

วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”



คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
www.jc.tu.ac.th

วารสารศาสตร์ ฉบับ “เรา เขา และคนอื่นๆ”
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - เมษายน 2559

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

ที่ปรึกษา

รศ.อรรถัย ศรีสันติสุข	อดีตคณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
รศ. ดร.พีระ จิระโสภณ	อดีตคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศ. ดร.สุรพงษ์ โสธนะเสถียร	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
รศ. ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผศ. ดร.วรชัย คุรุจิต	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

บรรณาธิการบริหาร	รศ.พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช	คณบดี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
บรรณาธิการเล่ม	รศ. ดร.สมสุข หินวิมาน	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
ผู้ช่วยบรรณาธิการ	อ.วารี ฉัตรอุดมผล	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
กองบรรณาธิการ	รศ.ดวงพร คำคุณวัฒน์	สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย ม.มหิดล
	รศ.กิติมา สุรสนธิ	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
	รศ.กัลยกร วรกุลลัญจวิธานย์	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
	ผศ.รุจน์ โกมลบุตร	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
	อ.อารดา คุรุจิต	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
	ผศ. ดร.นิธิดา แสงสิงแก้ว	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
	น.ส.สุมล สร้อยสุมาลี	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.
	น.ส.จารุณี สุขสม	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
เลขที่ 99 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121
โทรศัพท์ 02-696-6220 โทรสาร 02-696-6218
อีเมล oilsumol@hotmail.com เว็บไซต์ www.jc.tu.ac.th

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

สารบัญ

	หน้า
บทบรรณาธิการ	4
เรื่องของ “ตัวตน” บนโลกของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก: ขอบเขตของ “ตัวตนที่ปรารถนา” และ “ตัวตนที่เป็นจริง” พรรณวดี ประยงค์	7
การนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน ในรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย พรชัย ฉันทวีเดชลักษณ์	33
กระบวนการต่อรองในการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ผ่านปฏิบัติการสังคม: กรณีศึกษาการคัดค้านการขยายท่าเรือแหลมฉบังเฟสสาม ชุมชนบางละมุง จังหวัดชลบุรี อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล	80
ภูมิหลังผู้ประกอบการกับความสำเร็จของทีวีดิจิทัล อริสรา กำธรเจริญ	117
เด็กกตัญญู เด็กมีปัญหา เหยื่อ และผู้กล้า ในภาพยนตร์เด็ก (กับครอบครัว) กัจจกร หลุยยะพงศ์	141
นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียน ญาณิศา บุญประสิทธิ์	183
โครงสร้างการเล่าเรื่องและการประกอบสร้างความหมาย สื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ไทย สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์	215
การวิเคราะห์อัตลักษณ์ความเป็นชาติและความเป็นภูมิภาคของกลุ่มประเทศอาเซียน: ศึกษากรณีเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community มนต์ศักดิ์ ชัยวีระเดช	236
กุหลาบแวร์ซายส์ (La Rose de Versailles): การแหกกฎทางเพศ ชนชั้น และอำนาจการปกครอง ที่ตรึงใจผู้อ่านทั่วโลกกว่า 4 ทศวรรษ นฤมล ปิ่นโต	276

ทัศนะหรือข้อคิดเห็นในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่ทัศนะหรือข้อคิดเห็นของกองบรรณาธิการ หรือของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้ประสงค์จะขอคำขอความใดจากวารสารฉบับนี้ไปเผยแพร่จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์เสียก่อน

บทบรรณาธิการ “เรา เขา และคนอื่นๆ”

ตั้งแต่ยุคที่นักร้องชายรุ่นใหญ่คนหนึ่ง เคยร้องวลีบทเพลงว่า “ไม่อยากจะรู้ว่าตัวเองเป็นใคร ไม่อยากจะรู้ว่าเคยรักใคร...” จนมาถึงนักร้องหญิงป๊อปร็อคมาดเซอร์ที่ขานเสียงขับร้องว่า “ฉันเป็นอะไรไม่รู้...” บทเพลงเหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนให้เห็นถึงสภาวะแปลกแยก (alienation) ที่ปัจเจกบุคคลไม่อาจปรับตัวเข้ากับวิถีความเปลี่ยนแปลงในสังคมสมัยใหม่ได้เท่านั้น หากแต่อีกด้านหนึ่งก็บ่งนัยด้วยว่า ปัญหาการสื่อสารกับการทำความเข้าใจตัวตน (self) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและสืบเนื่องมาอย่างยาวนาน

ในหลายทศวรรษที่ผ่านมา คำถามที่ว่า “เราคือใคร” “เราเหมือนและต่างจากเขาและคนอื่นๆ อย่างไร” และ “เขาและคนอื่นๆ ควรรับรู้เราได้อย่างไร” กลายมาเป็นข้อถกเถียงสำคัญในแวดวงสังคมศาสตร์และอีกหลากหลายศาสตร์แขนงวิชาไม่เว้นแม้แต่ในแวดวงสายสื่อสารศึกษาเช่นกัน วารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* ฉบับปกสีหวานปานขนมชูครีมนี้ จึงเป็นความพยายามของนักเขียนหลายคนที่ต้องการชี้ให้เห็นถึงวิถีแห่งการเข้าใจความเป็น “เรา เขา และคนอื่นๆ” ในหลายบริบทของการสื่อสาร

เริ่มต้นจากมิติเรื่องความเป็น “เรา” นั้น ในระดับปัจเจกบุคคล พรณวดี ประยงค์ ได้เลือกกรณีสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ก อันเป็นปริมณฑลแห่งโลกเสมือนจริงมาตั้งคำถามว่า “เรา” จะสร้าง “ตัวจริงเสียงจริง” หรือตัวตนที่ปรารถนาในพื้นที่แห่งความเสมือนจริงเยี่ยงนี้ได้อย่างไร ก่อนจะเขยิบมาที่การสื่อสารในระดับกว้างขึ้นในกรณีรายการสารคดีโทรทัศน์ของไทย พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์ กับ



ผลงานวิจัยที่สะท้อนให้เห็นว่า “เรา” หรือผู้ผลิตสารคดีของไทย กำลังรับรู้ความเป็นไปทางวัฒนธรรมของชาติอื่นๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันอย่างไร และอุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล ที่ออกแบบงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดเวทีให้ “เรา” หรือ “คนใน” ชุมชนท่าเรือแหลมฉบังเฟสสาม จังหวัดชลบุรี ได้เข้าสู่ “สนามปฏิบัติการ” (field) ของภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตการณ์ เพื่อจะต่อสู้ต่อรองและประกอบสร้างความหมายต่อความเปลี่ยนแปลงที่เถาเถาเข้ามาในชุมชนของตนอย่างไร

จากนั้น กับมิติเรื่องความเป็น “เขา” ก็เริ่มต้นด้วยบทความของอริสรา กำธรเจริญ ที่ฉายภาพปรากฏการณ์เมื่อสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลอันเป็นทรัพยากรสาธารณะ ได้กลายเป็นสิ่งที่สาธารณชนมอบหมายบทบาทให้ “เขา” ผู้เป็นองค์กรเกิดใหม่อย่าง กสทช. เข้ามาจัดการจัดสรรคลื่นแทน ความอยู่รอดและความสำเร็จจึงกลายเป็นคำถามหลักของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์บนความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ในขณะที่เดียวกับที่กำจร หลุยยะพงศ์ ได้ชี้ให้เห็นว่า เมื่อ “เขา” ที่เป็นผู้ใหญ่ใช้สื่อภาพยนตร์ประกอบสร้างภาพตัวแทนของเด็กออกมา ภาพดังกล่าวจึงได้ก่อรูปนิยามความเป็นเด็กที่หลายหลากมากมาย จากเด็กกตัญญู เด็กมีปัญหา เด็กผู้เป็นเหยื่อ หรือแม้แต่เด็กผู้กล้าหาญ

หากย้อนกลับไปในวิถีการสื่อสารในสังคมประเพณีดั้งเดิมแล้ว ญาณิศา บุญประสิทธิ์ ได้สำรวจตรวจสอบสื่อนาฏศิลป์ ที่กำลังผ่านกระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดและประเพณีแห่งการเลือกสรร (tradition of selection) โดยภาครัฐให้สื่อสารตัวตนกับ “เขา” หรือมองเพื่อนบ้านในประชาคมอาเซียนว่า อัตลักษณ์

แห่งนาฏศิลป์ไทยก็ต้องเปลี่ยนแปลงและปรับเปลี่ยนกันไปเพียงไร เช่นเดียวกับในพื้นที่ของโลกเซลลูลอยด์นั้น สุชาดา พงษ์กิตติวิบูลย์ ได้วิเคราะห์เนื้อหาของสื่อสมัยใหม่ว่า “เขา” ที่เป็นผู้ผลิตสารของภาพยนตร์ จะถ่ายทำและถ่ายทอดภาพของสื่อการแสดงพื้นบ้านของไทยให้เจือไปด้วยกลิ่นอายแบบใดกัน

ปิดท้ายกับมิติของความเป็น “คนอื่น ๆ” เมื่อเฟซบุ๊กกลายเป็นพื้นที่สื่อใหม่ที่ทุกๆ ชาติในประชาคมอาเซียนได้มาสื่อสารเรื่องราวของกันและกัน มนต์ศักดิ์ชัยวีระเดช ได้ตอบคำถามให้เห็นว่า จากคนแปลกหน้าที่มาเขียนเล่าเรื่องราวในบริบทอาเซียน จะยังคงความเป็น “คนอื่น ๆ” เอาไว้ หรือจะเน้นการถักทอและขับเคลื่อนนาฏการกิจแห่งประชาคมอาเซียนหนึ่งเดียวร่วมกันกันแน่

ในสภาวะการณ์ที่การสื่อสารความแตกต่างของ “เรา เขา และคนอื่น ๆ” เป็นโจทย์หลักของนักวารสารศาสตร์และสื่อสารศึกษายุคปัจจุบัน ทุกตัวอักษรที่ร้อยเรียงอยู่ในวารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* เล่มนี้ ก็คือความพยายามตอบโจทย์นั้นว่า ความแตกต่างดังกล่าวคงไม่จำเป็นต้องจบลงด้วยความแตกแยกเสมอไป หากแต่เป็นความแตกต่างที่เราจะดำรงอยู่กันบนความหลากหลายนั่นเอง

สมสุข หินวิมาน
บรรณาธิการ

เรื่องของ “ตัวตน” บนโลกของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก: ขอบเขตของ “ตัวตนที่ปรารถนา” และ “ตัวตนที่เป็นจริง”

พรรณวดี ประยงค์¹

บทคัดย่อ

การสื่อสารโต้ตอบระหว่างคนผ่านเทคโนโลยี หรือการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (computer-mediated communication: CMC) ได้พัฒนาเรื่อยมา จนกระทั่งสู่ยุคของ “เว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก” (social network sites: SNSs) เช่นเดียวกับการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์รูปแบบอื่นๆ สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้มิได้เป็นเพียงพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลเท่านั้น แต่ยังเปรียบเสมือน “เวที” ที่สนับสนุนการนำเสนอตัวตนของผู้ใช้งานในเครือข่าย ทั้งนี้ การถ่ายทอดตัวตนมักมีความลื่นไหลไปตามสภาพแวดล้อมที่ตัวตนนั้นๆ ดำรงอยู่ เว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กเองถูกมองว่าเป็น “พื้นที่เสมือนจริงที่สามารถระบุตัวตนได้” หรือ “สภาพแวดล้อมที่เปิดเผยตัวตน” แตกต่างจากบริบทของการนำเสนอตัวตนในโลกออนไลน์ยุคแรกๆ ที่มักเป็น “สภาวะนิรนาม” ผู้ใช้งานจึงจำเป็นต้องสะท้อนภาพความจริงและความซื่อสัตย์ในการนำเสนอตัวตน แม้ว่าจะมีลักษณะของการขยายความจริงเล็กน้อยเพื่อสร้างตัวตนที่ปรารถนา อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของเครือข่ายทางสังคมภายในระบบและกลุ่มผู้ชมที่ไม่อาจคาดเดา ยังส่งผลให้การนำเสนอตัวตนนั้นๆ มีความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น บทความนี้จึงมุ่งอธิบายและอภิปรายคุณลักษณะของตัวตนบนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก รวมถึงกลยุทธ์ที่ผู้ใช้งานสร้างและพัฒนาขึ้นผ่านเครื่องมือบนเว็บไซต์ เพื่อประดิษฐ์และฉายภาพตัวตนดังที่พวกเขาต้องการ

Abstract

A significant development in computer-mediated communication (CMC) introduces a new platform of articulation for people across social networks, which is so-called the social network site (SNS). Like other CMCs, SNSs have served as a stage not only for maintaining relationships but for

¹ อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

self-presentation among social networkers as well. Indeed, it appears that individual's self-presentation is correlated with the nature of each social context in which they exist at that time. In this case, SNSs are seen as a newly emerged "identifiable online environment" diverging from the old online context, "the anonymous setting". The anonymity of the environment seems to affect the user's self-presentation. They, therefore, reflect quite realistic and honest identity claim, even though they tend to "stretch the truth a bit" in order to build a desirable self. The increasing of social contacts and unknown audiences also leads more complicatedly towards identity formation. This article, thus, aims to examine and discuss the characteristics of selves depicted in SNSs as well as unique strategies that have been emerged and advanced overtime by its users so as to construct and present the selves as one pleases.

บทนำ

“เรานำเสนอตัวตนท่ามกลางความแตกต่างของบริบทแวดล้อม และเครือข่ายทางสังคมที่เราเป็นสมาชิกอยู่อย่างไร” คำถามดังกล่าวถูกขบคิดโดยนักคิดและนักวิจัยหลากหลายสาขา จากยุคเริ่มต้นของการศึกษาเรื่องการนำเสนอตัวตนของมนุษย์ จนกระทั่งปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมที่เราดำรงอยู่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น มีการเกิดขึ้นของเครือข่ายทางสังคมแบบใหม่ ทำให้รูปแบบ ข้อจำกัด และเครื่องมือที่จะเข้ามาช่วยในการสร้างและนำเสนอตัวตนของคนเราเปลี่ยนแปลง

แนวคิดของ Erving Goffman (1956) ใน *The Presentation of Self in Everyday Life* เป็นจุดเริ่มต้นหนึ่งที่ชี้ให้เห็นว่า การนำเสนอตัวตนของคนเรานั้น มักผ่านกระบวนการที่เรียกว่า “impression management” หรือกระบวนการบริหารความประทับใจ ซึ่งบุคคลจะเลือกนำเสนอเฉพาะตัวตนที่เขาต้องการให้ผู้อื่นรับรู้จดจำ และมักจะตรงกับความคาดหวังของสังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่ ในขณะที่เรื่องราวเกี่ยวกับตัวเขาหรือตัวตนที่ไม่อยากให้ผู้อื่นรับรู้ย่อมไม่ถูกเปิดเผยหรือแสดงออก Goffman (1956 cited in Bullingham and Vasconcelos, 2013) เปรียบเทียบการนำเสนอตัวตนของคนเราเหมือนกับการแสดงละคร ซึ่งจะประกอบไปด้วยส่วนที่เรียกว่า “หน้าฉาก” (front stage) ที่ซึ่งบุคคลจำเป็นต้องแสดงตัวตน ตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบทบาทที่เขาถืออยู่ ณ เวลานั้น เพื่อให้เกิดความกลมกลืนต่อเนื่องและความประทับใจ กับส่วนที่เรียกว่า “หลังฉาก” (back stage) พื้นที่ที่มีความเป็นอิสระสำหรับนักแสดง เป็นที่ซึ่ง “ตัวตนที่ซ่อนอยู่” (hidden

self) จะถูกกักเก็บไว้ ความน่าสนใจอยู่ตรงประเด็นที่ว่า “ตัวตนที่ซ่อนอยู่” อาจเป็น “ตัวตนที่แท้จริง” (real self) ของบุคคล ในขณะที่ตัวตนที่นำเสนอออกมาอาจเป็นเพียงผลผลิตของตัวตนที่ถูกปรับแต่งแล้วก็เป็นได้ ในที่นี้บางคนอาจเรียกว่า “ตัวตนที่พึงปรารถนา” ด้วยเหตุนี้ นักวิชาการบางส่วนจึงมองว่าการนำเสนอตัวตนของคนเราเกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างภาพลักษณ์บุคคล เป็นการกระทำโดยตั้งใจเพื่อให้เกิดความประทับใจและการยอมรับจากบุคคลอื่น หรือเป็นตัวตนที่ตั้งใจให้เกิดขึ้นโดยอ้างอิงตามค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคมที่ตนเป็นสมาชิก (Donath and boyd, 2004; Liu, 2008)

อย่างไรก็ตาม Butler (1990 cited in Cover, 2012) และ Salih (2002) แย้งว่า การนำเสนอตัวตนของคนเราอาจเป็นไปโดยธรรมชาติ เป็นพฤติกรรมที่ไม่ได้เกิดขึ้นด้วยความจงใจหรือต้องการบริหารภาพลักษณ์ แต่เป็นหนึ่งในกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่งของการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคล (identity formation) ทั้งนี้ Cover (2012) กับงานเขียนเรื่อง *Performing and Undoing Identity Online: Social Networking, Identity Theories and the Incompatibility of Online Profile and Friendship Regimes* ที่ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างตัวตนของบุคคลบนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก (social network sites: SNSs) สนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว แม้ว่าจะเป็นโลกออนไลน์ (online world) ที่รูปแบบการนำเสนอตัวตนอาจแตกต่างออกไป แต่เขาก็เชื่อว่า การนำเสนอตัวตนของผู้ใช้งานเว็บไซต์เหล่านี้อาจเป็นเพียงการถ่ายทอดและบันทึกเรื่องราวในชีวิตของคนคนหนึ่ง ผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์เหมือนกับการเขียนไดอารี่ อันจะประกอบกันเป็นอัตลักษณ์ของบุคคลคนนั้นในท้ายที่สุด

จะเห็นได้ว่า กระบวนการนำเสนอตัวตนของคนเราไม่ได้จำกัดอยู่ในโลกเชิงกายภาพ (physical world) เท่านั้น ภายใต้เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมอื่นๆ มนุษย์ก็ยังคงเรียนรู้ที่จะมีปฏิสัมพันธ์ สร้างและนำเสนอตัวตนเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกออนไลน์ ที่เราใช้เวลาเกือบหนึ่งในสามไปกับการท่องอินเทอร์เน็ต การอ่านข้อมูลบนเว็บไซต์ การโต้ตอบ และสร้างความสัมพันธ์ผ่านอีเมล (e-mail) เว็บบอร์ด (web-board) เกม (game) และโซเชียลมีเดีย (social media) ในที่นี้ ผู้เขียนขอหยิบยกความสนใจไปที่โลกของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และมายสเปซ (MySpace) สื่อใหม่ที่ได้รับคามนิยมจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก และมีการศึกษาอย่างแพร่หลายโดยนักวิชาการ นักการสื่อสาร และนักการตลาดในหลากหลายแง่มุม ด้วยความเป็นพื้นที่เสมือนจริง (virtual space) สภาพแวดล้อม ข้อได้เปรียบ และข้อจำกัดต่างๆ ในการสร้างและนำเสนอตัวตนย่อมมีความแตกต่างจากในโลกเชิงกายภาพ อาทิ

การไม่ประสานกันของเวลาและพื้นที่ ความสามารถในการปกปิดหรือไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ใช้งานในระดับต่างๆ ฟังก์ชันการทำงานบนเว็บไซต์ที่เอื้อต่อการสร้างและการนำเสนอตัวตน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นในโลกออฟไลน์หรือออนไลน์ก็ยังคงปรากฏ “สภาวะของการถูกจ้องมอง” (surveillance circumstance) หรือถูกตรวจสอบ เว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กเองก็เช่นเดียวกัน ในแง่หนึ่งเว็บไซต์เหล่านี้ถูกมองว่าเป็น “พื้นที่ส่วนตัว” ที่ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารตัวตนได้อย่างเสรี แต่ในอีกมุมหนึ่งอาจกลายเป็น “พื้นที่สาธารณะ” ที่ถูกจ้องมอง และจำต้องต้อรองกับสายตาของผู้ใช้งานรายอื่นๆ ในเครือข่าย อันส่งผลสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์ในการแสดงออกทางตัวตนรูปแบบต่างๆ บทความขึ้นนี้จึงมุ่งนำเสนอและอภิปรายกรอบความคิดที่มองเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กในฐานะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสร้างและการนำเสนอตัวตนของปัจเจกบุคคล

“สภาพแวดล้อม” กำกับ “การนำเสนอตัวตน”

1) สภาพแวดล้อมของการเผชิญหน้าในโลกความเป็นจริง

ในบริบทของการปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าค่าตา (face-to-face interaction) บนโลกกายภาพนั้น Zhao et al. (2008) เชื่อว่า ตัวตนของบุคคลจะก่อขึ้นภายใต้เงื่อนไขสำคัญของสิ่งที่ปรากฏให้เห็นจากภายนอก ได้แก่ เพศ เชื้อชาติ สรีระ และองค์ประกอบอื่นๆ ที่สามารถมองเห็นได้ รวมไปถึงภูมิหลังและเรื่องราวที่คนอื่นมีประสบการณ์เกี่ยวกับตัวเขา อาทิ สถานภาพ สถานะทางสังคม อาชีพ และการศึกษา ฯลฯ ด้วยเหตุนี้ การแสดงออกทางตัวตนของบุคคลจึงมักอยู่ภายใต้การควบคุมของการมีอยู่ของร่างกาย และความคาดหวังของบุคคลอื่นในสังคมที่เขาเป็นสมาชิก นั่นคือ เราไม่อาจแสดงออกเป็นคนอื่นที่ไม่ใช่ตัวเราได้ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่ “ตัวตนที่ปรารถนาอยากจะเป็น” (ideal self) และ “ตัวตนที่ซ่อนอยู่” (hidden self) จะสามารถเปิดเผยได้ในบริบทของการเผชิญหน้านานี้ (face-to-face context) การนำเสนอตัวตนในสภาพแวดล้อมดังกล่าว จึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการบริหารความประทับใจตามแนวคิดของ Goffman (cited in Bullingham and Vasconcelos, 2013) เช่น ผู้ชายในบริบทของสังคมไทยจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของความแข็งแรง ความเป็นผู้นำ และการให้เกียรติเพศตรงข้ามผ่านพฤติกรรมต่างๆ ที่เขาแสดงออกมา

อย่างไรก็ดี เราไม่อาจสรุปได้แน่ชัดว่า ตัวตนของบุคคลหนึ่งๆ ที่เรามองเห็นหรือรับรู้ในสภาพแวดล้อมของการเผชิญหน้าแบบตัวต่อตัวนั้น เป็น “ตัวตนที่แท้จริง” (real self) หรือแม้กระทั่งเป็นตัวตนที่เขาตั้งใจให้เกิดขึ้น (intended self) ยกตัวอย่างเช่น เรามักให้ความเห็นใจและช่วยเหลือผู้พิการ เพียงเพราะเราตัดสิน

จากความบกพร่องทางร่างกายของเขาที่เรามองเห็นจากภายนอก ตลอดจนความเชื่อและค่านิยมที่ได้รับการบ่มเพาะว่า คนเหล่านั้นคือคนด้อยโอกาสที่ต้องการความช่วยเหลือ ซึ่งในท้ายที่สุดแล้ว นั่นอาจไม่ใช่ความต้องการที่แท้จริงของพวกเขา ก็เป็นได้ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า บุคคลอาจไม่ได้ต้องการให้ผู้อื่นตัดสินเขาจากการมีอยู่ของสภาพร่างกายทางกายภาพเสมอไป จึงอาจกล่าวได้ว่า ตัวตนในลักษณะดังกล่าวเป็น “ตัวตน ณ ขณะนั้น” (actual self) ไม่ใช่ตัวตนที่คงที่ถาวร และจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้เมื่อลักษณะทางกายภาพเปลี่ยนไป

ทั้งนี้ ในสถานการณ์ที่เราต้องเผชิญหน้ากับบุคคลที่เราไม่รู้จัก และพวกเขาเหล่านั้นไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับตัวเรามาก่อน เช่น เวลาที่เราเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ ย่อมมีความเป็นไปได้ที่เราจะปกปิดเรื่องราวของตัวเราเอาไว้ และแสดงออกในรูปแบบที่ต่างออกไป ด้วยเหตุนี้ การนำเสนอตัวตนของบุคคลจะมีความเป็นอิสระมากขึ้น และอาจสามารถสร้างสรรค์ตัวตนแบบใหม่ขึ้นมาได้อย่างไรก็ตาม ตัวตนที่สร้างขึ้นมานั้นก็ยังคงไม่สามารถก้าวข้ามขีดจำกัดของการมีอยู่ของร่างกายได้เช่นกัน (Zhao et al., 2008)

2) สภาพแวดล้อมของการปิดบังตัวตนในโลกออนไลน์

การเข้ามาของอินเทอร์เน็ตนำไปสู่การเกิดขึ้นของสภาพแวดล้อมทางการสื่อสารแบบใหม่ ที่เงื่อนไขหรือข้อจำกัดของการมีอยู่ของร่างกาย (physical body) ไม่ใช่อุปสรรคต่อการสร้างและการนำเสนอตัวตนอีกต่อไป (boyd, 2008) ผู้เขียนขอเรียกสภาพแวดล้อมแบบนี้ว่า “สภาพแวดล้อมที่ไม่เปิดเผยตัวตนในโลกออนไลน์” (anonymous online environment) กล่าวคือ ภายใต้บริบทดังกล่าว การพัฒนาตัวตนของคนเราจะมีความเป็นอิสระมากขึ้น เราสามารถแสดงออกเป็นบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ตัวเราได้ หรือกระทั่งสร้างสรรค์ตัวตนแบบแฟนตาซีขึ้น อันเนื่องมาจากตัวตนทางกายภาพและภูมิหลังเกี่ยวกับตัวเราได้รับการปกปิดไว้เช่น เราสามารถใช้นามแฝงในการพูดคุยบนกระดานสนทนา สามารถให้ข้อมูลที่บิดเบือนในการสมัครอีเมลหรือสมาชิกโปรแกรมแชตออนไลน์ต่างๆ สามารถใช้รูปภาพของบุคคลอื่น ภาพการ์ตูน ภาพสิ่งของหรือวิวทิวทัศน์แทนรูปจริง ตลอดจนบิดเบือนเพศ อายุ และสถานภาพที่แท้จริงของเราในการพูดคุยบนกระดานสนทนา เป็นต้น จึงไม่น่าแปลกใจที่ในโลกออนไลน์ ผู้ชายสามารถปลอมเป็นผู้หญิงได้ และคนธรรมดาสามารถประดิษฐ์ตัวตนให้น่าสนใจเพียงไรก็ได้ McKenna et al. (2002) มองว่า โลกออนไลน์ได้สร้างสภาพแวดล้อมแบบใหม่ที่เทคโนโลยีของสื่อได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการปฏิสัมพันธ์ของบุคคล อันหมายถึง การใช้สื่อดิจิทัล ได้แก่ ตัวอักษร (text) ภาพ (visual) และเสียง (audio) วาดตัวตนของเราขึ้นมา โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึง

สภาวะทางร่างกายที่แท้จริง รวมถึงภูมิหลังเกี่ยวกับตัวเรา ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่ “ตัวตนที่ปรารถนาอยากจะเป็น” และ “ตัวตนที่ซ่อนอยู่” จะถูกแสดงออกอย่างอิสระภายใต้สภาพแวดล้อมของการไม่เปิดเผยตัวตนนี้ (Suler, 2002)

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการบางส่วนเชื่อว่า การสร้างตัวตนดิจิทัล (digital bodies) ในโลกออนไลน์ อาจนำไปสู่ความขัดแย้งและความไม่สอดคล้องของตัวตนในอนาคต (Donath, 1999) หากตัวตนที่แท้จริงของบุคคลในขณะนั้นถูกเปิดเผย เพราะการบิดเบือนและปกปิดข้อมูลในปัจจุบันทำได้ไม่ง่ายเหมือนในอดีต ข้อมูลจำนวนมากเกี่ยวกับตัวเราจะได้รับการเปิดเผยในโลกออนไลน์มากขึ้น โดยที่เราอาจไม่รู้ตัวว่าเราทิ้งร่องรอยอะไรเกี่ยวกับตัวเราไว้ในเว็บไซต์เหล่านั้นบ้าง ผู้ใช้งานเว็บไซต์ต่างๆ ก็เคยชินกับการถูกหลอก จึงสรรหาวิธีการเพื่อนำมาใช้ตรวจสอบตัวตนของผู้ใช้งานคนอื่นๆ และนำไปสู่การตรวจสอบร่วมกันของผู้ใช้งานในสังคมออนไลน์นั้นๆ นอกจากนั้น เจ้าของเว็บไซต์ก็มีระบบการจัดการที่ป้องกันการบิดเบือนข้อมูลเกี่ยวกับตัวตนของบุคคลมากขึ้น ดังเช่น ในยุคหนึ่งที่เว็บไซต์พันทิป เว็บบอร์ดชื่อดังของไทย ออกกฎให้ผู้ใช้งานส่งสำเนาบัตรประชาชนไปที่เว็บไซต์ เพื่อยืนยันตัวตนของบุคคลในการสมัครสมาชิก จะเห็นว่า สภาพแวดล้อมในโลกออนไลน์ที่ครั้งหนึ่งเคยถูกมองว่า เป็น “สภาพแวดล้อมที่ไม่เปิดเผยตัวตน” เอื้อให้บุคคลสามารถประดิษฐ์ตัวตนอย่างเป็นอิสระ ได้เปลี่ยนแปลงไปด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ความหวาดกลัวกันเองของผู้ใช้งานและเจ้าของเว็บไซต์ จนนำไปสู่สภาพแวดล้อมแบบใหม่ นั่นคือ “**สภาพแวดล้อมบนโลกออนไลน์ที่สามารถระบุตัวตนได้**” (identifiable online environment) ที่เราพบเห็นได้ในสื่อสังคมออนไลน์สมัยใหม่ (modern online communities) อาทิ เว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กในปัจจุบัน

