หรือดังที่ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2545) กล่าวว่า พิธีกรรมทรมผีเจ้านายมีความสัมพันธ์ข้าม

สำนักกระหว่างเจ้าด้วยกัน ทั้งความสัมพันธ์ส่วนตัวแบบเคารพนับถือ และความสัมพันธ์แบบทางการตามลำดับชั้นความสูงต่ำของเทพ รวมทั้งความสัมพันธ์แบบการข้ามแดนกันในหมู่เจ้าที่สามารถไปรักษาและบำบัดนอกเขตแดนของตนเองได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงสามารถใช้พื้นที่พิธีกรรมในการแลกเปลี่ยน ขยาย โอนถ่ายทุนไปมา และสามารถเอื้ออำนวยประโยชน์ได้ นอกจากนี้ ยังเป็นการแสดงออกให้เห็นว่าผู้หญิงไม่ได้สร้างความสัมพันธ์ สร้างอำนาจเฉพาะในเครือข่ายของตนเองเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่าย หรือข้ามเครือข่ายอีกด้วย

จากการวิเคราะห์การสั่งสมทุนด้านต่างๆ ของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมอย่างพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษและพิธีกรรมทรงผีเจ้านาย ทั้งนี้ สามารถสรุปท่วงท่าเฉพาะของรูปแบบการสั่งสมทุน โดยเริ่มจากการสะสมทุนวัฒนธรรม (cultural capital) ตั้งแต่ embodied form ได้แก่ การเสริมสร้างสมรรถนะด้านวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ บุคลิกภาพ เอกลักษณะ และวิถีชีวิตของคนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบพิธีกรรม จากนั้นผู้หญิงได้ใช้ objectified form คือทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของวัตถุ เช่น สิ่งของที่ใช้ประกอบพิธีกรรม หรือให้ผู้ร่วมพิธีกรรมบูชา และ institutionalized form ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน เช่น จากตำหนักร่างทรง สำนักหรือตระกูลของม้าขี่ที่มีความศักดิ์สิทธิ์ มีชื่อเสียงและผู้คนเลื่อมใสศรัทธามากพร้อมๆ กับการสร้างและสะสมทุนทางสังคม (social capital) อย่างการสร้างเครือข่าย กลุ่มเพื่อนร่างทรง/ม้าขี่ด้วยกันเอง เพื่อสั่งสมทำให้เกิดทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) คือการมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากบุคคลและนำไปสู่กระบวนการสั่งสมทุนเศรษฐกิจ (economic capital) ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างฐานะทางเศรษฐกิจ

ดังนั้น การที่ผู้หญิงใช้พื้นที่ของสื่อพิธีกรรมเป็นผู้ประกอบพิธีกรรม/ร่างทรง (ม้าขี่) ในการก่อรูปตนเองนั้น นับเป็นการปฏิบัติการของการสะสม แลกเปลี่ยน ขยาย และถ่ายโอนไปมาระหว่างทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสัญลักษณ์ และทุนทางสังคมที่แยกย่อย ทั้งนี้ การปฏิบัติการผ่านทุนด้านต่างๆ นี้

จะช่วยให้ผู้หญิงสามารถปรับตัวไปตามสถานการณ์ได้อย่างพลิกแพลงและแฝงเร้นไปด้วยพลังอำนาจ รวมทั้งความพยายามที่จะรักษาและช่วงชิงพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์นี้ให้คงอยู่ต่อไป

- **ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relations)** นักสตรีนิยมแนววิพากษ์ได้นำแนวคิดเรื่องอำนาจ (power) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากทัศนะของมิเชลฟูโกต์ (Michel Foucault) โดยนักสตรีนิยมเชื่อว่า ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relations) เป็นเรื่องระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในการจัดการอำนาจกับการสร้างความรู้/ความจริง จากทัศนะฟูโกต์อธิบายว่า ความรู้ไม่ใช่สิ่งที่มีประโยชน์หรือสิ่งที่ทุกคนควรรู้ แต่ความรู้คือสิ่งที่ผู้มีอำนาจกำหนดว่า นั่นเป็น “ความรู้” หรือ “ความจริง” อย่างไรก็ดี ภายใต้สังคมปิตาธิปไตยจะมีเฉพาะความรู้แบบเพศชายเท่านั้นที่มีอำนาจและได้รับการสถาปนาเป็น “ความรู้” หรือ “ความจริง” รวมทั้งอำนาจในการนิยาม/สร้างความหมาย (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) ดังนั้น การที่ผู้หญิงใช้พื้นที่สื่อพิธีกรรมล้านนาในการสร้างความรู้/ความจริงเสมือนเป็นการพยายามใช้ความเป็นเพศศักดิ์สิทธิ์มาท้าทาย ต่อกรกับอำนาจของชายเป็นใหญ่ที่ปกคลุมในระบบสังคมนี้

สำหรับความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relations) ของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมล้านนา ผู้เขียนจะวิเคราะห์ผ่านมิติของการมอบบทบาท การยกย่อง และให้สถานภาพแก่ผู้หญิงของสังคม รวมทั้งการใช้พื้นที่ของการเป็นเพศศักดิ์สิทธิ์ในการสร้างความจริง หรือการนิยามด้วยชุดความคิด ดังนี้

- การใช้ร่างกายทางธรรมชาติของผู้หญิง แม้สรีระร่างกายของผู้หญิงจะเชื่อมโยงปัจจัยทางชีววิทยา (เพศสามัญ/เพศธรรมชาติ) เช่น การมีประจำเดือน เป็นต้น แต่อีกด้านการมีประจำเดือนก็เป็นตัวแทนของความสกปรก และเป็นมลภาวะ (เพศวัฒนธรรม) ดังเช่น Mary Douglas ที่กล่าวถึงเรื่องความบริสุทธิ์ของหญิงสาวไว้ในหนังสือเรื่อง *Purity and Danger* (1966) ว่า ผู้หญิงที่มีประจำเดือนจะไม่มี ความบริสุทธิ์ไม่สามารถเข้าร่วมพิธีกรรมบางอย่างได้ เช่น ห้ามผู้หญิงเข้าบริเวณศาสนสถานศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา เป็นต้น ซึ่งการกำหนดและครอบครองความรู้และความหมายนั้นๆ ต่างก็เป็นพื้นที่ทางศาสนาที่เป็นตัวแทนของผู้ชาย

สำหรับผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมล้านนาแล้วนั้น การใช้สรีระร่างกายที่เกี่ยวข้องกับพลังอำนาจศักดิ์สิทธิ์ เช่น การมีประจำเดือนของผู้หญิงที่ถูกมองว่า เป็นภาวะแห่งพลังเหนือธรรมชาติที่สัมพันธ์กับเรื่องการมีชีวิตและความตาย (เพศศักดิ์สิทธิ์) บ้างก็เชื่อว่าเลือดประจำเดือนมีอำนาจสามารถทำลายเวทมนตร์คาถาให้เสื่อมลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับเรื่องเล่าของพระนางจามเทวีใช้ผ้าชิ้นเป็นอนเลือดประจำเดือนมาทอเป็นผ้าคลุมศีรษะให้ขุนหลวงวิลังคะเจ้าฟ้าชาวลัวะ ทำให้เวทมนตร์คาถาเสื่อมและต้องพ่ายแพ้สงครามในที่สุด (ปฐม หงษ์สุวรรณ, 2550) นอกจากนี้ Tanabe Shigeharu (1991 อ้างถึงในสุริยา สมุทคุปต์ และคณะ, 2539) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่า บทบาททางเพศของผู้หญิงพิจารณาได้จากข้อห้ามขะลำเกี่ยวกับเลือดประจำเดือนของผู้หญิง หรือผ้าชิ้นที่เชื่อว่าสามารถทำลายพลังความศักดิ์สิทธิ์ของไสยศาสตร์และพุทธศาสนาที่เป็นพื้นที่หลักของผู้ชาย

ดังนั้น การผสมกลมกลืนกันระหว่าง “เพศสามัญ” และ “เพศศักดิ์สิทธิ์” ทำให้เห็นถึงการยอมรับพลังอำนาจที่มีในร่างกายธรรมชาติของผู้หญิง และหากมองในความสัมพันธ์เชิงอำนาจแล้วนั้น น่าจะเป็นสภาวะของการหลีกเลี่ยงจากการกดขี่ของผู้ชาย หรือการปลดปล่อยความเป็นเพศหญิงให้หลุดพ้นออกไปจากพันธนาการ “ความเป็นแม่” ที่ระบบชายเป็นใหญ่เป็นผู้กำหนด

- การมอบบทบาทและสถานภาพความเป็นแม่ ผู้หญิงถูกกำหนดมาจาก “ธรรมชาติ” ด้วยปัจจัยทางชีววิทยา/เพศในด้านของการเจริญพันธุ์ (เพศสามัญ) ที่สามารถให้กำเนิด/สร้างมนุษย์/สืบทอดเผ่าพันธุ์ และการที่สังคมก็เรียกร้องให้ผู้หญิงต้องดูแลรับผิดชอบเลี้ยงดูลูก (เพศวัฒนธรรม) ด้วยการกำหนด “ความเป็นแม่” ให้แก่ผู้หญิง อย่างไรก็ตาม อาจจะมองว่าเป็นความเหลื่อมล้ำที่สังคมแบ่งบทบาททางเพศระหว่างชายหญิงมีส่วนทำให้ผู้หญิงตกอยู่ในฐานะความเป็นรองก็ตาม แต่สำหรับผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมกับพลิกแพลงผลิตซ้ำ (reproduction) โดยการเลือกภาพของ “ความเป็นแม่” มาเชื่อมโยงทำให้เกิดอำนาจในความเชื่อและความศักดิ์สิทธิ์ เช่น ระหว่างทำพิธีกรรมไหว้ผีปู่ย่าหรือผีมดผีเม็งจะใช้คำเรียกแทนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ว่า “แม่” และเรียกผู้ที่มาเข้าร่วมพิธีว่า “ลูก” ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของแม่แห่งลูก เป็นมารดาผู้ให้ชีวิตและคุ้มครอง ดูแลลูกให้

กินอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ นำความสงบมาสู่ลูกและปกป้องลูกจากภัยธรรมชาติ และอันตรายต่างๆ

- การยกย่องและให้สถานภาพผู้หญิงในสื่อพิธีกรรม (status conferral) ผู้หญิงที่ประกอบพิธีกรรมจะมีขั้นตอน ตั้งแต่ช่วงแยกตัว (separation) เป็นช่วงที่มนุษย์แยกตัวออกจากโลกของตนมาสู่ช่วงเปลี่ยนผ่าน (liminality) ที่ก้าวจากสถานภาพหนึ่งไปสู่สถานภาพหนึ่ง และช่วงกลับมารวมตัวกลับมาสู่โลกความจริงใหม่อีกครั้ง (incorporation) ขั้นตอนดังกล่าวนี้ทำให้ผู้หญิงที่ถูกอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์เข้าครอบงำกลายเป็นบุคคลที่ชาวบ้านให้ความเคารพศรัทธาและเกรงกลัว เพราะเชื่อว่าผู้ที่ได้รับเลือกเป็นร่างทรง (แม่ชี) ถือเป็นผู้ที่มีบางสิ่งบางอย่างเหนือกว่ามนุษย์ธรรมดา แม้ว่าสถานภาพทางสังคมในโลกความเป็นจริงของผู้หญิงที่ประกอบพิธีกรรม/ร่างทรงอาจจะไม่เป็นที่ยอมรับ เช่น มีฐานะยากจน มีปัญหาทางด้านสุขภาพและครอบครัว รวมทั้งการมีสถานภาพเป็นหม้าย หย่าร้าง เมื่อกลายเป็นร่างทรงก็จะได้รับความยอมรับนับถือ ซึ่งทำให้เห็นกระบวนการเปลี่ยนผ่านสภาวะโดยใช้โลกทางศักดิ์สิทธิ์เสริมสร้างอำนาจต่อรองให้กับผู้หญิง อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบผู้หญิงที่ได้รับการยอมรับจากสังคมอยู่แล้วเข้ามาสู่กระบวนการเป็นร่างทรง/แม่ชีในสื่อพิธีกรรมล้านนาแต่อย่างใด

- พื้นที่ของการเป็นเพศศักดิ์สิทธิ์ (space) ในสังคมล้านนาผู้หญิงนอกจากจะมีหน้าที่หลักในการดูแลบ้านหุงหาอาหารให้กับลูกและสามีแล้ว หน้าที่สำคัญอีกประการคือ การหมั้นไหว้ผีปู่ย่าและดูแลทำความสะอาด “หิ้งผี” อันเป็นที่อยู่ของวิญญาณผีบรรพบุรุษ ทั้งนี้พื้นที่บ้านเป็นเหมือนสถานที่ประกอบพิธีศักดิ์สิทธิ์ โดยมีผู้หญิงเป็นผู้มีพลังอำนาจพิเศษบางอย่างในการติดต่อ หรือต่อรองกับผี/วิญญาณที่สถิตอยู่ในบ้านเรือน ดังนั้น บริเวณบ้านเป็นพื้นที่ที่สามารถเปลี่ยนสถานะของผู้หญิงให้กลายเป็นเพศศักดิ์สิทธิ์ (sacred gender) ได้ ส่วนภารกิจนอกบ้านจะเป็นหน้าที่ของเพศชาย ซึ่งแสดงให้เห็นการแบ่งบทบาทหน้าที่ของชายและหญิงไว้ด้วยพื้นที่ (space)

เป็นที่น่าสังเกตว่า การสร้างภาพที่พัวอาศัยให้กลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นวิธีการต่อรองของผู้หญิงที่ถูกเบียดขับจากสังคมหลัก (ชายเป็นใหญ่) ให้กลายเป็น

เป็นผู้มีสภาวะความเป็นรอง (ปฐม หงษ์สุวรรณ, 2550) ดั่งนักวิชาการสายสตรีนิยมอย่าง Simone de Beauvoir (1972) กล่าวว่า การที่สังคมได้สถาปนาปัจเจกบุคคลให้เกิด “ตัวตน” (self) ที่แยกออกจาก “คนอื่น” (other) แต่ภายใต้สังคมที่มีความไม่เท่าเทียมทางเพศ คงมีแต่ผู้ชายเท่านั้นที่มีโอกาสได้ก่อรูปความเป็นตัวตน แต่ผู้หญิงนั้นจะมีสถานภาพเป็นรองที่เป็นได้เพียง “คนอื่น” เท่านั้น ด้วยเหตุนี้ ผู้หญิงจึงผลิตสร้างพลังอำนาจด้วยวิธีการพลิกกลับสถานภาพของตนให้ดีขึ้น ด้วยการสร้างภาพในบ้านให้กลายเป็นสถานที่ประกอบกิจพิธีกรรม และเป็นเสมือนคลังเก็บรักษาพลังชีวิต ดังนั้น บ้านมิได้มีความหมายว่าเป็นที่อยู่อาศัยเท่านั้น หากแต่เป็นพื้นที่ที่ผู้หญิงใช้ในการประกอบพิธีกรรมโดยใช้ตัวเองเป็นสื่อกลางในการติดต่อกับอำนาจศักดิ์สิทธิ์ อีกทั้งใช้เป็นสถานที่สร้างสภาวะความเป็นใหญ่ในสังคมปิตาธิปไตย