3) สภาพแวดล้อมบนโลกออนไลน์ที่สามารถระบุตัวตนได้

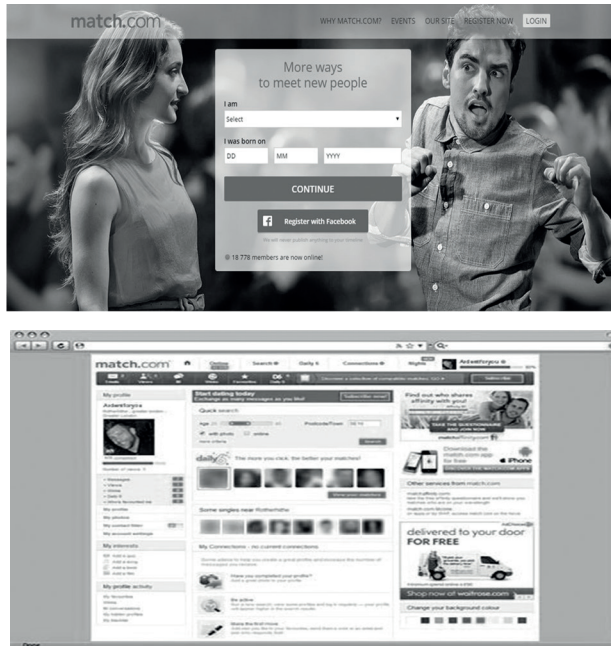
ไม่ผิดที่จะกล่าวว่า “เราอยู่ในสังคมแห่งการจ้องมองและจับผิด” ไม่เว้นแม้กระทั่งในบริบทของสังคมออนไลน์ ผู้เขียนมีความเชื่อโดยส่วนตัวว่า ในทุกๆ กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ เราได้ทิ้งร่องรอยบางอย่างเกี่ยวกับตัวตนของเราไว้เสมอ ทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว และทั้งโดยเจตนาและไม่เจตนา ดังนั้น จึงไม่ใช่เรื่องยากที่วันหนึ่งตัวตนในโลกกายภาพและตัวตนที่เราต้องการปิดบังอาจถูกเปิดเผยจากการที่มีใครก็ตามติดตามและปะติดปะต่อจากร่องรอย (contextual clues) ที่เราทิ้งไว้เหล่านั้น “สภาวะนิรนาม” (anonymity) จึงไม่อาจคงอยู่ได้อย่างถาวร แม้ในพื้นที่เสมือนจริง การศึกษาของ Zhao (2006) ใน “Cyber-Gathering Places and Online-Embedded Relationships” นำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ที่มีพื้นฐานมาจากโลกออฟไลน์ (offline-based online

relationships) ซึ่งจะช่วยให้เราทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมอีกรูปแบบหนึ่งบนโลกออนไลน์ได้ง่ายขึ้น และปูทางไปสู่การทำความเข้าใจการนำเสนอตัวตนบนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กสมัยใหม่ เขาเรียกความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวว่า **“anchored relationships”** หมายถึง ความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ที่ยึดเหนี่ยวหรือเชื่อมโยงกับโลกความเป็นจริงหรือโลกออฟไลน์โดยทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าบุคคลนั้นจะรู้จักหรือไม่รู้จักกันก็ตามในโลกความเป็นจริง กล่าวคือ แม้ว่าคนสองคนอาจไม่เคยรู้จักหรือพบหน้าค่าตากันมาก่อน แต่เขาอาจมีจุดเชื่อมโยงบางอย่างร่วมกัน เช่น ทำงานอยู่ในบริษัทเดียวกัน เรียนอยู่ในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยเดียวกัน อาศัยอยู่ในจังหวัดเดียวกัน เป็นต้น โดยสิ่งที่ยึดเหนี่ยวพวกเขาไว้ด้วยกัน (anchorage) จะเป็นอะไรก็ได้ตั้งแต่โรงเรียน สถาบันการศึกษา หน่วยงานหรือองค์กรที่สังกัด จังหวัดที่เขาอาศัยหรือมีภูมิลำเนาอยู่ ไปจนถึงการมีเพื่อนคนเดียวกัน (mutual friend) ด้วยเหตุนี้ สภาพแวดล้อมในโลกออนไลน์จึงไม่ใช่สภาวะนิรนามที่สามารถปิดบังตัวตนได้อย่างสมบูรณ์อีกต่อไป แต่กลับมีลักษณะที่สามารถระบุตัวตนได้จากรูปแบบของความสัมพันธ์ข้างต้น

4) การนำเสนอตัวตนบนเว็บไซต์หาคู่: ต้นแบบของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก

การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมแบบใหม่บนโลกออนไลน์นั้นเริ่มต้นจากความสนใจในเว็บไซต์หาคู่ (online dating website/ internet dating website) พื้นที่เสมือนจริงที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในโลกตะวันตก แต่อาจไม่คุ้นเคยนักสำหรับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เว็บไซต์เหล่านี้จะมีฟังก์ชันการใช้งานที่ช่วยเหลือนสมาชิก ซึ่งมีทั้งการบอกรับเป็นสมาชิกแบบเสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย ให้ค้นพบคู่รักหรือคู่เดทที่เหมาะสมที่สุดสำหรับแต่ละคน โดยระบบของเว็บไซต์จะพิจารณาจับคู่จากเพศ อายุ อาชีพ บริเวณที่พักอาศัยและที่ทำงาน นิสัย ใจคอ บุคลิกลักษณะ ความชื่นชอบส่วนตัว และงานอดิเรก เป็นต้น แน่นอนว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่สมาชิกเลือกที่จะเปิดเผยด้วยตนเองผ่านการสร้างประวัติโดยย่อ (profile) ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างและการนำเสนอตัวตนของแต่ละคน และจะถูกเรียกดูโดยระบบของเว็บไซต์และผู้ใช้รายอื่นๆ ข้าแล้วข้าเล่า นอกจากนั้น เว็บไซต์หาคู่นำเสนอเครื่องมืออื่นๆ ที่ช่วยให้การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นเรื่องง่ายขึ้น เช่น ระบบการส่งข้อความและอีเมล การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในระยะต่างๆ จนกระทั่งลงเอยด้วยการนัดพบในโลกความเป็นจริง และอาจพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ระยะยาวในที่สุด

ภาพที่ 1: เว็บไซต์หาคู่ออนไลน์ match.com



ที่มา: www.uk.match.com

แนวคิดเรื่อง “anchored online relationships” ของ Zhao (2006) สามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์หาคู่ได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ สมาชิกเว็บไซต์เหล่านี้ไม่สามารถสร้างและพัฒนาตัวตนได้อย่างเสรี ถึงแม้จะอยู่ในโลกออนไลน์ที่ก้าวข้ามขีดจำกัดของการมีอยู่ของร่างกายก็ตาม อันเนื่องจากความเป็นไปได้ที่พวกเขาจะได้พบความสัมพันธ์ในลักษณะ “anchored relationships” บนเว็บไซต์ เช่น เพื่อนของเพื่อน คนที่เรียนในมหาวิทยาลัยเดียวกัน คนที่ทำงานอยู่ในบริษัทเดียวกัน และคนที่อาศัยอยู่ในละแวกเดียวกัน ฯลฯ ซึ่งสามารถบ่งบอกได้จากข้อมูลที่เขาเปิดเผยในประวัติส่วนตัวบนเว็บไซต์ หรือแม้กระทั่งอีเมลที่ใช้ในการสมัครสมาชิก ดังนั้น จึงไม่ใช่เรื่องยากที่บุคคลหนึ่งๆ จะถูกระบุตัวตนได้ภายใต้สภาพแวดล้อมดังกล่าว ส่งผลให้การนำเสนอตัวตนใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่ผู้อื่นรับรู้ หรือใกล้เคียงกับตัวตน ณ ขณะนั้น (actual self) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเว็บไซต์หาคู่ไม่ได้รับการแบ่งแยกอย่างเด็ดขาดกับโลกความเป็นจริงหรือโลกออฟไลน์ ในทางตรงกันข้าม กลับกลายเป็นความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

นอกเหนือจากแนวคิดเรื่อง “anchored relationships” ผู้เขียนเชื่อว่ายังมีปัจจัยอื่นๆ ที่โน้มน้าวให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์หาคู่เลือกนำเสนอและสร้างตัวตนให้ใกล้เคียงกับตัวตนที่แท้จริงในขณะนั้นมากที่สุด **ประการแรก** กฎสำคัญข้อหนึ่งที่ผู้ใช้งานเว็บไซต์หาคู่ทุกคนถือปฏิบัติร่วมกันคือ “ไม่หลอกลวง หรือต้องนำเสนอความจริง” (keep it real) อาจเป็นเพราะต่างฝ่ายต่างต้องการความจริงใจต่อกัน การแสดงความจริงใจก่อนจึงเป็นเรื่องจำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในอนาคต เว็บไซต์หาคู่ชื่อดังของประเทศอังกฤษ match.com ซึ่งมีเครือข่ายในหลายประเทศทั่วโลกเปิดเผยว่า งานวิจัยที่ทำขึ้นของเว็บไซต์ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้งานที่ยอมเปิดเผยรูปจริงของตัวเองบนประวัติส่วนตัวในเว็บไซต์มีโอกาสได้รับการทักทายและโต้ตอบจากผู้ใช้งานรายอื่นๆ มากกว่าผู้ใช้งานที่ปกปิดรูปของตัวเองถึง 7 เท่า (UK.Match.com, 2015) ด้วยเหตุนี้ เว็บไซต์นี้จึงแนะนำให้สมาชิกเลือกรูปจริงที่เป็นปัจจุบัน มองเห็นใบหน้าชัดเจน และสามารถสะท้อนตัวตนและความชื่นชอบของพวกเขาได้ **ประการต่อมา** เป็นเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความสัมพันธ์ในอนาคตเช่นเดียวกัน เนื่องจากผู้ใช้งานทุกคนต่างรู้ว่า หากความสัมพันธ์บนออนไลน์พัฒนาจนถึงจุดหนึ่งแล้ว พวกเขาต้องเลือกว่าจะพัฒนาความสัมพันธ์ในโลกความเป็นจริงต่อไปหรือไม่ โดยหากเลือกคบหากันต่อ การเปิดเผยตัวตนที่เป็นจริงตั้งแต่เริ่มทำความรู้จักกันย่อมเป็นทางที่ดีที่สุด เพื่อไม่ให้อีกฝ่ายเกิดความผิดหวังหรือตะขิดตะขวงใจเมื่อต้องมาเรียนรู้กันในโลกความเป็นจริง

การศึกษาของ Ellison et al. (2006); Gibbs et al. (2006) และ Yurchisin et al. (2005) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยตัวตนและการสร้างความสัมพันธ์ของคนบนเว็บไซต์หาคู่ ได้ให้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ตัวตนที่สมาชิกส่วนใหญ่ของเว็บไซต์ก่อปรสร้างขึ้นมา นั้น เป็นตัวตนที่อยู่ตรงกลางระหว่าง “ตัวตนที่แท้จริง” ซึ่งตรงกับความเป็นจริงในขณะนั้น กับ “ตัวตนที่ปรารถนา” หรือคาดหวังให้เกิดขึ้น กล่าวคือ ในทางหนึ่งผู้ใช้งานเว็บไซต์หาคู่อาจพยายามเลือกนำเสนอตัวตนให้ดูดี ดูน่าสนใจ เพื่อหวังให้ผู้อื่นเกิดความประทับใจ แต่ในอีกทางหนึ่ง พวกเขาก็กังวลว่าตัวตนเหล่านั้นจะขัดกับความเป็นจริงที่ผู้อื่นรับรู้ และนำไปสู่ปัญหาในเชิงความสัมพันธ์ตามมา ทำให้ไม่กล้าสร้างตัวตนที่เกินขอบเขตของความจริงไปมากนัก Yurchisin et al. (2005) อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า ด้วยลักษณะเฉพาะของเว็บไซต์หาคู่ที่มีความแตกต่างจากสภาพแวดล้อมในโลกออฟไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่ต้องเห็นหน้าค่าตากันจริงๆ ทำให้ผู้ใช้งานเลือกที่จะขยายความจริงเพียงเล็กน้อย เพื่อหวังให้ตนเองดูน่าฟังปรารถนามากขึ้น แต่อยู่ในขอบเขตที่เชื่อว่าผู้อื่นสามารถยอมรับได้ อาทิ การเลือกใช้รูปโปรไฟล์ที่ทำให้ตัวเองดูผอมลงหรือสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้ ตัวตนที่เกิดขึ้นจึงไม่ใช่ทั้ง “ตัวตนที่เป็นจริง” และ “ตัวตน

ที่ปรารถนา” แต่เป็นตัวตนที่อยู่ตรงกลางระหว่างตัวตนทั้งสองแบบข้างต้นนั่นเอง โดย Zhao et al. (2008) ได้นิยามตัวตนในลักษณะนี้ว่า “hoped-for possible selves” ซึ่งผู้เขียนขอเรียกว่า “ตัวตนที่คาดหวังที่เป็นไปได้” อันหมายถึง ตัวตนที่เป็นไปได้ (possible self) ที่บุคคลเชื่อว่า เขาจะสามารถพัฒนาขึ้นได้ในสภาพแวดล้อมเฉพาะหนึ่งๆ อาทิ “สภาพแวดล้อมบนโลกออนไลน์ที่สามารถระบุตัวตนได้” หรือใน “บริบทของเว็บไซต์หาคู่” ซึ่งมีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสภาพแวดล้อมบนออนไลน์ทั่วๆ ไปดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

กล่าวโดยสรุป บริบทหรือสภาพแวดล้อมจึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการสร้างและการนำเสนอตัวตนของมนุษย์ บางสภาพแวดล้อมอาจเอื้อให้เรานำเสนอตัวตนได้อย่างเสรี ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างอัตลักษณ์ได้เต็มที่ หรือที่เรียกว่า “การสร้างตัวตนแบบแฟนตาซี” ในขณะที่บางครั้งตัวตนที่เราปรารถนาจะแสดงออกมานั้น อาจถูกขัดขวางด้วยข้อจำกัดต่างๆ อันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมที่เราดำรงอยู่ ในส่วนต่อไปผู้เขียนจะขอก้าวถึงการนำเสนอตัวตนบนพื้นที่เสมือนจริงที่เราคุ้นเคยกันดี นั่นคือ “โลกของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก” ผ่านการไล่เรียงจากกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ และเครื่องมือที่เว็บไซต์เหล่านี้นำเสนอให้กับผู้ใช้งานของตน

ตัวตนที่คาดหวัง...บนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก

เป็นที่น่าสังเกตว่า เราไม่สามารถแบ่งแยกความสัมพันธ์บนโลกออฟไลน์และออนไลน์ออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด ทุกระดับของความสัมพันธ์ในชีวิตจริงสามารถปรากฏบนโลกออนไลน์ได้ เพราะความจริงที่ว่า “ทุกคนล้วนออนไลน์” และมีตัวตนอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่คนในครอบครัว เพื่อนในระดับความสนิทสนมต่างๆ ไปจนถึงคนรู้จักเพียงผิวเผิน หรือแค่คนที่เดินสวนกันในห้องประชุม การยกบริบทของเว็บไซต์หาคู่มาอภิปรายในเบื้องต้นนั้น เพราะผู้เขียนต้องการชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะร่วมกันบางประการระหว่างเว็บไซต์ดังกล่าวกับเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก นั่นก็คือ เว็บไซต์ทั้งสองเป็นพื้นที่เสมือนจริงที่สามารถระบุตัวตนได้เช่นเดียวกัน และพบความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การศึกษามากมายจึงมุ่งตั้งคำถามถึงการนำเสนอตัวตนของคนเราในเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก สื่อสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่ ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างจากเว็บไซต์หาคู่โดยทั่วไปอย่างไร อย่างไรก็ดี คุณลักษณะเฉพาะและธรรมชาติของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก ตลอดจนเครื่องมือและฟังก์ชันที่แตกต่างจากเว็บไซต์ประเภทอื่นๆ ย่อมทำให้การประดิษฐ์และฉายภาพตัวตนของผู้ใช้งานมีความละเอียดอ่อนและมีลักษณะเฉพาะที่ควรค่าแก่การศึกษา Haythornthwaite (2005 cited in boyd

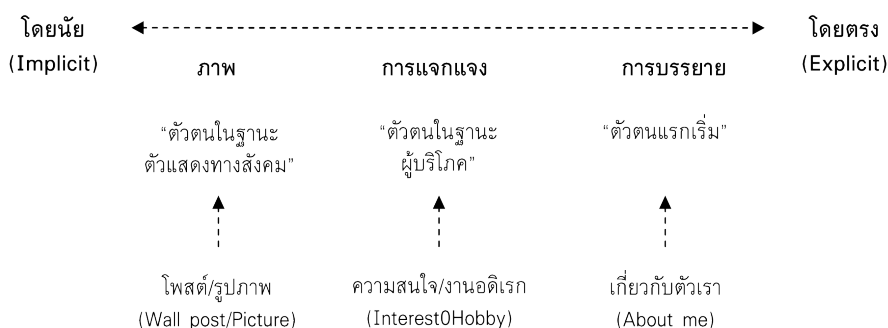
and Ellison, 2007) เชื่อว่า สิ่งที่ทำให้เว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กมีความโดดเด่นกว่าการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์รูปแบบอื่นๆ ไม่ใช่การที่เว็บไซต์ยินยอมให้เราสร้างความสัมพันธ์กับคนแปลกหน้า (stranger) แต่เป็นการที่เว็บไซต์เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเชื่อมต่อกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ในเครือข่ายทางสังคมของตนเองและเปิดเผยเครือข่ายนั้นๆ สู่สาธารณะ ดังนั้นผู้ใช้งานส่วนใหญ่จึงไม่ได้คาดหวังจะทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ๆ หรือมุ่งเน้นที่เรื่องรักและโรแมนติกดังเช่นที่ปรากฏในเว็บไซต์หาคู่ แต่กลับต้องการสื่อสารกับเพื่อนหรือคนรู้จักที่เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายทางสังคมเดิมของพวกเขาอยู่แล้ว

งานเขียนของ Zhao et al. (2008) เรื่อง “Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships” ซึ่งศึกษาการสร้างตัวตนบนเว็บไซต์ยอดนิยมอย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาในโปรไฟล์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างในยุคที่เว็บไซต์ดังกล่าวเริ่มเปิดให้ใช้งานอย่างสาธารณะมากขึ้น (เดิมใช้ในหมู่นักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด) เป็นจุดเริ่มต้นหนึ่งที่ทำให้ผู้เขียนเริ่มสนใจประเด็นการสร้างอัตลักษณ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และต่อยอดไปสู่งานเขียนของนักวิชาการทางสังคมศาสตร์คนอื่นๆ ที่ศึกษาเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กในประเทศต่างๆ อาทิ QQ, Cyworld, MySpace, Friendster, Flickr, LinkedIn, Facebook, Twitter ฯลฯ Zhao et al. (2008) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเฟซบุ๊กส่วนใหญ่มีรูปแบบของการนำเสนอตัวตนที่ใกล้เคียงกับผู้ใช้งานบนเว็บไซต์หาคู่ นั่นคือ การขยายความจริงเพียงเล็กน้อยเพื่อหวังให้ตนเองดูน่าฟังปรารถนามากขึ้น หรือเพื่อสร้างตัวตนในลักษณะที่เรียกว่า “ตัวตนที่คาดหวังที่เป็นไปได้” ทั้งนี้ กลยุทธ์ที่พวกเขานำมาใช้ในการประดิษฐ์ตัวตนนั้นมีความน่าสนใจไม่น้อย โดยผู้เขียนขอสรุปเป็น 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

ประการแรก ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีทั้งคนที่เรารู้จักเป็นการส่วนตัวในระดับความใกล้ชิดและสนิทสนมต่างๆ ไปจนถึงคนที่อาจไม่รู้จักกันเลยในโลกความเป็นจริง เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ใช้งานบางคนเข้าถึงข้อมูลที่เจ้าของบัญชี (account owner) ไม่ต้องการ เฟซบุ๊กจึงอนุญาตให้เจ้าของบัญชีมีส่วนร่วมในการกำหนดค่าการเข้าถึงข้อมูลในระดับต่างๆ ได้แก่ เฉพาะฉัน (only me) เพื่อน (friend only) สาธารณะ (public) และกำหนดเอง (custom) เป็นต้น ผ่านฟังก์ชัน “การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว” (privacy setting) ทั้งในโปรไฟล์และในกิจกรรมต่างๆ ที่กระทำบนเว็บไซต์ อาทิ การโพสต์ข้อความและรูปภาพ (wall post) การแชร์ (share) การเรียกดูเพื่อน (friend list) และแม้กระทั่งการค้นหาชื่อของเจ้าของบัญชีบนช่องการค้นหา (search) ฯลฯ ส่งผลให้เจ้าของบัญชีสามารถเลือกนำเสนอตัวตนที่แตกต่างกันกับผู้รับสารที่แตกต่างกันได้เช่นเดียวกับในโลกกายภาพ เปรียบเสมือนกับการ

สร้างกำแพงขึ้นมามากั้นสภาพแวดล้อม (context) หรือสังคมต่างๆ ออกจากกัน เช่น สังคมเพื่อนสมัยเรียน สังคมที่ทำงาน และสังคมคนในครอบครัว ฯลฯ โดยอาจเรียกได้ว่าเป็นการ “tailor made” การสร้างตัวตนแบบเฉพาะเจาะจงกับผู้ชมแต่ละคน แต่ละกลุ่ม เพื่อพัฒนาตัวตนอย่างเหมาะสม ตัวอย่างเช่น ลูกวัยรุ่นไม่ต้องการให้พ่อแม่เห็นพฤติกรรมบางอย่างที่พวกเขาโพสต์ลงบนเฟซบุ๊ก เพราะต้องการสะท้อนภาพลักษณ์ของการเป็นเด็กดีตามที่พ่อแม่คาดหวัง ก็อาจกำหนดค่าโดยกัน (exclude) พ่อแม่และคนในครอบครัวออกไปจากคอนเทนต์ที่พวกเขาไม่ต้องการแสดงให้บุคคลเหล่านั้นเห็น เป็นต้น

ภาพที่ 2: แสดงระดับการอ้างตัวตนทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านเครื่องมือต่างๆ บนเฟซบุ๊ก



ที่มา: Zhao et al. (2008)

ประการต่อมา พบกลยุทธ์การอ้างตัวตน (identity claim) ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั้งแบบโดยนัยและโดยตรง ผ่าน 3 กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ (1) การอ้างตัวตนแบบบอกเป็นนัยหรือโดยอ้อมผ่านรูปภาพ ทั้งภาพที่โพสต์โดยเจ้าของบัญชี เช่น รูปโปรไฟล์ (profile picture) ไปจนถึงภาพที่โพสต์บนวอลล์โดยเพื่อนๆ ของพวกเขา วิธีนี้เป็นวิธีที่ผู้ใช้งานเกือบทั้งหมดเลือกใช้ในการสร้างและเปิดเผยตัวตน โดยนิยมเสนอภาพลักษณ์ของความสนุกสนานและความสดใสกับกลุ่มเพื่อนมากกว่าภาพถ่ายเดี่ยวของตนเอง จึงถูกมองว่าเป็นการสร้าง “ตัวตนในฐานะตัวแสดงทางสังคม” (self as social actor) นอกจากนั้น (2) ยังพบการนำเสนอตัวตนที่ชัดเจนมากขึ้นผ่านการแจจแจงความสนใจ (interests) งานอดิเรก (hobbies) และความชื่นชอบ (preferences) ของผู้ใช้งาน เช่น หนังสือเล่มโปรด ภาพยนตร์ วงดนตรีและดาราที่ชื่นชอบ ทีมฟุตบอลทีมโปรด กีฬาที่ชอบเล่น ฯลฯ ตัวตนในลักษณะดังกล่าวได้รับการจัดว่าเป็น “ตัวตนทางวัฒนธรรม” (cultural self) หรือ “ตัวตนในฐานะ

ผู้บริโภค” (self as consumer) โดยการแจกแจงรสนิยม (taste) ในฟังก์ชันที่เฟซบุ๊กจัดเตรียมให้ (3) “ตัวตนแรกเริ่ม” (first person self) ในที่นี้ถือว่าการอ้างตัวตนที่มีความชัดเจนและตรงไปตรงมามากที่สุด ผ่านการเขียนข้อความอธิบายเกี่ยวกับตัวเองในฟังก์ชัน “เกี่ยวกับตัวฉัน” (about me) อย่างไรก็ดีตาม การนำเสนอตัวตนในลักษณะนี้กลับถูกเลือกใช้น้อยที่สุด และโดยส่วนมากผู้ใช้งานมักเลือกใช้ประโยคสั้นๆ และกำกวมในการพูดถึงตัวเองมากกว่าอธิบายตรงๆ อย่างละเอียด เราจึงสามารถอนุมานได้ว่า ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กชอบที่จะแสดงเรื่องราวของพวกเขาทางอ้อมผ่านสื่อกลางบางอย่าง เช่น ภาพที่ถูกแชร์โดยเพื่อน และรายการความชื่นชอบ มากกว่าที่จะบอกเล่าอย่างตรงไปตรงมาผ่านการเขียนอธิบายเกี่ยวกับตัวเอง (โปรดดูภาพที่ 2 ประกอบ)

ประการสุดท้าย ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าการศึกษาข้างต้นได้นำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า ตัวตนที่ถูกถ่ายทอดบนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กนั้น เป็นตัวตนที่ถูกขยายให้เกินจากความเป็นจริงเล็กน้อย เพื่อให้บุคคลดูน่าพึงปรารถนามากขึ้น หรือเพื่อสร้าง “ตัวตนที่คาดหวังที่เป็นไปได้” โดยพบคุณลักษณะที่สะท้อนร่วมกันผ่านการนำเสนอตัวตนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวัยรุ่นชาวอเมริกันคือ (1) “ความเป็นที่นิยม (popular) และได้รับความสำคัญในกลุ่ม” ผ่านการเผยแพร่ภาพถ่ายและภาพกิจกรรมที่ทำร่วมกับกลุ่มเพื่อน (2) “ความสามารถและประสบการณ์ที่หลากหลาย รวมไปถึงการเข้าถึงคม” (well-rounded) ผ่านการเปิดเผยรสนิยม (taste) และงานอดิเรกต่างๆ โดยอีกนัยหนึ่งถือเป็น “การปฏิเสธความเป็นเด็กเนิร์ด” หรือ “anti-nerd” ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่มักจะถูกล้อเลียนในกลุ่มวัยรุ่น (3) “ภาพลักษณ์ของความจริงจังกับชีวิต” เป็นอีกหนึ่งคุณลักษณะเชิงบวกที่ถูกถ่ายทอดผ่านการหยิบยกคำพูดของบุคคลต่างๆ มาอ้างถึงในหน้าโปรไฟล์ของตนเอง โดยมักจะเน้นเรื่องของชีวิตและโชคชะตา อาทิ “Live as if you were to die tomorrow, and learn as if you were to live forever” หรือ “Destiny is not a matter of chance – it is a matter of choice” จากกลยุทธ์ข้างต้นจะเห็นว่า เฟซบุ๊กถูกใช้เป็นเครื่องมือในการวาดตัวตนที่ผู้ใช้งานปรารถนา ซึ่งพวกเขาอาจไม่สามารถกระทำได้ในโลกที่ต้องเผชิญกับอุปสรรคทางกายภาพหรือในโลกความเป็นจริง อย่างไรก็ตาม ตัวตนที่ถูกถ่ายทอดผ่านเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กยังคงเป็นตัวตนที่ใกล้เคียงกับ “ตัวตนที่เป็นจริงในโลกกายภาพ” ไม่ใช่ “ตัวตนเสมือนจริง” ที่หลุดจากกรอบของความจริงมากนัก (Back et al., 2010; Larsen, 2007; Weisbuch et al., 2009) ทั้งนี้ งานวิจัยเชิงประจักษ์ในโลกตะวันตกมากมายได้ชี้ให้เห็นบทสรุปที่ใกล้เคียงกัน นั่นคือ โลกในโซเชียลโซเชียลเน็ตเวิร์กเป็นเพียงส่วนขยายจากโลกความจริง (real world) ที่ทุกคนต่างตระหนักถึงความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงและทับซ้อนกัน