สื่อพิธีกรรมล้านนา: การช่วงชิงพื้นที่ของผู้หญิง

ด้วยคุณลักษณะของสื่อพิธีกรรมล้านนาที่มีศักยภาพในการเรียกร้องการมีส่วนร่วมในการระดมสรรพกำลังอย่างเข้มข้นที่สุด ด้วยตรรกะที่ว่า พิธีกรรมจะเกิดขึ้นได้ย่อมต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชน ดังนั้น พิธีกรรมจะมีผู้เข้าร่วม/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มากมาย และมีการกำหนดบทบาทของผู้เข้าร่วมทุกคนอย่างเด่นชัดว่าใครจะมีบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง เนื่องจากบทความนี้ผู้เขียนต้องการให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่าง “สื่อพิธีกรรมล้านนา” กับ “ผู้หญิง” เป็นสำคัญ และการมีส่วนร่วมของผู้หญิงในสื่อพิธีกรรมล้านนาไม่ได้มีเฉพาะการเป็นเจ้าของพิธีหรือร่างทรง (ม้าขี่) เท่านั้น แต่มีส่วนร่วมในด้านอื่นๆ หลายระดับ ดังนี้

- เจ้าพิธี/ผู้ประกอบพิธีกรรมล้านนา/ม้าขี่/คนทรง ส่วนมากจะเป็นเพศหญิง
- ฝ่ายสนับสนุนระหว่างประกอบพิธีกรรม อันประกอบไปด้วย
- สาวกหรือกำลัง ผู้เข้าร่วมพิธี ผู้หญิงที่เป็นลูกหลาน คนในครอบครัว หรืออยู่ในรูปกำลังผี (พลังของวงศ์ตระกูล) ที่อยู่ในรูปของกำลังกายและแรงงานจากผู้คน รวมทั้งลูกศิษย์ที่เคารพศรัทธา

- ความรู้หรือแม่ตั้ง คือ ผู้มีหน้าที่ปรนนิบัติเจ้าปู่เจ้าย่า/เทพ/เจ้าที่/เจ้านาย มีหน้าที่ช่วยกันแต่งองค์ทรงเครื่อง จัดหาน้ำดื่ม น้ำมะพร้าว สุราหรือเครื่องดื่ม หมาก เมี่ยง บุหรี่ เป็นต้น ตามแต่เจ้าจะเรียกหา เวลาเจ้าจะไปงานพ็อนที่ผามอื่นๆ ความรู้จะติดตามทำหน้าที่หิ้วข้าวของเครื่องใช้ เช่น เครื่องแต่งกาย ถุงย่าม กระเป๋าถือ เป็นต้น

- พยาน/แขกรับเชิญ ผู้หญิงที่เข้ามาสังเกตการณ์พิธีกรรม ไม่ใช่คนที่เกี่ยวข้องในพิธี แต่ในบางขั้นตอนจะต้องถอยออกมา รวมทั้งมีการเชิญเจ้าปู่เจ้าย่าจากตระกูลอื่นมาด้วย

- ฝ่ายผู้จัดเตรียมวัสดุในพิธีกรรม ผู้หญิงจะเป็นผู้จัดเตรียมวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบพิธี ได้แก่ เครื่องเซ่นไหว้ผีบรรพบุรุษ งานบายศรี จัดดอกไม้ สะตวง หรือจัดเครื่องสำหรับพ็อนผี รวมไปถึงอาหารที่จัดเลี้ยงผู้เข้าร่วมพิธีกรรมและแขกที่มีร่วมงาน

- ฝ่ายจัดเก็บความรู้ การรับรู้ประวัติความเป็นมาเรื่องราวต่างๆ ของชุมชน และผู้รับผิดชอบในการประกอบพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ที่ถ่ายทอดผ่านสายตระกูล เพราะอยู่ติดกับหมู่บ้านไม่ได้ย้ายออกไปไหน จึงทำให้ผู้หญิงสามารถเป็นผู้สืบทอดความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมได้เป็นอย่างดี

ด้วยเหตุนี้ สื่อพิธีกรรมจึงเป็นพื้นที่ของการผลิตความเชื่อของชุมชนที่ค่อนข้างเปิดโอกาสให้ผู้หญิงเข้าไปช่วงชิงพื้นที่ได้ง่ายกว่า อาทิเช่น ด้วยคุณลักษณะของสื่อพิธีกรรมที่มีเอกลักษณ์สำคัญคือการเป็นสื่อที่มีความแข็งงวด (rigid) และเป็นทางการ (formal) อันหมายความว่า เนื่องจากพิธีกรรมเป็นช่วงเวลาที่เราแยกตัวและแตกต่างไปจากภาวะปกติแห่งชีวิตประจำวัน ดังนั้น สื่อพิธีกรรมจึงมีกฎกติกาที่ถูกกำหนดเอาไว้อย่างเข้มข้นเพื่อธำรงความศักดิ์สิทธิ์และอำนาจของพิธีกรรมเอาไว้ ตัวอย่างเช่นพิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษที่มีความเชื่อเกี่ยวกับการสืบทอดพิธีกรรมที่ผูกติดกับลูกสาวทางสายตระกูล หรือการให้สถานภาพและบทบาทความเป็นแม่ เป็นต้น ส่วนพิธีกรรมทรงผีเจ้านายที่มีความเชื่อว่า ความละเอียดอ่อนและการเป็นแม่ศรีเรือนของผู้หญิงจะสามารถรักษาดูแลจัดการสิ่งต่างๆ ในตำหนัก หรือสถานที่ที่สิ่งศักดิ์สิทธิ์สถิตอยู่ได้เป็นอย่างดี

ตรงกันข้ามกับสถาบันทางสังคมอื่นๆ อย่างเช่น ศาสนาที่มีลักษณะตั้งตัวและเข้มแข็ง ในกรณีพระพุทธศาสนาก็มีกฎข้อห้ามสำหรับผู้หญิงที่ปรากฏมากมาย อันได้แก่ ห้ามผู้หญิงบวชเป็นพระสงฆ์ ห้ามผู้หญิงเข้าเขตพระธาตุเจดีย์ ห้ามผู้หญิงถวายสิ่งของให้พระด้วยมือเปล่า เป็นต้น ข้อห้ามสำหรับผู้หญิงภายใต้เงื่อนไขกฎเกณฑ์ของศาสนาต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวกำหนดชี้ให้เห็นสถานะภาพของผู้หญิงในสังคมพุทธศาสนาที่ไม่เท่าเทียมเมื่อเทียบกับผู้ชาย ด้วยเหตุนี้ การที่ผู้หญิงนับถือผีสาววิญญานหรืออำนาจเหนือธรรมชาติจึงเกิดจากสภาวะเบียดขับให้กลายเป็นเพศชายขอบในโลกของศาสนากระแสหลัก และการถูกกีดกันจากอำนาจทางศาสนา ฉะนั้น ระบบคิดที่อยู่นอกกรอบหรือนอกกริดจึงเป็นพื้นที่อันชอบธรรมของผู้หญิงที่จะแสดงอำนาจออกมาได้อย่างเต็มที่

อย่างไรก็ดี แม้ในหัวข้อที่ผ่านมาจะพิสูจน์ให้เห็นว่าพื้นที่พิธีกรรมล้านนาเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้ช่วงชิงพื้นที่ เข้ามามีส่วนร่วม ทำการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอำนาจ ผลิตซ้ำความหมาย และต่อรองกับสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะการใช้อำนาจของเพศศักดิ์สิทธิ์ในฐานะและสถานะภาพให้ผู้หญิงก็ตาม ทว่าการที่ผู้หญิงจะรักษาพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และจับจองเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียวนั้น คงจะเป็นไปได้ยากแล้วในสภาพการณ์สังคมปัจจุบัน

ทั้งนี้ สอดคล้องกับอันโตนิโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci) ที่นำเสนอการต่อสู้ในอีกด้านหนึ่งที่มีเป้าหมายเพื่อยึดความคิดและวัฒนธรรมของประชาชน หรือเรียกว่า “สงครามช่วงชิงพื้นที่ทางความคิด” (war of position) อันหมายความว่า กระบวนการที่จะเปลี่ยนแปลงสังคมให้ได้นั้น จะต้องเอาชนะความคิดและจิตใจของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมให้ได้เสียก่อน (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) หรืออาจหมายรวมว่า ในสนามประลอง/แข่งขันความหมายจะเปิดพื้นที่ให้มีลักษณะเป็นสงครามแย่งชิงความหมายในประเด็นต่างๆ (war of position) ซึ่งยังเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยจากนิยามความหมายกลุ่มใดๆ เพราะมีการประลองและแข่งขันกันอยู่ (contesting space) และยังไม่เกิดการยอมรับจากคนในสังคม

จากแนวคิดของกริมซี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสภาพการณ์ของสื่อพิธีกรรมล้านนาจะเห็นว่า ในปัจจุบันพื้นที่พิธีกรรมล้านนาไม่ได้มีแต่เพียงผู้หญิงครอบครองแล้ว ผู้ชายและเพศที่สามก็เข้ามาในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์นี้เช่นกัน ทั้งนี้สอดคล้องกับยศ สันตสมบัติ (2559) ที่ตั้งข้อสังเกตว่า พรหมแดนเพศที่เริ่มพรวามมากขึ้นประกอบกับร่างทรงหญิงเริ่มน้อยลง เปิดโอกาสให้กะเทยสามารถฉวยใช้จริตของสตรีเพศแทรกตัวเข้ามามีบทบาทของการเป็นลูกสาวเข้าไปดำรงสถานะร่างทรงพ่อนผีปู่ย่า และการขาดแคลนผู้สืบทอดการเป็นร่างทรงผีเจ้านาย ยังทำให้กะเทยสามารถคืบคลานเข้ามาช่วงชิงพื้นที่พิธีกรรมแบบนี้เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน หรือศุภลักษณ์ ปัญญา (2553) กล่าวว่า ถ้าเทียบจำนวนมาฆีสิบคนจะมีมาฆีที่เป็นเพศที่สามอย่างกะเทยและเกย์ จำนวน 3-8 คน ส่วนที่เหลือจะเป็นผู้หญิง

ดังนั้น หากเปรียบพิธีกรรมล้านนาเป็นสนามประลอง/แข่งขันความหมาย (contesting space) ของกลุ่มคน อันประกอบไปด้วยผู้หญิง ผู้ชาย และเพศที่สาม กำลังเข้ามาทำสงครามแย่งชิงความหมาย (war of position) ที่ยังคงปลอดภัยจากนิยามของคนกลุ่มใดๆ เพราะในขณะนี้ยังคงอยู่ระหว่างการปะทะสังสรรค์ต่อสู้ ต่อรองเพื่อช่วงชิงความหมายกันอยู่ และในทำนองเดียวกัน ถ้าหากผู้หญิงต้องการจะช่วงชิงพื้นที่ในสื่อพิธีกรรมให้กลับมาดังเดิมแล้วนั้น ก็จำเป็นต้องใช้การสื่อสาร บทบาท หน้าที่ผนวกกับทุนที่สั่งสมในด้านต่างๆ มาใช้ในการต่อรองและเสริมสร้างอำนาจของตนเองเช่นกัน

สื่อพิธีกรรมล้านนา: พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์แห่งความหวังของผู้หญิง

สื่อพิธีกรรมล้านนายังคงเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ถูกสถาปนาอำนาจขึ้นมา และเป็นพื้นที่ทำลายอำนาจด้วยเช่นกัน ทั้งการนิยามความหมายของคนกลุ่มต่างๆ ในการครอบครอง และช่วงชิงความหมาย เมื่อพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ได้ถูกสร้างขึ้นด้วยความเชื่อของผู้คนล้านนาต่อสิ่งที่เหนือธรรมชาติ วิญญาณของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อย่างเช่น บรรพบุรุษ พระมหากษัตริย์ หรือเจ้านาย ดังนั้น การสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ กลับกลายเป็นพื้นที่แห่งความหวังของกลุ่มคนไม่ว่าเป็นผู้หญิง ผู้ชาย และเพศที่สาม ตลอดจนการช่วงชิงความหมายต่อการนิยามตัวตนต่อสังคม เนื่องจากพื้นที่

ศักดิ์สิทธิ์มีลักษณะที่เอื้อให้สามารถเข้าไปแสดงตัวตน และสร้างอำนาจจากความคิดศักดิ์สิทธิ์ไปพร้อมๆ กันได้

อย่างไรก็ดี ผู้เขียนเห็นว่า พื้นที่ของสื่อพิธีกรรมล้านนา เช่น พิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษอย่างผีปู่ย่าและผีดผีเม็ง หรือพิธีกรรมทรงผีเจ้านาย ยังเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มมีเข้ามาส่วนร่วมและไม่มีใคร หรือกลุ่มอำนาจใดสามารถเข้าไปควบคุมได้อย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาด แต่ขึ้นอยู่กับว่าคนกลุ่มต่างๆ ที่เข้าไปเป็นร่างทรง/ผู้ประกอบพิธีจะสามารถแสดงอำนาจผ่านองค์ความรู้ และสนองความต้องการของคนในชุมชนได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งเป็นการตอกย้ำให้เห็นอย่างชัดเจนว่า พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์อย่างพิธีกรรมล้านนาสามารถกลายเป็นพื้นที่แห่งความหวังแก่กลุ่มเพศที่หลากหลายได้เช่นกัน

เพราะฉะนั้นแล้ว หากผู้หญิงต้องการเข้าไปอยู่ในสนามประลอง (contesting space) เพื่อแข่งขัน ต่อรอง ผลิตซ้ำเพื่อช่วงชิงและสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ (war of position) ผ่านสื่อพิธีกรรมล้านนาดังเดิมแล้วนั้น ผู้หญิงจำเป็นต้องล้มคมอาวุธด้วยการใช้บทบาท หน้าที่ สถานภาพที่สังคมกำหนด และฝึกปรือฝีมือด้านการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอำนาจ ผนวกกับการใช้ทุนที่ผู้หญิงได้สั่งสมมาให้ชำนาญ รวมทั้งการ “จัดไม้เด็ด” จากการทำความเข้าใจความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย และโครงสร้างทางสังคมก็จะทำให้ผู้หญิงสามารถยังคงยืนหยัดรักษาสื่อพิธีกรรมที่ตนเองเคยครอบครองพื้นที่แห่งนี้มาก่อน และเป็นการเน้นย้ำเพื่ออธิบายว่า “ทำไม ผู้หญิงส่วนหนึ่งยังคงสนใจรักษาสืบทอดสื่อพิธีกรรมล้านนาไว้”

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ (2548), *สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา: ภาพรวมจากงานวิจัย*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- _____. (2549ก), *ยึดหลักปักแน่นกับงานสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขภาวะ*, กรุงเทพฯ: โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.).

- _____. (2549ข), *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*, กรุงเทพฯ: เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- _____. (2560), *เครื่องมือทำงานวัฒนธรรมชุมชนและสื่อพิธีกรรมศึกษา*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2553), *การบริหารจัดการวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- _____. (2554ก), *ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร: เด็ก สตรี และผู้สูงอายุ*, กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2554ข), *สื่อพื้นบ้านศึกษาในสายตานิเทศศาสตร์*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551), *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ฉลาดชาย รมิดานนท์ (2545), *ผีเจ้านาย*, กรุงเทพฯ: เคล็ดไทย.
- เจียรชัย อักษรดิษฐ์ (2552), *พิธีกรรมพ่อนผี: ภาพสะท้อนปรากฏการณ์ต่อรองอำนาจทางสังคม*, เชียงใหม่: ธารปัญญา.
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ (2560), “แนวคิดมานุษยวิทยากับการศึกษาความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทย”, *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 25 (47) มกราคม-เมษายน.
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ และปีเตอร์ เอ. แจ็คสัน (2556), *เพศหลากหลายเดดซี: พหุวัฒนธรรมทางเพศในสังคมไทย*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- นินิ เอียวศรีวงศ์ (2546), *ลัทธิพิธีเสด็จพ่อ ร.5*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- นิภาวรรณ วิรัชนิภาวรรณ (2532), *ร่างทรง: บทบาทที่มีต่อสังคมปัจจุบัน กรณีศึกษาที่อำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา*, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปฐม หงษ์สุวรรณ (2550), *กาลครั้งหนึ่งว่าด้วยตำนานกับวัฒนธรรม*, กรุงเทพฯ: แอดทีฟ พรินท์.
- ปพิชญา วรสารพิสุทธิ์ (2550), *การสื่อสารเพื่อสร้างความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานบนเครือข่ายการสื่อสารและสื่อพิธีกรรมจุลกลิน*, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรานี วงษ์เทศ (2559), *เพศและวัฒนธรรม*, กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์.
- ปรารถนา จันทร์พันธุ์ (2542), *ความเชื่อเกี่ยวกับเจ้าแม่ในชุมชนประมง: กรณีศึกษาเจ้าแม่เกาะจิกจังหวัดจันทบุรี*, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรีดา เฉลิมเผ่า กอหนันตกุล (2546), *เจ้าแม่ คุณปู่ ช่างซอ ช่างพ้อน และเรื่องอื่นๆ ว่าด้วยพิธีกรรมและนาฏกรรม*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- มาถพ มานะแซม (2554), *ภาษา อารมณ์ พ่อนผี*, เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ซิลค์เวอร์ม.
- มาลา คำจันทร์ (2551), *ผีในล้านนา*, กรุงเทพฯ: บুদ্ধิวิกรม.

ยศ สันตสมบัติ (2559), *ชายแดนกับความหลากหลายของระบบความเชื่อ: การช่วงชิงพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และการครอบงำเชิงสัญลักษณ์*, เชียงใหม่: ศูนย์ศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิณี พานิชพันธ์ (2548), *วิถีล้านนา*, เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ซิลค์เวอร์ม.

ศุภลักษณ์ ปัญญา (2553), *การศึกษาบทบาทของผีในนิทานพื้นบ้านล้านนา*, เชียงใหม่: สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สนั่น ธรรมธิ (2554), *ผีในความเชื่อล้านนา*, เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ร่มพระยอม.

สุนันท์ ไชยสมภาร (2545), *บทบาทของผู้หญิงในการสืบทอดความเชื่อและพิธีกรรมในชุมชนภาคเหนือ*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุรียา สมุทคุปดี และคณะ (2544), *ทรงเจ้าเข้าผี*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2555), *เจ้าที่และผู้ปู้ย่า พลวัตของความรู้ชาวบ้านอำนาจและตัวตนของคนท้องถิ่น*, เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาษาอังกฤษ

Bourdieu, P. (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Massachusetts: Harvard University Press.

de Beauvoir, S. (1972), *The Second Sex*, Harmondsworth: Penguin.

Douglas, M. (1966), *Purity and Danger*, London: Routledge and Keegan Paul.

The Search of Friendship and More: Camwomen Identity Formation On the “Camfrog” Chatroom Programme*¹

Orawan Sirisawat Apichayakul², Alan P. France³
and John E. Richardson⁴

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอประเด็น “มิตรภาพ” ซึ่งเป็นหนึ่งประเด็นสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการก่อร่างสร้างอัตลักษณ์ของสาวแคมฟร็อก ซึ่งในบทความนี้ใช้คำเรียกว่า สาวเว็บแคม (camwomen) ประเด็นดังกล่าวนี้เป็นส่วนหนึ่งจากการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาเกี่ยวกับกลุ่มสาวไทยที่นำเสนอตัวเองในลักษณะวาบหวิวทางกล้องเว็บแคมผ่านโปรแกรมออนไลน์ชื่อ แคมฟร็อก (camfrog) บทความนำเสนอมิตรภาพสามรูปแบบและความสัมพันธ์อีกหนึ่งรูปแบบที่มีส่วนสำคัญในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์สาวเว็บแคม โดยประเด็นสำคัญที่มีการอภิปรายคือ โครงสร้างที่เป็นลำดับขั้นของแคมฟร็อกซึ่งแสดงโดยระบบสีผ่านทางชื่อ อดีของผู้ใช้ (user ID) ภายในโปรแกรมนั้น มีผลกระทบอย่างมากต่อการก่อร่างสร้างอัตลักษณ์สาวเว็บแคมและการรักษามิตรภาพระหว่างสาวเว็บแคมกับคนอื่น นอกจากนี้ แม้ว่าสาวเว็บแคมจะสะท้อนว่า การนำเสนอ

* date received 20 June 2018; date revised 1 September 2018; date accepted 9 September 2018.

¹ This article is revised from the PhD thesis *Uncovering Camwomen: An Ethnographic Study of Young Thai Women Who Portray Themselves Sexually Explicitly in Online Webcam Chatroom* (Sirisawat Apichayakul, 2013), Loughborough University, UK.

² PhD and lecturer in the Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok.

³ PhD and senior lecturer in the School of Business and Economics, Loughborough University, UK.

⁴ PhD and reader in the School of Communication, Media, Social and Policy Studies, Loughborough University, UK.

ตัวตนในลักษณะวาทกรรมบนห้องแชทรูมแคมฟร็อกถือเป็นทางเลือกที่พวกเขาได้กำหนดเอง (autonomous choice) ทว่าผลการศึกษายังสะท้อนอีกว่า “ความเกรงใจ” ค่านิยมหลักประการหนึ่งของสังคมไทยถือเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจของพวกเธอ ดังนั้น บทความจึงอภิปรายประเด็นการใช้ประโยชน์จากความเกรงใจ โดยการวิเคราะห์ผ่านทางกรอบคิดของสองนักทฤษฎีคือ แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber) และปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) พร้อมทั้งอภิปรายการแปรเปลี่ยนทุนโดยผ่านกรอบคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอ

คำสำคัญ: สาวเว็บแคม มิตรภาพ ทุน ห้องแชทรูม ชาติพันธุ์วรรณา
อัตลักษณ์ เพศวิถี

Abstract

In this article, I concentrate on friendship, which I argue is one of main motivations on camwomen identity process. This finding emerged from my ethnographic study of young Thai women who portray themselves sexually explicitly on the online webcam chatroom called Camfrog. Three types of friendships and another form of relationship are explored. I argue that the Camfrog hierarchical structure, shown by colouration, has affects the way that camwomen and others form and continue friendships with each other. I also argue that although camwomen reflected it was an autonomous choice to be portrayed in a sexual way in Camfrog chatrooms, a Thai cultural value called *krengjai* partly played a pivotal role in their decision-making. I analyse the issue of exploitation relating to *krengjai* through drawing upon works on power by Weber and by Bourdieu; specially, I discuss the conversion of capitals through using Bourdieu's analytic framework.

Keywords: Camwomen, friendship, capital, chatroom, ethnography, online identity, sexuality

1. Prologue

This article is the product of an ethnographic study of Thai camwomen, a group of young women who portray themselves in a sexually explicit manner on Camfrog, which is an online video chatroom programme. The Camfrog and camwomen phenomenon was attracting media-wide attention and that of the public by 2007. Thai Camfrog had the third highest number of users in early 2007 (*The Nation*, 15 April 2007) and the top amount of worldwide users access Thai Camfrog chatrooms (*Todrahud*, 10 February 2007). Moreover, the largest demographic group making up this number are Thai adolescents and young adults, who use it as a form of cybersex. It was negatively criticized on the grounds that young people particularly young women were misbehaving through webcams online. It was suggested that this would cause social decay. Rather than reproducing mainstream discourse, I wondered why this group of Thai young women constructed and maintained this online identity, despite the fact that it is an unwanted characteristic in the adult and majority views. I then explored key motivations and significant factors of the camwomen identities.

In this article, I focus on the issue of “friendship”, which is one of the five key motivations⁵ behind camwomen identities. My study of camwomen has reflected this situation, leading to three different types of friendship—flash friendship, *phoe-nong* friendship and *gig* friendship—which have been initiated between camwomen and the others. Besides, these kinds of friendship sometimes develop further into another form

⁵ From the data of my study, five main motivations of the studied camwomen emerged: finance, freedom, fame, fun and friendship. I collectively termed the “5Fs”. Read more details in my full thesis.

of relationship—the online lover. It shall be addressed in further sections. It is also discussed through works on power by Max Weber and by Pierre Bourdieu; and the conversion of capitals has been discussed through Bourdieu's framework.

In the next section, some operations and practices of Camfrog and the studied chatrooms will be illustrated in order to understand the camwomen's stories and analysis in future sections.

1.1 Characteristics of Camfrog and the Studied Chatrooms

Camfrog was created by Camshare LLC, based in Austin, Texas. It was first launched in 2003 and is still currently running. Thousands of chatrooms with various regions, zones and topics are available for camfroggers to join. Camfrog has four primary "zones". They are Camfrog, Deaf, General and 18+. Most of the chatroom names in 18+ zone relate to the issue of sexuality.

In the chatrooms, camfroggers can communicate in both public and private. For public chat, there are three methods: sending text chat through a public chatroom; voice chat; and broadcasting webcam images that are shown on individuals' screens. For private chat, the Instant Messaging mode or IM mode is available. Within the IM pop-up box, camfroggers can communicate through text, image and/or audio. In this article, I particularly focus on the Camfrog features mentioned by research respondents that relate to camwomen and significant others within the two studied chatrooms, so other features which go beyond this boundary will be unexamined.

1.2 Circumstance in the Two Studied Chatrooms

The two studied chatrooms, the GTH and the GSLT chatrooms, had a large user capacity and accessibility up to 1,500 users and were

the two most popular chatrooms in the 18+ zone, Thailand. Three main characteristics were found. Firstly, they are spaces of multi-channel communication—participants were surrounded by heaps of sound, voices, texts and images; music in various styles in different times could be heard; participants could also hear the DJ speaking with the audience through the chatroom microphone. Secondly, they are spaces of hierarchy. Camfrog has used colouration to represent a users' status, represented by the colours of the user ID. There are four colours which signify four statuses: black, blue, green and red which represent visitor, friend, operator and owner respectively. The camfroggers with different statuses have different abilities and power. Camfroggers in the two studied chatrooms perceived the colouration as classification, especially among research respondents who had operator and owner status.⁶ They normally considered user IDs who were in blue and black to be “others” because of the very low closeness between them while red and green were recognized as “ours” due to high closeness. This distinction seems like a seniority system and a social distinction. Moreover, the Camfrog video-chatroom programme originally used the colour “grey” to signify a participant who had a blocked microphone; but grey, during the time of my study, the studied chatrooms, was used to symbolise the camfroggers who had been selected to be the stars which were normally the young women who portrayed themselves in a sexy style or soft-porn manner. These young women are frequently called “angels” on Camfrog. Thirdly, they are spaces of sexual matters. Most times, I heard the DJ provoke

⁶ Camwomen in this study mean young Thai women who portray themselves sexually explicitly in Camfrog, the online webcam chatrooms. They can be in any status; however, camwomen who were research respondents were in status of operator (green) and owner (red).

young women to do a show and persuade the audience to view in various forms. At the same time, following the DJ's loud recommendations through his/her microphone, the responding dialogues took place in the public chatroom, or between the symbolic colours. I could easily know what user IDs were hot at that time, as those user IDs were known as "angels" or were called "camwomen" in my study.

2. Objective of the Article

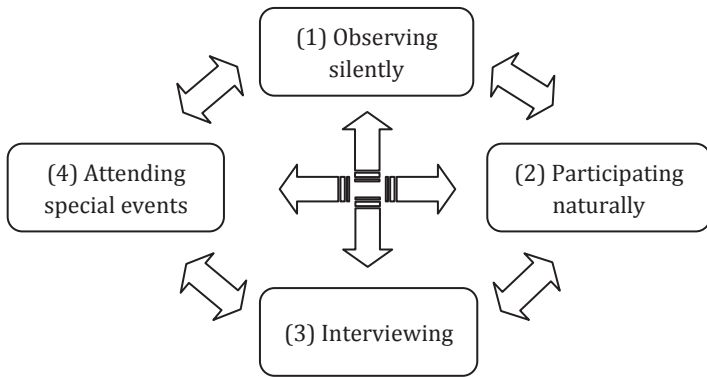
My main objective for this article is to elucidate that "friendship" is one of key motivations of the camwomen identities process on Camfrog chatrooms.