สำหรับในประเทศไทย ถึงแม้ว่าเราเองจะยังไม่มีเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก ห้วไทย แต่ความนิยมในเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กห้วนอกที่ถูกแปลงสู่เวอร์ชันภาษาไทยก็มีไม่น้อยและแข่งหน้าประเทศอื่นๆ ไปมากทีเดียว ผู้เขียนขอหยิบยกการศึกษาของไทยเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ของกุลนารี เสือโรจน์ (2556) มาพิจารณาเทียบเคียงกับงานวิจัยทางซีกโลกตะวันตกข้างต้น เนื่องจากเป็นงานวิจัยที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นบนเว็บไซต์ยอดนิยมอย่างเฟซบุ๊กเช่นเดียวกัน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวัยรุ่นไทย (1) ส่วนใหญ่มีการนำเสนอตัวตนที่ตรงตามความเป็นจริงผ่านกิจกรรมต่างๆ บนเฟซบุ๊ก อาทิ การสร้างประวัติของตนเอง การตั้งสถานะ การอัปโหลดรูปภาพต่างๆ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม (2) กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งมีการให้ข้อมูลบิดเบือนจากความเป็นจริงเพื่อนำเสนอตัวตนที่เขาอยากจะเป็น หรือเชื่อว่าสามารถเป็นไปได้ในอนาคต ผ่านการกรอกรูปประวัติส่วนตัวด้วยตัวของพวกเขาเอง ตัวอย่างเช่น การใช้ชื่อปลอมหรือนามแฝงแทนชื่อจริง การเขียนคำอธิบายเกี่ยวกับตัวเองแบบแฟนตาซีตามที่พวกเขาปรารถนา การระบุสถานที่อยู่ในต่างประเทศ และการระบุสถานศึกษาที่เขาใฝ่ฝันอยากเข้าเรียนในอนาคตในช่องของสถานศึกษาปัจจุบัน เป็นต้น (3) กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีความต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนและสังคม รวมไปถึงความต้องการได้รับความนิยมและโดดเด่นในกลุ่มเช่นเดียวกับที่พบในงานวิจัยของ Zhao et al. (2008) จากการที่พวกเขาเลือกใช้กลยุทธ์การคัดเลือกข้อมูลในลักษณะเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันกับรูปแบบที่เคยได้รับความนิยมจากคนในเครือข่ายมานำเสนอซ้ำ โดยคาดหวังการคอมเมนต์ในเชิงบวกและการกดถูกใจ (like) จากเพื่อนๆ ในเครือข่าย เช่น การตกแต่งรูปภาพของตนเองด้วยโปรแกรมก่อนเผยแพร่ การเลือกอัปโหลดภาพอาหารที่ดูดี น่ารับประทานมากกว่าอาหารที่รับประทานทั่วๆ ไปในชีวิตประจำวัน เป็นต้น จากข้อค้นพบข้างต้นจะเห็นว่า งานวิจัยของไทยได้ให้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถึงแม้ว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะนำเสนอตัวตนที่ค่อนข้างเป็นจริง แต่ก็ยังพบลักษณะของการขยายความจริงเล็กน้อยเพื่อให้ได้รับการยอมรับ และได้รับความนิยมมากขึ้นจากกลุ่มสังคมที่ตนสังกัด

ในส่วนต่อไป ผู้เขียนขอกล่าวถึงการนำเสนอตัวตนผ่านโครงสร้างหลักที่พบในเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กยอดนิยมส่วนใหญ่ ได้แก่ โปรไฟล์ (profile) การเชื่อมต่อกับเพื่อน (friending) และรายชื่อเพื่อนในเครือข่าย (friend list) โดยสะท้อนให้เห็นภาพของเครื่องมือที่เว็บไซต์เหล่านี้จัดหาให้กับผู้ใช้งานของตน ตลอดจนกลยุทธ์ที่ผู้ใช้งานสร้างสรรค์ เพื่อสนับสนุนการสร้างและการนำเสนอตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์สมัยใหม่

การนำเสนอ “ตัวตน” ผ่าน “ตัวเลือก” บนโปรไฟล์

boyd and Ellison (2007: 211) ได้ให้คำจำกัดความของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กที่มักถูกอ้างถึงในงานวิจัยว่า “social network sites” (SNSs) หมายถึงบริการบนเว็บไซต์ที่ (1) อนุญาตให้ผู้ใช้งานเข้ามาสร้างโปรไฟล์แบบสาธารณะหรือกึ่งสาธารณะในระบบที่เชื่อมโยงกัน (2) เชื่อมต่อกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่รู้จักหรือมีความสัมพันธ์กัน (3) เรียกดูและท่องเที่ยวยไปในรายการของความสัมพันธ์ของตนเอง และของคนอื่นๆ ภายในระบบ จากความหมายข้างต้น จะเห็นว่าโครงสร้างของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กที่น่าจะเกี่ยวข้องกับการนำเสนอตัวตนของคนเรานั้นอาจแบ่งได้เป็น 3 ส่วนหลัก ดังแผนภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 3: โครงสร้างของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก



ส่วนแรกที่ปรากฏต่อผู้ใช้งานหลังสมัครเข้าใช้งานเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กก็คือ “โปรไฟล์” Sundén (2003) เชื่อว่าโปรไฟล์เป็นพื้นที่ซึ่งเราสามารถเขียนตัวตนหนึ่งๆ ให้มีชีวิตจริงขึ้นมาได้ โดยเป็นโครงสร้างหลักที่สำคัญที่สุดของเว็บไซต์ ที่มักประกอบไปด้วยฟังก์ชันพื้นฐานคล้ายๆ กัน อาทิ ชื่อผู้ใช้งาน (user/ display name) อาชีพและสถานที่ทำงาน (occupation and place of work) การศึกษาและสถาบัน (education and institution) เพศสภาพ (gender) สถานะความสัมพันธ์และกับใคร (relationship and with whom) ความชื่นชอบหรือความสนใจ (preference or interest) ภาพโปรไฟล์ (profile picture) ฯลฯ (Gosling et al., 2007; Stutzman, 2006) ซึ่งส่วนมากแล้ว แต่ละเว็บไซต์จะเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเลือกเปิดเผยข้อมูลส่วนใหญ่นบนโปรไฟล์ตามความสมัครใจ (boyd and Heer, 2006; Gosling et al., 2007) ทั้งนี้ Cover (2012) แย้งว่า ถึงแม้ผู้ใช้งานแต่ละคนจะได้รับสิทธิ์ในการแสดงตัวตนที่แตกต่างกันผ่านตัวเลือกเหล่านี้ แต่ก็ยังถือว่าไม่เพียงพอกับ

ความต้องการของทุกคน หรืออีกนัยหนึ่ง โปรไฟล์ไม่ได้นำเสนอตัวเลือกที่เปิดกว้างให้ผู้ใช้งานนั่นเอง ผู้ใช้งานมักถูกบังคับให้เลือกผ่านเมนูตัวเลือก (dropdown menu) หรือรายการที่ปรากฏ (list) ในเว็บไซต์ และในบางกรณี การเลือกนั้นไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ในภายหลัง ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคงหนีไม่พ้น “การระบุเพศสภาพ” (gender identification) ที่โดยส่วนใหญ่จะปรากฏตัวเลือกเพียงแค่เพศชาย (male) และเพศหญิง (female) เท่านั้น แม้ว่าที่ผ่านมา หลายเว็บไซต์จะอนุญาตให้ผู้ใช้งานปกปิดข้อมูลส่วนนี้ได้เช่นเดียวกับข้อมูลส่วนอื่นๆ Buckingham (2008) กล่าวว่าตัวตนของเราอาจไม่ใช่ว่าเลือกโดยเราเอง แต่เกิดจากอิทธิพลของมิติทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ทางสังคมที่กระตุ้นให้เราต้องแสดงออกตามที่คนส่วนใหญ่ยอมรับหรือคาดหวัง ดังนั้น ผู้เขียนเชื่อว่าการแสดงออกทางตัวตนผ่านตัวเลือกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เหล่านี้ย่อมเกี่ยวข้องกับค่านิยม วัฒนธรรม และประเพณีของสังคมที่ก่อร่างสั่งสมจากรุ่นสู่รุ่น และแน่นย้ำโดยสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ดี Lazzarato (2009) เชื่อว่าสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์กยังคงสะท้อนแนวคิด “เสรีภาพในการเลือก” (freedom to choose) ของสังคมสมัยใหม่ (modern society) ที่สนับสนุนให้เราใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างและแสดงตัวตนได้อย่างอิสระและหลากหลายมากขึ้น ดังเช่นคนที่ฝันอยากเป็นนักร้องหรือดารา แต่ไม่สามารถเข้าวงการบันเทิงหรือเข้าประกวดบนเวทีในชีวิตจริงได้เพราะขาดคุณสมบัติบางประการ ก็อาจเลือกที่จะนำเสนอตัวตนดังกล่าวในโลกเสมือนแทน หรือกรณีของเพชบุ๊กที่พยายามขยายพื้นที่ของการนำเสนอตัวตนทางเพศให้กว้างขึ้นผ่านการเพิ่มตัวเลือก “กำหนดเพศสภาพเอง” (custom gender) ที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกเพศนอกเหนือจากเพศชายและเพศหญิงจากรายการที่เพิ่มขึ้นบนเว็บไซต์ อาทิ ผู้หญิงข้ามเพศ (transgender female) ผู้ชายข้ามเพศ (transgender male) และทั้งสองเพศสภาพ (bigender) ฯลฯ หรืออาจจะระบุเพศที่ต้องการจะเป็นลงไปในช่วงดังกล่าว ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถนิยามเพศสภาพของตนได้ตามใจต้องการมากขึ้น (ฟังก์ชัน “custom gender” จำกัดการใช้งานแค่ในสหรัฐอเมริกา) อย่างไรก็ดี ผู้เขียนมองว่า ในทางหนึ่งนโยบายของเพชบุ๊กดูเหมือนว่า จะเป็นการเปิดกว้างและเปิดโอกาสในเรื่องของการแสดงตัวตนทางเพศ แต่ในอีกทางหนึ่งก็อาจไม่ต่างอะไรกับมาตรการก่อนหน้านี้ที่เพชบุ๊กบังคับให้ผู้ใช้งานจำนวนมากเปลี่ยนชื่อโปรไฟล์เป็นชื่อที่แท้จริงของตนเอง เพื่อหวังให้ผู้ใช้งานแสดงตัวตนให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด แต่นั่นอาจไม่ใช่สิ่งที่พวกเขาปรารถนาอยากจะเป็น จึงได้รับการต่อต้านจากผู้ใช้งานจำนวนมาก ในประเด็นเรื่องของการเลือก “กำหนดเพศสภาพเอง” ก็เช่นกัน ยังคงมีกระแสต่อต้านจากกลุ่มผู้ใช้งานเพศที่สามบางกลุ่ม และกลุ่มผู้ใช้งานที่ต้องการแสดงตัวตนในแบบที่พวกเขาต้องการโดยไม่คำนึงถึงเพศสภาพที่แท้จริง

คู่มือของการสร้างตัวตน

นอกเหนือจากการเลือกเมนูตัวเลือกและการกรอกข้อมูลพื้นฐานบนโปรไฟล์ กิจกรรมอื่นๆ ในส่วนนี้มีส่วนสนับสนุนการสร้างอัตลักษณ์ของผู้ใช้งานเช่นเดียวกัน เช่น การตั้งรูปประจำตัวและรูปภาพหน้าปก (profile and cover picture) การอัปเดตสถานะ (status update) การโพสต์ภาพหรือข้อความ (wall post) การแชร์เนื้อหาต่างๆ (share) การแท็ก (tag) และการอัปเดตเหตุการณ์ในชีวิต (life event) ฯลฯ ความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้ใช้งานต้องแสวงหาแนวทางในการสร้างโปรไฟล์ที่เหมาะสมเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน โดยวิธีหนึ่งที่พวกเขาเลือกใช้คือ การเรียกดูโปรไฟล์ของเพื่อนคนอื่นๆ ทั้งในเครือข่ายและนอกเครือข่ายว่า แต่ละคนมีวิธีการนำเสนอโปรไฟล์อย่างไร และนำแนวทางดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการสร้างโปรไฟล์ของตนเอง (boyd, 2008) ลองย้อนนึกถึงวันแรกที่เราส่งโปรไฟล์ในเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือลิงค์อิน (LinkedIn) ผู้เขียนเชื่อว่ามิพักไรว่าจำนวนไม่น้อยที่เข้าไปดูโปรไฟล์ของคนอื่นๆ ว่า “เขาเลือกใช้รูปภาพแบบไหนเป็นรูปประจำตัวและรูปหน้าปกบนเฟซบุ๊ก” “เขาเขียนบรรยายเกี่ยวกับตัวเขาในฟังก์ชัน about me ว่าอย่างไร” หรือ “เจ้านายและเพื่อนร่วมงานของเราเขียนเกี่ยวกับตำแหน่งงานและความเชี่ยวชาญของพวกเขาในโปรไฟล์ของลิงก์อินอย่างไร” เราเรียกข้อมูลในลักษณะนี้ว่า “contextual cue” หรือ “เบาะแสที่แวดล้อม” (boyd and Heer, 2006) ซึ่งเปรียบเสมือนคู่มือเบื้องต้นที่ช่วยให้เราขยายโปรไฟล์ของเราได้อย่างน่าสนใจมากขึ้น และช่วยบอกใบ้การแสดงออกทางตัวตนที่เหมาะสมผ่านการตีความจากโปรไฟล์ของสมาชิกคนอื่นๆ ในเครือข่าย งานวิจัยของ boyd and Heer (2006) ที่ศึกษากลุ่มผู้ใช้งานเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก “Friendster” เปิดเผยว่า กลุ่มผู้เล่นใหม่ (new comers) มักจะใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการท่องเที่ยวไปในโปรไฟล์ของเพื่อน (friends) และเพื่อนของเพื่อน (friends of friends) เพื่อค้นหาแนวทางที่เหมาะสมสำหรับโปรไฟล์ของตนเอง เกิดการเรียนรู้ เลียนแบบ และทำซ้ำจนทำให้วัฒนธรรมนั้นๆ เข้มแข็ง อาทิ การตั้งชื่อโปรไฟล์ที่สมาชิกส่วนมากจะเลือกใช้ชื่อเล่น สมญานาม หรือชื่อที่รู้จักกันในกลุ่มเพื่อนมากกว่าชื่อที่แท้จริงและถ่ายทอดแนวคิดดังกล่าวไปสู่ผู้ใช้งานคนอื่นๆ ในเครือข่าย

ผู้รับสารที่ไม่อาจคาดเดา

โปรไฟล์ถูกมองว่าสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นพื้นที่ในการสนทนาแลกเปลี่ยนระหว่างเพื่อนและคนที่คาดหวังว่าจะเป็นเพื่อนด้วยในอนาคต (boyd and Heer, 2006) ดังนั้น การทำให้พื้นที่นี้มีความน่าสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้ชม (audience) กลุ่มนี้จึงมีความสำคัญไม่น้อย หากเปรียบเทียบกับกรปฏิสัมพันธ์แบบ

เผชิญหน้าในโลกออฟไลน์ มันเป็นเรื่องง่ายมากที่เรารู้ว่าคู่สนทนาของเราคือใคร และเขาต้องการอะไร ส่งผลให้เราเลือกนำเสนอตัวตนได้อย่างเหมาะสม แม้จะเป็นการสื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ในที่สาธารณะก็ตาม ในทางตรงกันข้าม การนำเสนอตัวตนผ่านโปรไฟล์ของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก เราอาจไม่ทราบว่าคุณผู้ชมของเราคือใคร หรือหากทราบกลุ่มผู้ชมในปัจจุบัน “การคาดเดากลุ่มผู้ชมในอนาคตก็ยิ่งเป็นเรื่องยาก” เหตุการณ์เหล่านี้มักเกิดขึ้นเมื่อเราเติบโตและต้องเปลี่ยนสังคมที่เราอาศัยอยู่หรือเข้าสู่สังคมหรือสภาพแวดล้อมแบบใหม่ เช่น การย้ายโรงเรียน การเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัย และการเปลี่ยนสถานที่ทำงาน เป็นต้น โดยหากเป็นในโลกกายภาพอาจมีวิธีการมากมายในการแบ่งแยกกลุ่มผู้รับสารแต่ละกลุ่มออกจากกัน และการที่ผู้รับสารแต่ละกลุ่มจะมารวมตัวกันพร้อมหน้าอาจเป็นเรื่องยากกว่า เช่น เราอาจไม่เคยแนะนำคนในครอบครัวให้รู้จักกับเพื่อนร่วมงานในบริษัท หรือเพื่อนสมัยเด็กกับเพื่อนมหาวิทยาลัยของเราอาจไม่ใช่เพื่อนกลุ่มเดียวกัน และไม่เคยพบหน้าค่าตากันมาก่อน แต่ในโลกของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก มันดูเป็นเรื่องง่ายกว่าที่คนเหล่านี้จะมารวมตัวกันบนโปรไฟล์ของเรา กลยุทธ์หรือเทคนิคต่างๆ จึงถูกนำมาประยุกต์ใช้ผ่านเครื่องมือที่เว็บไซต์จัดหามาให้และจากประสบการณ์ของผู้ใช้งานเองเพื่อไม่ให้ต้องเผชิญปัญหา “การพังทลายของบริบทหรือสภาพแวดล้อม” (social collapse/ collapsed context) ที่แบ่งแยกคนแต่ละกลุ่มออกจากกัน ดังที่ผู้เขียนได้กล่าวถึงงานของ Zhao et al. (2008) ก่อนหน้านี้ที่พบว่า ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กส่วนใหญ่จะใช้ “ฟังก์ชันการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว” ในการกำหนดค่าการเข้าถึงข้อมูลสำหรับผู้ชมกลุ่มต่างๆ เพื่อสนับสนุนการนำเสนอตัวตนที่แตกต่างกัน

อีกหนึ่งงานวิจัยที่สามารถอ้างอิงประเด็นข้างต้นได้คือการศึกษาของ DiMicco and Millen (2007) ที่นำเสนอประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการตัวตนบนเฟซบุ๊ก เมื่อเว็บไซต์เหล่านี้เติบโตขึ้นพร้อมๆ กับเรา และกลายเป็นสื่อพื้นฐานที่ทุกคนเลือกใช้ในชีวิตประจำวัน รูปแบบของความสัมพันธ์ทางสังคม (social contact) ในโปรไฟล์ของแต่ละคนจึงเพิ่มจำนวน มีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนกลายเป็นพื้นที่รวมตัวของเครือข่ายทางสังคมมากมาย โดยทั้งสองเลือกศึกษากลุ่มวัยรุ่นที่เริ่มเข้าสู่โลกของการทำงานและเป็นกลุ่มที่ผ่านชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัยมาได้ไม่นาน เพื่อดูว่าพวกเขามีวิธีจัดการการนำเสนอตัวตนอย่างไร การศึกษาชิ้นนี้เปิดเผยข้อมูลที่น่าสนใจว่า เมื่อเครือข่ายความสัมพันธ์ของคนเราต้องเพิ่มขึ้น จากแค่เพื่อนในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยไปสู่เพื่อนในบริบทการทำงาน เราจำเป็นต้องทำให้การแสดงออกทางตัวตนมีความสมดุลระหว่างภาพลักษณ์ของความเป็นมืออาชีพ (professional image) กับภาพลักษณ์ของความเป็นตัวเองก่อนที่จะเข้าสู่สังคมการทำงานเพื่อบริหารความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทั้งสอง โดยวิธี

การที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มีตั้งแต่การเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งงาน แผนก และบริษัทที่ทำงานลงในประวัติส่วนตัวบนโปรไฟล์ การเปลี่ยนรูปโปรไฟล์ให้ดูจริงจังและน่าเชื่อถือมากขึ้น และการนำเสนอข้อมูลส่วนตัวให้น้อยลง เป็นต้น อนึ่ง ผู้ใช้งานบางคนเลือกจะปิดกั้นตัวเองออกจากสังคมการทำงาน โดยการไม่เพิ่มเพื่อนร่วมงานเข้ามาในรายชื่อเพื่อนในเว็บไซต์ และเลือกนำเสนอตัวตนในแบบเดิมๆ ที่สะท้อนความสนุกสนานกับกลุ่มเพื่อนมหาวิทยาลัย เชื่อได้ว่า ในอนาคตเราอาจได้เห็นตัวช่วยหรือเครื่องมือใหม่ๆ ที่เว็บไซต์เหล่านี้นำเสนอออกมาเพื่อแก้ปัญหาการซ้อนทับกันของกลุ่มผู้ชม ตลอดจนเทคนิคที่ผู้ใช้งานรุ่นใหม่ค้นพบด้วยตัวเอง สิ่งหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นคือ เว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กยังคงถูกใช้เพื่อรักษาความสัมพันธ์ (keep in touch) ระหว่างกลุ่มเพื่อนเก่าและสร้างความสัมพันธ์กับสังคมใหม่ๆ ไปพร้อมๆ กัน

การนำเสนอตัวตนผ่าน “ความเป็นเพื่อน”

มีการศึกษาจำนวนมากสนับสนุนความคิดที่ว่า เว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กมีความสำคัญต่อการสร้างและการพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ (boyd, 2004; Ellison et al., 2011; Lenhart and Madden, 2007) และยังถูกเชื่อว่าเป็นวิธีการที่ดีที่สุดวิธีหนึ่งในการหาข้อมูลของบุคคลที่เราเพิ่งพบหรือเพิ่งรู้จัก (Gosling et al., 2007) หน่วยงานและองค์กรมากมายในปัจจุบันจึงเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหนึ่งในการตรวจสอบผู้สมัครที่จะรับเข้าทำงาน เพื่อสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติเบื้องต้นจากข้อมูลและกิจกรรมที่บุคคลเหล่านั้นกระทำบนเว็บไซต์ ไม่เว้นแม้กระทั่งเครือข่ายทางสังคมที่พวกเขาดำรงอยู่ พฤติกรรมการเพิ่มเพื่อนจึงเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ถูกตั้งคำถามจากนักวิชาการทั่วโลกว่า มีความเกี่ยวข้องกับการนำเสนอตัวตนของปัจเจกบุคคลในทางใดบ้าง

หลังสมัครเข้าใช้งานเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กและเริ่มสร้างโปรไฟล์ ผู้ใช้งานมักถูกรบเร้าให้ระบุเพื่อนในเครือข่ายและเชื่อมต่อกับบุคคลเหล่านั้น ซึ่งมักเป็นคนที่พวกเขารู้จักหรือมีความสัมพันธ์กันมาก่อนในโลกความเป็นจริง เว็บไซต์จะพยายามแนะนำคนที่คาดว่าจะจะเป็นเพื่อนหรือคนที่น่าจะเป็นเพื่อนให้ผู้ใช้งานผ่านข้อมูลส่วนตัวที่พวกเขาเปิดเผยลงบนโปรไฟล์ เช่น อีเมล โรงเรียน คณะ สถาบัน หน่วยงานและองค์กรที่สังกัด แวดวงวิชาชีพ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์อาจถูกเรียกแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของเว็บไซต์นั้นๆ ตัวอย่างเช่น เฟซบุ๊กและเฟรนด์สเตอร์ (Friendster) ใช้คำเรียกแทนความสัมพันธ์บนเว็บไซต์ว่า “เพื่อน” (friends) ทวิตเตอร์และอินสตาแกรมใช้คำว่า “ผู้ติดตาม” (followers) ลิงค์อินใช้คำว่า “ผู้ติดต่อ” (connection) เป็นต้น ทั้งนี้ การเชื่อมต่อหรือการเพิ่มเพื่อน (friending) โดยทั่วไปมักเป็นกระบวนการที่ต้อง

ได้รับการยินยอมจากบุคคลสองฝ่ายคือ (1) ผู้ขอเป็นเพื่อน (inviter) ซึ่งเป็นผู้ส่งคำขอเป็นเพื่อน (friend request) หรือคำเชิญไปยัง (2) ผู้ถูกขอหรือผู้รับคำขอ (recipient) ซึ่งจะต้องตัดสินใจว่าจะรับคำขอเป็นเพื่อน (accept/ confirm friend request) หรือปฏิเสธคำขอนั้นๆ (deny/ delete friend request) หากได้รับการยินยอมจากทั้งสองฝ่ายแล้ว การเชื่อมต่อจึงจะสมบูรณ์นั่นเอง (boyd and Ellison, 2007; boyd, 2008)

1) จำนวนของเพื่อน

การค้นพบของ danah boyd (2004; 2006; 2008) ผ่านการศึกษาความสัมพันธ์บนเว็บไซต์ “เฟรนด์สเตอร์” และ “มายสเปซ” นำไปสู่บทสรุปที่สำคัญ นั่นคือ คำว่า “เพื่อน” ที่ถูกใช้บนเว็บไซต์เหล่านี้ มีความหมายแตกต่างจากคำว่า “เพื่อน” ที่เราใช้กันในชีวิตประจำวันอย่างสิ้นเชิง ลองจินตนาการถึงคำว่า “เพื่อน” ในความหมายโดยทั่วไปที่เราเข้าใจ และเปรียบเทียบกับคำว่า “เพื่อน” ที่เราใช้กับคนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของเรา บางคนอาจรวมสมาชิกในครอบครัวเป็นเพื่อน บางคนอาจเป็นเพื่อนเฉพาะกับคนที่เขาสนิทสนมในโลกออฟไลน์ บางคนอาจยอมรับการเป็นเพื่อนกับคนที่แค่รู้จักเพียงผิวเผิน แต่ไม่ได้สนิทสนม ในขณะที่บางคนอาจตอบรับการเป็นเพื่อนกับทุกคน แม้ว่าจะไม่รู้จักกันเลยในโลกความเป็นจริงหรือเป็นคนแปลกหน้าในชีวิตจริง และบางคนอาจเลือกเป็นเพื่อนกับดารา นักร้อง และวงดนตรีที่เขาชื่นชอบ ด้วยเหตุนี้ ความหมายของคำว่า “เพื่อน” บนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กจึงมีขอบเขตที่กว้าง แตกต่าง และหลากหลาย ขึ้นอยู่กับเหตุผลในการขอเป็นเพื่อนและการยอมรับเป็นเพื่อนของผู้ใช้งานแต่ละคน ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องอ้างถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนที่แบ่งปันความรัก ความไว้วางใจ และการสนับสนุน ดังที่ปรากฏในความหมายโดยทั่วไป boyd (2006) ชี้ให้เห็นว่า การเป็นเพื่อนบนสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มักมีความเกี่ยวข้องกับระดับของความเชื่อมั่นในตนเอง (self-esteem) และความต้องการได้รับความนิยมและความประทับใจจากบุคคลอื่น โดยพบว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่โยยหาความสนใจและความนิยมจากกลุ่มเพื่อน พวกเขาจึงพยายามตอบรับการเป็นเพื่อนจากทุกคน

การศึกษาความสัมพันธ์ของจำนวนเพื่อนในเครือข่าย (number of friends) กับความประทับใจ (impression) ของบุคคลบนเฟซบุ๊ก โดย Tong et al. (2008) ตอบรับกับความเชื่อของ boyd นั่นคือจำนวนของเพื่อนในเครือข่ายมีผลต่อระดับความประทับใจและความน่าสนใจของผู้ใช้งาน กล่าวคือ หากผู้ใช้งานคนนั้นมีเพื่อนในเครือข่ายของเขามาก เขาก็จะได้รับความประทับใจจากเพื่อนและผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่เข้ามาเรียกดูโปรไฟล์ของเขามากตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม Tong et al. (2008) พบว่า ระดับของความประทับใจจะเพิ่มขึ้นอย่างสัมพันธ์กับจำนวนของเพื่อนใน

เครือข่ายจนกระทั่งมีเพื่อนครบ 300 คนเท่านั้น แต่หากเกินกว่านั้น ระดับของความประทับใจจะค่อยๆ ลดลง ซึ่งพอจะอนุมานได้ว่า บางครั้งจำนวนของเพื่อนที่มากเกินไปอาจไปลดทอนความน่าเชื่อถือของผู้ใช้งาน จากการถูกมองว่าเพื่อนของเขาเป็นบัญชีรายชื่อปลอม (fake account) หรือเจ้าของโปรไฟล์มีพฤติกรรมการรับเป็นเพื่อนแบบไม่เลือกหน้า ซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์เชิงลบมากกว่า โลกของอินสตาแกรมในปัจจุบันสะท้อนแนวคิดข้างต้น แต่จำนวนของเพื่อนที่ถูกนำมาใช้ในการตัดสินใจแตกต่างจากตัวเลข 300 คน จะเห็นว่ายิ่งเจ้าของโปรไฟล์นั้นมี “ผู้ติดตาม” มากเท่าไร ก็จะดูน่าสนใจและได้รับความนิยมมากขึ้นเท่านั้น แต่หากมีจำนวนเพื่อนที่มากเกินไปโดยไม่สอดคล้องกับบริบทอื่นๆ อาทิ จำนวนยอดถูกใจรูปภาพ (like) ในแต่ละโพสต์ รวมถึงสถานะทางสังคม อาชีพ และบุคลิกลักษณะของเจ้าของโปรไฟล์ ก็อาจถูกตั้งข้อสังเกตได้เช่นกันว่า “ผู้ติดตาม” ในบัญชีนั้นๆ อาจได้มาอย่างไม่ต้อง หรือที่เราเข้าใจกันว่ามาจากการซื้อยอด “follower” นั้นเอง