3. Research Methods

This article is a product of qualitative study of camwomen identity process. It employs a-ten-month-period of ethnographic study in two most popular chatrooms, the Girls Thai Hot chatroom (GTH) and the Girls Sexy Lady Thai chatroom (GSLT), in the heterosexual area on Camfrog programme. There are four modes: observing silently, participating naturally, interviewing online and offline, and attending special events, which were employed to obtain access to the GTH and the GSLT chatroom and research respondents.

The first mode which is the position of covert observation was taken for four months. During the first two months, I concentrated on identifying the two most popular chatrooms in the target zone. In the two months that followed, I familiarised myself with the range of interactions within these two chatrooms. This period created an initial understanding of the studied chatrooms, their operations and the relationships between camwomen and the significant others within the chatrooms.

Figure 1: Four modes of data collecting



The second mode used active participant observation within the two studied chatrooms. At this stage, I joined the studied chatrooms for a total of four hours per day at the peak time over a six-month-period. I immerse myself in the interactions, language, culture and structure of the GSLT and the GTH chatrooms; and I also build relationships with people there. I joined the dialogue in the public chatroom and tried to approach users who had the potential to be participants in the research, following three groups categorized as: the camwomen group, the owners and operators group and the friends and visitors group.

The third mode employed in-depth interviews. Its fundamental is respecting research participants' choices on how to interview, whether online or offline. It then took place in three ways—online synchronous chat, phone-calls and offline interviews. I had gained twenty-three interviewees. This included nine young women, seven DJs or owners and seven users—friends or visitors. The selection here is not made to represent a population as a whole concerning the Camfrog phenomenon

but a particular category which displays the interaction between camwomen and others.

The fourth mode is accessing three significant events. They are a night-out involving a DJ, camwomen and users in the GSLT chatroom in Chiangmai, an offline private party in Bangkok and an online chatroom meeting of the GSLT chatroom. Participating in these events enabled me to gain an insightful understanding of the interaction and relationship between camwomen and the significant others of the studied chatrooms.

Notably, though I started observation in the first mode and then followed it with participation, interviews and involvement in special events in that order, several times, it was found that these positions could be “stepped through back and forth”. Over time, they were flexible and fluid, not rigid.

4. Exploring Friendship

Various definitions of “friendship” have been suggested by a number of scholars. For example, over 2,500 years ago, Aristotle proposed that friendship is concerned with the goodwill between persons. He also categorized friendship into three broad forms. Firstly, there is the friendship between people who are supportive of each other, such as relationships between subordinates and superiors, doctors and patients, or teachers and students. Secondly, there is the friendship between individuals who enjoy each others’ company while they are together, for instance, while playing sport, shopping or discussing everyday events. According to Aristotle, these first two types of relationship are underpinned by the notion of pleasure. If this is taken away, there is the possibility that the friendship will dissolve. The third type is friendship between people

“who love each other because of who they are in themselves” (Vernon, 2007: 3). It could originate for various reasons as Vernon (2007: 3) raised: “the depth of character, the innate goodness, the intensity of passion or the simple *joie de vivre*.” These originations tend to make this type of friendship long lasting once established.

In late modern times the social context of friendship has changed dramatically from the past. However, friendship is still a momentous tie among human being. If we imagine back to the last 2,500 years or the pre-modern times, it could be found that people were able to create and develop friendship only one way by face-to-face contact; but nowadays innovations in communication have effectively transformed the world. With the rapid growth of communication technologies like the internet, the condition “I do not know who you are, and you do not know who I am, but yes we are friends!” has appeared. There are numerous studies (e.g., Boellstorff, 2008; Thelwall, 2008; Jakobsson and Taylor, 2003; Park and Robert, 1998; Parks and Floyd, 1996) that indicate that a new form of friendship can be initiated. It is what we know as online friendship, a friendship which emerges and continues mainly in a cyber setting. Camfrog has reflected this situation, leading to three different types of friendship—flash friendship, *phoe-nong* friendship and *gig* friendship—which have been initiated between camwomen and the others. Besides, these kinds of friendship sometimes develop further into another form of relationship—the online lover. These shall be discussed in the following sections.

5. Flash friendship

An important concept of friendship that emerged in the research was what I have called “flash friendship”. It can be perceived in the second type of friendship following Aristotle proposed, as mentioned above; since it is the friendship between individuals who enjoy each others’ company while they are together, here, it is while discussing their everyday events. It primarily occurs through transitory interaction via Instant Messaging (IM) and public chatrooms. Bo, a camwomen on the GTH chatroom, is a good example of this. She was born into a wealthy family. She received her bachelor’s degree from a high-ranking private university with second class honours. Although her family and educational background are quite different from most camwomen in this study, she shares a similar point, that she wants “to have someone to talk to” like several other camwomen.

Bo had accessed Camfrog for five years and, during the fieldwork, she attained the status of owner (red). Although Bo’s background looked good, she faced difficulties after she finished her degree. She worked in an executive position in the company owned by her family. While there, she was viewed as a stranger in her workplace. She experienced bad relationships while working there and none of the other employees talked to her. She felt very depressed. She then accessed Camfrog chatrooms, and performed sexy shows as a way of attracting other camfroggers. A number of camfroggers were fascinated by her and requested her to be their friend. Some of these camfroggers became her flash friends and shared their feelings and suggestions with her, mostly reflecting different views and points of views that she had never considered. When asked about what she thought the

benefits were for her of showing her body, she claimed they were about increasing these kinds of friendships. Other camwomen also mentioned this as important. Nut said, "...having friends, acquaintance and good feeling, something we don't have [in real life], having people who we can speak to by understandably." Another camwoman, Pa, noted "...if asking me what do I want from it? If I want something, um...I think I don't want anything. It's just finding friends to speak to. That's it."

According to these accounts, they professed the strength of weak ties inside the online world of Camfrog. This light bond is a combination of "supporting emotionally" and "being enjoyable while being together." It fills a blue space, which is loneliness, in their real lives. Or it can be said that the gratification that comes from having this type of friendship is one of the main reasons for them. As Bo said, people in her workplace were not close friends. Where she found friendship was in Camfrog with people who used this online facility, albeit it was only a chitchat friendship or acquaintance. In case of Nut and Pa, following their recounts, it can be implied that aloneness is something that they have in their real lives. Especially in the case of Nut, this sentiment can be seen explicitly in her accounts: "...something we don't have, having people who can speak to by understandably." This finding is akin to what Morahan-Martin and Schumacher note:

"The internet provides an ideal environment for lonely people to interact with others. Not only does it provide a vastly expanded social network, but also it provides altered social interaction patterns online that may be particularly attractive to those who are lonely."

(Morahan-Martin and Schumacher, 2003: 662 cited in Whitty and Carr, 2006: 9)

For a number of camwomen, although this type of friendship is very superficial, an easily formed and loose tie, it is beneficial to them since it is a mean of receiving pleasure by “knowing people” online and sharing a moment of feeling through chatting in a friendly way.

6. *Phee-nong* Friendship

A number of studies (Parks and Roberts, 1998; McKenna *et al*, 2002) suggest *close friendship* can be initiated online. My study has shown similar trends. Weak ties have developed further and people have become close online friends. This happened to various camwomen as some of their flash friendships on Camfrog developed into stronger ties. However, an important point to note here is that not all weak ties between camwomen nor every flash friendship strengthened. In the course of this article only certain people were considered.

Although the meaning of friendship in the western context refers to the voluntary actions which relate to support, pleasure or affection between people over time (Vernon, 2007; Heys, 1988; Wright, 1984; Hartup, 1975), in the Thai context the meaning of friendship goes beyond this. In his study of Thais' everyday life, Mulder described this concept well:

“...the European concept of friendship is always non-hierarchical and confidential, and therefore essentially confrontational. Thai friendship seems to centre on mutual interests and pre-determined social positions and thus normally includes an element of hierarchy; it is not necessarily confidential in the sense of opening up to each other and tends to avoid confrontation.”

(Mulder, 1990: vii)

As a result of Thailand's well-defined hierarchical structure, Thai people almost always interact differently with their friends depending upon the age difference between them. This phenomenon seems to be contrary to western tradition which usually sees friends, regardless of age or position, called only by their first name. In Thai culture, if the younger addresser uses the name of the older addressee without *phoe* before it, this will represent a state of impoliteness and disrespect. In addition, in Thai tradition, individuals who are close friends, regardless of their age difference, normally represent their friendship akin to the words: 'We are close friends who love each other like *phoe-nong* (siblings).' This particular value reflects a broader blurring of friendship and kinship in Thai society, not only in an offline context, but also in the online arena. An example of the hierarchical structure based on age can be seen in Nana's response:

"... look like *paun* ('friend') *phoe, nong* something like this, um hum, being friend, like who are the younger are *nong*, yeah, something like this...Who are *phoe*, called *phoe*. Who are *nong*, called *nong*. Or the same age, yeah, we're friend, um hum. No one who is younger than me, such as age 17 or 16, called me just 'Nana', **no** [she emphasized] ..."

Not only Nana, but also a number of other camwomen make this an essential point in relation to this type of *phoe-nong* friendship. **The first point** that I would like to emphasize about *phoe-nong* friendship is that this friendship has expanded from online to offline. They have met each other either online or offline. They have then become friends in real life--dining together, hanging out, sharing real-life problems, giving

financial support when someone is in trouble, etc. Nut, for example, recounted her friendship and how it has developed from online to offline: "...after being a friend of this group, I think we are dissimilar to other group 'cuz we live together like *phee phee nong nong*" and "...very close to this group [owners group], always go out...having meals, having conversation and having party frequently...and then, yeah, very close." Likewise, Bo related, "You know, I and *phee-Ake*, *phee-King*, *phee-Oato*, [they are owner status], we go out [offline] very frequently. Yeah...having meals, drinking alcohols, a kind like these things as regular basis. Because we associate each others like *phee-nong*." There are several studies (e.g., Parks and Floyd, 1996; Parks and Roberts, 1998; Whitty and Gavin, 2001) that support this finding that relationships that originate online have been regularly found to expand further than the internet.

The second point is that, it was not every flash friendship between camwomen and others that developed further. Only particular persons saw these relationships extended. This type of friendship was generated particularly between camwomen who normally got red or green status and the owners (red) or the operators (green). They pay their respects to each other like *phee-nong*. It was found that the close *phee-nong* friendships were usually formed between camwomen and the owners and operators, while the relationships between camwomen and the friends and visitors remained very light. This difference is very interesting. It seems significant since it reflects the effects which occur from the structure of Camfrog. The colouration on Camfrog--red, green, blue and black--is not just a distinction of colour; the people who have different colouration also have different status and authority.

This hierarchal structure influences the interaction among participants on Camfrog. The camwomen who came to the chatroom with black or visitor status, from the research observation, regularly did a show to attract an audience. This would catch the attention of people in the group of owners and operators. The owner, operator or DJ who first found the shows would normally change the user IDs of these camwomen from black to grey. The colour was a signal for other users to know that these camwomen were available for them to view. After that, the owners, operators or DJs always gave the green or operator status to these camwomen. This is because green status gives the camwomen more control, such as giving them the ability to remove⁷ or ban user IDs of those that harass or make rude remarks in the chatroom. Jade, a DJ who was in ordinary owner status, revealed that the main owner would give red or owner status if these camwomen satisfied them by accessing the chatroom and doing the show regularly for a period of time.

The position above shows a significant condition: if the amwomen wish to keep their red or green status, they have to keep accessing the chatrooms and showing their bodies in the chatroom. They also have to maintain and tighten their friendships with the DJs or owners who have the power to change, both positively and negatively, the camwomen's status.⁸ In contrast, people in the blue (friend) and

⁷ Technically, the words "kick" or "punish" are used in Camfrog programme chatrooms.

⁸ The status can be withdrawn if the main owners, the owners, the operators and the DJs are not satisfied with the participants' performance. For example, during the fieldwork, I had got "green" status because I had a close friendship with Jade, a DJ who was in red, or owner, status. But one day in the (online) meeting, the main owner of studied chatroom informed all members through microphone that he will release all colours with all members; and he will re-appoint the status by considering how the performance of the members would be suitable.

black (visitor) status have no power to affect the camwomen's status. This point seems to be the main reason why the relationships between camwomen and the ID users which are in the status of friends and visitors are downplayed by most of the camwomen.

In short, the structure in Camfrog chatrooms, shown through colouration, not only distinguished the status and authority of its participants, but dominated, to a certain extent, the thoughts of various camwomen which, in turn, affected their practices. It was reflected through the way of making friends in different degrees that happened from the camwomen's sense of inclusion and exclusion. The close *phoe-nong* friendship was developed with those with higher red and green status; but slight, or flash, friendships were carried on with those with the lower blue and black status. However, it should be noted that there were some possibilities that camwomen could develop close friendships or other closer relationships with those of black or blue status if they felt very happy to chat with them and enjoyed maintaining ties with those specific user IDs.

The third point is that although most camwomen said that their own autonomy was the most influential factor in being involved in sexually-oriented shows, a cultural value which is the feeling of *krengjai*, a desire to maintain one another's feelings, occurs owing to the close *phoe-nong* friendships. Both *krengjai* and autonomy are important determinants in the camwomen practices although it is difficult to discern which is the more important as they interplay. This is a very significant factor in camwomen constantly doing their shows or making the decision in their shows to expose their bodies. The concept of *krengjai* has been expressed both implicitly in camwomen's narrated accounts and

explicitly in their use of the word *krengjai* when they answered the question: “Are there any differences between the group of friends and visitors and the group of owners, operators and DJs if they are asked for showing your bodies?”

Pa: “...if it’s the close friends, yeah, it’s OK. I will help them ‘cuz it’s in the level that I can do for’ and ‘if Aum [another one camwoman who got owner status that she feels close to] ask me [to do the show], yeah, we’re close as *paun phee nong* and, yeah, I feel *krengjai*, so I will help her.”

Warn: “...thinking that we know each other like um we are *phee-nong*, yeah, somethin’ like this.” [She admitted that 70-80 per cent of her reason for following the owners’ request to do the show is because of the *phee-nong* relationship.]

Plam: “If they [the DJs] in the room ask [to do the show] um, yeah, I do feel *krengjai*, so I will sit... like um adjust the webcam in the ways that can present sexy or erotic appearance.”

Ma: “...the feeling of *krengjai* because I’ve got green if just only sit, not help, it seems to be not appropriate, I think.” [She admitted that she will do the show following the DJ’s request if the DJ is close to her.]