2) บุคลิกลักษณะของเพื่อน

นอกเหนือจากจำนวนของเพื่อนที่ส่งผลต่อระดับความประทับใจของผู้ใช้งาน งานวิจัยยังระบุว่า บุคลิกลักษณะของเพื่อน (characteristics of friends) ในเครือข่ายก็มีอิทธิพลต่อความน่าดึงดูดใจ (attractiveness) ของเจ้าของโปรไฟล์เช่นกัน ซึ่งจะเห็นชัดเจนเมื่อมีการโต้ตอบระหว่างเพื่อนบนหน้าวอลล์ (wall) ได้แก่ การโพสต์และการคอมเมนต์ โดยจะพบว่า หากโพสต์หรือคอมเมนต์นั้นถูกโพสต์โดยเพื่อนที่รูปร่างหน้าตาดี เช่น สวยหล่อ หุ่นดี น่าดึงดูดใจ เจ้าของโปรไฟล์จะได้รับความประทับใจและดูน่าดึงดูดใจมากกว่าโพสต์หรือคอมเมนต์เดียวกัน ที่ถูกโพสต์โดยเพื่อนที่รูปร่างหน้าตาไม่ดี (Walther et al., 2008) ผู้ใช้งานมากมายจึงพึงพอใจมากกว่า หากได้รับคอมเมนต์จากคนดัง คนที่เป็นที่นิยมในกลุ่ม หรือคนที่มีรูปร่างหน้าตาดี ซึ่งแสดงออกผ่านรูปและวิถีชีวิตที่คนเหล่านั้นเผยแพร่ในโปรไฟล์ของตน ดังนั้น บุคลิกลักษณะของเพื่อนในเครือข่ายจึงส่งผลทางอ้อมต่อตัวตนที่ถูกรับรู้โดยบุคคลอื่นในระบบ (Tong et al., 2008)

เพื่อนเป็นเช่นไร คุณก็เป็นเช่นนั้น

“You are who you know” คำกล่าวของ danah boyd (2008) ที่อธิบายอย่างตรงไปตรงมาว่า “คุณเป็นดังเช่นคนที่คุณรู้จัก” หรือหากอยู่ในบริบทของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กอาจกล่าวได้ว่า “เพื่อนเป็นเช่นไร คุณก็เป็นเช่นนั้น” ซึ่งให้เห็นว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มเพื่อน (group of friends) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของตัวตนที่ผู้อื่นมีต่อตัวเราในฐานะเจ้าของโปรไฟล์ อันเนื่องมาจากค่านิยมทางสังคมที่มักตัดสินภาพลักษณ์ของบุคคลจากกลุ่มที่บุคคลนั้นๆ สังกัดหรือเป็นสมาชิกอยู่

กล่าวอีกนัยหนึ่ง บุคคลจะถูกตัดสินว่าเขาเป็นคนเช่นไรจากความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวเขา เครือข่ายของเพื่อนที่ปรากฏบนโปรไฟล์ หรือ “friend list” จึงเปรียบเสมือนช่องทางหนึ่งที่ใช้แสดงออกความเป็นตัวตน หรือนำไปสู่การตีตราบุคคลนั้นๆ จากผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่เข้ามาเรียกดูโปรไฟล์ boyd (2008) เชื่อว่า ในโลกออนไลน์ อัตลักษณ์ของกลุ่มไม่เพียงมีความสำคัญต่อผู้ใช้งานคนอื่นๆ ในการจินตนาการเกี่ยวกับตัวตนของเจ้าของโปรไฟล์เท่านั้น แต่ยังช่วยให้เจ้าของโปรไฟล์ค้นพบความเป็นตัวเขาได้จากกลุ่มที่เขาสังกัด หรือกลุ่มเพื่อนที่เขาสนิทชิดเชื้อได้อีกด้วย

ภาพที่ 4: การเลือก “เพื่อนสนิท” หรือ “top friends” บนเว็บไซต์มายสเปซ



ที่มา: <http://www.tonn.ch/2012/12/top8-facebook-friends.html>

การศึกษาของ boyd (2008) ที่ทำขึ้นบน “มายสเปซ” ให้ข้อสรุปที่ชัดเจนในประเด็นข้างต้น เนื่องจากผู้ใช้งาน “มายสเปซ” สามารถเลือกเปิดเผย “เพื่อนสนิท” หรือ “top friends” บนหน้าโปรไฟล์ได้ด้วยตนเอง เขาสามารถเลือกได้ว่า เพื่อนคนใดจะถูกโชว์อยู่บนหน้าแรกของโปรไฟล์ในฐานะเพื่อนสนิท และสามารถเลือกจำนวนของเพื่อนที่ต้องการโชว์ได้ด้วยเช่นกัน โดยจะมีตั้งแต่ 4 คน ไปจนถึง 24 คน ส่วนเพื่อนคนอื่นๆ ที่เหลือทั้งหมดจะรวมอยู่ในหน้า “เพื่อน” (friends) ซึ่งไม่ได้รับการแสดงในหน้าแรกของโปรไฟล์ ดังภาพที่ 4 ที่แสดงการเลือกเพื่อนสนิท 4 คน ใน 4 ช่องแรกจากซ้าย ดังนั้น เมื่อมีการเลือกเกิดขึ้น ผู้ใช้งานซึ่งเป็นเจ้าของโปรไฟล์ย่อมวิเคราะห์แล้วว่า บุคคลดังกล่าวมีความสำคัญมากพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของตัวตนของพวกเขา และยังแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการสร้างชุมชน (community) ผ่านการประกาศว่า “ใครคือเพื่อนที่สนิทที่สุด”

ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์สมัยใหม่ อาทิ เฟซบุ๊ก อาจให้ข้อสรุปที่ต่างออกไป เนื่องจากเว็บไซต์ดังกล่าวมีคุณลักษณะและฟังก์ชันที่แตกต่างจาก “มายสเปซ” กล่าวคือ ไม่มีระบบ “เพื่อนสนิท” หรือ “top friends” ให้ผู้ใช้งานเลือกด้วยตนเอง แต่เฟซบุ๊กกลับเสนออัลกอริทึมหรือวิธีการคิดแบบใหม่ นั่นคือเพื่อนที่เราเห็นเป็นประจำวันหน้าไทม์ไลน์ (timeline) ของเรา ซึ่งปัจจุบันมี 9 คน คือเพื่อนที่มีปฏิสัมพันธ์ที่เริ่มจากฝั่งเรามากที่สุด ดังนั้น หากเราอยู่ในฐานะของเจ้าของโปรไฟล์ เราอาจสามารถคาดคะเนบุคลิกลักษณะหรือตัวตนของเราได้จากเพื่อนทั้ง 9 คน ที่ถูกเปิดเผยโดยเฟซบุ๊ก ในทางตรงกันข้าม หากเราเป็นบุคคลอื่นที่เข้าไปเรียกดูโปรไฟล์ของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ในระบบ เราอาจไม่สามารถให้ข้อสรุปได้ว่า ตัวตนของผู้ใช้งานคนนั้น ๆ มีความเชื่อมโยงกับเพื่อนทั้ง 9 คนที่แสดงอยู่บนหน้าไทม์ไลน์ของเขาหรือไม่ เนื่องจากในกรณีนี้เฟซบุ๊กจะใช้วิธีการสุ่ม (random) โดยระบบของเฟซบุ๊กเอง ทำให้เป็นเรื่องยากที่จะคาดเดาบุคลิกลักษณะหรือตัวตนของบุคคลจากจำนวนเพื่อนที่มากและคุณลักษณะของเพื่อนที่หลากหลายบนเฟซบุ๊กได้นอกเสียจากว่าเราจะอนุมานจากกลุ่มเพื่อนที่เข้ามามีส่วนร่วมในหน้าโปรไฟล์ของเขาอย่างสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ แนวคิด “You are who you know” โดย danah boyd (2008) อาจใช้ทำความเข้าใจพฤติกรรมการกดไลค์เพจ (Facebook page) และการเป็นสมาชิกกลุ่ม (Facebook group) บนเฟซบุ๊กได้เช่นกัน กล่าวคือ การกดไลค์เพจและเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม นอกเหนือจากจะแสดงถึงความสนใจหรือความชื่นชอบในประเด็นที่เพจหรือกลุ่มนั้น ๆ นำเสนอแล้ว ยังอาจเชื่อมโยงกับการถ่ายทอดตัวตนของกลุ่มไปสู่ผู้ใช้งานคนนั้น ๆ ได้อีกด้วย อาทิ เราอาจบอกได้ว่า บุคคลนั้น ๆ มีบุคลิกลักษณะเป็นอย่างไรจากแนวเพลงที่เขาชื่นชอบ กลุ่มการเมืองที่เขาเป็นสมาชิกหรือกลุ่มสังคมอื่นๆ ที่เขาเข้าไปมีส่วนร่วม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้จะมีเหตุผลที่เชื่อได้ว่า ตัวตนของเพื่อนหรือกลุ่มอาจนำไปสู่ข้อสรุปทางอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล แต่เรายังคงต้องหาคำตอบให้ลึกซึ้งต่อไปว่า สิ่งเหล่านี้มิได้เป็นเพียงการเหมารวมและตีตราโดยผู้ใช้งานและโดยระบบของเว็บไซต์นั้น ๆ เท่านั้น

บทสรุป

การสร้างและประกาศตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์สมัยใหม่อย่างเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก ยังคงสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดที่เกิดจากบริบททางสังคม วัฒนธรรม และค่านิยมที่ถูกส่งผ่านจากโลกความเป็นจริง ตัวตนที่ถูกแสดงออกจึงมักใกล้เคียงกับตัวตนในชีวิตจริง หรืออาจไม่แตกต่างจากตัวตนที่คนอื่นรับรู้เกี่ยวกับบุคคลนั้น ๆ มากนัก อันเนื่องมาจากเหตุผลสำคัญประการหนึ่งคือ “ความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยง

กัน” ระหว่างสังคมในโลกออฟไลน์กับสังคมในโลกออนไลน์ กลายเป็นกลไกตรวจสอบพื้นฐานระหว่างผู้ใช้งานในเครือข่ายด้วยตนเองที่ต้องคอยระแวดระวังการถูกจ้องมองและจับผิด สังคมเสมือนจริงบนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กจึงดูเหมือนจะเป็นเพียงส่วนต่อขยายจากโลกในชีวิตจริงเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่ง สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ก็มีส่วนช่วยขยายขอบเขตของการสร้างตัวตนให้กว้างขวางมากขึ้นเช่นกัน ผ่านกลยุทธ์และเครื่องมือที่ผู้ใช้งานเลือกใช้เพื่อถ่ายทอดตัวตนตามที่พวกเขาปรารถนาแต่ไม่ถึงกับแฟนตาซี เปรียบเสมือนการเสริมคุณสมบัติเชิงบวกบางประการเพื่อนำไปสู่ตัวตนที่น่าประทับใจ ตั้งแต่ (1) การสร้างและการนำเสนอโปรไฟล์ผ่านตัวเลือกที่เจ้าของโปรไฟล์คัดสรรมาแล้ว (2) การเรียนรู้และเลียนแบบจากโปรไฟล์ของผู้ใช้งานรายอื่นๆ (3) การบริหารจัดการการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับสารแต่ละคน เพื่อไม่ให้เกิดสภาวะความขัดแย้งทางอัตลักษณ์ที่อาจนำไปสู่ภาพลักษณ์เชิงลบ (4) การต่อกรกับผู้รับสารที่ไม่อาจคาดเดา (5) การเพิ่มเพื่อนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันออกไป จนกระทั่ง (5) การเปิดเผยรายชื่อเพื่อนในเครือข่าย สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า มนุษย์มีการเรียนรู้และปรับใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองต่อการสร้างตัวตนของพวกเขาตลอดเวลา ไม่เว้นแม้กระทั่งในโลกออนไลน์ คำถามสำคัญที่ต้องเผชิญคือ ตัวตนในสังคมเสมือนเหล่านี้มีอิทธิพลต่อชีวิตในโลกความเป็นจริงของผู้ใช้งานแต่ละคนอย่างไร

อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กยังคงดำเนินและเปลี่ยนแปลงไปตามการปรับตัวของเว็บไซต์และผู้ใช้งาน ทั้งรายเก่าและใหม่ที่ยังคงต้องการการศึกษาและทำความเข้าใจในมิติที่หลากหลายมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กุลนารี เสือโรจน์ (2556), “พฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก”, *วารสารศาสตร์*, 6 (3), กันยายน-ธันวาคม.
- Back, M. et al. (2010), “Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization”, *Psychological Science*, 21: 372-374.
- boyd, d. (2004), “Friendster and Publicly Articulated Social Networks”, in *Proceedings of ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 2004)*, 24-29 April 2004, Vienna: ACM Press: 1279-1282.
- _____. (2006), “Friends, Friendsters, and Top 8: Writing Community into Being on Social Network Sites”, *First Monday*, 11 (12): 1-13.

- _____. (2008), "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life", in Buckingham, D. (ed.), *Youth, Identity, and Digital Media*, Cambridge: MIT Press: 119-142.
- boyd, d., and Heer, J. (2006), "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster", in *Proceedings of Thirty-Ninth Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-39)*, Persistent Conversation Track, IEEE Press, Kauai, HI, 4-7 January 2006.
- boyd d. and Ellison, N. (2008), "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210-230.
- Buckingham, D. (2008), "Introducing identity", in Buckingham, D. (ed.), *Youth, Identity, and Digital Media*, Cambridge: MIT Press: 1-24.
- Bullingham, L. and Vasconcelos, A. (2013), "The Presentation of Self in the Online World: Goffman and the Study of Online Identities", *Journal of Information Science*, 39 (1): 101-113.
- Cover, R. (2012), "Performing and Undoing Identity Online: Social Networking, Identity Theories and the Incompatibility of Online Profiles and Friendship Regimes", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 18 (2): 177-193.
- DiMicco, J. and Millen, D. (2007), "Identity Management: Multiple Presentations of Self in Facebook", in *GROUP '07: Proceedings of the 2007 International ACM Conference on Supporting Group Work*, New York: 383-386.
- Donath, J. (1999), "Identity and Deception in the Virtual Community", in Smith, M. And Kollock, P. (eds.), *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
- Donath, J. and boyd, d. (2004), "Public Displays of Connection", *BT Technology Journal*, 22 (4): 71-82.
- Ellison, N. et al. (2006), "Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (2).
- Ellison, N. et al. (2011), "Connection Strategies: Social Capital Implications of Facebook-Enabled Communication Practices", *New Media & Society*, 13 (6): 873-887.
- Gibbs, J. et al. (2006), "Self-Presentation in Online Personals: The Role of Anticipated Future Interaction, Self-Disclosure, and Perceived Success in Internet Dating", *Communication Research*, 33 (2): 152-177.
- Goffman, E. (1956), *The Presentation of Self in Everyday Life*, Edinburgh: University of Edinburgh.
- Gosling, S. et al. (2007), "Personality Impressions Based on Facebook Profiles", in *Proceedings of ICWSM 2007*, Boulder, Colorado, 2007.
- Larsen, M. (2007), "Understanding Social Networking: On Young People's Construction and Co-Construction of Identity Online", in *Internet Research 8.0: Let's Play*,

- 17-20 October 2006, Vancouver, Vancouver: Association of Internet Researchers.
- Lazzarato, M. (2009), "Neoliberalism in Action: Inequality, Insecurity and the Reconstitution of the Social", *Theory, Culture and Society*, 26 (6): 109-133.
- Lenhart, A. and Madden, M. (2007), "Social Networking Websites and Teens: An Overview", *Pew Internet & American Life Project*, Available from: <http://www.pewinternet.org/Reports/2007/Social-Networking-Websites-and-Teens.aspx> [Accessed 16 May 2013].
- Liu H. (2008), "Social Network Profiles as Taste Performances", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1): 252-275.
- McKenna, K. et al. (2002), "Relationship Formation on the Internet: What's the Big Attraction?", *Journal of Social Issues*, 58 (1): 9-31.
- Salih, S. (2002), *Judith Butler*, London: Routledge.
- Stutzman, F. (2006), "An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities", *Journal of the International Digital Media and Arts Association*, 3 (1): 10-18.
- Suler, J. (2002), "Identity Management in Cyberspace", *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 4 (4): 455-459.
- Sundén, J. (2003), *Material Virtualities*, New York: Peter Lang.
- Tong, S. et al. (2008), "Too Much of a Good Thing?: The Relationship between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 531-549.
- Walther, J. et al. (2008), "The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep?", *Human Communication Research*, 34: 28-49.
- Weisbuch, M. et al (2009), "On being liked on the web and in the "real world": Consistency in first impressions across personal webpages and spontaneous behaviour", *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, pp. 573-576.
- Yurchisin, J. et al. (2005), "An Exploration of Identity Re-Creation in the Context of Internet Dating", *Social Behavior and Personality*, 33 (8): 735-750.
- Zhao, S. (2006), "Cyber-Gathering Places and Online-Embedded Relationships", in paper presented at the Annual Meetings of the Eastern Sociological Society in Boston.
- Zhao, S. et al. (2008), "Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships", *Computer in Human Behavior*, 24: 1816-1836.

การนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรม ของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย

พรชัย ฉันทวีเศษลักษณ์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อทราบการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการประเภทสารคดีทางโทรทัศน์ไทย ทั้งในด้านจำนวน ปริมาณ และประเภทเนื้อหา (2) เพื่อทราบทิศทางการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการประเภทสารคดีทางโทรทัศน์ที่สถานีโทรทัศน์แต่ละประเภทนำเสนอ (3) เพื่อทราบถึงกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนของผู้ผลิตรายการประเภทโทรทัศน์ของไทยแต่ละประเภทที่ทำการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการสารคดีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 4 รายการ จากสถานีโทรทัศน์ 3 ประเภท คือ สถานีโทรทัศน์ของรัฐ สถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะ และสถานีโทรทัศน์ธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและเทปรายการสารคดีที่ออกอากาศ

จากการศึกษาพบว่า นโยบายภาครัฐมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายของสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอประเด็นหลักเรื่องประชาคมอาเซียนตามลำดับความสำคัญสูงสุด ดังนี้ สถานีโทรทัศน์ของรัฐ สถานีโทรทัศน์สาธารณะ และสถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ แต่เมื่อศึกษาขั้นการปฏิบัติงานในการผลิตรายการพบว่า สถานีโทรทัศน์สาธารณะกลับดำเนินการตามนโยบายอย่างเข้มงวดกว่าสถานีโทรทัศน์ของรัฐ

การผลิตรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนมีปริมาณน้อย เนื่องจากรายการประเภทนี้ต้องอาศัยผู้ผลิตที่มีองค์ความรู้และทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างจำกัด นอกจากนี้ องค์กรความรู้และทุนทางวัฒนธรรมยังเป็นปัจจัยกำหนดประเด็นและเนื้อหาในรายการสารคดีอีกด้วย

¹ อาจารย์ประจำกลุ่มวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
หมายเหตุ บทความนี้ปรับปรุงขึ้นจากงานวิจัยเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากโครงการวิจัย กองทุนวิจัยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557.

Abstract

The research *A Presentation of Cultural Contents about ASEAN Community in Thai TV Documentary Programs* has three objectives: (1) to learn how cultural contents on ASEAN Community are presented in Thai TV documentary programs in terms of amount, broadcasting frequency and category; (2) to reveal the direction of presentation of cultural content on ASEAN Community in Thai TV documentary programs that each Television station has currently presented; and (3) to learn the selecting and presenting processes of cultural contents on ASEAN community of Thai TV documentary producers for every program genre chosen in the research.

This research has been conducted with a qualitative method, using in-depth interviews with 4 documentary producers from different television stations and a content analysis of documents and videos of cultural document programs being on-air.

The result found that state policy has some influences on television stations' policy on the intensity of ASEAN community presentation. The degrees of intensity are in the following order: state-owned stations, public broadcasting station and privately-owned stations. However, the operational and production processes of the only one public broadcasting station are stricter than those of state-owned stations.

Finally, the research found that TV documentary programs with cultural contents on ASEAN community are not many because they require producers with cultural capital (such as network) and body of knowledge, which are limited in the country. Also, cultural capital and knowledge are two main factors setting key messages and contents of all Thai TV documentary programs.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

รายการสารคดีโทรทัศน์มุ่งนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง ถ่ายทอดเหตุการณ์ แสดงความคิดสร้างสรรค์ เสนอเรื่องราวเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง โดยสำรวจ ค้นคว้าข้อเท็จจริงในเชิงลึก นำเสนอเรื่องราวความรู้อันเป็นประโยชน์แก่ผู้ชม

รายการสารคดีโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาหลายด้าน ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ประวัติศาสตร์ กีฬา บันเทิง รวมถึงวัฒนธรรม ในปัจจุบันรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ออกอากาศในประเทศไทยมีการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือกลุ่มประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) สร้างความตระหนักรู้ และเตรียมความพร้อมของผู้ชมภายในประเทศ เพื่อรับมือในการเข้าสู่การเป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

หนังสือ *ASEAN Mini Book* ที่ผลิตโดยกรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ (2556: 44) ระบุว่า ประเทศสมาชิกของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 10 ประเทศ หรืออาเซียน (ASEAN) มีเป้าหมายจะก้าวไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้านหลัก คือ (1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน หรือ ASEAN Political-Security Community: APSC (2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community: AEC และ (3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน หรือ ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC

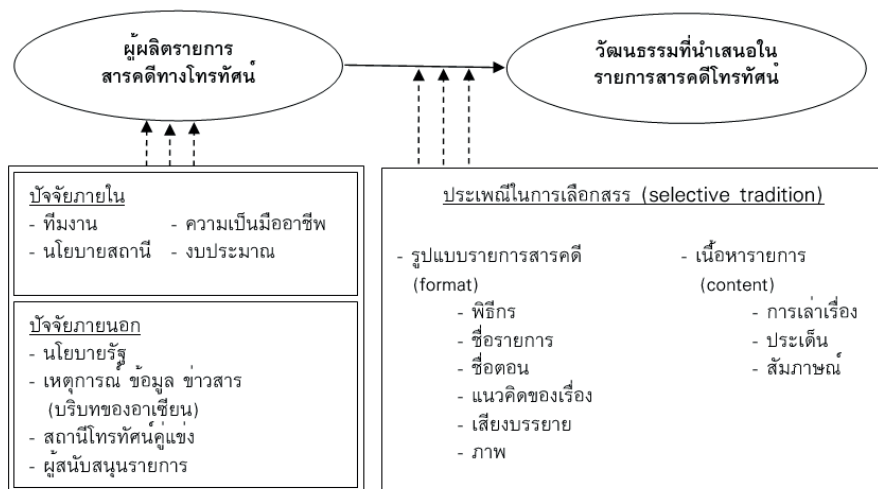
ที่ผ่านมา สื่อมวลชนไทยได้คัดเลือกข้อมูลต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นสารคดี ใช้การประกอบสร้างความหมายที่มองผ่านสายตาของผู้ผลิต รวมถึงหัวข้อเรื่องที่นำเสนอ มุมมองต่อเรื่อง เพื่อมุ่งนำเสนอความรู้ (knowledge) ให้แก่ผู้ชมรายการในด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มากที่สุด เนื่องจากการรวมตัวของประชาคมอาเซียนในโลกจริงมีแนวโน้มจะให้ความสำคัญกับเรื่องเศรษฐกิจเป็นหลัก ขณะที่ข้อมูลด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASCC) กลับมีการนำเสนอในปริมาณน้อย ทั้งที่วัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนในสังคม และเป็นเครื่องมือในการหลอมรวม ผสานกลุ่มคนให้กลมกลืนอยู่ร่วมกันได้เป็นอย่างดี

สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยมีการแบ่งประเภทเป็น 3 รูปแบบ คือ (1) สถานีโทรทัศน์ของรัฐ (state television) อยู่ในการกำกับของรัฐบาล ณ ขณะนั้นมีหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารต่างๆ จากรัฐบาล ไปยังประชาชน (2) สถานีโทรทัศน์สาธารณะ (public television) ดำเนินการเป็นอิสระจากรัฐบาล องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ แพร่ภาพโดยไม่แสวงหากำไรหรือโฆษณา มีรายได้จากภาษีของประชาชน (3) สถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ (commercial television) นำเสนอรายการเพื่อแสวงหากำไรจากค่าโฆษณา โดยส่วนใหญ่จะเป็นสถานีที่ดำเนินการโดยธุรกิจ

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า เมื่อมีการนำเสนอวัฒนธรรมของประเทศอาเซียนแบบมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลาง (mass-mediated culture) ทำให้ผู้ชมได้รับประสบการณ์ผ่านสื่อ (mediated experience) จากการคัดเลือกและนำเสนอขององค์กรประเภทสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยแล้ว ในกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์

ที่ผลิตผ่านมุมมองคนไทย นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน กลุ่มผู้ผลิตในสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภททั้งสามประเภท จะมีวิธีการจัดหาข้อมูล เรื่องราว การคัดเลือกเนื้อหา และวิธีการนำเสนออย่างไร

ภาพที่ 1: กรอบการวิจัย (Conceptual Framework)



ปัญหานำการวิจัย

- (1) รายการประเภทสารคดีทางโทรทัศน์ในประเทศไทย มีปริมาณและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างไร
- (2) รายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีในสถานีโทรทัศน์ของประเทศไทยแต่ละประเภท นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในทิศทางใด
- (3) ผู้ผลิตรายการประเภทสารคดี ในสถานีโทรทัศน์ของประเทศไทยแต่ละประเภท มีกระบวนการคัดเลือกเนื้อหา และนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างไร

ขอบเขตของโครงการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีหน่วยการศึกษา 2 ลักษณะ คือ

1. รายการสารคดีโทรทัศน์ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างรายการแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เพื่อนำมาศึกษากระบวนการผลิตรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน จากแต่ละสถานี ดังนี้

- 1.1 สถานีโทรทัศน์ของรัฐ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที มีรายการสารคดีที่ออกอากาศเกี่ยวกับอาเซียนเป็นจำนวนมากที่สุด แต่ผู้วิจัยสามารถติดตามค้นหาข้อมูลผู้ผลิตได้เพียง 1 รายการ คือ รายการ *ASEAN STORY*
- 1.2 สถานีโทรทัศน์สาธารณะ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียน จำนวน 2 รายการ โดยแบ่งเป็นรายการที่สถานีผลิตเอง 1 รายการ คือ รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* และรายการที่ให้ผู้ผลิตอิสระเป็นผู้ผลิต จำนวน 1 รายการ คือ รายการ *ASEAN BEYOND 2015* ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาทั้ง 2 รายการ
- 1.3 สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เป็น สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ มีรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียน จำนวน 1 รายการ คือ รายการ *มองโลกแบบวิกรม* ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษารายการนี้เพียงรายการเดียว

2. บุคคล ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จากตัวแทนผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อทำการสัมภาษณ์ จำนวน 4 รายการ คือ

- 2.1 ผู้ผลิตรายการ *ASEAN STORY* (สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที)
- 2.2 ผู้ผลิตรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* (สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส)
- 2.3 ผู้ผลิตรายการ *ASEAN BEYOND 2015* (สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส)
- 2.4 ผู้ผลิตรายการ *มองโลกแบบวิกรม* (สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3)

ระยะเวลาในการศึกษาในช่วงระหว่าง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2557 รวมระยะเวลา 1 ปี เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทย กำลังเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 และ สื่อมวลชนในประเทศไทย โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ได้หันมานำเสนอเนื้อหาเรื่อง วัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนมากขึ้น รวมทั้งยังเป็นช่วงเวลามากพอในการ ศึกษาเรื่องดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดประเพณีในการเลือกสรร (Selective Tradition)

แนวคิดวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) ของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553) ระบุว่า วัฒนธรรมหมายถึงสิ่งที่ เป็นปกติธรรมดา (culture of the ordinary) วิลเลียมส์ได้

กำหนดเกณฑ์การแบ่งวัฒนธรรมเป็น 2 ประเภท คือ (1) วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ (lived culture) คือ วัฒนธรรมทุกอย่างที่มีอยู่ในช่วงเวลาหนึ่งและในสถานที่หนึ่ง และเฉพาะคนที่มีชีวิตอยู่ในช่วงเวลาและสถานที่นั้นเท่านั้น (2) วัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ (recorded culture) คือ บางส่วนเสี้ยวของวัฒนธรรมที่มีชีวิตในกลุ่มแรก และได้รับการบันทึกหรือผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดต่อมา

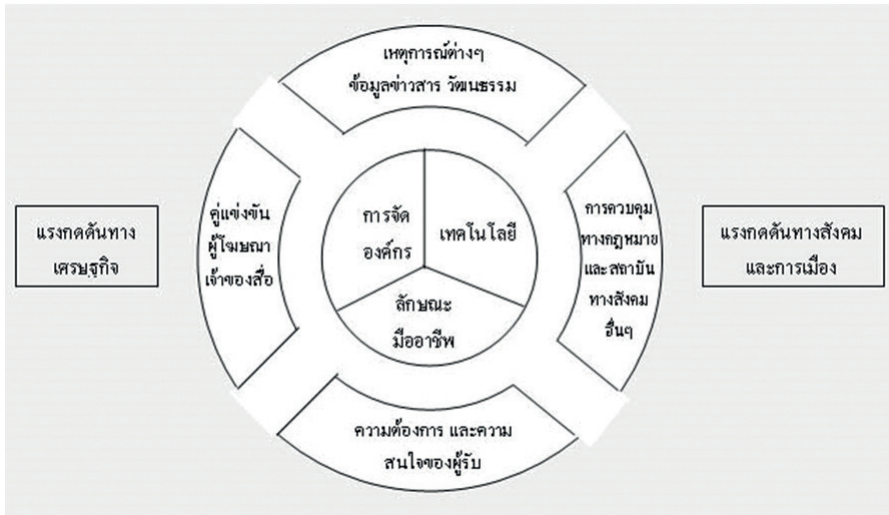
เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ เชื่อว่า วัฒนธรรมได้รับการบันทึกไว้ เป็นส่วนหนึ่งของ ประเพณีในการเลือกสรร (selective tradition) ให้วัฒนธรรมยังอยู่สืบทอดต่อไป การดำเนินชีวิตประจำวันของคนเราในทุกวันจะมีวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลา แต่ประเพณีในการเลือกสรรจะทำหน้าที่คัดเลือกและกลั่นกรอง วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นหรือเคยมีอยู่แล้วบางอย่างเท่านั้นมาผลิตซ้ำขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง ให้สามารถมีชีวิตยืนยาวต่อไป หรือวัฒนธรรมบางอย่างจะถูกทำให้กลายเป็น วัฒนธรรมที่ถูกบันทึกไว้ ในขณะที่วัฒนธรรมที่ไม่ได้รับการคัดเลือกจะหมดความสำคัญ หายสูญหายไปตามกาลเวลา และที่สำคัญ ประเพณีในการเลือกสรรนี้มักจะมีผลประโยชน์บางอย่างแอบแฝงอยู่เบื้องหลังเสมอ เช่น ผลประโยชน์ทางชนชั้น ผลประโยชน์ทางสุนทรียะ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจการเมือง

การศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่คัดเลือกให้บันทึกไว้ในรูปแบบรายการสารคดีทางโทรทัศน์ในครั้งนี้ นับเป็นกระบวนการผลิต/ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural production/reproduction) ผ่านประเพณีในการเลือกสรร จึงต้องวิเคราะห์ด้วยการตั้งคำถามในการศึกษาว่า มีเนื้อหาวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ถูกคัดเลือกเพื่อสืบทอดไว้ กระบวนการคัดเลือกนั้นทำอย่างไร และทำไมสื่อมีหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขอะไรที่ทำให้วัฒนธรรมนั้นจึงได้ผ่านการคัดเลือกให้ผลิตซ้ำเอาไว้

2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรผู้ผลิตสื่อ ภายใต้แรงผลักดันทางสังคม

Denis McQuail (2000) กล่าวว่า สื่อมวลชนที่ดำเนินงานในลักษณะองค์กรธุรกิจ ต้องดำเนินอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันต่างๆ ทางสังคม (social pressure) ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ (economic pressure) การเมือง (political pressure) ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนแรงผลักดันภายในองค์กรเอง ซึ่งแรงผลักดันเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน จากแนวคิดของ McQuail สามารถแสดงเป็นภาพได้ดังนี้

ภาพที่ 2: แสดงแนวคิดเรื่อง องค์กรผู้ผลิตสื่อภายใต้แรงผลักดันทางสังคม



ที่มา: พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์ (2553: 21)

George Gerbner (1969 quoted in McQuail, 2000) กล่าวว่า สื่อมวลชนดำเนินการภายใต้แรงกดดันจากบทบาทของพลังต่างๆ จากภายนอก เช่น ลูกค้าหรือนักโฆษณา คู่แข่งจากสื่ออื่น ผู้มีอำนาจ โดยเฉพาะทางด้านกฎหมายและการเมือง นักวิชาการ สถาบันอื่นๆ ในสังคม รวมถึงตัวผู้รับสาร

Patrick Hendrick (1995) ให้ความสนใจที่โครงสร้างของอุตสาหกรรมสื่อนโยบายของรัฐ และแรงผลักดันต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อตลาด มีแนวคิดที่ว่าองค์กรผู้ผลิตเป็นส่วนหนึ่งของหลายๆ องค์กรในระบบขององค์กรสื่อ ที่มีผลกระทบกับโครงสร้างของระบบและสภาวะแวดล้อม ขณะเดียวกัน องค์กรผู้ผลิตก็ได้รับผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมนั้นๆ เช่นกัน ทำให้องค์กรผู้ผลิตสื่อพัฒนาศักยภาพและปรับเปลี่ยนความสามารถเพื่อรับมือกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรผู้ผลิตสื่อภายใต้แรงผลักดันทางสังคม ช่วยทำความเข้าใจภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทไม่ใช่เรื่องแต่งบนหน้าจอโทรทัศน์ หรือรายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนของสถานีโทรทัศน์ในแต่ละประเภท

3. แนวคิดรายการโทรทัศน์ประเภทเรื่องจริง

ประเภทของรายการโทรทัศน์มีการจัดแบ่งประเภท (genre) ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ประเภทบันเทิง (light entertainment) (2) ประเภทเรื่องแต่ง

(fiction) (3) ประเภทเรื่องจริง (non-fiction) โดยรายการโทรทัศน์ประเภทเรื่องจริงยังประกอบด้วยรูปแบบรายการ 2 ประเภทคือ รายการข่าว (news) และรายการสารคดี (documentary/feature)

สารคดีเป็นรายการที่นำเสนอข้อเท็จจริง (fact) ของสิ่งต่างๆ ในแง่มุมที่น่าสนใจเพื่อให้ความรู้ ข้อเท็จจริง โดยกรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์ (2555) ระบุว่า หัวใจสำคัญของรายการสารคดีคือความพยายามที่จะนำเสนอเอกสาร หลักฐาน หรือบันทึกต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายหรือบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ อย่างเป็นกลางปราศจากการเสริมแต่งเรื่องโดยใช้จินตนาการ ทำให้ข้อมูลเป็นที่เชื่อถือได้

ที่สำคัญคือ แม้รายการสารคดีจะนำเสนอข้อเท็จจริง แต่ในกระบวนการผลิตสารคดียังมีการคัดเลือก จัดลำดับ ออกแบบสาร ผ่านมุมมองของผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นจุดยืนที่ซ่อนเร้นอยู่ จนทำให้ผู้ชมอาจมองข้ามในประเด็นนี้ เพราะยึดในหลักการว่าสารคดีมุ่งนำเสนอข้อเท็จจริง หรือเรื่องราว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง อย่างเป็นกลาง

แนวคิดรายการโทรทัศน์ประเภทเรื่องจริง นำไปใช้เป็นกรอบในการศึกษาเนื้อหา รายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน

4. แนวคิดเรื่องภูมิหลังและพัฒนาการอาเซียน

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 โดยสมาชิก 5 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ร่วมลงนามในปฏิญญาอาเซียน หรือรู้จักในชื่อปฏิญญากรุงเทพ และต่อมาได้ขยายตัว มีสมาชิกเพิ่มขึ้นอีก 5 ประเทศตามลำดับ คือ บรูไนดารุสซาลาม เวียดนาม พม่า ลาว และกัมพูชา จนมีสมาชิกในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ครบ 10 ประเทศ

วัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้งประชาคมอาเซียนคือ การส่งเสริมความร่วมมือและความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ การเมือง ความมั่นคงในภูมิภาค และสังคม วัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายจะก้าวไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 ประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ได้แก่ (1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน หรือ ASEAN Political-Security Community: APSC (2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community: AEC และ (3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน หรือ ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC (กรมอาเซียน, 2556)

งานศึกษาสามทศวรรษอาเซียนของพิษณุ สุวรรณะชฎ (2540) ระบุว่า การก่อตั้งอาเซียนในปี พ.ศ. 2510 นั้น แรกเริ่มมีมูลเหตุทางการเมืองเป็นปัจจัยที่สำคัญอยู่เบื้องหลัง ความหวาดวิตกของแต่ละชาติต่อความมั่นคงของรัฐ ตลอดจนความปรารถนาที่จะดำรงไว้ซึ่งเอกราชและความมั่นคงในชาติ หลังจากการได้รับ

เอกราช และการเผชิญปัญหาคอมมิวนิสต์ เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้แต่ละชาติพยายามสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างประเทศ

ต่อมา เมื่อปัญหาเรื่องคอมมิวนิสต์สิ้นสุด สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศต่างๆ ในอาเซียนเริ่มคลี่คลาย อาเซียนได้เริ่มให้ความสำคัญเรื่องความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ เห็นได้จากการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 3 ณ กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ ในปี 2530 มหาเธร์ โมฮัมหมัด นายกรัฐมนตรีมาเลเซีย ได้ย้าปัญหาเศรษฐกิจของอาเซียนในภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย ขณะที่ ลี กวน ยู นายกรัฐมนตรีสิงคโปร์ มุ่งประเด็นเศรษฐกิจและแสดงความยินดีต่อการที่อาเซียนได้กำหนดมาตรการทางใหม่ด้านการค้าและการลงทุน (พิษณุ สุวรรณะชฎ, 2540: 89)

ประเด็นด้านวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนนั้น ธงชัย วินิจจะกุล มองว่า ความรู้เกี่ยวกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน จะเป็นความรู้ที่มองเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในฐานะทรัพยากร เป็นจุดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ มองภูมิภาคนี้ในเชิงวัฒนธรรมว่า วัฒนธรรมอาเซียนเป็นสังคมย้อนยุค เป็นอดีต เป็นธุรกิจ ถวิลหาอดีต เห็นวัฒนธรรมเป็นสินค้า ความรู้ที่สนใจที่กำลังสนใจสร้างเกี่ยวกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้านหนึ่งคือเรื่องเศรษฐกิจ อีกเรื่องคือวัฒนธรรมในเชิงที่เป็นสินค้า (อัมพร จิรัฐติกร, 2543: 38)

แนวคิดเรื่องภูมิหลังและพัฒนาการอาเซียน สามารถนำไปปรับใช้เป็นกรอบในการศึกษาเนื้อหารายการประเภทสารคดีโทรทัศน์ ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษากระบวนการผลิตเนื้อหาของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ในประเทศไทยที่นำเสนอด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม 2556 ถึงมิถุนายน 2557 รวมระยะเวลา 1 ปี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีโทรทัศน์แบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ตามประเภทการประกอบการหรือองค์ประกอบระบบกรรมสิทธิ์และความเป็นเจ้าของสื่อ (media ownership) ได้เป็นรายการสารคดีโทรทัศน์ 4 รายการที่ออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ 3 ประเภท เพื่อนำมาศึกษากระบวนการผลิตรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน ดังนี้

- 1) รายการ ASEAN STORY ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที (สถานีโทรทัศน์ของรัฐ)

- 2) รายการ *ASEAN BEYOND 2015* ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (สถานีโทรทัศน์สาธารณะ)
- 3) รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (สถานีโทรทัศน์สาธารณะ)
- 4) รายการ *มองโลกแบบวิกรม* ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 (สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ)

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัย 3 ลักษณะในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

1) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) ผู้วิจัยใช้อุปกรณ์บันทึกเสียงสัมภาษณ์ บันทึกบทสนทนาของผู้ผลิตรายการสารคดีในสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภทที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนจำนวน 4 คน ได้แก่

- 1.1) อติศักดิ์ ศรีสม กรรมการผู้จัดการ บริษัท เบิร์ด อาย วิว เน็ตเวิร์ค ผู้ผลิตรายการ *ASEAN STORY*
- 1.2) พรณี รุ่งสว่าง หัวหน้าแผนกข่าวชาวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ผู้ผลิตรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์*
- 1.3) บัณฑิต ลุนทา กรรมการผู้จัดการ บริษัท พาราไดซ์ล มีเดีย จำกัด ผู้ผลิตรายการ *ASEAN BEYOND 2015*
- 1.4) ปาจริย์ แสงแก้ว โปรดิวเซอร์ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ผู้ผลิตรายการ *มองโลกแบบวิกรม*

2) การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) กลุ่มตัวอย่างรายการประเภทสารคดีทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ของไทยแต่ละประเภท ได้แก่ บริการของรัฐ บริการสาธารณะ และบริการธุรกิจ เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นแนวโน้มของการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนในสื่อโทรทัศน์แต่ละประเภท โดยใช้หน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) ในระดับรายเนื้อเรื่อง (theme) ใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ด้านจุดยืนในการเล่าเรื่องของผู้ผลิตทั้ง 4 รายการ โดยวิเคราะห์ส่วนต่างๆ ได้แก่ แนวคิดของรายการ ต้นเรื่องของรายการ ประเด็นการนำเสนอ แก่นเรื่อง พิธีกร เสียงบรรยาย การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องสถานที่ถ่ายทำ

3) ศึกษาเอกสาร หนังสือ รายงานประจำปี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการคัดเลือกและการนำเสนอข่าวสาร การวิเคราะห์เนื้อหา และอาเซียนศึกษา โดยผู้วิจัยจะอ่านและเลือกเก็บข้อมูลประเภทเอกสารที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัยทั้งหมด นำมาจัดลำดับความเกี่ยวพัน แยกประเภทข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกในการนำเอกสารไปใช้งาน

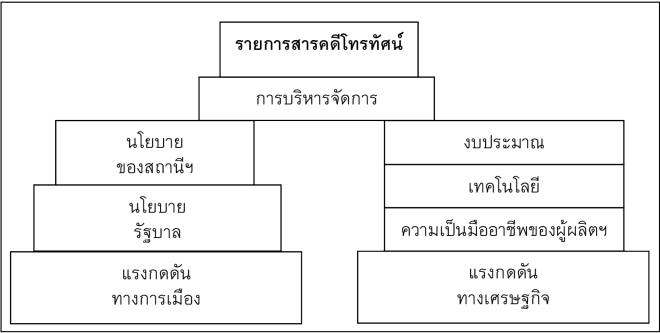
การเก็บข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของข้อมูลทั้งหมด โดยนำข้อมูลที่ได้จากแต่ละแหล่ง คือ ข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหา ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ และข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร มาตรวจสอบกันเอง (cross-check) เพื่อยืนยันว่าข้อมูลได้มีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษา

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 รายการประเภทสารคดีทางโทรทัศน์ในประเทศไทยมีปริมาณและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างไร

การผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์เป็นกระบวนการที่สื่อมวลชนผู้ผลิตจำเป็นต้องดำเนินการภายใต้แรงผลักดันทางสังคม ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และแรงผลักดันภายในองค์กร ซึ่งล้วนกำหนดนโยบายและพัฒนากิจการดำเนินงานขององค์กรผู้ผลิต เพื่อเพิ่มศักยภาพ ปรับเปลี่ยนความสามารถทั้งภายในและภายนอกเพื่อรับมือกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

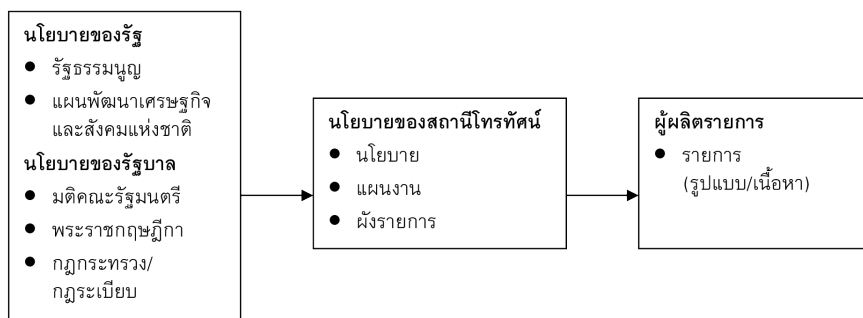
ภาพที่ 3: ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันในการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ของผู้ผลิตรายการสารคดี



ปัจจัยภายนอกที่เป็นแรงกดดันและมีผลมากที่สุด ต่อการกำหนดกระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน คือ แรงผลักดันทางการเมือง (political pressure) กล่าวคือ นโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ให้ความสำคัญต่อการรวมตัว และการเปิดตัวประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการในช่วงปลายปี 2558 กำหนดเป็นนโยบายสำคัญระดับชาติ เพราะเมื่อการเปิดประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการ จะเกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานและงบประมาณ ส่งผลต่อชีวิตของคนทั่วทั้งภูมิภาค

ผลักดันให้สถานีโทรทัศน์ทุกประเภทให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว กำหนดเป็นนโยบายของสถานีให้มีการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร สารความรู้ และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้ เข้าใจ และเกิดความรู้เกี่ยวกับอาเซียนตามไปด้วย โดยสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภทให้ความเข้มข้นในเชิงนโยบายที่กำหนดการนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนมากน้อยต่างกัน

ภาพที่ 4: ทิศทางนโยบายรัฐสู่การกำหนดนโยบายและการผลิตรายการสารคดีของผู้ผลิตสื่อภายใต้แรงผลักดันทางสังคม



ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์เริ่มมาจากนโยบายการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของรัฐ ที่ขับเคลื่อนสู่นโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละรูปแบบให้หันมาให้ความสำคัญต่อการผลิตรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนในระดับความเข้มข้นแตกต่างกัน กล่าวคือ สถานีโทรทัศน์ของรัฐและสถานีโทรทัศน์สาธารณะให้ความสำคัญมาก มีการดำเนินการเป็นรูปธรรมผ่านการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรลงในนโยบายของสถานี ระบุให้มีการนำเสนอประเด็นเรื่องประชาคมอาเซียนในรายการของสถานี และปรับผังรายการเพิ่มสัดส่วนรายการที่เกี่ยวกับอาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

ประเภทของสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทย

ผู้วิจัยสำรวจผังรายการของสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินที่เป็นสถานีโทรทัศน์เครือข่ายระดับชาติ จำนวน 6 สถานี ตามระยะเวลาในการศึกษา คือ ช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม 2556 ถึงมิถุนายน 2557 รวมระยะเวลา 1 ปี พบว่า สถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 สถานี มีการออกอากาศรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทยในกลุ่มอาเซียน จำนวน 10 รายการ

ตารางที่ 1: รายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่น่าเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน

รายการ	สถานีโทรทัศน์	ความยาว	วันที่ออกอากาศ	เวลาออกอากาศ
1. มองโลกแบบวิกรม	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3	5 นาที	จันทร์-ศุกร์	05.45-05.50 น.
2. ที่นี้อาเซียน	สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5	25 นาที	พุธ	14.05-14.30 น.
3. เปิดประตูสู่อาเซียน	สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	5 นาที	จันทร์-ศุกร์	ข่าวภาคค่ำ (19.00-20.00 น.)
4. อาเซียนเป็นหนึ่งใน		5 นาที	จันทร์-ศุกร์	ข่าวภาคค่ำ (19.00-20.00 น.)
5. เปิดโลกอาเซียน	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที	25 นาที	อังคาร	13.00-13.25 น.
6. สีสันอาเซียน		25 นาที	ศุกร์	13.00-13.25 น.
7. I am in ASEAN		25 นาที	จันทร์-ศุกร์	18.00-18.25 น.
8. ASEAN Story		25 นาที	อาทิตย์	15.30-15.55 น.
9. ASEAN Beyond 2015	สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	55 นาที	ศุกร์	20.20-21.15 น.
10. เปิดม่านอุษาคเนย์		25 นาที	อาทิตย์	22.30-22.55 น.

จากการศึกษาวันและเวลาออกอากาศของรายการสารคดีตามตารางที่ 1 พบข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ

1) รายการสารคดีที่ผลิตและออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (สถานีโทรทัศน์สาธารณะ) มีจำนวนเพียง 2 รายการ แต่ให้ความสำคัญผ่านการจัดวางในผังรายการช่วง prime time ส่วนรายการสารคดีของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที (สถานีโทรทัศน์ของรัฐ) มีจำนวนการออกอากาศมากที่สุด และกำหนดการออกอากาศทั้งช่วง prime time และ non-prime time สำหรับรายการสารคดีที่ผลิตและออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 (สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ) บรรจุในผังรายการช่วง non-prime time เป็นหลัก ส่วนสารคดีอาเซียนที่ผลิตโดยฝ่ายข่าวจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจ นำไปออกอากาศในรายการข่าวตามผังรายการของรายการข่าวภาคค่ำที่เป็นช่วง prime time

2) ประเภทของสถานีโทรทัศน์มีผลต่อความยาวของรายการสารคดีที่ผลิตและออกอากาศ กล่าวคือ สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจให้เวลากับรายการที่นำเสนอประเด็นวัฒนธรรมอาเซียนค่อนข้างน้อย โดยรายการสารคดีอาเซียนที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ มีเวลาออกอากาศ 5 นาที ต่อตอน ขณะที่สถานีโทรทัศน์ของรัฐและสถานีโทรทัศน์สาธารณะให้เวลารายการสารคดีอาเซียนความยาวตอนละ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จึงทำให้เห็นได้ชัดเจนว่า สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจให้พื้นที่กับประเด็นวัฒนธรรมอาเซียนน้อยมาก

หาใช้ปัจจัยการกำหนดช่วงเวลาการออกอากาศรายการสารคดีข้างต้นที่บรรจุในผังรายการของสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภทเป็นตัวบ่งชี้การให้ความสำคัญต่อรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน จะพบว่า สถานีโทรทัศน์สาธารณะให้ความสำคัญกับรายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศในอาเซียนมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ของรัฐ และสถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ ตามลำดับ

รูปแบบการนำเสนอ ประเด็น และเนื้อหาวัฒนธรรมของประเทศอาเซียนในรายการสารคดีทางโทรทัศน์

รูปแบบการนำเสนอประเด็นและเนื้อหารายการสารคดีทางโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนมีเอกลักษณ์เหมือนกับสารคดีโดยทั่วไป คือ มุ่งนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง (fact) ของชีวิตคน สัตว์ เหตุการณ์ สิ่งของ ในช่วงเวลาหนึ่ง ด้วยความจริงจัง (seriousness) เพื่อให้ความรู้ทั่วไป (general knowledge) กับผู้ชมในเรื่องหนึ่งๆ

สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีนโยบายในการนำเสนอรายการเกี่ยวกับอาเซียนต่างกัน รูปแบบการนำเสนอของรายการจึงเป็นไปตามนโยบายของสถานีโทรทัศน์นั้นๆ ผู้วิจัยสำรวจเอกสารรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีของสถานีโทรทัศน์ ข้อมูลจากเว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์ รวมถึงเอกสารทางวิชาการ ระบุนโยบาย วิสัยทัศน์ เป้าหมาย/พันธกิจ และแผนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการนำเสนอเนื้อหาด้านอาเซียนของแต่ละสถานี ตามนโยบายของรัฐและสภาวะแวดล้อม ไว้ดังนี้

1) สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ มีกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ดำเนินกิจการโดยบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ภายใต้กลุ่มบริษัท บีอีซีวีเวิลด์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นใหญ่โดยกลุ่มมาลิ้นท์ รับสัมปทานการดำเนินสถานีโทรทัศน์จากบริษัท อ.สม.ท. จำกัด (มหาชน) วางนโยบายในปี 2556 ตามข้อมูลจากหนังสือ *ครบรอบ 43 ปี สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3* (2556) กำหนดเป้าหมาย “ก้าวสู่มาตรฐานสากล” เป็นปีที่ 2 ตามที่ได้ตั้งไว้ตั้งแต่ปี 2555

เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในทุกส่วนของรายการข่าว และผลิตรายการเกี่ยวกับอาเซียนตามนโยบาย “ก้าวสู่มาตรฐานสากล” จำนวน 3 รายการ แบ่งเป็นรายการของสถานีฯ โดยทีมงานฝ่ายข่าวเป็นผู้ผลิตเอง จำนวน 2 รายการ คือ รายการ *Asia Connect* และ *จอโลกเศรษฐกิจ* ออกอากาศในช่วงข่าว และรายการที่จ้างผู้ผลิตจากภายนอกผลิต 1 รายการ คือ *มองโลกแบบวิกรม* ผลิตโดยบริษัทพานอรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด

2) สถานีโทรทัศน์ของรัฐ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที เป็นส่วนราชการระดับกองในสังกัดของกรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานรัฐมนตรี มีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้กำกับดูแล มอบหมายนโยบาย สั่งการ มายังอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์และผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที อย่างเป็นลำดับขั้นตอน โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการรวมตัวกันของประชาคมอาเซียน ทำให้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที หันมาให้ความสำคัญในการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร สารความรู้ และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เข้าใจเกี่ยวกับอาเซียนตามพันธกิจที่ตั้งไว้ โดยผลการศึกษาของทิพย์สุตา ซาดี (2555: 29-30) ระบุว่าในช่วง 2 เดือน คือ ธันวาคม 2544 และมกราคม 2555 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที (NBT) มีการเพิ่มสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียนขึ้นมากที่สุดอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่อดิศักดิ์ ศรีสม ผู้ผลิตรายการ *ASEAN STORY* พูดถึงนโยบายการนำเสนอรายการสารความรู้เกี่ยวกับอาเซียนในสถานีโทรทัศน์ของรัฐแห่งนี้ว่า “ทางสถานีฯ ให้ความสำคัญในเรื่องอาเซียนอย่างชัดเจน นโยบายช่องบอกว่าพื้นที่ตรงนี้ถูกกันไว้สำหรับรายการประเภทอาเซียน” (อดิศักดิ์ ศรีสม, สัมภาษณ์, 2 กรกฎาคม 2557)

3) สถานีโทรทัศน์สาธารณะ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ดำเนินกิจการโดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) มีพันธกิจในการผลิตรายการ ให้บริการข่าวสาร ความรู้ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์การ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย [ส.ส.ท.], 2557: 14-15) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสจัดทำรายการประจำปีอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อเชื่อมโยงในเชิงข้อมูล กรอบแนวคิด และแนวทางการปฏิบัติงานกับแผนอื่นๆ ขององค์การ อันได้แก่ แผนบริหารกิจการ แผนพัฒนาองค์กร แผนพัฒนาบุคลากร และแผนการเงิน (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย [ส.ส.ท.], 2556: 138) โดยแผนงานจัดทำรายการประจำปี 2556 และ 2557 ให้ความสำคัญกับประเด็นการ

เข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีการระบุถึงให้การศึกษาและสร้างความเข้าใจในเรื่องการรวมกลุ่มเป็นประชาคมของชาติอาเซียน ให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ผู้นำวิถีชีวิต และผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในการรวมกลุ่มเป็นประชาคมอาเซียน เขียนแผนการผลิตและจัดหารายการสารคดีให้จัดหาผู้ผลิตสารคดีคุณภาพภายในประเทศ มีแนวทางเผยแพร่สารคดีมีคุณภาพอย่างเข้มข้นในช่วงเวลาที่ดีที่สุดบนผังรายการ มีกระบวนการควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่การค้นคว้าข้อมูลที่เป็นระบบ การวางแผนการถ่ายทำ การทำบทที่รอบด้าน ถูกต้องตามหลักวิชาการ และการติดต่อและจัดทำเสียงประกอบที่มีมาตรฐานสูง ใช้อ้างอิงได้ โดยนำเสนอสารคดีเกี่ยวกับวิถีชีวิตประชาชนอาเซียน ที่เชื่อมโยงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสผลิตและเผยแพร่สารคดีที่นำเสนอเรื่องประชาคมของชาติอาเซียน จำนวน 2 รายการในช่วงปี 2556-2557 คือ (ก) รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* เป็นการร่วมมือของสถานีไทยพีบีเอสและกระทรวงวัฒนธรรม โดยมอบหมายให้แผนกข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง สังกัดสำนักข่าว เป็นผู้ผลิต และ (ข) รายการ *ASEAN BEYOND 2015* ผลิตโดยการว่าจ้างผู้ผลิตอิสระ

อย่างไรก็ตาม การศึกษาข้อมูลจากตัวเทปรายการของกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีที่ออกอากาศทั้ง 4 รายการ พบว่า รูปแบบที่นำเสนอของรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน มีการใช้พิธีกรประจำรายการพูดโปรยประเด็นของเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอนให้ผู้ชมได้ทราบ แล้วจึงนำเข้าสู่เนื้อหาของสารคดีที่นำเสนอเรื่องราวผ่านภาพเหตุการณ์และเสียงบรรยายหรือบางรายการเลือกใช้พิธีกรลงไปตามดำเนินเรื่องในเนื้อสารคดีด้วย และปิดท้ายด้วยการสรุปสาระสำคัญของพิธีกรที่มีต่อประเด็นของเรื่องที่น่าสนใจในตอนนั้นๆ ส่วนการนำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นไปตามแนวคิดและภูมิหลังประสบการณ์ที่แตกต่างกันของผู้ผลิตรายการแต่ละรายการ ส่งผลให้การนำเสนอรายการสารคดีออกมาเป็น 3 ลักษณะ คือ (ก) ผู้ผลิตที่มีพื้นความรู้ เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เลือกนำเสนอประเด็นและเนื้อหารายการที่เจาะลึกเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของแต่ละสังคม หรือ (ข) เลือกนำเสนอประเด็นและเนื้อหารายการเชื่อมโยงมิติวัฒนธรรมไปเกี่ยวข้องกับมิติการเมืองและเศรษฐกิจ และ (ค) ผู้ผลิตที่พอมิพื้นความรู้ด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จึงเลือกนำเสนอประเด็นและเนื้อหาในกรอบเสาหลักที่สามของประชาคมอาเซียน คือประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ที่มีเนื้อหากว้างขวางกว่าแค่เรื่องวัฒนธรรม ครอบคลุมประเด็นเรื่องสังคมด้วย ได้แก่ การพัฒนามนุษย์ การคุ้มครองและสวัสดิการสังคม สิทธิ