To return to the extracts about *krengjai*, on one side, it can be seen that the value arises in the camwomen’s feelings because of their *phee-nong* friendships. This is the reason, or part of the reason, why they are willing to do the shows and respond to requests from the

owners and DJs who they feel close to. *Krengjai* causes two types of thoughts among camwomen. Firstly, it is seen as “we are friends who love each other as *phee-nong*, we therefore have to help our friend.” Secondly, they can feel that “we are friends who respect *phee-nong*, so we should not make the people we care for feel bad by rejecting their request.”

This does raise an interesting question, as well as **the fourth point**, which is: Can this position expressed by camwomen be implied as a form of exploitation? To answer this question, it is worth considering the work on domination from Weber and Bourdieu. Domination, according to Weber (1914 cited in Morrison, 1995: 282-293), means legitimate authority which dominates through one's consent or is accepted voluntarily. Weber divides the legitimate authority into three categories: rational-legal authority, traditional authority and charismatic authority. Rational-legal authority originates from laws or policies, for instance, a constitution or law which creates defined roles and duties for people in society. This type of legitimate authority is based on rationale and rule rather than personal relationships. *Traditional authority* derives from beliefs or conventions such as the belief in a patronage system. *Charismatic authority* comes from personal characteristics such as those found in leaders or change agents who are very brave or who have high ethics or high morals.

Following Weber's thoughts on domination, it can be said that the state of *krengjai* presents a form of legitimate authority. Specifically, it is a form of traditional authority, an authority that occurs from local or national norms or customs. In this case, the concept of *krengjai* is an embodied value in Thai society. It can also be considered as being

used by owners and DJs as a means to get camwomen to perform their shows. It is simply said that the group of owners and DJs dominate the group of young women, who maintain *phoe-nong* friendship with them, to feel *krengjai*. *Krengjai*-ness is further being a motivating substance in the camwomen identity formation. Not only does this reflect Weber's view of authority but it also suggests what Bourdieu terms "symbolic violence" (Bourdieu and Wacquant, 1992: 167) or the imbalanced positions perceived as legitimate among members of a group which derives from symbolic meaning such as culture, as Jenkins (1992) describes:

"Symbolic violence, according to Bourdieu, is the imposition of systems of symbolism and meaning (i.e. culture) upon groups or classes in such a way that they are experienced as legitimate. This legitimacy obscures the power relations which permit that imposition to be successful. Insofar as it is accepted as legitimate, culture adds its own force to those power relations, contributing to their systematic reproduction. This is achieved through a process of *misrecognition*: 'the process whereby power relations are perceived not for what they objectively are but in a form which renders them legitimate in the eye of the beholder.'"

(Jenkins, 1992: 104)

The group of young women perceived that their camwomen identity which are caused, or constructed, by the feeling of *krengjai* is reasonable. It is what Jenkins stated above that "as it accepted as legitimate." Their thoughts obviously show "misrecognition." Here, the (symbolic) violence arises through their complicity.

Furthermore, it cannot be forgotten that the shows create positive effects for the main owners and the DJs. This is because the rise in the number of participants, friends and visitors in the chatrooms increases the potential for financial gain and profits. Firstly, more participants mean more opportunities for them to sell a number of products. Secondly, having more participants increases the pride of the DJs, who take responsibility for boosting the number of users. Most DJs who were in owner (red) status expressed this in the interviews. These two points are important reasons to maintain and tighten friendships since the owners and DJs can utilise these close ties with camwomen, the *phee-nong* friendship, to create the state of *krengjai* which, in part, leads the camwomen to conform with the demand to do shows.

This position, in brief, presents what Weber called legitimate authority; concurrently it elucidates what Bourdieu called symbolic violence as its legitimacy is widely accepted in Thai society and it has become a part of Thai culture. Also, it shows the process of “misrecognition”, Bourdieu’s term (1998), because this symbolic power originates the thought, as previously stated, “close friends should help each other” and “one should not reject requests from close friends.”

7. *Gig* Friendship

In general, relationships between two people can be divided into five main levels which vary according to the degree of intimacy. They are stranger, acquaintance, friend, girlfriend-boyfriend and husband-wife arranging from low intimacy to high intimacy respectively. In 2004, a new form of relationship called *gig* has been argued about in Thai society (Puttkodchakorn *et al.*, 2004). There are two interpretations

of the meaning of *gig*. Firstly, it can be seen as a deconstruction of the word *chue* (“secret lover” or “paramour”). Secondly, it is viewed as a new kind of very close friendship that is not *chue*. These two positions have been discussed continually since a study about *gig* was publicised in the mass media. At this time, its meaning seems to be an unfinished project. Originally, the term *gig* was coined in a study “*Gig...more than a friend, but not a fan*⁹”. The objective of the study was to discover the attitude of young people about the concept of *gig* and the value on love in the present day. It also explored and analysed the relationship between *gig* behaviour and social problems in Thailand. The findings of this study, in brief, showed that *gig* is a new form of relationship which is in-between friendship and a romantic relationship. *Gig* has the potential to be our lover in the future or can be our secret lover. It might be possible to consider *gig* as filling the role “between friend and serious boyfriend or girlfriend.”

The *gig* phenomenon is not only happening in the offline world but also in the online world of Camfrog. *Gig* friendship shifts from the loose ties of flash friendship as, similar to *phoe-nong* friendship, the tie is tighter and has in some circumstances become a close friendship. This said, the experience is not the same. While *phoe-nong* friendship is about a friend in terms of brotherhood or sisterhood, *gig* friendship is about relating to a friend as someone who is special. This type of friendship became evident through the participant observation and work

⁹ Thai people use the word *fan* to refer to a girlfriend or boyfriend or “my man” or “my woman.” For example, if we want to say that “He is my boyfriend” in Thai, the sentence is *Kao-pen-fan-kongchan* (*Kao* = He, *pen* = is, *fan* = boyfriend and *kongchan* = my). The writing in this section of my study uses *fan* to represent this meaning.

with Jade, who is a male DJ. At one stage in the field work, I was participating in the GSLT chatroom. Ta, a camwoman on the GSLT chatroom, attracted my attention because she always did shows following requests by Jade. This made me question why she always responded to his requests, so I sent Jade an IM:

OSA: Ta is so cute.

Jade: Yeah, she's cute.

Jade: [She's] my *ex-gig*.

OSA: Umm.

OSA: 5 5 5 :) [laugh sound and smile]

OSA: You know her before, oh...oww [surprised sound]

Jade: [copy his dialogue with Ta, and sent to me]

Ta: Miss you

Ta: ei ei [laugh sound]

Jade: Miss you the mosttttttttttttttttttttttttttttttt

OSA: Oho [exclamation sound]...so sweettttttttttt

Jade: If don't know how can direct her to do this and that, huh?

It can be seen from the above dialogue that this type of friendship influenced Ta to do the shows. They both seemed to have a good relationship with each other, although Jade stated that she is now his *ex-gig*.

Pa, a camwoman who had got red status through the support of the main owner of GSLT, also revealed this type of friendship. She recounted she knew that the way she portrayed herself in an alluring manner could attract others, and some of these users could come to her by sending a message or requesting her to add them as a "friend."

This position is very similar to other online communications, e.g., Facebook which have shown a way of making friends. People can use their good-looking profile picture to attract other people. And if there are some people who request to be their friend, the mode “add friend” is always available for them. This is a situation where one is attracted to others, and in turn, others are attracted to one. Pa acknowledged that some of these users could develop a relationship with her, from flash friendship to *gig* friendship. During the field work, she told me about two men who were involved in this type of friendship with her. The first one is Natee, a DJ on the GSLT chatroom and another one is Are, a user who participated in the chatroom. She recounted that both of them were attracted by her show, and they then asked her to add their ID user into her contact list by sending texts into the public chatroom. She accepted them into her list, and started chatting with them about general issues such as flash friends. After a period of time, she acknowledged that her friendship with them had expanded and they then were both her *gig*. Pa did not have a boyfriend in her real life, so her relationships with both Natee and Are, for her, were not a kind of “secret lover” or “paramour”; conversely, it was a kind of friend who had the potential to be her online or offline lover. One time Pa said to me during our lunch: “sometime I thought it’s good to be in spotlight there, you know. You can find friends, *gig*, fan or someone special there.”

In opposition to *phoe-nong* friendship, camwomen do not reveal that this type of friendship is concerning to status on Camfrog (the colouration). It seems to depend upon camwomen’s own autonomy. They could select with whom to further continue the relationship as their *gig*. However, its initial stage is similar to *phoe-nong* friendship which starts firstly from flash friendship.

8. The Online Lovers

Friendships, either offline or online, can sometimes develop into romantic relationships. As Gwinnell (1998: 89) notes in her work: “...some internet lovers come to the conclusion that they love each other before they even meet or without ever meeting.” Jade, a male DJ who is in owner status, revealed this kind of relationship between himself and a camwoman during a conversation:

Jade: Between I and Ang (pseudonym), our relationship is more than that of a boyfriend-girlfriend-relationship.

OSA: I wonder how?

Jade: We are husband and wife.

OSA: Err...? [puzzle sound]

Jade: Yes, we do everything that a husband and wife do.

OSA: Err...?

Jade: Yes, we do.

This camwoman, Ang, lives in Japan with her family. She and Jade first met and developed their relationship through the GSLT chatroom on Camfrog. This is purely an online relationship. Jade revealed that at the first stage they were flash friends. She constantly accessed and did the shows which attracted him. He then developed the relationship further to be closer to being a *gig* friendship and then cyber-lover using IM. Jade also described:

“Ang spends her time with me more than with her parents...when she wakes up, after finishing school and before bed time, yes, we live together [through webcam].”

Not only do they spend time together online, but they also have a virtual sexual relationship or an online affair, as Jade said above: “we

do everything that husband and wife do” and reiterated: “Yes, we do.” Though this kind of relationship goes beyond a number of the friendships stated above, it might be deduced that this is part of the reason for some camwomen, such as Ang, to constantly access the Camfrog chatroom and do a show occasionally in a public chatroom. Though Ang did not share this fact with me since she is not my respondent, it could be implied from Pa’s recount in last section that being in the spotlight by doing a sexy show could help her find new friends, *gig* or even a lover.

9. Transforming Capitals

The camwomen’s process of achieving friendship reflects was the concept of exchange value. A number of the camwomen presented in this article seem to share a similar characteristic in their real life--“loneliness”. It is explicitly shown in the case of Bo’s and Nut’s discussions. So the wish to have friends is one of their basic needs. While in their real life settings it is hard to achieve friendship, specific Camfrog chatrooms like GSLT and GTH give them an avenue to acquire what they do not have or what they require easily through a particular condition. It involves two main processes. Firstly, it is a process of socialization on Camfrog. Camwomen learned through their time in Camfrog what people there expected from them and what the reward was when they performed in a certain way. The punishment may not be presented explicitly, but the lack of reward or friendship is the outcome when they do not act. It can also be said simply that this is a “process of know-how” which constructs a sense of practices in camwomen in a specific sphere. It made them know how to manage the situation and use their bodies in

certain ways, that is portraying themselves in sexual ways. Since they recognize that it is the way to attract people on Camfrog at the first stage and to create friendship with them afterwards. This characteristic could be considered as an embodied form of cultural capital which is accumulated by camwomen. Moreover, Moore contends "...The acquisition of embodied cultural capital is identical to the formation of *habitus*, an integration of mind and body harmoniously adapted to specialized habitats (fields) and transposable beyond them..." (Moore, 2008: 110, *italics* in original). What emerges in a virtual venue such as Camfrog could be seen as an establishment of *habitus*.

The next process concerning camwomen's acquisition of friendship is a transformation of capitals. The camwomen employ two things to reach their needs: first, the knowledge of how to act in a specific sphere which has been discussed above as an embodied form of cultural capital; and second, their bodies, or physical capital as termed by Shilling (1993: 127), as a tool of acting. These two capitals work cooperatively and have been transformed into "social capital" in the form of "friendship" on Camfrog by camwomen.

10. Epilogue

In this article, the notion of friendship which camwomen have attained in Camfrog chatrooms has been examined. To understand how friendships have been formed and developed, I have discussed three forms of friendship and a relationship beyond friendship which are partial reasons for camwomen to access the chatrooms and to act as sexually attractive. At the initial stage, a very weak bond of friendship, called "flash", can be formed. It can develop over time with particular

persons into other stronger ties which include *phee-nong* friendship, *gig* friendship and lover relationship. The flash friendship tells us that, while in the real world it may not be easy to create friendships with strangers, in the virtual venue it is not difficult to form friendships with these people. It also presents the advantage of weak ties of friendship, for camwomen, that is having someone who is a friend to chat with and to share some information or opinions together.

The *phee-nong* friendship reveals that when an online friendship has been developed into a stronger tie, it has the possibility to expand to an offline place. This kind of friendship also shows that the structure of a specific space, such as the colouration on Camfrog influencing camwomen, can affect the choice of friends. In addition, even though this type of friendship forms and develops in an online setting, a Thai cultural value from an offline setting still has a strong influence over camwomen's thoughts and actions on maintaining this type of friendship. This provides us with the notion of exploitation which I have discussed and connected with two concepts of domination—the legitimate authority by Weber and the symbolic violence by Bourdieu. The Thai cultural value of *krengjai* has been considered as a form of traditional authority in Weber's sense and constructed misrecognition in Bourdieu's logic. The impact of *krengjai* on camwomen's *phee-nong* friendships encourages them to do their shows voluntarily, and the owners and operators have exploited this circumstance to make money. In the three forms of friendships that occur between camwomen and others, the *gig* friendship seems to be the most blurred in its position as it is a new kind of friendship in Thai society which is in between a friend and a lover.

Additionally, these friendships, once they have established, motivate the camwomen to keep accessing and doing their shows on Camfrog. The *phoe-nong* friendship and the *gig* friendship seem to support this situation explicitly.

Whilst these friendships and relationships have their own unique characteristics as I have summarized, they actually share a common point. “The show” is the key factor to acquire all friendships on Camfrog. The camwomen learned to perform a show in a sexual way. They did it, in part, for gaining friendships. In fact, the use of women’s bodies, their physical appearance, to attract the attention of people and to translate this attention into other profits is not a new aspect, especially in the commercial area. For instance, the automobile industry makes use of pretty girls to promote their cars or motorcycles. However, it may seem strange, from our ordinary experience, that camwomen use their bodies and sexual presentation in exchange for friendship. In some sense, it may make us wonder: “If these camwomen did not do the show, would the others, which are mostly men, remain their friends?” Also, it may make us question: “Are these real friendships or false friendships?” These questions seem very hard to answer. At least, what has been shown about friendship on Camfrog is that for some people who feel they have no friends like camwomen, having friends to relieve their loneliness is very motivating. This perhaps makes them do things that a minority, the others on Camfrog, prefers although the majority, Thai society, disapproves, like in the case of camwomen doing their provocative shows. Moreover, this perhaps may stop them from questioning whether these friendships acquired on Camfrog are real or fake.