และความยุติธรรมทางสังคม ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างอัตลักษณ์ อาเซียนและการช่องว่างทางการพัฒนา

ลักษณะที่หนึ่ง การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ ด้านวัฒนธรรมที่เลือกนำเสนอเฉพาะมิติวัฒนธรรม เพื่อทำความเข้าใจเพื่อนบ้าน ในอาเซียน ผ่านวัฒนธรรมในเชิงวิถีชีวิต ประเพณี ให้เห็นประชาชนคนเล็กคนน้อย ที่เป็นตัวแทนของพลเมืองในประเทศนั้นๆ เช่น รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์*

ลักษณะที่สอง การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ ด้านวัฒนธรรมที่นำเสนอมิติวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงสู่มิติการเมืองและ เศรษฐกิจ เพื่ออธิบายเหตุการณ์ครอบคลุมได้หมดทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม เช่น รายการ *ASEAN STORY*

ลักษณะที่สาม การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาเชื่อมโยงมิติสังคมวัฒนธรรม กับมิติการเมืองและเศรษฐกิจ ให้ผู้ชมได้เข้าใจสถานการณ์แห่งการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของประชาคมอาเซียน และส่งผลกระทบต่อการดำเนิน ชีวิตของประชาชนที่อยู่ในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ เช่น รายการ *มองโลกแบบวิกรม* และรายการ *ASEAN BEYOND 2015*

ปัญหาคำวิจัยข้อที่ 2 รายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีในสถานีโทรทัศน์ของ ประเทศไทยแต่ละประเภท นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่ม อาเซียนในทิศทางใด

ทิศทางการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของ ประเทศไทยในกลุ่มอาเซียน

1) สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ หรือสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มุ่งเน้น การหารายได้จากการขายโฆษณา ผู้บริหารของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีความสัมพันธ์อันดีกับ และเห็นถึงศักยภาพความรอบรู้ด้านอาเซียนของวิกรม กรมดิษฐ์ จึงติดต่อให้มาดำเนินรายการ *มองโลกแบบวิกรม* รายการสารคดีโทรทัศน์ ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียน โดยว่าจ้างผู้ผลิตอิสระภายนอก บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด องค์กรที่เกิดจากกลุ่มคนทำสารคดีมีอาชีพ และเป็นบริษัท แรกที่บุกเบิกการผลิตสารคดีส่งออกสู่ต่างประเทศและส่งสารคดีขายต่างประเทศ อย่างต่อเนื่องเป็นทีมผลิตรายการ โดยจ่ายค่าจ้างผลิตเป็นรายตอน

การบริหารจัดการด้านการผลิตรายการ *มองโลกแบบวิกรม* ระหว่างสถานีกับ ผู้ผลิต เป็นแบบ 2 ระดับควบคู่กันไป กล่าวคือ แนวทางของรายการในระดับภาพ รวม ระดับผู้บริหารของสถานีจะติดต่อพูดคุยกับวิกรม กรมดิษฐ์ ว่าต้องการให้ รายการนำเสนออย่างไร และในระดับผู้ปฏิบัติงานคือ ฝ่ายการตลาดของสถานีจะ

ประสานงานกับโปรดิวเซอร์ของรายการที่เป็นพนักงานของบริษัท พาโนรามา เวิร์ดไวด์ จำกัด ในรายละเอียดแต่ละตอนที่ผลิต

2) สถานีโทรทัศน์ของรัฐ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที ผู้วิจัยศึกษารายการ *ASEAN STORY* ที่ผลิตโดยบริษัท เบิร์ด อาย วิว เน็ตเวิร์ค จำกัด พบว่า รายการ *ASEAN STORY* ปรับรูปแบบและเนื้อหาจากรายการที่มีอยู่แต่เดิม คือ รายการประวัติศาสตร์นอกตำรา ที่นำเสนอเรื่องราวประวัติศาสตร์แบบเกร็ดเล็กเกร็ดน้อย มานำเสนอใหม่เป็นเรื่องราวความเชื่อมโยงของประเทศสมาชิกอาเซียนที่เกิดขึ้นจากอดีต สู่ปัจจุบัน และแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต โดยทางสถานีเป็นผู้จ่ายค่าจ้างผลิตเป็นรายตอน ให้บริษัท เบิร์ด อาย วิว เน็ตเวิร์ค จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการ

อดิศักดิ์ ศรีสม ให้ข้อมูลการผลิตรายการนี้ว่า ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที ให้แนวทางของรายการในระดับภาพรวมว่า ต้องการให้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาเซียนเพื่อออกอากาศในพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นรายการเกี่ยวกับอาเซียน จากนั้นอดิศักดิ์ ผู้มีภูมิหลังเป็นผู้สื่อข่าว ผู้รายงานข่าว ผู้ผลิตรายการด้านวัฒนธรรมอาเซียน จึงอาศัยคลังข้อมูลด้านวิชาการสำหรับการผลิตรายการ คือ เครือข่ายนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ นักวิชาการด้านอาเซียนศึกษา สมฤทธิ์ ลือชัย นักสื่อสารมวลชน นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ และอัครพงษ์ คำคุณ ผู้ช่วยคณบดีวิทยาลัยนานาชาติปริดี พนมยงค์ มาเป็นที่ปรึกษาแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และหนังสือ ตำราเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่สะสมไว้จากการผลิตรายการ *ประวัติศาสตร์นอกตำรา* มาจับประเด็นเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นในภูมิภาคอาเซียน เชื่อมโยงเนื้อหาด้านวัฒนธรรมในภูมิภาคอาเซียน ที่รับและส่งอารยธรรมจากพื้นที่หนึ่งไปสู่อีกพื้นที่หนึ่งผ่านการเคลื่อนย้ายคน เป็นประเด็นการนำเสนอในรายการ

3) สถานีโทรทัศน์สาธารณะ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีการผลิตรายการโทรทัศน์นำเสนอเรื่องอาเซียน เป็น 2 ส่วน คือ

- ก) การผลิตรายการสารคดี *เปิดม่านอุษาคเนย์* ที่ทีมงานของสถานีโทรทัศน์ คือ แผนกข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงเป็นผู้ผลิตรายการเอง มีการดำเนินการและบริหารจัดการตามนโยบายสถานี โดยได้รับงบประมาณจากกระทรวงวัฒนธรรมในฐานะหน่วยงานผู้สนับสนุนรายการ
- ข) การผลิตสารคดีทางโทรทัศน์ รายการ *ASEAN BEYOND 2015* โดยสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นผู้ว่าจ้างบริษัท พาราดิซัล มีเดีย จำกัด ผู้ผลิตอิสระภายนอกที่เคยผลิตรายการต่างๆ เช่น รายการ *กิน อยู่* คือ รายการ *คุยกับแพะ* รายการ *รอบรู้โลกวิทยาศาสตร์* เป็นต้น

ทำให้เข้าใจนโยบายและแนวทางการเป็นสื่อสาธารณะของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นอย่างดี มาเป็นผู้ผลิตรายการ ASEAN BEYOND 2015 โดยจ่ายค่าจ้างผลิตเป็นรายตอน

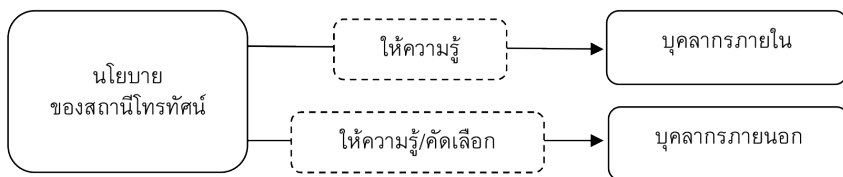
จากแนวทางข้างต้นจะเห็นได้ว่า คน (man) หรือทีมผลิตเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะสารคดีเป็นรายการที่นำเสนอข้อเท็จจริง (fact) ของสิ่งต่างๆ ในแง่มุมที่น่าสนใจ โดยพยายามนำเสนอเอกสารหลักฐาน หรือบันทึกต่างๆ (document) เพื่ออธิบายหรือบอกเล่าเรื่องราวอย่างเป็นกลาง ปราศจากการเสริมแต่งเรื่องโดยใช้จินตนาการ ทำให้ข้อมูลต่างๆ เป็นที่เชื่อถือได้ (กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์, 2555: 9) รายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนแต่ละรายการ จะนำเสนอไปในแนวทางไหน จึงขึ้นอยู่กับตัวผู้ผลิตสารคดีที่จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการผลิตรายการ และมีองค์ความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนในมุมของสังคมและวัฒนธรรม

ความเป็นมืออาชีพของผู้ผลิตรายการ สามารถพิจารณาได้ 2 ส่วน คือ

ก) ส่วนที่เกิดจากนโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภท

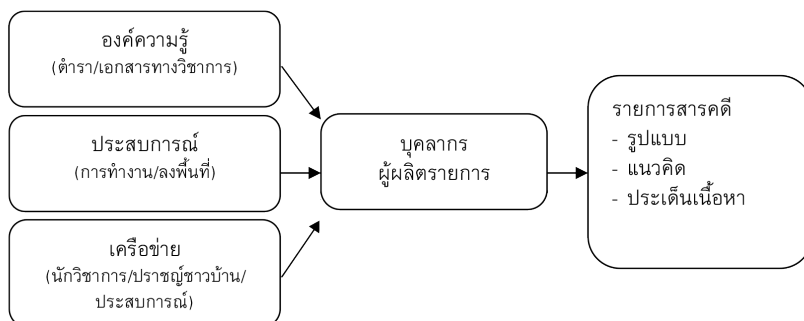
สถานีโทรทัศน์แต่ละประเภทได้กำหนดนโยบาย วางแผนพัฒนาทักษะฝีมือความรู้ ความสามารถ เพื่อยกระดับมาตรฐานวิชาชีพเจ้าหน้าที่ของสถานีและผู้ผลิตภายนอกในหลายรูปแบบ เช่น การสัมมนา การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน และคัดเลือกหรือสรรหาทีมผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านประชาคมอาเซียน

ภาพที่ 5: แนวทางการสร้างความเป็นมืออาชีพในการผลิตรายการสารคดีตามนโยบายของสถานีโทรทัศน์



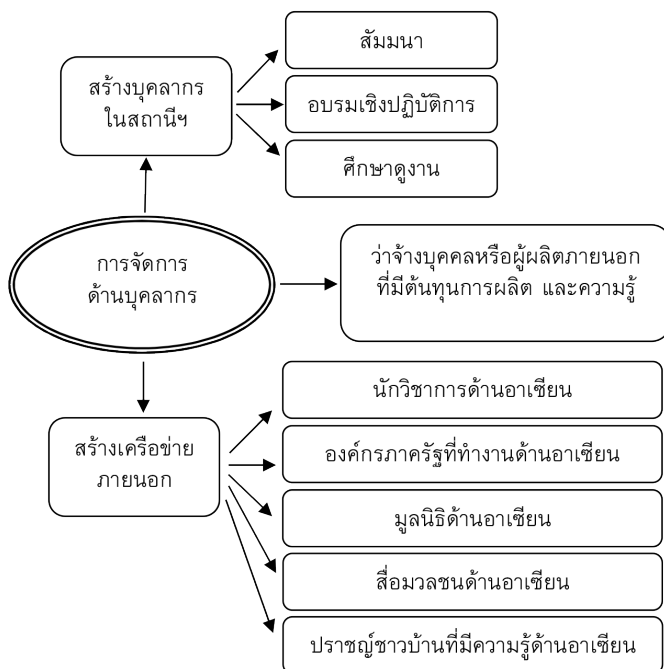
ข) ส่วนที่เกิดขึ้นจากตัวผู้ผลิตสั่งสมองค์ความรู้ผ่านข้อมูลเอกสาร และบุคคลผู้เชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีเครือข่ายแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญและมีผลต่อทิศทางการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน

ภาพที่ 6: แนวทางการสร้างความเป็นมืออาชีพในการผลิตรายการสารคดีจากผู้ผลิตรายการ



การศึกษาค้นพบว่า รายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนมีการผลิตและออกอากาศเป็นปริมาณน้อย อันเป็นผลพวงมาจากจำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศไทยที่มีความรู้ ประสบการณ์ และเครือข่ายด้านวัฒนธรรมมีจำนวนน้อยนั่นเอง

ภาพที่ 7: ภาพการบริหารจัดการบุคลากรในการผลิตรายการสารคดีอาเซียน



การพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างทักษะ ความรู้ ความสามารถ สู่การเป็นมืออาชีพ ในการผลิตรายการที่สร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องประชาคมอาเซียนของสถานี โทรทัศน์ทั้ง 3 ประเภท มีการดำเนินการดังนี้

1) สถานีโทรทัศน์ของรัฐ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที ใช้ การคัดเลือกบุคลากรภายนอกมาผลิตรายการสารคดี โดยจัดพื้นที่สำหรับผู้ผลิต รายการอิสระมาผลิตรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนออกอากาศทาง สถานี ตามนโยบายของสถานี

2) สถานีโทรทัศน์สาธารณะ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ดำเนินกิจการ โดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) มีการ วางนโยบายและแนวทางการดำเนินการเพื่อความเป็นมืออาชีพในการผลิตรายการ และออกอากาศรายการหลายประการ คือ

ก) กำหนดนโยบายประเมินคุณภาพและวัดผลสัมฤทธิ์รายการ โดยออกแบบ และกำหนดแผนงานการประเมินคุณภาพและความนิยมรายการให้ สอดคล้องกับผังรายการ มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการผลิตรายการ อย่างรัดกุม มีการพิจารณาปรับปรุงทุก 3 เดือน (องค์การกระจายเสียง และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย [ส.ส.ท.], 2557: 19)

ข) กำหนดให้รายการสารคดีที่นำเสนอการรวมกลุ่มเป็นประชาคมของชาติ อาเซียน ต้องมีเนื้อหาที่ถูกต้องบนพื้นฐานที่มาจากการศึกษาวิจัย (research-based) สะท้อนอัตลักษณ์สื่อสาธารณะ เป็นผู้ส่วนร่วม สร้าง สังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญา (องค์การกระจายเสียงและแพร่ ภาพสาธารณะ [ส.ส.ท.], 2557: 133)

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในประเด็นนี้คือ รายการ *ASEAN BEYOND 2015* ใช้เนื้อหาข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย (research-based) มาผลิตรายการตาม ที่สถานีโทรทัศน์สาธารณะกำหนด โดยบัณฑิต ลุนหา กรรมการผู้จัดการ บริษัท พาราดิซัล มีเดีย จำกัด กล่าวว่า “สิ่งที่ทำให้ผมทำรายการนี้ได้คือการสนับสนุน ด้านการวิจัยจากทางไทยพีบีเอส คนที่ให้คำตอบเราได้ดี คืองานวิจัย คือการรวบรวม ข้อมูลงานวิจัยต่างๆ มาเป็นเรื่องตัวเลขของคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ช่วยทำให้ข้อมูลรายละเอียดแต่ละประเด็นที่เราจะนำเสนอชัดเจนขึ้น และลดเรื่องการ bias ของข้อมูลที่นำมาใช้ด้วย” (บัณฑิต ลุนหา, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2557)

ค) นโยบายด้านผู้ผลิตอิสระ สถานีโทรทัศน์สาธารณะให้ความสำคัญกับ ความหลากหลาย ไม่ผูกขาด ดำเนินการสรรหาทีมผู้ผลิตที่มีความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้านอย่างโปร่งใส เพื่อให้เหมาะสมกับการผลิตรายการ

- ที่มีกำหนดเนื้อหาเป็นวาระพิเศษ เช่น วาระการรวมกลุ่มเป็นประชาคมของชาติอาเซียนที่จะเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปลายปี 2558 เป็นต้น
- ง) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้วยการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ เพื่อยกระดับมาตรฐานวิชาชีพ ในหลายรูปแบบ เช่น การสัมมนา การ workshop การศึกษาดูงาน และหลักสูตรอื่นๆ

3) สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีโครงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรของสถานี สู่ความเป็นมืออาชีพในสายข่าวเป็นหลัก ตามนโยบายสถานี ที่กำหนดเป้าหมาย “ก้าวสู่มาตรฐานสากล” เพื่อเป็นการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปี 2558 คือ

- ก) โครงการแลกเปลี่ยน contents กับสถานีโทรทัศน์ในประเทศสมาชิก AEC และ 6 ประเทศคู่ค้า เพื่อขยายฐานข้อมูล สร้างคลังข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของประชาคมอาเซียนและประเทศที่เกี่ยวข้อง นำเสนอเนื้อหาของข่าวสารที่แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ให้คนไทยรู้จักอาเซียน และคนอาเซียนรู้จักประเทศไทยในรายการ *ASIA CONNECT*
- ข) โครงการ Young Blood สร้างนักข่าวสายเลือดใหม่ของครอบครัวข่าว 3 ส่งไปประจำในภูมิภาคอาเซียน ลงไปเก็บข้อมูลที่เกิดขึ้นในพื้นที่จริง นำมารายงานเป็นข่าวและความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ของภูมิภาคอาเซียน ให้คนไทยได้รู้จัก AEC มากขึ้น

ขณะเดียวกัน สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ยังมีนโยบายว่าจ้างผู้ผลิตมืออาชีพจากภายนอก มาผลิตรายการสารคดีเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน นับเป็นการใช้กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและพันธมิตรของทางสถานีโทรทัศน์ เพื่อปิดจุดอ่อนและเติมเต็มการผลิตรายการสารคดีอาเซียนที่บุคลากรภายในสถานีไม่มีความเชี่ยวชาญหรือชำนาญ

แนวคิดของรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารสิ่งพิมพ์ สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ และเทปบันทึกการรายการสารคดีทั้ง 4 รายการ พบว่า

1) แนวคิดของรายการ *มองโลกแบบวิกรม*

รายการ *มองโลกแบบวิกรม* นำเสนอมุมมองที่ได้พบเห็นจากกิจกรรมการวาทของวิกรม กรมดิษฐ์ ซึ่งจัดเยือนประเทศต่าง ๆ ในเอเชียอย่างต่อเนื่องทุกปี เลือกรายการมุมมองประชาคมอาเซียน ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มประเทศอาเซียน

และความสัมพันธ์ของอาเซียนกับประเทศอื่นๆ มานำเสนอ เปิดโลกทัศน์ให้คนไทย ตระหนักว่า การดำเนินชีวิตของคนไทยยังมีเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียนที่มีจุดเด่น และจุดด้อยที่แตกต่างกัน และสามารถนำมาวิเคราะห์ปรับใช้เพื่อให้ประเทศไทย อยู่ในประชาคมอาเซียนได้อย่างเท่าเทียมประเทศอื่นๆ

รูปแบบของรายการ *มองโลกแบบวิกรม* ใช้การเปิดรายการด้วยพิธีกร ประจำรายการ คือ วิกรม กรมดิษฐ์ พุดโปรยประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอนให้ผู้ชมทราบเนื้อหาในตอนนั้นๆ เกี่ยวกับประเทศไหน ในแง่มุมด้านใด แล้วนำเข้าเนื้อหาของสารคดีผ่านภาพเหตุการณ์และเสียงบรรยายของพิธีกรนำเสนอเนื้อหาในหลายระดับ คือ ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับทวีป และเลือกข้อเท็จจริงที่พบเห็นในแต่ละพื้นที่จากการเดินทางกองคาราวาน ข้อมูลสถิติจากที่หน่วยงานต่างๆ จัดทำขึ้น มาสนับสนุนและยืนยันความถูกต้องของข้อเท็จจริงที่ได้รับในพื้นที่จริง แล้วนำมาเสนอในแต่ละตอน เป็นเนื้อหาด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ และปิดท้ายด้วยการสรุปมุมมองของพิธีกรที่มีต่อประเด็นของเรื่องที่น่าสนใจในตอนนั้นๆ นับเป็นการใช้ศักยภาพของพิธีกรในการนำเสนอผ่านภาพและเสียง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายการอย่างเต็มที่

2) แนวคิดของรายการ *ASEAN STORY*

รายการ *ASEAN STORY* ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที เกิดขึ้นจากความคิดของอดีตดี ศรีสม ที่มุ่งเน้นให้ผู้ชมได้เรียนรู้ ทำความรู้จัก และเตรียมเข้าสู่การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนที่จะเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปี 2558 ตามนโยบายที่สภานิติฯ ได้รับความจากรัฐบาล โดยนำรายการ *ประวัติศาสตร์นอกตำรา* ที่เคยผลิตก่อนหน้านี้ มาปรับเป็นรายการ *ASEAN STORY* โดยยังคงการนำเสนอภายใต้กรอบการมองด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเสริมเนื้อหาใหม่ด้วยการจับประเด็นที่ได้รับความสนใจที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นๆ (current issue) มาเชื่อมโยงกับมุมมองด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้คนไทยรู้จักประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน เช่นเดียวกับที่เพื่อนบ้านเรียนรู้ ทำความรู้จักประเทศไทย ได้เห็นความเชื่อมโยงของแต่ละประเทศในประชาคมอาเซียนมากขึ้น เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียวในภูมิภาค และปรับลดอัตราของคนไทยที่คิดว่าเราต้องเป็นศูนย์กลางของทุกอย่างในอาเซียน สร้างสำนึกของคนไทยให้เป็นพลเมืองอาเซียน

สำหรับรูปแบบของรายการ *ASEAN STORY* จะใช้การเปิดรายการด้วยพิธีกรประจำรายการ คือ อดีตดี ศรีสม ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมรายการ (producer) และเป็นเจ้าของบริษัทผู้ผลิตด้วย โดยพุดเกริ่นนำถึงประเด็นในตอนที่จะนำเสนอให้ผู้ชมได้เตรียมพร้อมเรียนรู้และทำความเข้าใจกับเรื่องราวของสารคดีที่จะ

นำเสนอ แล้วจึงเข้าสู่ส่วนเนื้อหาของสารคดีที่นำเสนอเรื่องราวผ่านภาพเหตุการณ์ และเสียงบรรยายของอดีตคดี และปิดท้ายด้วยการให้พิธีกรสรุปมุมมองที่มีต่อประเด็นของเรื่องที่น่าสนใจในแต่ละตอน

3) แนวคิดของรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์*

รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* เกิดขึ้นจากความร่วมมือของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสกับกระทรวงวัฒนธรรม ผลิตรายการที่ส่งเสริมความรู้ทางวัฒนธรรมของประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน ภายใต้แนวคิดการนำเสนอวัฒนธรรมในเชิงวิถีชีวิต ประเพณี ผ่านประชาชนคนเล็กคนน้อยที่เป็นตัวแทนของพลเมืองในประเทศนั้นๆ ต้องการมุ่งเน้นการเห็นความเป็นมนุษย์ ให้เห็นคนที่ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมนั้นๆ ไม่ได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับนโยบายการบริหาร การดูแล ควบคุม กำกับ ของผู้บริหารประเทศ

รูปแบบรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* เปิดรายการด้วยพิธีกรประจำรายการ พูดไปรอบประเด็นของเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอน ให้ผู้ชมได้เตรียมพร้อมเดินทางไปรู้จักวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประเทศเพื่อนบ้านสมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศ ที่เลือกนำเสนอในตอนนั้นๆ แล้วนำเข้าสู่ส่วนเนื้อหาของสารคดีที่นำเสนอเรื่องราวผ่านภาพเหตุการณ์และเสียงบรรยายของพรรณี รุ่งสว่าง ผู้ควบคุมรายการที่เป็นผู้ลงเสียงบรรยายสารคดีด้วยตนเอง และปิดท้ายด้วยการสรุปมุมมองที่มีต่อประเด็นของเรื่องที่น่าสนใจในแต่ละตอน ของพิธีกรอีกครั้ง

4) แนวคิดของรายการ *ASEAN BEYOND 2015*

จุดเริ่มต้นของรายการ *ASEAN BEYOND 2015* เกิดขึ้นจากแนวคิดในการบอกเล่าเรื่องราวที่จะเปลี่ยนแปลงไปของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภายหลังเกิดการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการในปี 2015 ด้วยการตั้งคำถามหลักเพียงคำถามเดียว เพื่อเป็นโจทย์ในการนำเสนอรายการว่า “ถ้าเกิดประชาคมอาเซียนขึ้น จะเกิดการเปลี่ยนแปลงอะไรขึ้นกับคนไทยและอาเซียนบ้าง” และจากแนวคิดนี้เองจึงเป็นที่มาของชื่อรายการ *ASEAN BEYOND 2015* ที่ควบคู่ไปกับชื่อรายการภาษาไทยว่า *สู่ออนาคตประเทศอาเซียน* เพื่อสร้างการเรียนรู้ให้คนไทยได้รู้จักอาเซียนในมุมมองที่กว้างขึ้น

รายการ *ASEAN BEYOND 2015* มีการผลิตต่อเนื่องในฤดูกาล (season) ที่สอง ออกอากาศทั้งสิ้น 13 ตอนทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ระหว่างเดือนมกราคมถึงเมษายน 2557 รวมระยะเวลา 4 เดือน โดยเลือกนำเสนอเนื้อหาประเด็นต่างๆ ผสมผสานด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม สลับสับเปลี่ยนไปในแต่ละสัปดาห์ หยิบยกเรื่องราวจากเหตุการณ์และข้อมูลของประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่น่าสนใจในตอนนั้นๆ

การศึกษาแนวคิดรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศอาเซียนทั้ง 4 รายการข้างต้น พบข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ แนวคิดของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ทุกรายการเกิดจากการระดมสมองของทีมงาน โดยเลือกใช้จุดเด่นจากต้นทุนเดิมที่ทีมงานแต่ละรายการมีอยู่ นำมาใช้เป็นตัวแปรต้นในการกำหนดแนวคิดและรูปแบบของรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหา ด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศอาเซียน ให้น่าสนใจและมีความแตกต่างจากรายการของผู้ผลิตรายการอื่นๆ

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 3 ผู้ผลิตรายการประเภทสารคดีในสถานีโทรทัศน์ของประเทศไทยแต่ละประเภท มีกระบวนการคัดเลือกเนื้อหา และนำเสนอเนื้อหา ด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างไร

องค์ประกอบของรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศอาเซียน

การศึกษาองค์ประกอบของรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากเทป รายการสารคดีโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่าง 4 รายการที่รวบรวมได้ และการสัมภาษณ์ ผู้ผลิตรายการ รวมถึงเอกสาร หนังสือ บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ เกณฑ์ด้านองค์ประกอบของรายการสารคดี พิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ 6 ประการ คือ

- 1) องค์ประกอบของสารคดีโทรทัศน์: สิ่งของ/เหตุการณ์/สัตว์/บุคคลต้นเรื่อง

ตารางที่ 2: องค์ประกอบต้นเรื่องของกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำนวน 4 รายการ

รายการ	ที่มา	ระดับ	แหล่งที่มา	รูปแบบการนำเสนอ
มองโลกแบบวิกรม	เหตุการณ์/สถานที่/สิ่งของ	มหภาค	พิธีกร/ลงพื้นที่/อินเทอร์เนต/หนังสือ	จุดเด่น จุดด้อยนำมาเปรียบเทียบกับประเทศไทย
ASEAN STORY	เหตุการณ์/สถานที่/สิ่งของ	จุลภาค/มหภาค	พิธีกร/หนังสือ/ลงพื้นที่/เครือข่าย/อินเทอร์เนต	แง่มุมประวัติศาสตร์นำมาเชื่อมโยงสู่ปัจจุบัน

รายการ	ที่มา	ระดับ	แหล่งที่มา	รูปแบบ การนำเสนอ
เปิดม่านอุษาคเนย์	บุคคล/สิ่งของ/ สถานที่/ เหตุการณ์/ เทศกาล	จุลภาค	โปรโตคอลเซอร์/ หนังสือ/ เครือข่าย/ อินเทอร์เน็ต	วิถีชีวิตของชุมชน แต่ละประเทศ ผ่านบุคคลที่สืบทอด จากรุ่นสู่รุ่น
ASEAN BEYOND 2015	เหตุการณ์/ กิจกรรม/ นโยบาย	มหภาค	ประเด็นจาก กฏบัตรอาเซียน /งานวิจัย	ศึกษาเปรียบเทียบ ชี้ให้เห็นแนวทาง ที่จะเกิดขึ้น