Bibliography

In Thai

Puttkodchakorn, M. *et al.* (มยุรี ปัทมกชกร และคณะ) (2004), *Gig: More than a Friend, But not a Girlfriend/Boyfriend* (ก็ัก...มากกว่าเพื่อนแต่ไม่ใช่แฟน), Bangkok: Rawangbuntud.

Todrahud Investigative Documentary Programme (รายการถอดรหัส), ITV channel, Thailand, broadcasted on 27 January and 10 February 10 2007.

In English

Boellstorff, T. (2008), *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*, New Jersey: Princeton University Press.

Bourdieu, P. (1998), *The State of Nobility*, Cambridge: Polity.

Bourdieu, P. and Wacquant, L. (1992), *An Invitation to Reflexive Social Sociology*, Chicago: University of Chicago Press.

Gwinell, E. (1998), *Online Seductions: Falling in Love with Strangers on the Internet*, New York: Kodansha International.

Jakobsson, M. and Taylor, T. (2003), "The Sopranos Meets EverQuest: Social Networking in Massively Multiplayer Online Games", in *Proceedings of the 2003 Digital Arts and Culture (DAC) Conference*, Melbourne, Australia.

Jenkins, R. (1992), *Pierre Bourdieu*. London: Routledge.

Hartup, W. (1975), "The Origins of Friendships", in Lewis, M. and Rosenblum, L. (eds.), *Friendship and Peer Relationship*, New York: Wiley.

Hays, R. (1988), "Friendship", in Duck, S. (ed.), *Handbook of Personal Relationships: Theory, Research, and Interventions*, New York: Wiley.

Hongthong, P (2007), "Gets No Kick From the Net", *The Nation*, 15 April.

Kraut, R. *et al.* (1998), "Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?" *American Psychologist*, 53(9): 1017-1032.

McKenna, K. *et al.* (2002), "Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?", *Journal of Social Issues*, 58(1): 9-31.

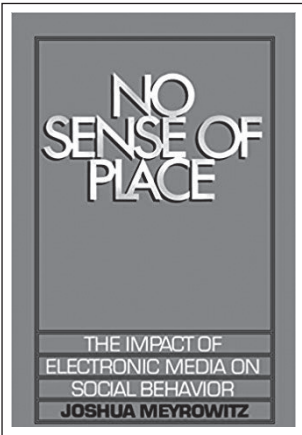
Moore, R. (2008), "Capital", in Grenfell, M. (ed.), *Pierre Bourdieu: Key Concepts*, Durham: Acumen.

Morrison, K. (1995), *Marx, Durkheim, Weber: Formations of Modern Social Thought*, London: Sage.

- Mulder, N. (1990), *Inside Thai Society: An Interpretation of Everyday Life*, Bangkok: Duang Kamol.
- Parks, M. and Floyd, K. (1996), "Making Friends in Cyberspace", *Journal of Communication*, 46(1): 80-97.
- Parks, M. and Roberts, L. (1998), "'Making MOOsic': The Development of Personal Relationships on Line and a Comparison to their Off-line Counterparts", *Journal of Social and Personal Relationships*, 15(4): 517-537.
- Shilling, C. (1993), *Body and Social Theory*, London: Sage.
- Thelwall, M. (2008), "Social Networks, Gender, and Friending: An Analysis of Myspace Member Profiles", *Journal of the American Society for Information and Technology*, 59(8): 1321-1330.
- Vernon, M. (2007), *The Philosophy of Friendship*, London: Palgrave Macmillan.
- Whitty, M. and Carr, A. (2006), *Cyberspace Romance: The Psychology of Online Relationships*, New York: Palgrave Macmillan.
- Whitty, M. and Gavin, J. (2001), "Age/Sex/Location: Uncovering the Social Cues in the Development of Online Relationships", *CyberPsychology and Behavior*, 4(5): 623-630.
- Wright, P. (1984), "Self-referent Motivation and Intrinsic Quality of Friendship", *Journal of Social and Personal Relationship*, 1(1): 115-130.

บรรณนิทัศน์

วิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร¹



ชื่อหนังสือ: *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*

ผู้เขียน: Joshua Meyrowitz

สำนักพิมพ์: Oxford University Press

ปีที่พิมพ์: 1985

จำนวนหน้า: 432 หน้า

ราคา: \$22.50

คำถามว่าเทคโนโลยีหลากหลายหน้าจอที่รูกล้ำเข้าสู่พรมแดนการสื่อสารของมนุษย์มีความสัมพันธ์อย่างไรต่อพฤติกรรม ประสบการณ์ และการรับรู้อัตลักษณ์ของผู้คน ถือเป็นความสนใจร่วมของนักวิชาการแห่งสำนักเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดหรือสำนักโตรอนโต (Toronto School) และนักคิดอีกหลายคน ที่ขีดเส้นใต้ให้มีความสำคัญร่วมกันมาอย่างยาวนาน ความน่าสนใจของคำถามนี้ ยิ่งทวีความสำคัญขึ้น เมื่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) เดินทางเข้าสู่พรมแดนการสื่อสารแห่งยุคโลกาภิวัตน์และพัฒนาเอาคุณลักษณะสาร (content) อันเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว หาดันทางจับได้ยาก มีรูปแบบ (form) ที่หลากหลาย และยากแก่การทำความเข้าใจ มาจุดประกายให้นักวิชาการและนักวิชาชีพร่วมถกเถียงถึงบทบาทของสื่อชนิดใหม่ เพื่อหาข้อสรุปว่า สุดท้ายเราควรมีท่าทีต่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างไร เป็นพระเอกผู้ช่วยขยายศักยภาพของมนุษย์ออกไป

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปัจจุบันเป็นสื่อมวลชนอิสระ.

อีกชั้น หรือคือผู้ร้ายที่ล่องลวงให้มนุษย์จ่อมจมกับความหวาดกลัวและอวิชชายิ่งกว่าเดิม

Joshua Meyrowitz ศาสตราจารย์ด้านการสื่อสารจากมหาวิทยาลัย New Hampshire ประเทศอังกฤษ และถือเป็นนักวิชาการอีกหนึ่งคนที่น่าเสนอคำตอบของประเด็นคำถามนี้อย่างเฉียบคมและแปลกใหม่ ด้วยจุดยืนที่ไม่เชื่อว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะมีบทบาทเป็นพระเอกหรือผู้ร้ายเพียงด้านใดด้านหนึ่งเสมอ แต่เป็นเหรียญสองด้านที่สร้างภูมิทัศน์การสื่อสารแบบใหม่ให้เกิดขึ้น หนังสือ *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior* (1985) ซึ่งชนะรางวัล “Best Book on Electronic Media” จาก The National Association of Broadcasters และ The Broadcast Education Association ในปี 1986 ถือเป็นตำราหมุดหมายที่เปิดเผยความสัมพันธ์ระหว่างสังคมกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนพรหมแดนใหม่ Meyrowitz ศึกษาสื่อโทรทัศน์ รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ และสร้างคำนิยามใหม่แก่สื่อโทรทัศน์ว่า เป็นเครื่อง “เปิดเผยความลับ” (secret exposing) อันเชื่อเชิญให้ปัจเจกเข้าไปเฝ้ามองชีวิตของผู้อื่นในรูปแบบที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน สื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่ทำลายกำแพงทางการรับรู้ของมนุษย์ และเพิ่มศักยภาพการเข้าถึงข้อมูลหวงห้ามของสังคม ส่งผลให้ความคิดของมนุษย์เริ่มปลดปล่อยพันธนาการจากกฎเกณฑ์ของสังคม เช่น จารีต หรือ ประเพณี และเริ่มมองเห็นสิ่งต่างๆ ผ่านสายตาที่มีความเป็นมนุษย์มากขึ้น กรณีที่ Meyrowitz ให้ความสนใจเป็นพิเศษคือ ความพัวเลือนของเส้นแบ่งระหว่างความเป็นชายและความเป็นหญิง (masculinity and femininity) ความเป็นเด็กและความเป็นผู้ใหญ่ (childhood and adulthood) รวมถึงนักการเมืองและสามัญชน (politician and citizen) เราอาจสรุปได้ว่า Meyrowitz มีทัศนะต่อสื่อคลื่นลูกใหม่ในฐานะตัวแปรสำคัญที่สรรค์สร้างสถานการณ์ทางสังคม (social situations) แบบใหม่ๆ อันไม่ยึดโยงกับสถานที่ทางกายภาพของมนุษย์ (physical place) และไม่ยึดโยงกับบุคคลที่อยู่แวดล้อมตัวเรา ความรู้สึกอันปลดปล่อยพันธนาการระหว่างตัวเรากับสถานที่ทางกายภาพนั้น ทำให้มนุษย์เริ่มก่อรูปพฤติกรรมทางสังคม (social behaviour) แบบใหม่ และทำให้ช่องว่างระหว่าง

สถานที่ทางกายภาพ (physical place) และสถานที่ทางสังคม (social place) เริ่มกว้าง ไม่แนบสนิทเป็นเนื้อเดียวกันเช่นอดีต

แนวคิดของ Meyrowitz ที่นำเสนอผ่านหนังสือ *No Sense of Place* นอกจากจะมีความโดดเด่นด้านมุมมองที่มุ่งศึกษาอิทธิพลของช่องทางการสื่อสาร (channel) อิเล็กทรอนิกส์มากกว่าการศึกษาเนื้อหาสาร (message) แล้ว Meyrowitz ยังอาจถือเป็นนักวิชาการคนแรกๆ ที่นำเอาแนวคิดของ Erving Goffman² ในหนังสือ *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959) ซึ่งทำการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารแบบเห็นหน้า (face-to-face communication) และพบว่า ชีวิตทางสังคมของมนุษย์นั้นไม่ต่างอะไรจากการแสดงละคร มีทั้ง ฉากหน้า (front stage) อันเป็นพื้นที่ที่มนุษย์ถูกสังคมคาดหวังให้แสดงบทบาท บางอย่างและต้องปฏิบัติตามนั้น และฉากหลัง (back stage) ที่ซึ่งมนุษย์ถอดหัวโขนจากฉากหน้าและกลับกลายเป็นตัวเอง (self) อย่างแท้จริง ผสานกับแนวคิดของ Marshall McLuhan³ จากหนังสือ *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (1962) และ *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964) ซึ่งมองเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยขยายศักยภาพของมนุษย์ออกไป

เมื่อนำแนวคิดของนักวิชาการทั้งสองคนมาต่อยอดออกไป ข้อเสนอของ Meyrowitz คือการมองว่า เทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เกิด “ฉาก” การสื่อสารแห่งใหม่ ซึ่งไม่ใช่ทั้งฉากหน้าหรือฉากหลัง (front stage or back stage) แต่เป็นพื้นที่บนโลกเสมือนซึ่งถูกเนรมิตขึ้นและแยกห่างจากพื้นที่ทางกายภาพจริง (physical place) แต่กลับส่งผลต่อพฤติกรรมทางสังคม (social behaviour) ของมนุษย์อย่างใหญ่หลวง Meyrowitz ขนานนามสถานที่แห่งใหม่นี้ว่าฉากตรงกลาง (middle stage หรือ side stage) อันเป็นสถานที่ที่มนุษย์ด้านหนึ่งก็ถูกสังคมบีบบังคับให้นำเสนอข้อมูลบางอย่างตามความคาดหวังของสังคม แต่อีกด้านหนึ่งก็เป็นพื้นที่ที่ปัจเจกสามารถเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและ

² นักสังคมวิทยาผู้สนใจวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมซึ่งมีลักษณะคล้ายละคร.

³ นักวิชาการด้านการสื่อสารผู้เสนอแนวคิดเรื่อง “สื่อคือสาร” และ “หมู่บ้านโลก”.

ความเป็นตัวตนอย่างแท้จริงได้ ฉากตรงกลางนี้จึงเป็นพื้นที่ที่เส้นแบ่งระหว่างความเป็นสาธารณะ (public) และความเป็นส่วนตัว (private) พร่าเลือนลง

มากไปกว่านั้น การเกิดขึ้นของพื้นที่กลางทำให้ Meyrowitz เห็นว่าความคิดเรื่องคนนอก (outsider) และคนใน (insider) ต้องมีการขยายความเข้าใจเพิ่มขึ้นไปอีก เนื่องจากแต่เดิมนด้านสวยงามที่เปิดให้คนทั่วไปมองเห็นหรือเป็นฉากหน้า จะถูกเผยให้คนนอกที่ปัจเจกไม่ได้มีสายสัมพันธ์ลึกซึ้งเข้ามาสังเกตการณ์ มามีประสบการณ์ร่วม มามีปฏิสัมพันธ์ได้ แต่พื้นที่ฉากหลัง (back stage) จะถูกสงวนให้แก่นคนในเท่านั้น คนนอกไม่ได้รับสิทธิเข้าถึงพื้นที่ทางกายภาพ (physical place) ซึ่งเป็นฉากหลังแห่งนี้ รวมถึงไม่สามารถเข้ามาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในกลุ่ม และไม่สามารถรับรู้ข้อมูลเฉพาะที่สงวนไว้ให้แก่นคนในได้

แต่เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาสั่นคลอนความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ทางสังคม ผู้คนไม่ว่าจะอยู่ในสถานะใดก็สามารถเข้าถึงข้อมูลของ “คนใน” หลายกลุ่มได้ โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ร่วมพื้นที่ทางกายภาพ (physical place) กับกลุ่มสังคมนั้น ตัวอย่างเช่น เราอาจรับรู้ถึงปัญหาตติจากการสร้างรถไฟฟ้าของคนในเขตลาดพร้าวได้อย่างลึกซึ้ง (และในบางครั้งอาจมากกว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตลาดพร้าวเอง) เพียงดูข่าวทางโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ หรือกดติดตามเพจของชุมชนคนอยู่ลาดพร้าวบนเฟซบุ๊กได้ บนเงื่อนไขที่ว่า เราไม่จำเป็นต้องพักอาศัยอยู่ในเขตลาดพร้าวหรือเดินทางไปเข้าร่วมการประชุมของผู้อยู่อาศัยในเขตลาดพร้าว แต่เราก็สามารถ “เฝ้า” รับรู้เรื่องราวของพวกเขาได้ด้วยความช่วยเหลือของสื่ออิเล็กทรอนิกส์