จากการศึกษาองค์ประกอบรายการสารคดีในด้านต้นเรื่อง ของรายการ สารคดีทั้ง 4 รายการที่ออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ทั้ง 3 รูปแบบ พบว่า ผู้ผลิต รายการเลือกใช้องค์ประกอบต้นเรื่องทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดย (1) การ เลือกใช้ต้นเรื่องเหมือนกันคือ การเลือกต้นเรื่องที่หลากหลาย มีทั้งสิ่งของ เหตุการณ์ และบุคคล ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่มีอยู่จริงจากฐานข้อมูลของแต่ละทีมงานรวบรวมได้จาก เอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัย ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การลงพื้นที่ภาคสนาม และการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลบุคคลในพื้นที่และผู้เชี่ยวชาญ ส่วน (2) การเลือก ต้นเรื่องที่แตกต่างกันคือ แต่ละรายการจะเลือกต้นเรื่องตามแนวคิดของรายการและ ความสนใจของทีมผู้ผลิตที่สังสมประสบการณ์แตกต่างกันในแต่ละรายการ

ความเป็นมืออาชีพจากทุนทางวัฒนธรรมที่ผู้ผลิตสังสมมา มีผลต่อวิธีการ เลือกต้นเรื่องอย่างชัดเจน ทีมงานผู้ผลิตรายการ ASEAN STORY คือ อติศักดิ์ ศรีสม และรายการ เปิดม่านอุษาคเนย์ คือ พรณิ รุ่งสว่าง มีการสังสมทุนเดิม ทางวัฒนธรรมจากประสบการณ์ในการทำงานมาเป็นระยะเวลายาวนาน จึงสามารถ เลือกต้นเรื่องด้านวัฒนธรรมจากองค์ความรู้ที่สังสมของตัวบุคคลเป็นหลัก ขณะที่ รายการ มองโลกแบบวิกรม มีวิกรม กรมดิษฐ์ พิธีกรของรายการเป็นผู้กำหนด เส้นทางเดินทาง และคิดงานร่วมกับทีมงานของบริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ในการเลือกต้นเรื่องตามเส้นทางคาราวาน ส่วนรายการ ASEAN BEYOND 2015 ใช้ข้อมูลที่รวบรวมจากทีมมากำหนดต้นเรื่องของรายการแต่ละตอน

2) องค์ประกอบของสารคดีโทรทัศน์: ประเด็นในการนำเสนอ

ในช่วงระยะที่ทำการศึกษาวิจัย คือ ระหว่างกรกฎาคม 2556 ถึงมิถุนายน 2557 รวมระยะเวลา 1 ปีนั้น มีรายการสารคดีโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่างที่ผลิตและ ออกอากาศดังนี้

ตารางที่ 3: สัดส่วนการนำเสนอประเด็นของประเทศอาเซียนในกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีทางโทรทัศน์จำนวน 4 รายการ

รายการ	ตอนที่ผลิต	ตอนที่นำเสนอ	คิดเป็น %
มองโลกแบบวิกรม	206	58	28.16
ASEAN STORY	22	20	90.91
เปิดม่านอุษาคเนย์	10	10	100
ASEAN BEYOND 2015	13	13	100

2.1) รายการ *มองโลกแบบวิกรม* ผลิตรายการออกอากาศ เป็นจำนวน 206 ตอน นำเสนอประเด็นต่างๆ ตามเส้นทางขบวนคาราวานที่ออกเดินทางในเอเชีย มีประเด็นที่นำเสนอเกี่ยวกับอาเซียนจำนวนทั้งสิ้น 58 ตอน

ประเด็นการนำเสนอของรายการ *มองโลกแบบวิกรม* มีการนำเสนอเนื้อหาเปิดกว้างในหลายระดับ คือ ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับทวีป เลือกนำเสนอเนื้อหาที่มีการเชื่อมโยงครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่จุดเด่นของประเด็นต้นเรื่องในประเทศที่นำเสนอ ให้ผู้ชมรายการได้เห็นและชี้แนะให้นำไปปรับใช้ เพื่อให้ประเทศไทยมีการพัฒนาในเรื่องนั้น สามารถแข่งขันได้ในภูมิภาคอาเซียน

2.2) รายการ *ASEAN STORY* ผู้วิจัยค้นหาเทปรายการ *ASEAN STORY* ออกอากาศ ได้ทั้งสิ้น 22 ตอน มีประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับอาเซียนจำนวนทั้งสิ้น 20 ตอน เป็นการกำหนดแนวทางการนำเสนอเนื้อหาให้เห็นเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน ผ่านเรื่องราวของตัวบุคคล สิ่งของ และกิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เชื่อมโยงปัจจุบันและอดีตเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาเซียนผ่านประวัติศาสตร์ ให้นคนไทยรู้จักประเทศเพื่อนบ้าน เห็นความเชื่อมโยงของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศในประชาคมอาเซียนผ่านเรื่องราวในอดีต เรียนรู้เพื่อเข้าใจปัจจุบันให้เกิดความคิดของการร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียวในภูมิภาค

2.3) รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* ออกอากาศฤดูกาล (season) ที่ 2 จำนวน 10 ตอน ตั้งแต่วันที่ 4 สิงหาคม ถึง 6 ตุลาคม 2556 รวมระยะเวลา 3 เดือน ประเด็นที่เลือกนำเสนอเนื้อหาแบ่งตามประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ ยกเว้นประเทศไทย และถ่ายทอดเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ตอนละ 1 ประเทศ ยกเว้นประเทศอินโดนีเซียที่นำเสนอจำนวน 2 ตอน

ประเด็นของรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* ตอกย้ำแนวคิดของรายการที่บอกเล่าวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ที่หยั่งรากลึกในชุมชน สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นอยู่ในสังคมนั้น นำไปสู่การ บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2.4) ประเด็นการนำเสนอในแต่ละตอนของรายการ *ASEAN BEYOND 2015* ที่ออกอากาศทั้ง 13 ตอน ช่วยกำหนดกรอบการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างชัดเจนว่า แต่ละตอนมุ่งนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาเซียนในประเด็นใด มีการผสมผสานด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยเชื่อมโยงเรื่องราวความสัมพันธ์ในเชิงเปรียบเทียบจากเหตุการณ์และข้อมูลของประเทศ ที่เป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่นำเสนอในตอนนั้นๆ ว่าเมื่อประชาคมอาเซียนเกิดขึ้นแล้ว จะเกิดการเปลี่ยนแปลงอะไรขึ้นกับคนไทยและอาเซียนในประเด็นที่เป็นข้อตอนๆ ให้ผู้ชมรายการคิดวิเคราะห์ตามว่า สมาชิกประชาคมอาเซียนแต่ละประเทศจะต้องดำเนินการอย่างไร ภาคส่วนต่างๆ ของแต่ละประเทศจะเป็นอย่างไร

การศึกษายอดประกอบเรื่องประเด็นการนำเสนอของสารคดีโทรทัศน์ยังควรพิจารณาจุดยืนในการเล่าเรื่องของผู้ผลิตตามประเด็นที่นำเสนอพร้อมกันด้วย

ตารางที่ 4: จุดยืนของผู้เล่าเรื่องในกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำนวน 4 รายการ

รายการ	จุดยืน
<i>มองโลกแบบวิกรม</i>	เราคือไทย, เราคืออาเซียน, เราคือเอเชีย
<i>ASEAN STORY</i>	เราคือคนไทย, เราคืออาเซียน
<i>เปิดม่านอุษาคเนย์</i>	เราคือคนไทย
<i>ASEAN BEYOND 2015</i>	เราคือใครก็ได้ที่สนใจเรื่องอาเซียน

จุดยืนหรือมุมมองการนำเสนอในการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรม ผู้ผลิตรายการใช้การบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศอาเซียนจากต้นเรื่องให้ผู้ชมรายการได้รู้จักประชาคมอาเซียน ภายใต้คำว่า “เรา” กับ “เขา” ของ 4 รายการ คือ

รายการ *มองโลกแบบวิกรม* แบ่งแยกจุดยืนความเป็น “เรา” กับ “เขา” เพื่อการแข่งขันของอาเซียน โดยเราคือคนไทย ประเทศไทย และสามารถขยายความเป็นเราด้วยการดึงประเทศในอาเซียน หรือเอเชีย เข้ามาเป็นพวกเดียวกันเพื่อเปรียบเทียบกับ “เขา” ที่เป็นคู่แข่งเปรียบเทียบกับ “เรา” ยกตัวอย่างเช่น “เรา”

คือประเทศไทย “เขา” คือประเทศอื่นในอาเซียน หรือ “เรา” คือชาวอาเซียน “เขา” คือชาวจีน หรือ “เรา” คือประเทศในทวีปเอเชีย “เขา” คือสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

รายการ *ASEAN STORY* นิยามจุดยืนให้ “เรา” ไทย หรือ ไทยและประเทศในประชาคมอาเซียนที่เกี่ยวกับประเทศไทยในเชิงบวก และ “เขา” คือประเทศอื่นๆ ในประชาคมอาเซียน ที่ไม่ใช่ “เรา” ตัวอย่างเช่น “เขา” คือประเทศกัมพูชา ในประเด็นตระกูลก๊วยวงศ์ ภาพสะท้อนความสัมพันธ์ไทย-เขมร หรือ “เขา” คือประเทศมาเลเซีย ในประเด็นพญาดานี อีกหนึ่งประวัติศาสตร์บาดแผล หรือ “เขา” คือ ประเทศมาเลเซียและประเทศกัมพูชา ในประเด็นชาวมุสลิมฮาลาล แหล่งปลูกข้าวและอุตสาหกรรมข้าวในมาเลเซียและกัมพูชา เป็นต้น

รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* วางจุดยืนของ “เรา” และ “เขา” แบบตายตัว มีการกำหนดให้ “เรา” คือคนไทยที่เป็นผู้ชมรายการที่ติดตามเรื่องราววิถีชีวิต ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมของ “เขา” ซึ่งเป็นคนในประเทศต่างๆ ที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออุษาคเนย์

รายการ *ASEAN BEYOND 2015* วางจุดยืนการเล่าเรื่องในประเด็นที่ตั้งไว้ในแต่ละตอน ให้ “เรา” คือ ใครก็ได้ที่สนใจเรื่องอาเซียน โดยส่วนหนึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* คือ เป็นคนไทยที่ชมรายการที่ติดตามเรื่องราวในประเด็นที่น่าสนใจ และ “เรา” ยังครอบคลุมถึงประเทศใดประเทศหนึ่งหรือหลายประเทศในอาเซียนที่มีคุณลักษณะเหมือนกันในประเด็นที่น่าสนใจ ส่วน “เขา” คือ คือพลเมืองอาเซียน ประเทศสมาชิกอาเซียน

3) องค์ประกอบของสารคดีโทรทัศน์: แก่นเรื่อง

ตารางที่ 5: องค์ประกอบแก่นเรื่องของกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำนวน 4 รายการ

รายการ	แก่นเรื่อง	วัตถุประสงค์
<i>มองโลกแบบวิกรม</i>	มองคนอื่นเพื่อเข้าใจตนเอง นำข้อดีมาเป็นแบบอย่างเพื่อพัฒนา	เพื่อชี้ให้เห็น
<i>ASEAN STORY</i>	เรียนรู้ความสัมพันธ์ในอดีต นำมาใช้เชื่อมโยงสู่ประโยชน์ในปัจจุบัน	เพื่อชี้ให้เห็น
<i>เปิดม่านอุษาคเนย์</i>	วัฒนธรรมคือวิถีชีวิตที่สืบทอดต่อกันมา	เพื่อบอกเล่า
<i>ASEAN BEYOND 2015</i>	เมื่อประชาคมอาเซียนเกิดขึ้นแล้ว คนไทยและคนอาเซียนจะเป็นอย่างไร	เพื่อคาดการณ์

3.1) แก่นเรื่องของรายการ *มองโลกแบบวิกรม* เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้คนไทยได้รู้ว่า การดำเนินชีวิตของคนไทยทุกคนไม่ได้อยู่แค่ในประเทศไทย แต่ยังมีเพื่อนบ้านประเทศต่างๆ และวิกรม กรมดิษฐ์ ได้พาผู้ชมไปลงพื้นที่ ซึ่งให้ผู้ชมเห็นว่าประเทศที่เดินทางไปเห็นมีจุดเด่น-จุดด้อยที่คนไทยสามารถนำมาปรับใช้ เพื่อยกระดับประเทศไทยในด้านต่างๆ ให้อยู่ร่วมในประชาคมอาเซียนได้อย่างเท่าเทียม

ในช่วงท้ายรายการ วิกรม กรมดิษฐ์ พิธีกรรายการ พุดสรูปจากการลงพื้นที่ไปพบเห็นผู้คน สิ่งของ เหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งให้เห็นข้อเด่นที่ได้พบเห็น เชื่อมโยงกับผู้คน สิ่งของ เหตุการณ์ต่างๆ ของไทยที่คล้ายคลึง และย้ำทุกครั้งว่าคนไทยและประเทศไทยสามารถใช้เป็นแบบอย่าง เพื่อพัฒนาให้มีมาตรฐานสูงขึ้นสามารถไปแข่งขันกับประเทศต่างๆ ในอาเซียนได้

3.2) รายการ *ASEAN STORY* มีแก่นเรื่องที่อธิบายให้เห็นเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับสมาชิกประชาคมอาเซียน เรียนรู้ผ่านเรื่องราวจากอดีตที่เกิดขึ้น เชื่อมโยงสู่ปัจจุบัน ให้คนไทยรู้จักประเทศเพื่อนบ้าน เห็นความเชื่อมโยงของการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศผ่านเรื่องราวในอดีต ให้เกิดการร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียวของภูมิภาคในปัจจุบัน เช่น ตอนย้อนรอยหอนาคต ความสัมพันธ์ไทย-มาเลเซีย ที่เรียนรู้เรื่องราวในอดีตของต้นตระกูล ณ ระนอง เชื่อมโยงสู่ความสัมพันธ์ของคนไทยและมาเลเซีย นำไปสู่ความร่วมมือของลูกหลานที่ตั้งรกรากถิ่นฐานอยู่ในสองประเทศ เป็นต้น

3.3) แก่นเรื่องของรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* คือ การบอกเล่าวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ของคนในแต่ละประเทศที่สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แฝงการนำเสนอผ่านเรื่องราวของบุคคลที่รายการหยิบยกมาเป็นตัวอย่างให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่บางส่วนจะเป็นตัวแทนรับสืบทอดประเพณีและศิลปวัฒนธรรมที่คนรุ่นเก่าประพฤติปฏิบัติต่อเนื่องกันมาแต่ครั้งบรรพบุรุษด้วยความเต็มใจและภาคภูมิใจ

3.4) รายการ *ASEAN BEYOND 2015* มีแก่นเรื่องช่วยกำหนดกรอบนำเสนอเนื้อหารายการได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ เมื่อประชาคมอาเซียนเกิดขึ้นแล้ว ในปี ค.ศ. 2015 อะไรจะเกิดขึ้นขึ้นกับคนไทยและอาเซียน จะมีการเปลี่ยนแปลงอะไรเกิดขึ้นบ้างในวิถีชีวิตด้านต่างๆ ของคนใน 10 ประเทศที่เป็นพลเมืองอาเซียน

องค์ประกอบแก่นเรื่องของรายการสารคดีโทรทัศน์ทั้ง 4 รายการ มีการนำเสนอ 3 แนวทาง คือ

(1) แก่นเรื่องที่บอกเล่าเอกลักษณ์ของวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ของแต่ละประเทศในอาเซียนให้คนไทยรับรู้ ใน *เปิดม่านอุษาคเนย์* ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มุ่งนำเสนอเรื่องราวอาเซียนผ่านเหตุการณ์ในอดีต

(2) แก่นเรื่องที่ชี้ให้เห็นข้อมูล ข้อเท็จจริงของแต่ละประเทศแล้ว เชื่อมโยงสู่ประเทศไทย ในรายการ *มองโลกแบบวิกรม* ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และรายการ *ASEAN STORY* ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที เป็นการนำเสนอเรื่องของความเป็นอาเซียนในปัจจุบัน

(3) แก่นเรื่องที่คาดทำนายอนาคตที่จะเกิดขึ้นของประชาคมอาเซียน ในรายการ *ASEAN BEYOND 2015* ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มุ่งหวังให้ผู้ชมคิดตามถึงความเป็นไปในอนาคต

โดยแนวทางที่ 2 และ แนวทางที่ 3 จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการผลิตที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ปัจจัยความเป็นมืออาชีพของพิธีกร ที่มีภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในเรื่องราวที่นำเสนอ เพื่อช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ

4) องค์ประกอบของสารคดีโทรทัศน์: สถานที่ถ่ายทำ

ตารางที่ 6: องค์ประกอบสถานที่ถ่ายทำรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำนวน 4 รายการ

รายการ	สถานที่ถ่ายทำ		
	เปิด-ปิดพิธีกร	ภาพแทรก	สัมภาษณ์
<i>มองโลกแบบวิกรม</i>	นอกสถานที่ ตามสถานที่จริง หรือสถานที่อื่น ลักษณะใกล้เคียง	สถานที่จริงตาม ประเด็นที่นำเสนอ	-
<i>ASEAN STORY</i>	ในสถานที่ (studio)	สถานที่จริงตาม ประเด็นที่นำเสนอ	สถานที่จริงตาม ประเด็นที่นำเสนอ/ สถานที่อื่นๆ ที่มีภาพ น่าเชื่อถือ
<i>เปิดม่านอุษาคเนย์</i>	ในสถานที่ (studio)	สถานที่จริงตาม ประเด็นที่นำเสนอ	สถานที่จริงตาม ประเด็นที่นำเสนอ
<i>ASEAN BEYOND 2015</i>	- เปิดรายการนอก สถานที่ ในสถานที่ จริง - ปิดรายการใน สถานที่ (studio)	สถานที่จริงตาม ประเด็นที่นำเสนอ	สถานที่จริงตาม ประเด็นที่นำเสนอ

การเปิดและปิดรายการมีการใช้ในสถานที่ถ่ายทำ 2 แบบ คือ การถ่ายทำในสตูดิโอ (studio) และการถ่ายทำนอกสถานที่ (outdoor) ในพื้นที่จริงของเนื้อหารายการ หรือสถานที่อื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียง

ภาพที่ 8: ภาพพิธีกรรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนพูดเปิดและปิดรายการ



4.1) การเปิดและปิดรายการ *มองโลกแบบวิกรม* ใช้สถานที่ถ่ายทำ 2 แบบ คือ การถ่ายทำในสตูดิโอ และการถ่ายทำนอกสถานที่ ในพื้นที่จริงของเนื้อหารายการ หรือสถานที่อื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียง

ในปีแรกของการผลิตรายการ ช่วงประมาณ 4-5 เดือนแรก ทางทีมงานใช้การถ่ายทำคิวพิธีกรอยู่ในสตูดิโอ เพื่อความสะดวกต่อการควบคุมการถ่ายทำรายการ โดยใช้เทคนิคการถ่ายทำบนฉากหลังสีน้ำเงิน (blue screen) แล้วใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์จากเครื่องควบคุมภาพ (switcher) นำภาพ computer

graphic ซ้อนเป็นฉากหลังที่สื่อความหมายถึงอาเซียน ด้วยภาพสถานที่สำคัญที่สื่อความหมายแทนแต่ละประเทศ เช่น รูปปั้นสิงโตทะเลของประเทศสิงคโปร์ อาคารแฝดปิโตรนาสของประเทศมาเลเซีย อาคารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของประเทศไทย และเจดีย์ชเวดากองของประเทศเมียนมา เป็นต้น

จากนั้น เมื่อวิกรม กรมดิษฐ์ เริ่มขบวนคาราวานออกเดินทางไปตามเส้นทางในทวีปเอเชีย โดยให้ทีมงานผู้ผลิตรายการของบริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ร่วมขบวนคาราวานลงพื้นที่ไปถ่ายทำรายการด้วย ทำให้รายการ *มองโลกแบบวิกรม* เริ่มต้นใช้ระบบการถ่ายทำแบบนอกสถานที่ (on-location or field production) สำหรับคิวพิธีกรพูดเปิดและปิดรายการในพื้นที่จริง หรือสถานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่นำเสนอ

การยกทีมผลิตรายการของบริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ไปกับกองคาราวานของวิกรม กรมดิษฐ์ ยังช่วยให้ภาพที่ใช้ประกอบในรายการเป็นภาพที่ถ่ายทำจากในพื้นที่จริง ทำให้ผู้ชมรายการได้เห็นภาพของจริง บุคคลจริง สถานที่จริง

4.2) รายการ *ASEAN STORY* ให้พิธีกรประจํารายการคือ อติศักดิ์ ศรีสม พูดเปิดรายการเกริ่นนำถึงประเด็นในตอนที่จะนำเสนอให้ผู้ชมได้รับทราบ และพูดสรุปเนื้อหาช่วงปิดรายการ ถ่ายทำในสตูดิโอ

ส่วนที่นำเสนอเนื้อหาของรายการเป็นการนำเสนอเรื่องราวผ่านภาพเหตุการณ์และเสียงบรรยายที่อติศักดิ์ ศรีสมเป็นผู้ลงเสียงด้วยตนเอง โดยนำภาพที่ทีมงานลงพื้นที่ไปเก็บภาพมาประกอบรายการ และอีกส่วนเป็นภาพถ่ายทำจากเอกสารหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เช่น รูปภาพ หนังสือ เป็นต้น

4.3) รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* ใช้พิธีกรประจํารายการคือ เวณิกา วิชัยวัฒนา นักข่าวประจำสายศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงของทางสถานีฯ พูดเปิดรายการโปรยประเด็นของเรื่องที่นำเสนอในแต่ละตอน และพูดสรุปมุมมองที่มีต่อประเด็นของเรื่องที่นำเสนอในแต่ละตอนปิดท้ายในสตูดิโอของสถานีฯ

การถ่ายทำคิวพิธีกรเปิดและปิดรายการในสตูดิโอของทางสถานีฯ มีการใช้เทคนิคการถ่ายทำ blue screen แล้วใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระบบภาพเสมือนจริง (virtual set) ซ้อนเคียงภาพให้เป็นห้องที่มีบรรยากาศตามโทนของรายการ มีฉากหลังที่ซ้อนภาพกิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่นำเสนอในแต่ละตอน มาประกอบด้วย

การนำเสนอภาพส่วนเนื้อหาของสารคดีในรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* ใช้ภาพบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์ที่ทีมงานลงพื้นที่ไปถ่ายทำเก็บภาพมาใช้ประกอบในสารคดี เพื่อให้ผู้ชมรายการได้เห็นตามข้อเท็จจริง

4.4) รายการ *ASEAN BEYOND 2015* ในแต่ละตอนจะดำเนินรายการโดยพิธีกร 3 คนคือ การดี เลียวไพโรจน์ ทรงกลด บางยี่ขัน และสิริพร สุทามะวง

ที่จะลงพื้นที่ไปในแต่ละประเทศ ถ่ายภาพพิธีกรพูดเปิดรายการในพื้นที่จริงของ ประเทศที่เป็นต้นเรื่องของประเด็นในตอนนั้นๆ

รายการ *ASEAN BEYOND 2015* ถ่ายทำรายการทั้งในสตูดิโอและออกนอกสถานที่ ลงพื้นที่จริง โดยส่วนใหญ่เลือกใช้การถ่ายทำในสถานที่จริงทั้งหมด โดยทีมงานยกกองถ่ายไปเก็บภาพในประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ถ่ายคิวพิธีกรกล่าวเปิดประเด็นในสถานที่สำคัญของประเทศต้นเรื่อง และลงพื้นที่จริงเก็บภาพบรรยากาศ เหตุการณ์ ผู้คน นำมาใช้แทรก (insert) เป็นภาพประกอบในรายการ ใช้ผู้ชมได้เห็นภาพที่เกิดขึ้นจริง และใช้สตูดิโอถ่ายทำคิวพิธีกรสรุปปิดรายการบนฉากพื้นหลังสีขาว กำหนดภาพหน้าจอให้พิธีกรอยู่ในตำแหน่งทางขวาของจอโทรทัศน์ และเว้นว่างพื้นที่ด้านซ้ายไว้สำหรับทำกราฟิกขึ้นตัวอักษรตามบทรายการ สรุปข้อคิดของประเด็นที่น่าเสนอในตอนนั้นๆ ให้ผู้ชมเข้าใจง่ายและถูกต้อง

ผู้วิจัยพบว่า องค์ประกอบด้านสถานที่ถ่ายทำของแต่ละรายการที่เหมือนหรือแตกต่างกัน เกิดขึ้นจากปัจจัยการผลิตรายการโทรทัศน์ กล่าวคือ

(1) *ปัจจัยงบประมาณและการบริหารจัดการ* การถ่ายทำรายการอาเซียนที่ต้องไปถ่ายทำในต่างประเทศนั้น จำเป็นต้องใช้งบประมาณมากกว่ารายการที่ถ่ายทำในประเทศ เพราะการยกกองไปถ่ายทำในต่างประเทศแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายต่างๆ มากมาย เช่น ค่าเดินทางโดยเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ ดังนั้นจึงเห็นภาพในรายการ *ASEAN STORY* ที่ใช้การถ่ายทำในสตูดิโอ และใช้ภาพประกอบจากคลังภาพเก่าเป็นหลัก เพราะผู้ผลิตมีงบประมาณการผลิตรายการที่ได้รับจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยเป็นมูลค่าหลักหมื่น ซึ่งเป็นงบประมาณจำนวนน้อย

ในขณะที่รายการ *ASEAN BEYOND 2015* ใช้การยกกองลงพื้นที่จริงตามสถานที่ต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน เพราะผู้ผลิตรายการได้รับงบประมาณการผลิตต่อตอนจากทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นมูลค่าหลักแสน ซึ่งถือว่าเป็นงบประมาณที่สูงพอที่จะไปถ่ายทำในสถานที่จริงได้

(2) *ปัจจัยเทคโนโลยี* ในกรณีที่ถ่ายทำคิวพิธีกรเปิดและปิดรายการในสตูดิโอ (studio production) ปัจจัยเทคโนโลยีจะส่งผลโดยตรงต่อภาพที่ปรากฏบนจอ กล่าวคือ เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยสามารถช่วยสร้างฉากหลังในรายการให้น่าสนใจและดึงดูดใจ เช่น รายการ *มองโลกแบบวิกรม* และรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* ใช้เทคนิคการถ่ายทำบนฉากน้ำเงินแล้วใช้ภาพกราฟิกซ้อนเป็นฉากหลังที่สื่อความหมายถึงอาเซียน ส่วนรายการ *ASEAN BEYOND 2015* ใช้เทคนิคคอมพิวเตอร์ทำตัวหนังสือเป็นข้อความจัดวางอย่างสวยงามบนพื้นหลังสีขาวในช่วงพิธีกรกล่าวสรุปปิดรายการ ในขณะที่รายการ *ASEAN STORY* ใช้การถ่ายทำบน

ฉากหลังสีขาว ไม่ได้ใช้เทคนิคกราฟิกช่วยเพิ่มรายละเอียดอื่นๆ นอกจากชื่อพิธีกร ชื่อตอนหรือประเด็นที่น่าเสนอเท่านั้น

5) องค์ประกอบของสารคดีโทรทัศน์: การสัมภาษณ์

ตารางที่ 7: องค์ประกอบการสัมภาษณ์ในกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำนวน 4 รายการ

รายการ	การสัมภาษณ์	
	การสัมภาษณ์	แหล่งผู้ให้สัมภาษณ์
มองโลกแบบวิกรม	ไม่มี	ไม่มี
ASEAN STORY	มี	- บุคคลที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ในพื้นที่/ในเหตุการณ์ - นักวิชาการที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในประเด็นที่น่าเสนอ
เปิดม่านอุษาคเนย์	มี	บุคคลต้นเรื่องที่อยู่ในพื้นที่
ASEAN BEYOND 2015	มี	- บุคคลที่อยู่ในพื้นที่หรือในเหตุการณ์โดยตรง - ผู้เชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ เกี่ยวข้องในประเด็นที่น่าเสนอ

การศึกษาองค์ประกอบการสัมภาษณ์ในรายการสารคดีโทรทัศน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้พบว่า

(1) ปัจจัยเรื่องแนวคิดและเวลาออกอากาศของรายการ มีผลต่อการเลือกใช้อองค์ประกอบการสัมภาษณ์ กล่าวคือ แนวคิดของรายการ *มองโลกแบบวิกรม* เป็นการนำเสนอมุมมองของวิกรม กรมดิษฐ์ ที่ได้พบเห็นเรื่องราว เหตุการณ์ในสถานที่ต่างๆ จากการออกเดินทางขบวนคาราวานเอเชีย และมีเวลาออกอากาศตอนละ 5 นาที จึงทำให้รายการ *มองโลกแบบวิกรม* เลือกใช้พิธีกรของรายการเป็นผู้ให้ข้อมูลและความคิดเห็น ไม่ใช้องค์ประกอบการสัมภาษณ์ในรายการเลย

ส่วนรายการสารคดีอีก 3 รายการ มีเวลาการออกอากาศยาว 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมงต่อตอน และแนวคิดของรายการไม่ได้มุ่งเน้นเนื้อหาที่เป็นมุมมองของพิธีกร เช่นเดียวกับรายการ *มองโลกแบบวิกรม* จึงสามารถเลือกองค์ประกอบการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่น่าเสนอในรายการมาใช้ได้อย่างเต็มที่ ดังที่ให้เห็นในเนื้อหาทุกตอนของรายการสารคดีทั้งสามรายการ