“It is not the physical setting itself that determines the nature of the interaction, but the patterns of information flow,”

“สถานที่ทางกายภาพไม่ได้กำหนดธรรมชาติทางการสื่อสารหากแต่เป็นรูปแบบการไหลเวียนของข้อมูลต่างหาก”

Joshua Meyrowitz เขียนใน *No Sense of Place* (1987)

ข้อความข้างต้นชี้ให้เห็นว่า Meyrowitz มองว่า เทคโนโลยีการสื่อสาร เล่นบทบาทสำคัญในการปรับโฉมหน้ารูปแบบการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารของมนุษย์ (flow of information system) อันส่งผลต่อเนื่องไปยังพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์ และสุดท้ายทำให้การรับรู้ความเป็นกลุ่มเดียวกัน (groupness) ของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปด้วย Meyrowitz แบ่งการเปลี่ยนแปลงบทบาทในส่วนนี้ออกเป็น 3 ด้านดังต่อไปนี้

1. อัตลักษณ์กลุ่ม (group identity): งานเลี้ยงที่ไม่ต้องเข้าร่วม

ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารยังจำกัด อัตลักษณ์ของกลุ่มและบุคคล ถูกกำหนดด้วยสถานที่ทางกายภาพ (physical place) และแบ่งแยกคนออกจากกัน ด้วยความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่แห่งการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น เมื่อกลุ่มชนชั้นปกครองมีความคิดจะจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ ก็มักเชิญแขกแต่แขกหรือที่อยู่ ในแวดวงเดียวกันมาร่วมงาน มีเพียงแขกซึ่งเป็นคนในเท่านั้นที่จะได้รับเชิญและเข้าถึงพื้นที่ทางกายภาพของกลุ่มชนชั้นปกครอง และสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลเฉพาะกลุ่มต่อกันได้ ในทางกลับกัน คนนอกที่ไม่ได้รับเชิญเข้าร่วมงาน แทบไม่มีทางล่วงรู้ข้อมูลสำคัญที่ถูกแลกเปลี่ยนกันภายในงานได้ แต่ทว่า เหตุการณ์นี้ เปลี่ยนโฉมหน้าไปเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทต่อพื้นที่การสื่อสาร สถานที่ทางกายภาพ (physical place) เริ่มมีความสำคัญน้อยลง เพราะไม่สำคัญว่าคุณจะได้รับเชิญไปร่วมงานหรือไม่ หากแต่สื่อโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดสดบรรยากาศงานเลี้ยงมาให้คุณเห็นแบบเรียลไทม์ หรือการพูดคุยทางแชตแอปพลิเคชัน ก็ช่วยให้คุณรับรู้ข้อมูลของกลุ่มเหล่านั้นได้ คำถามที่สำคัญของยุคนี้จึงไม่ใช่คำถามว่า คุณเข้าถึงพื้นที่หวงห้ามเหล่านั้นได้หรือไม่ แต่เป็นว่าคุณสามารถเข้าถึงกระแสการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารได้แค่ไหน

แล้วการล่วงรู้ข้อมูลพิเศษ (privileged information) เหล่านี้ สำคัญอย่างไรต่อสังคมของมนุษย์ Meyrowitz เสนอว่า ความสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารกลายเป็นวิธีใหม่ที่มนุษย์ใช้แบ่งแยกความเป็นเขาและความเป็นเรา ออกจากกัน สมาชิกที่เกิดความรู้สึกเป็นกลุ่มก้อนจะล่วงรู้ข้อมูลพิเศษบางอย่าง

ร่วมกันและเกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ในทางกลับกัน กลุ่มคนที่ไม่ใช่สมาชิกคือคนที่ไม่ได้รับอนุญาตล่วงรู้ข้อมูลพิเศษ และไม่ได้รับอนุญาตให้เข้ามาแลกเปลี่ยนความเห็น แก้ปัญหา และตัดสินใจความเป็นไปของกลุ่ม

สื่ออิเล็กทรอนิกส์จึงทำให้การเข้าถึงฉากหลัง (back stage) ทางกายภาพของกลุ่มทางสังคมต่างๆ ไม่จำเป็นอีกต่อไป ไม่ว่าคุณจะอยู่ที่แห่งไหนบนโลกก็สามารถเข้าร่วมกลุ่มทางสังคมต่างๆ ได้ เพียงแต่ต้องสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลพิเศษกับสมาชิกเพื่อทำให้เกิดความรู้สึก “เป็นเจ้าของ” (belong) กลุ่มเหล่านั้นและเส้นแบ่งระหว่างฉากหน้าและฉากหลังก็เริ่มพร่าเลือน เนื่องจากพฤติกรรมที่บุคคลทำบนโลกเสมือน (virtual world) นั้นไม่ได้เกิดในพื้นที่ทั้งฉากหน้าและฉากหลัง แต่เกิดบนพื้นที่เสมือนที่สื่อสรรค์สร้างขึ้น

2. การขัดเกลาทางสังคม (socialisation): งานปฐมนิเทศที่ไร้อำนาจ

ยุคที่โลกรู้จักเพียงเทคโนโลยีการสื่อสารแบบเห็นหน้า (face-to-face world) นั้น มีข้อจำกัดที่ทำให้สมาชิกในสังคมต้องเข้าถึงข้อมูลผ่านทาง “กลุ่มที่ถูกควบคุม” (controlled group) ทั้งอย่างเป็นทางการและอย่างไม่เป็นทางการ ตัวอย่างเช่น เมื่อคนหนึ่งเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท คนๆ นั้นจะต้องเริ่มจากการพาตัวเองเข้าร่วมรับฟังข้อมูลข่าวสารที่เป็นทางการ เช่น การปฐมนิเทศ การฝึกงาน ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการขัดเกลาทางสังคม และยังขาดไม่ได้ที่จะต้องเข้าร่วมการนิเทศของพนักงานภายในบริษัท และการรับประทานอาหารร่วมกันของเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่ช่วยให้คนๆ นั้นล่วงรู้ข้อมูลของบริษัท สามารถอยู่รอด และกลายเป็นพนักงานได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า กว่าที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งจะสามารถเข้ามาสู่กลุ่มๆ หนึ่งได้ ต้องอาศัยเวลาและความพยายามยิ่งยวดกว่าจะเข้าไปอยู่ในพื้นที่ทางกายภาพเดียวกัน ค่อยๆ ซึมซับข้อมูลและพิสูจน์ตัวเอง จนกว่าสมาชิกรุ่นเก่าของกลุ่มจะอำมเนยยอมรับมา “เป็นพวก”

นอกจากนั้น การเข้าร่วมกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหมายความว่า สมาชิกจะต้องไม่อยู่ร่วมกับกลุ่มสังคมอื่นๆ เนื่องจาก...แน่ละ คนๆ หนึ่งไม่สามารถปรากฏตัว

บนพื้นที่ทางกายภาพสองแห่งได้พร้อมๆ กัน ดังนั้น หากจะรวมกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สมาชิกจะถูกคาดหวังให้ทั้งความเป็นสมาชิกกับกลุ่มอื่นไปก่อน ตัวอย่างเช่น หากสมาชิกเป็นของชมรมว่ายน้ำก็就会被คาดหวังให้ทุ่มเทกับการฝึกซ้อม เข้าค่าย เก็บตัว กินข้าวร่วมกันหลังซ้อม จนสมาชิกไม่สามารถเข้าไปสังกัดชมรมอื่นๆ ได้

ยุคการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์พลิกผันความคิดนี้ไปอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์เปิดพื้นที่ให้มนุษย์เป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมหลายๆ กลุ่มได้พร้อมกัน ตัวอย่างเช่น คนๆ หนึ่งสามารถเป็นสมาชิกของกลุ่มรักษาสีแวตล่อมบนเฟซบุ๊ก ขณะเดียวกันก็สามารถเป็นสมาชิกของกลุ่มแฟนคลับศิลปินไปด้วยได้ โดยไม่เกิดความขัดข้องหมองใจกับสมาชิกแต่ละกลุ่ม トラบที่เขาสามารถ “บริหาร” การรับรู้ข้อมูลจากทั้งสองกลุ่มได้อย่างทั่วถึง ที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทำให้คนๆ หนึ่งสามารถสร้าง “ปฏิสัมพันธ์คู่ขนาน” (parallel process interaction) ร่วมกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดกระจายตัวไปทั่วทุกแห่ง เช่น ระหว่างการประชุมของทีมผ่านการถ่ายทอดสดทางวิดีโอ สมาชิกอาจกดปิดเสียงการประชุมและหันไปโทรศัพท์ เช็คอีเมล หรือพูดคุยกับบุคคลอื่นที่อยู่ในห้อง การมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะนี้ยังเกิดขึ้นแบบไม่ต่อเนื่อง เข้าๆ ออกๆ เช่น เมื่อเช็คอีเมลเสร็จแล้ว บุคคลอาจหันกลับมาประชุมต่อ แต่ระหว่างนั้นก็ยังมีเปิดแอปพลิเคชันพูดคุยกับเพื่อนเป็นระยะๆ ไปด้วย

เห็นได้ว่า พื้นที่ทางกายภาพถูกสื่ออิเล็กทรอนิกส์พลิกโฉมหน้าให้กลายเป็นเพียงโลกเสมือน (virtual place) ซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกสามารถเข้าและออกจากกลุ่มได้อย่างสะดวกสบาย เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ของกลุ่มได้อย่างครบถ้วน พูดอย่างง่ายคือ พื้นที่ทางกายภาพได้แปลงสภาพจากที่อดีตเป็นสถานที่จำเป็น (the must) ที่ปัจเจกต้องเข้าร่วมเพื่อประกอบสร้างตัวตนและที่ยืนให้ตัวเองมีตำแหน่งหนึ่งในสังคม กลายเป็นเพียงสถานที่หนึ่งในตัวเลือก (one of the choices) ที่มนุษย์สามารถเลือกมาใช้สื่อสาร ดังนั้น รูปแบบการเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มในยุคสื่ออิเล็กทรอนิกส์จึงเริ่มคลี่คลายตัวและไม่เป็นระบบอย่างในอดีตอีกต่อไป

3. ตำแหน่งทางสังคม (rank): หอสมุดที่ไม่บ่งชี้สถานะ

ยุคอดีตจะเห็นว่า กลุ่มชนชั้นนำให้ความสำคัญกับสถานที่ทางกายภาพ เช่น งานเลี้ยง บ้านพัก หรือกลุ่มลับเฉพาะ เนื่องจากเป็นสถานที่ซึ่งแสดงถึงอำนาจและสถานะของกลุ่มอย่างชัดเจนที่สุด ตัวอย่างเช่น นักวิชาการสามารถเข้าถึงห้องสมุดของมหาวิทยาลัย และสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เราไม่แน่ใจว่า คนเหล่านั้นมีความสามารถเหนือกว่าคนทั่วไปหรือไม่ในการเข้า “เล่นบทบาท” ชนชั้นนำของสังคม หากแต่ที่แน่ๆ ความสามารถในการเข้าถึงสถานที่เหล่านี้ ทำให้เกิดการสังสมพลัง และเกิดเป็นผู้มีอำนาจ (authority) ในการผลิตความรู้บ่อนให้แก่สังคมต่อไป

แน่นอนว่า ยังมีตำแหน่งทางสังคมสูงขึ้นไป กลุ่มคนเหล่านี้ก็ยังสามารถในการผลิตสร้างพื้นที่เฉพาะ และกีดกันไม่ให้คนนอกเข้ามาใช้พื้นที่หรือเข้ามารับรู้ข้อมูลในพื้นที่เหล่านี้ได้ ความสามารถตรงนี้ทำให้คนนอกซึ่งเป็นเพียงผู้สังเกตการณ์จากมุมมองอันห่างไกล เกิดความรู้สึกไปว่า พื้นที่ที่อภิสิทธิ์ชนเหล่านี้ถือครองไว้ช่าง “มีความลึกลับน่าค้นหา” (mystery) และมีเพียงคนในเหล่านั้นที่ล่วงรู้ข้อมูลเฉพาะและสืบทอดความเป็นชนชั้นนำต่อไป

แต่เช่นเดียวกันกับด้านอื่นๆ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทลดทอนความสามารถในการกีดกันคนนอกออกจากข้อมูลเหล่านั้น และทำให้ชนชั้นนำต้องใช้ความพยายามสูงขึ้นในการกีดกันคนนอกให้ออกจากพื้นที่ เช่น ในอดีตการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของงานเลี้ยงของชนชั้นสูงต้องผ่านการเชิญอย่างเป็นทางการส่วนตัวเท่านั้น แต่ในยุคปัจจุบัน ใครๆ ก็อาจเข้าร่วมงานเลี้ยงเหล่านี้ได้ผ่านการชมวิดีโอถ่ายทอดสด ที่คนดังภายในงานถ่ายทอดลงบนช่องทางโซเชียลมีเดียของตนเอง โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายเพียงค่าอินเทอร์เน็ตรายเดือนเท่านั้น หรือในกรณีของงานวิชาการ ใครๆ ก็สามารถเข้าถึงงานวิชาการของมหาวิทยาลัยทั่วโลก ได้ผ่านการจ่ายค่าสมาชิกรายเดือนให้แก่เว็บไซต์ โดยไม่ต้องลงทะเบียนเข้าใช้งานกับมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง ไม่ต้องแสดงบัตรประจำตัวประชาชน และไม่ต้องเดินทางไปเยี่ยมหนังสือด้วยตนเอง

ที่น่าสังเกตคือ อุปสรรคที่ทำให้กลุ่มคนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลของชนชั้นนำได้นั้น กลับเปลี่ยนโฉมหน้ากลายเป็นความสามารถในการใช้สื่อใหม่อย่างแตกฉาน (media literacy) เช่น ความสามารถในการค้นหาคีย์เวิร์ดผ่านเว็บไซต์ ความสามารถในการป้อนข้อมูลผ่านคีย์บอร์ด ซึ่งอุปสรรคนี้กลายเป็นอุปสรรคทั่วไปที่คนทุกชนชั้นต้องเผชิญหน้าอย่างเท่าเทียม ไม่เว้นแม้แต่กลุ่มชนชั้นสูง

ข้อสังเกตส่งท้าย

No Sense of Place ถือเป็นอีกหนึ่งตำราด้านสื่อสารมวลชนอันทรงอิทธิพล เนื่องด้วยการอธิบายโลกยุคสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและสามารถนำมาปรับใช้กับงานวิจัยได้อย่างสะดวก (เนื่องจากการแสดงตัวแปรไว้อย่างชัดเจนในระดับหนึ่ง) อีกทั้งยังถือเป็นตำราหมุดหมายเล่มแรกๆ ที่บุกเบิกความรู้ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเปิดทางให้ผู้สนใจสื่อใหม่ (new media) ต่อยอดความรู้ได้อย่างมั่นคง

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนมีความเห็นว่า ลักษณะการมองโลกแบบกำหนดนิยม (determinism) ที่มองว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวแปรต้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและวัฒนธรรมอยู่ทางเดียวนั้น อาจเป็นการลดทอนปรากฏการณ์และตัดตัวแปรที่เป็นไปได้อื่นๆ ทิ้งไป เช่น อุดมการณ์ประชาธิปไตยที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกา อาจเป็นสาเหตุให้หน้าตาของเฟซบุ๊กเป็นอย่างที่เราเห็นทุกวันนี้ หรือวัฒนธรรมที่ไม่เปิดโอกาสให้ผู้หญิงเสพยาออนไลน์ ก็อาจเป็นอุปสรรคทำให้สตรีไม่สามารถเข้าสู่พื้นที่เสมือนได้ นอกจากนี้ เรายังอาจกล่าวได้ว่า หนังสือมีแนวโน้มมองข้ามพลังของปัจเจกชนในการใช้งานและเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าของเทคโนโลยี เช่น กระบวนการนำเสนอเนื้อหา (algorithm) ของ Google.com จะเปลี่ยนแปลงผลลัพธ์ไปตามพฤติกรรม ความสนใจ กิจกรรมที่ทำ กีฬาที่เล่น และอื่นๆ ของผู้ใช้ที่เข้ามาค้นหา

นอกจากนั้น ข้อเสนอที่ว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทำให้สถานที่ของมนุษย์แยกตัวออกจาก “บริบทดั้งเดิม” (local context) และแปรสภาพกลายเป็นพื้นที่ตัวเลือกทางการสื่อสารเสียหมด ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า บนปรากฏการณ์ที่เป็นจริง

อาจมีความซับซ้อนมากกว่านั้น เนื่องจากผู้เขียนเชื่อว่า พลังของพื้นที่ทางกายภาพ (physical place) ยังไม่สูญหายไปจากการรับรู้ของผู้คน แต่มันผสมผสานกับพลังของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (information access) อย่างแยกไม่ออก

หากยกกรณีกลุ่มบนเฟซบุ๊กเป็นตัวอย่าง เราจะพบว่า ด้านหนึ่งเมื่อปัจเจกต้องการเข้าร่วมกลุ่ม “คนรักเกมออนไลน์” ผู้ดูแลเพจหรือแอดมินย่อมต้องเริ่มจากการสืบประวัติของสมาชิกก่อน เพื่อชั่งใจว่ามีคุณสมบัติเพียงพอที่จะเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือไม่ หนึ่งในคุณสมบัติที่จะทำให้สมาชิกรายนั้นมี “แต้มต่อ” อย่างมากคือ การมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกับแอดมินบนพื้นที่ทางกายภาพจริง เช่น เป็นเพื่อนบ้านกัน เคยเรียนโรงเรียนเดียวกัน หรือแม้แต่เป็นคนบ้านเดียวกัน แม้ปัจเจกจะไม่ได้มีความรู้เรื่องเกมออนไลน์มาก่อน และไม่มีข้อมูลอะไรที่สามารถแลกเปลี่ยนได้ แต่เราอาจสันนิษฐานได้ไม่ยากว่า โอกาสในการเข้ากลุ่มของปัจเจกน่าจะมีสูง หรือกรณีของแอปพลิเคชันหาคู่ นอกจากหน้าตา อายุ การศึกษา และอื่นๆ อันเป็น “ข้อมูล” ที่ผู้ใช้พิจารณาเพื่อออกเดทกับคนที่ตัวเองสนใจแล้ว “ที่อยู่ตอนนี้” หรือพื้นที่ทางกายภาพก็ถือเป็นเกณฑ์สำคัญที่ถูกใช้ในการตัดสินใจว่า จะออกหรือไม่ออกไปเจอ หรือจะผูกโยงความสัมพันธ์กันต่อไปอย่างไร

บรรณานุกรม

- Goffman, E. (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York: Anchor Books.
- McLuhan, M. (1962), *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, Toronto: University of Toronto Press.
- _____. (1964), *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York: McGraw-Hill.
- Meyrowitz, J. (1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press.

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 _____
+++

กรุณากรอกรายละเอียดพร้อมส่งหลักฐานการชำระเงิน

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”

วารสารศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการรายสี่เดือนของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีกำหนดปิดรับต้นฉบับดังนี้ ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน) ปิดรับต้นฉบับวันที่ 30 พฤศจิกายน ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม) ปิดรับต้นฉบับวันที่ 28 กุมภาพันธ์ และ ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม) ปิดรับต้นฉบับวันที่ 30 มิถุนายน

คุณลักษณะของบทความ

1. เป็นบทความที่มีคุณลักษณะตามเกณฑ์ของ อ.ก.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งได้แก่
 - บทความวิเคราะห์วิจัย (Research Article)
 - เอกสารกรณีศึกษา (Case Material)
 - บทความสำรวจวิชา (Survey Article)
 - บทความวิจารณ์ (Review Article)
 - บทความทางวิชาการ (Theoretical Article)
 - รายงานสำรวจ (Survey Report)

ทั้งนี้ ไม่รวมงานวิทยานิพนธ์ของผู้เขียนบทความ บทความประเภทงานแปล และเอกสารประกอบคำบรรยาย

2. ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ได้มาก่อน และไม่อยู่ระหว่างรอการพิจารณาจากสำนักพิมพ์อื่น
3. หากเป็นงานวิจัยดีเด่นที่เคยตีพิมพ์มาก่อนแล้ว ต้องมีการนำมาวิเคราะห์ด้วยมุมมองใหม่ นำเสนอข้อมูลใหม่โดยได้รับอนุญาตจากผู้เขียน
4. ผู้เขียนหรือผู้เขียนร่วมได้รับอนุญาตให้ตีพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลในวารสารวิชาการ
5. ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 2 คน และ/หรือ การอ่านเพื่อปรับแก้ไขจากบรรณาธิการ หรือบรรณาธิการรับเชิญ ตามกำหนดเวลาของกองบรรณาธิการ ทั้งนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะคัดเลือกตามสาขาวิชาหรือประเด็นเนื้อหาที่อยู่ในบทความนั้นๆ และหากเป็นบทความจากผู้เขียนภายในมหาวิทยาลัย จะต้องได้รับพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงาน จำนวน 2 คน และไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียน โดยชื่อของผู้เขียนและผู้ประเมินจะเป็นไปในลักษณะปกปิด หรือ double blinded

การส่งต้นฉบับเนื้อหา

1. จัดพิมพ์เนื้อหาด้วยอักษร Cordia New ขนาด 15 pt ในโปรแกรม Microsoft Word (ไฟล์ .doc)
2. ครมมีความยาว 15-20 หน้ากระดาษ A4 พร้อมจัดเรียงภาพประกอบลงในไฟล์ Microsoft Word
3. ส่งพร้อมบทคัดย่อและคำสำคัญ เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
4. ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่งวิชาการ และสังกัดของผู้เขียนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5. ส่งต้นฉบับพร้อมไฟล์ที่เกี่ยวข้อง (เช่น ภาพประกอบ ตาราง แผนภูมิ) ลงในแผ่นซีดีทางไปรษณีย์ หรืออีเมลมายังกองบรรณาธิการ หรือส่งผ่านระบบออนไลน์ทาง <https://tci-thaijo.org/index.php/jcmag>

การส่งไฟล์ภาพประกอบ

1. ส่งไฟล์ภาพประกอบ (เช่นไฟล์ .jpg) แยกจากไฟล์เนื้อหาของบทความ
2. ความละเอียดภาพไม่ต่ำกว่า 300 dpi/inch หรือไม่ต่ำกว่า 2 MB ต่อภาพ
3. ระบุชื่อไฟล์ให้ตรงตามหมายเลขภาพในเนื้อหาบทความ

จริยธรรมการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานและบทความวิชาการ

1. **จริยธรรมของผู้เขียนบทความ** บทความที่นิพนธ์ขึ้นและตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* ต้องเป็นงานเขียน ความคิด หรืองานสร้างสรรค์ ที่มิใช่การลอกเลียนผลงานวิชาการ (plagiarism) และต้องจัดทำการอ้างอิงผลงานในเนื้อหาหรือบรรณานุกรมอย่างชัดเจน
2. **จริยธรรมของผู้อ่านประเมินบทความ** การอ่านประเมินต้นฉบับบทความในวารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* เป็นการประเมินแบบปิด (blind evaluation) ผู้ประเมินจักต้องไม่เปิดเผยผลการประเมินของตนต่อสาธารณะ และให้ถือว่าการประเมินดังกล่าวเป็นความลับ
3. **จริยธรรมของกองบรรณาธิการ** กองบรรณาธิการมีความรับผิดชอบวารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* ให้ตรงตามกำหนดและวาระในการตีพิมพ์

การเขียนเอกสารอ้างอิงและบรรณานุกรม

- **การอ้างอิงในบทความ** กรณีผู้เขียนต้องระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อหาบทความ ให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนของเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in text citation) โดยระบุชื่อผู้แต่งที่อ้างอิง (ถ้าเป็นคนไทยระบุทั้งชื่อและนามสกุล ส่วนต่างชาติใช้ระบุเพียงชื่อสกุลเท่านั้น) พร้อมปีที่พิมพ์เอกสาร และอ้างอิงไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความเพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น และควรระบุเลขหน้าของเอกสารที่อ้างอิงไว้ด้วย กรณีที่อ้างมาแบบคำต่อคำ ต้องระบุเลขหน้าของเอกสารที่อ้างอิงทุกครั้ง
- **การอ้างอิงท้ายบทความ** หากมีการอ้างอิงในบทความ ให้จัดทำรายการเอกสารอ้างอิงเป็นบรรณานุกรม (bibliography) ท้ายเรื่องไว้ด้วย โดยรวบรวมเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนอ้างอิงในบทความ ในการเขียนบทความให้จัดเรียงรายการตามลำดับตัวอักษรผู้แต่งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychology Association) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง, (ปีที่พิมพ์), ชื่อเรื่อง, ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี), สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

กิตติมา สุรสนธิ (2548), *ความรู้ทางการสื่อสาร*, พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิศิษฐ์ ชวาลาวัช และคณะ (2539), *การรายงานข่าวชั้นสูง*, กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.

สุวรรณา สถาอานันท์ และเนื่องน้อย บุญเนตร (2537), คำ: *ร่องรอยความคิดความเชื่อไทย*, พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

McQuail, D. (2005), *McQuail's Mass Communication Theory*, 5th ed., London: Sage.

Sharrock, W. et al. (2003), *Understanding Modern Sociology*, London: Sage.

Windhal, S. and Signitzer, B. (2009), *Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication*, Los Angeles: Sage.

2. บทความในวารสาร หนังสือพิมพ์ และหนังสือรวมเล่ม

2.1 บทความในวารสาร

ชื่อผู้เขียน (ปีที่พิมพ์), "ชื่อบทความ", ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่): เลขหน้า (ถ้ามี).

เกศราพร ทองพุ่มพุกษา (2561), "การนำเสนอภาพความเป็นแม่ในหนังสือเด็กในประเทศไทย", *วารสารศาสตร์*, 11(2): 113-160.

2.2 บทความ ข่าว หรือคอลัมน์จากหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียน (ปีที่พิมพ์), "ชื่อบทความหรือชื่อหัวข้อในคอลัมน์", ชื่อหนังสือพิมพ์, วันที่/เดือน: เลขหน้า.

สุจิตต์ วงษ์เทศ (2548), "กระทะปฏิวัติอาหารไทย", *มติชน*, 22 กันยายน: 34.

2.3 บทความในหนังสือรวมเล่ม

ชื่อผู้เขียน (ปีที่พิมพ์), "ชื่อบทความ/งานเขียน", ใน ชื่อผู้แต่งหนังสือ (บ.ก.), ชื่อเรื่องหนังสือ, ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี), สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ภัทธีรา สารากรบริรักษ์ (2558), "ธุรกิจเพลง", ใน สมสุข หินวิมาน และคณะ (บ.ก.), *ธุรกิจสื่อสารมวลชน*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

3. รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ หรือสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย (ปีที่พิมพ์), ชื่อรายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หรือสารนิพนธ์, สถาบันต้นสังกัดหรือรายละเอียดของระดับวุฒิปริญญาของรายงานวิจัยดังกล่าว.

ไวยวุฒิ วุฒิอรอดสาร (2556), *การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของคนहुหนวกไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

4. เอกสารที่ไม่เป็นเล่ม เช่น เอกสารประกอบการสอน เอกสารอัดสำเนา แผ่นพับ

ให้ผู้เขียนระบุคุณลักษณะของสิ่งพิมพ์ดังกล่าวไว้ท้ายการอ้างอิง เช่น
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2561), รายงานผลการ
ดำเนินงานของหลักสูตรวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน (ปรับปรุง
พ.ศ.2559), เอกสารอัดสำเนา.

5. ข้อมูลออนไลน์ หรือสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต

ให้ระบุข้อมูลจากหนังสือ บทความ หรือเนื้อหาที่อ้างอิง จากนั้นตามด้วยแหล่งที่มาและ
วันเดือนปีที่สืบค้นจากฐานข้อมูลออนไลน์ ดังตัวอย่าง
ระพีพรรณ พัฒนาเวช และคณะทำงานห้องสมุดไทยคิด (มปป.), *คู่มือการคัดเลือกหนังสือ
สำหรับเด็กแต่ละวัย*, สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก [https://www.tkpark.or.th/
stocks/extra/000597.pdf](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](https://www.theguardian.com/books/2011/may/06/gender-imbalance-children)

ส่งบทความหรือติดต่อสอบถาม

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ "วารสารศาสตร์"

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
เลขที่ 99 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121
โทรศัพท์ 0-2696-6267 อีเมล jaruneejc@gmail.com



พิมพ์ที่: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ. 2562
โทรศัพท์ 0-2564-3104 ถึง 6
โทรสาร 0-2564-3119
<http://www.thammasatprintinghouse.com>