(2) ปัจจัยเรื่องความเป็นมืออาชีพของผู้ผลิต มีผลต่อการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบการสัมภาษณ์ในรายการ คือ (ก) ผู้ผลิตรายการ ASEAN STORY ใช้ประสบการณ์ความเป็นมืออาชีพด้านข่าว นำฐานข้อมูลแหล่งข่าวที่เคยติดต่อ มาใช้เป็นแหล่งข้อมูลบุคคลในการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่าการนำเสนอประเด็นใดประเด็นหนึ่งควรเลือกบุคคลใดมาเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราว (public speaker) ได้อย่างน่าเชื่อถือ (ข) ผู้ผลิตรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* ใช้ประสบการณ์ความเป็นมืออาชีพด้านข่าว นำฐานข้อมูลแหล่งข่าวที่มีอยู่เดิมเป็นแหล่งข้อมูลประสานในการลงพื้นที่ เพื่อค้นหามุขคุคนต้นเรื่องและสัมภาษณ์ในประเด็นที่ต้องการนำเสนอในที่นั้นๆ (ค) ผู้ผลิตรายการ *ASEAN BEYOND 2015* นำแนวทางการผลิตรายการ *ย้อนรอย* รายการสารคดีเชิงสืบสวนมาใช้ โดยนำข้อมูลจากงานวิจัยที่รวบรวมโดยนักวิชาการมาเป็นฐานข้อมูลในการลงพื้นที่เพื่อสำรวจหาข้อเท็จจริงเพิ่มเติมต่อยอดในเชิงประจักษ์ ทำให้เลือกบุคคลที่มากบอกเล่าเรื่องราวในประเด็นที่นำเสนอได้อย่างน่าเชื่อถือ

6) องค์ประกอบของสารคดีโทรทัศน์: เสียงบรรยาย

รายการสารคดีมีเสียงที่ใช้ในรายการคือ (ก) เสียงพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่พูดเปิดประเด็นในช่วงต้นรายการ และพูดสรุปประเด็นสำคัญที่นำเสนอในตอนปิดรายการ และ (ข) เสียงบรรยายในรายการ เพื่ออธิบายเรื่องราวให้ผู้ชมเข้าใจว่ากำลังดูอะไร และนำเสนอมุมมองของผู้ผลิตต่อประเด็นนั้นๆ

ตารางที่ 8: องค์ประกอบเสียงบรรยายในกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำนวน 4 รายการ

รายการ	เพศ	ผู้บรรยาย	ลักษณะการบรรยาย
<i>มองโลกแบบวิกรม</i>	ชาย	พิธีกร: วิกรม กรมดิษฐ์	เป็นกันเอง ชัดเจน มีจังหวะจะโคน
<i>ASEAN STORY</i>	ชาย	พิธีกร: อดิศักดิ์ ศรีสม	เสียงชัดเจน หนักแน่น กระชับ มีจังหวะจะโคน
<i>เปิดม่านอุษาคเนย์</i>	หญิง	โปรดิวเซอร์: พรณี รุ่งสว่าง	เสียงหวาน กระชับ ฟังชัดเจน มีจังหวะจะโคน
<i>ASEAN BEYOND 2015</i>	ชาย	นักลงเสียง: มารุต เอกฉันท์	เสียงหนักแน่น กระชับ มีจังหวะจะโคน

รายการสารคดีส่วนใหญ่เลือกใช้เสียงผู้ชายมากกว่าผู้หญิง เพราะเสียงผู้ชายฟังดูน่าเชื่อถือมากกว่าเสียงผู้หญิง โดยรายการ *มองโลกแบบวิกรม* รายการ *ASEAN STORY* และรายการ *ASEAN BEYOND 2015* เลือกใช้เสียงบรรยายเป็นเสียงผู้ชาย ส่วนรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* เป็นรายการในกลุ่มตัวอย่างเพียงหนึ่งเดียวเท่านั้นที่ใช้เสียงผู้หญิงในการบรรยายเนื้อหารายการ

การเลือกใช้เสียงบรรยายในรายการสารคดีมี 2 แนวทาง คือ (1) ให้พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ลงเสียงบรรยายในสารคดีเองคือ รายการ *มองโลกแบบวิกรม* *มิวิกรม* *กรมดิษฐ์* เป็นผู้ลงเสียงบรรยาย และรายการ *ASEAN STORY* มีอดิศักดิ์ ศรีสม เป็นผู้ลงเสียงบรรยาย และ (2) ใช้ผู้อื่นมาเป็นผู้ลงเสียงบรรยาย สารคดีแทนพิธีกรหรือผู้ดำเนิน มี 2 รายการคือ รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* เลือกให้พรณี รุ่งสว่าง หัวหน้าแผนกข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงและโปรดิวเซอร์รายการสารคดี *เปิดม่านอุษาคเนย์* เป็นผู้ให้เสียงบรรยายรายละเอียดในสารคดี และรายการ *ASEAN BEYOND 2015* เลือกใช้นักลงเสียงมืออาชีพคือ มารุต เอกฉันท มาให้เสียงบรรยายรายละเอียดในสารคดี

ผู้วิจัยพบข้อสังเกตในการเลือกใช้เสียงบรรยายในสารคดีข้างต้นน่าจะมีตัวแปรต้นที่สำคัญคือ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ รายการสารคดีที่ให้พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ลงเสียงบรรยายในสารคดีคือ รายการสารคดีที่มีพิธีกรเพียงคนเดียว และพิธีกรมีภาพลักษณ์ของผู้ที่มีความรอบรู้ เชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอได้เป็นอย่างดี เช่น รายการ *มองโลกแบบวิกรม* และรายการ *ASEAN STORY*

ส่วนรายการที่ใช้ผู้อื่นให้เสียงบรรยายสารคดีแทนพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการคือ รายการที่ตัวพิธีกรไม่ได้มีภาพลักษณ์ของการเป็นผู้รู้ เชี่ยวชาญในเรื่องอาเซียนหรือรายการที่มีพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ มากกว่าหนึ่งคน เช่น รายการ *ASEAN BEYOND 2015* มีพิธีกรดำเนินรายการที่มีภาพลักษณ์ของความน่าเชื่อถือจากตำแหน่งหน้าที่การงาน ทั้ง 3 คน คือ การดี เลียวไพโรจน์ อาจารย์มหาวิทยาลัยและนักสื่อสารมวลชนด้านอาเซียน ทรงกลด บางยี่ขันธ บรรณาธิการนิตยสารและนักเขียน และสิริพร สุทามะวง ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แต่การมีพิธีกรผู้ดำเนินรายการมากกว่าหนึ่งคน และกำหนดการวางตำแหน่งหน้าที่ กระจายน้ำหนักการนำเสนอในรายการของพิธีกรทั้ง 3 คนให้เท่าเทียมกัน การเลือกพิธีกรคนใดคนหนึ่งมาเป็นผู้ให้เสียงบรรยายสารคดีจึงไม่เหมาะสม ดังนั้นทางทีมงานจึงเลือกใช้นักลงเสียงมืออาชีพที่ไม่ใช่พิธีกรผู้ดำเนินรายการ มาผู้เป็นผู้ให้เสียงบรรยายแทน

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่น่าเสนอเนื้อหา ด้านวัฒนธรรมอาเซียน มีปัจจัยต่างๆ ตามแนวคิดเกี่ยวกับองค์การผู้ผลิตสื่อภายใต้ แรงผลักดันทางสังคม ท่ามกลางแรงผลักดันต่างๆทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลา ตลอดจนแรงผลักดันภายในองค์กร ซึ่งแรงผลักดันเหล่านี้มีส่วนสำคัญ ที่กำหนดนโยบาย และกระบวนการผลิตรายการ การนำเสนอเนื้อหาของรายการ สารคดีโทรทัศน์ในสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภท

ตารางที่ 9: ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ 3 ประเภท

ปัจจัยต่อการผลิต	สถานีโทรทัศน์ของรัฐ	สถานีโทรทัศน์สาธารณะ	สถานีโทรทัศน์ธุรกิจ
1. นโยบายสถานี	กำหนดนโยบาย สถานีฯ ตามนโยบาย ของรัฐบาลในประเด็น ประชาคมอาเซียน มีการเพิ่มสัดส่วน รายการที่ให้ข้อมูล ความรู้เรื่องประชาคม อาเซียน กำหนดพื้นที่ ในผังรายการสำหรับ รายการอาเซียนโดยเฉพาะ	มีแผนการจัดทำ รายการประจำปี ตามนโยบายของ สถานีฯ โดยปี 2556-2557 ให้ความสำคัญ กับการเข้าสู่ประชาคม อาเซียน โดยระบุ แผนการผลิตและ จัดหารายการ สารคดี ที่มีคุณภาพเข้มข้น ใน ช่วงเวลา ที่ดีที่สุดบนผังรายการ	ไม่มีนโยบายด้าน อาเซียนอย่างชัดเจน มี เพียงกำหนด เป้าหมาย “ก้าวสู่ มาตรฐานสากล” ในปี 2556 เพื่อพัฒนา เนื้อหารายการ พัฒนา ศักยภาพบุคลากรภายใน สถานีฯ ยกย่อง คุณภาพรายการที่น่า เสนอเกี่ยวกับอาเซียน ในรายการข่าว
2. ผู้ผลิต	ว่าจ้างผู้ผลิตอิสระเป็น ผู้ดำเนินการผลิต	- สถานีฯ เป็นผู้ผลิตเอง - ว่าจ้างผู้ผลิตอิสระ เป็นผู้ดำเนินการผลิต	- ว่าจ้างผู้ผลิตอิสระ เป็นผู้ดำเนินการผลิต - สถานีฯ ผลิตในส่วน ที่ออกอากาศในช่วง ข่าวเอง
3. งบประมาณ	- ค่าจ้างผลิตเป็นราย ตอน ตั้งมาตรฐานค่า จ้างไม่สอดคล้อง ราคาในตลาด - ไม่มีผู้สนับสนุน รายการ	- ค่าจ้างผลิตเป็นราย ตอน - ไม่มีผู้สนับสนุน รายการ	- ค่าจ้างผลิตเป็นราย ตอน - สามารถหา ผู้สนับสนุนรายการ เพิ่มได้

4. ความเป็นมืออาชีพ	- สถานีฯ ไม่มีโครงการพัฒนาบุคลากร หรือปรับปรุงเครื่องมืออย่างเป็นรูปธรรม - สถานีจ้างผู้ผลิตมืออาชีพมาผลิตรายการสารคดี โดยให้แนวทางภาพรวม แต่ไม่เข้มงวดตรวจเนื้อหารายการ - ผู้ผลิตรายการใช้เครือข่ายนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาในการผลิต	- สถานีจัดกิจกรรมพัฒนาบุคลากรต่อเนื่องตลอดปี - ปรับปรุงเครื่องมือการผลิต - จัดประชุมทำความเข้าใจกับผู้ผลิตอิสระให้ดำเนินรายการตามนโยบายสถานีฯ - สถานีสรรหาทีมผลิตที่มีความรู้ประสบการณ์เครื่องมือ - กำหนดให้ผู้ผลิตใช้ผลวิจัยมาผลิตรายการ	- สถานีฯ จัดโครงการพัฒนาบุคลากรปรับปรุงเครื่องมือสำหรับฝ่ายข่าว แต่ไม่มีการพัฒนาเรื่องอาชีวนในส่วนตัวรายการภายในสถานี - สถานีฯ เลือกจ้างผู้ผลิตอิสระที่เป็นมืออาชีพ มีความพร้อมด้านองค์ความรู้ ประสบการณ์ และเครื่องมือการผลิต มาเป็นผู้ผลิตรายการสารคดี
5. เทคโนโลยี	- สถานีบริหารจัดการองค์กรแบบระบบราชการ ทำให้ไม่ทันเทคโนโลยีการผลิต - ผู้ผลิตมีปัญหาคำตอบแทนตามมาตรฐานของรัฐ ไม่สอดคล้องกับราคาในตลาดส่งผลต่อเทคนิคการผลิต	สถานีให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยี กำหนดนโยบายส่งเสริมให้เป็นตัวอย่างของสื่อสาธารณะในอาเซียน จัดหาอุปกรณ์ เทคโนโลยี ต่างๆ เหมือนกับสถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ	- จัดซื้ออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้งานการผลิตของฝ่ายข่าวสถานีเป็นหลัก - ผู้ผลิตอิสระต้องผลิตรายการตามมาตรฐานเพื่อการแข่งขัน จึงให้ความสำคัญกับอุปกรณ์การผลิตเช่นกัน
6. รายการอาชีวน	มีรายการที่นำเสนอเรื่องของอาชีวนเป็นจำนวนมากที่สุด แต่ทางสถานีโทรทัศน์ไม่ได้มีการกำหนดเนื้อหาในรายการอย่างเข้มข้น	มี 2 รายการ คือ (ก) <i>เปิดม่านอุษาคเนย์</i> ที่สำนักข่าวเป็นผู้ผลิต (ข) <i>ASEAN BEYOND 2015</i> ที่ผู้ผลิตอิสระเป็นผู้ผลิต โดยมีสำนักรายการของสถานีฯ เป็นผู้ควบคุม	ผลิตข่าวและสารคดีอาชีวนเกี่ยวกับเศรษฐกิจในช่วงข่าว โดยฝ่ายข่าว และรายการที่กล่าวถึงประเด็นสังคมวัฒนธรรมอาชีวนเพียงรายการเดียว คือ <i>มองโลกแบบวิกรม</i> โดยผู้ผลิตอิสระ

ปัจจัยภายนอกที่มีผลมากที่สุดต่อการกำหนดกระบวนการผลิตและการนำเสนอรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน คือ แรงกดดันทางการเมือง กล่าวคือ นโยบายของภาครัฐมุ่งให้ความสำคัญต่อการรวมตัวกันของประชาคมอาเซียน และการเปิดตัวประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการที่จะเกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2558 กำหนดเป็นนโยบายสำคัญระดับชาติ ส่งผลผลักดันให้สถานีโทรทัศน์ทุกประเภทให้ความสำคัญกับประชาคมอาเซียน สืบทอดกำหนดเป็นนโยบายของสถานีให้มีการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารสาระความรู้ และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เข้าใจ และเกิดความรู้เกี่ยวกับอาเซียนตามไปด้วย โดยสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภทให้ความเข้มข้นในเชิงนโยบายมากน้อยแตกต่างกัน

นโยบายของสถานีโทรทัศน์ในการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหา ด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน

สถานีโทรทัศน์ของรัฐและสถานีโทรทัศน์สาธารณะมีการกำหนดลงในนโยบายของสถานีฯ ให้การรวมกลุ่มเป็นประชาคมอาเซียนเป็นประเด็นหลักในการนำเสนอสู่ผู้ชม และปรับผังรายการเพิ่มสัดส่วนรายการที่เกี่ยวกับอาเซียนเพิ่มขึ้น โดยสถานีของรัฐกำหนดช่วงเวลาการออกอากาศเป็นพื้นที่พิเศษสำหรับรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียนขึ้นโดยเฉพาะ ทำให้สถานีโทรทัศน์ของรัฐมีรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียนจำนวนมากที่สุด ในขณะที่สถานีโทรทัศน์สาธารณะมีการกำหนดนโยบายองค์กรและจัดทำแผนการจัดทำรายการประจำปีอย่างต่อเนื่องทุกปี ในปี 2556-2557 คณะกรรมการบริหารองค์กรกระจายเสียงและเผยแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย มีการกำหนดภารกิจและแนวทางเผยแพร่สารคดีเกี่ยวกับวิถีชีวิตประชาชนอาเซียนในช่วงเวลาที่ดีที่สุดบนผังรายการ ส่งผลให้รายการ *ASEAN Beyond 2015* ได้ออกอากาศในวันศุกร์เวลา 20.20-21.15 น. และรายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์* ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 22.30-22.55 น.

สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจกำหนดเป้าหมาย “ก้าวสู่มาตรฐานสากล” ตั้งแต่ปี 2555 เพื่อเป็นการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2558 มีการกำหนดแนวทางของฝ่ายข่าว โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียนตามนโยบายของรัฐในช่วงข่าวภาคต่างๆ เป็นหลัก

ข้อมูลส่วนนี้บ่งชี้ให้เห็นว่านโยบายของสถานีโทรทัศน์ที่เป็นตัวแปรตัวต้นๆ ที่มีผลโดยตรงต่อการนำเสนอเรื่องของอาเซียน ก่อนที่ปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวแปรจะมา กำหนดแนวทางการนำเสนอรายการต่อมา

ปัจจัยในกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน

การผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์เป็นกระบวนการดำเนินการเช่นเดียวกับการผลิตรายการโทรทัศน์โดยทั่วไป ที่มีการคิดสร้างสรรค์รูปแบบรายการ การค้นหาข้อมูล การเขียนบท การจัดเตรียมฉาก วัสดุรายการ การถ่ายทำ การบันทึกภาพ และเสียง การตัดต่อรายการ การลงเสียง ให้เกิดเป็นชิ้นงานรายการโทรทัศน์ ต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินงาน 4 ประเภท ได้แก่

1) การใช้ความเป็นมืออาชีพของคน (man) ทำงานเบื้องหน้าและเบื้องหลังที่เกิดขึ้นได้จาก 2 ส่วน คือ (ก) เกิดจากนโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภที่วางแผนพัฒนาทักษะเพื่อยกระดับมาตรฐานวิชาชีพของบุคลากรของสถานีในหลายรูปแบบ เช่น การสัมมนา การ workshop การศึกษาดูงาน และการคัดเลือกหรือสรรหาทีมผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านประชาคมอาเซียน และ (ข) เกิดขึ้นจากตัวผู้ผลิตสั่งสมความรู้ผ่านข้อมูลเอกสารและเครือข่ายบุคคลผู้เชี่ยวชาญแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ที่ส่งผลต่อแนวคิดรูปแบบ และประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอ และในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า บุคลากรในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศไทยที่มีองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมอาเซียนมีจำนวนจำกัด และขาดประสบการณ์ทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาเซียน ส่งผลให้รายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนมีการผลิตและออกอากาศเป็นปริมาณน้อยตามไปด้วย

2) เงิน (money) ที่ต้องใช้ในการจ่ายให้กับผู้ปฏิบัติงาน ใช้ในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละองค์กรจะใช้ปริมาณเงินแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประมาณที่ได้รับ และขนาดองค์กร

สถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจมีพันธกิจในการแข่งขันด้วยสร้างเรตติ้งเพื่อหารายได้จากค่าโฆษณา จึงตั้งงบประมาณค่าผลิตรายการที่เหมาะสมในการผลิตรายการที่ได้คุณภาพดึงดูดผู้ชมให้เกิดเรตติ้งรายการ ส่วนสถานีโทรทัศน์สาธารณะให้ความสำคัญในการกำหนดงบประมาณค่าผลิตรายการ มีการกำหนดมาตรฐานงบประมาณค่าผลิตรายการแต่ละรายการตามความแตกต่างของกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้สารคดีที่ผลิตขึ้นด้วยการดูแลคุณภาพอย่างเข้มข้นในช่วงเวลาที่ดีที่สุดบนผังรายการ ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ของรัฐมีมาตรฐานการจ้างงานเพียงมาตรฐานเดียวซึ่งทำให้ไม่สามารถจ่ายค่าตอบแทนได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับราคาที่ควรจึงสาเหตุทางอ้อมที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยเทคโนโลยี และคุณภาพของกระบวนการผลิตสารคดี

3) วัสดุหรือวัตถุดิบ (material) เป็นเครื่องมือในการผลิตสารคดีทางโทรทัศน์ ที่ผู้ผลิตต้องรู้จักเลือกใช้ให้ได้ประสิทธิภาพเพื่อให้ต้นทุนต่ำและทำให้งค์กรได้ผลกำไรสูงสุด

สถานีโทรทัศน์สาธารณะและสถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจต่างให้ความสำคัญต่อเทคโนโลยีและอุปกรณ์ในการผลิตรายการ โดยวางนโยบายและแนวทางการจัดซื้อติดตั้งอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพของภาพและเสียงสำหรับการผลิตสารคดีให้คมชัดขึ้น ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ของรัฐบาลจัดการองค์กรในรูปแบบของระบบราชการ มีระเบียบข้อบังคับการจัดตั้งงบประมาณที่เป็นข้อจำกัด ต้องตั้งงบประมาณจัดซื้อจัดจ้างล่วงหน้าตามปีงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถตามติดเทคโนโลยีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ทันทั่วทั้ง

4) การบริหารจัดการงาน (management) ของสถานีโทรทัศน์แต่ละประเภทที่เลือกนำเสนอเนื้อหาด้านอาเซียนเป็น 2 รูปแบบ คือ (ก) การผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ในช่วงข่าวเศรษฐกิจ และข่าวต่างประเทศ ที่มุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาด้านเศรษฐกิจของอาเซียน โดยทีมข่าวของสถานีโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตเอง จึงสามารถควบคุม บริหารจัดการได้ตามนโยบายสถานี และ (ข) การผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียน โดยว่าจ้างบริษัทผู้ผลิตอิสระภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ผลิตโดยพิจารณาจุดเด่นของแต่ละองค์กร เช่น ทีมงานที่มีประสบการณ์ เทคโนโลยีการผลิต เครือข่ายองค์ความรู้ และการบริหารจัดการควบคุมงบประมาณให้คุ้มค่า เพื่อให้ได้รายการที่มีคุณภาพตามงบประมาณที่ได้รับจากทางสถานี โดยทางสถานีเป็นผู้จ่ายค่าจ้างผลิตเป็นรายตอน

ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์จุดประกายเริ่มต้นจากนโยบายของรัฐขับเคลื่อนสู่นโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละรูปแบบ แล้วส่งผลสู่ปัจจัยต่างๆ ได้แก่ องค์กรผู้ผลิต ทั้งรูปแบบสถานีโทรทัศน์และบริษัทผู้ผลิตอิสระงบประมาณการผลิต เทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารจัดการในการผลิตรายการ โดยเฉพาะคนหรือบุคลากรที่ต้องมีองค์ความรู้และทุนทางวัฒนธรรม ผู้ผลิตที่มีทุนทางวัฒนธรรมมีจำนวนอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้การผลิตรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของอาเซียนจึงยังมีการผลิตและออกอากาศไม่มากนัก

รูปแบบการนำเสนอ ประเด็น และเนื้อหาวัฒนธรรมของประเทศอาเซียนในรายการสารคดีทางโทรทัศน์

รายการสารคดีทางโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนมีเอกลักษณ์เหมือนกับสารคดีโดยทั่วไปคือ มุ่งนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง (fact) ของ

ชีวิตคน สัตว์ เหตุการณ์ สิ่งของ ในช่วงเวลาหนึ่ง ด้วยความจริงจัง (seriousness) เพื่อให้ความรู้ทั่วไป (general knowledge) กับผู้ชมในเรื่องหนึ่งๆ

1) รูปแบบการนำเสนอ

รายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนใช้พิธีกรประจำรายการพูดโปรยประเด็นของเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอนให้ผู้ชมได้ทราบ แล้วจึงนำเข้าสู่เนื้อหาของสารคดีที่นำเสนอเรื่องราวผ่านภาพเหตุการณ์และเสียงบรรยาย หรือบางรายการให้พิธีกรลงไปดำเนินเรื่องในเนื้อสารคดี และปิดท้ายด้วยการสรุปสาระสำคัญของพิธีกรที่มีต่อประเด็นของเรื่องที่น่าสนใจในตอนนั้นๆ

สำหรับการสัมภาษณ์ประกอบในกลุ่มตัวอย่างรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน พบว่า รายการที่มีเวลาออกอากาศ (air time) สั้นประมาณ 5 นาที ไม่มีการสัมภาษณ์ประกอบในรายการ ขณะที่รายการที่มีเวลาออกอากาศยาวตั้งแต่ 30 นาทีขึ้นไป มีการใส่สัมภาษณ์ประกอบในรายการ

2) ประเด็นและเนื้อหา

การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นไปตามแนวคิด ภูมิหลัง และประสบการณ์ที่แตกต่างกันของผู้ผลิตรายการแต่ละรายการ ส่งผลให้การนำเสนอรายการสารคดีออกมาเป็น 3 ลักษณะ คือ (ก) ผู้ผลิตที่มีพื้นความรู้ เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เลื่อนนำเสนอประเด็นและเนื้อหารายการที่เจาะลึกวัฒนธรรมของแต่ละสังคม (ข) เลื่อนนำเสนอประเด็นและเนื้อหารายการเชื่อมโยงมิติวัฒนธรรมไปเกี่ยวข้องกับมิติการเมืองและเศรษฐกิจ และ (ค) ผู้ผลิตที่พอจะมีพื้นความรู้ด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เลื่อนนำเสนอประเด็นและเนื้อหาในกรอบเสาหลักที่สามของประชาคมอาเซียนคือ ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ที่มีเนื้อหากว้างขวางกว่าเรื่องวัฒนธรรม ครอบคลุมประเด็นสังคมด้วย ได้แก่ การพัฒนามนุษย์ การคุ้มครองและสวัสดิการสังคม สิทธิและความยุติธรรมทางสังคม ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน และช่องว่างทางการพัฒนา

ลักษณะที่หนึ่ง การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมที่เลือกนำเสนอเฉพาะมิติวัฒนธรรม เพื่อทำความเข้าใจเพื่อนบ้านในอาเซียน ผ่านวัฒนธรรมในเชิงวิถีชีวิต ประเพณี ให้เห็นประชาชนคนเล็กคนน้อยที่เป็นตัวแทนของพลเมืองในประเทศนั้นๆ เช่น รายการ *เปิดม่านอุษาคเนย์*

ลักษณะที่สอง การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมที่นำเสนอมิติวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงสู่มิติการเมืองและเศรษฐกิจ เพื่ออธิบายเหตุการณ์ครอบคลุมได้หมดทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม เช่น รายการ *ASEAN STORY*

ลักษณะที่สาม การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาเชื่อมโยงมิติสังคมวัฒนธรรม กับมิติการเมืองและเศรษฐกิจ ให้ผู้ชมได้เข้าใจสถานการณ์แห่งการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของประชาคมอาเซียน และส่งผลกระทบต่อกรดำเนินชีวิตของประชาชนที่อยู่ในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ เช่น รายการ *มองโลกแบบวิกรม* และรายการ *ASEAN BEYOND 2015*

3) มุมมองการนำเสนอ

การผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรม ผู้ผลิตรายการใช้การบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับอาเซียนจากต้นเรื่องให้ผู้ชมได้รู้จักประชาคมอาเซียน ภายได้คำว่า “เรา” กับ “เขา” ผ่านการตั้งชื่อเรื่องหรือชื่อตอน การบรรยายบอกเล่ามุมมองของเรื่องที่แตกต่างกัน เป็น 3 แนวทางคือ

แนวทางแรก การนำเสนอมุมมอง “เรา” และ “เขา” แบบตายตัวว่า “เรา” คือคนไทย และ “เขา” คือพลเมืองในประเทศอาเซียนต่างๆ ของรายการ *ASEAN STORY* ที่นำเสนอเรื่องราวความสัมพันธ์เฉพาะประเทศในอาเซียนเท่านั้น

แนวทางที่สอง ใช้การนำเสนอมุมมอง “เรา” แบบไร้ขอบเขตจำกัด สามารถเลื่อนไหลไปมาได้ ซึ่งแบ่งย่อยตามขอบเขตการนำเสนอได้เป็น 2 แบบคือ

รายการที่มีขอบเขตการนำเสนอเฉพาะอาเซียน “เขา” หมายถึง คนอาเซียน หรือประเทศต่างๆ ในอาเซียน ส่วน “เรา” สามารถเลื่อนไหลความหมายเป็นคนไทย ประเทศไทย (I) หรือพลเมืองอาเซียน ประเทศอาเซียน (we) ตามประเด็นที่นำเสนอ เช่น รายการ *ASEAN STORY* ที่นำเสนอเรื่องราวอาเซียนผ่านความรู้ด้านประวัติศาสตร์ให้เห็นความเชื่อมโยงของแต่ละประเทศในประชาคมอาเซียนผ่านเรื่องราวในอดีต นำมาสู่การเรียนรู้เพื่อให้เกิดการร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียวในภูมิภาค

รายการที่เลือกนำเสนอเรื่องราวของอาเซียนที่ครอบคลุมกว้างกว่าแค่อาเซียน ทำให้การนำเสนอมุมมอง “เรา” และ “เขา” ไหลเลื่อนไปมาได้ โดยการกำหนดว่า “เรา” จะเป็นคนไทย คนอาเซียน หรือคนเอเชีย ขึ้นอยู่กับบริบทการนำเสนอว่า “เรา” ศึกษาเรียนรู้ “เขา” ในระดับไหน เช่น ถ้า “เขา” คือ อาเซียน “เรา” ก็คือคนไทย แต่ถ้า “เขา” คือ เอเชีย ญี่ปุ่น จีน อินเดีย หรือประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่อาเซียน “เรา” ก็คือคนไทย หรือคนอาเซียน และถ้า “เขา” คือยุโรปหรืออเมริกา “เรา” ก็คือคนไทย คนอาเซียน หรือคนเอเชีย เป็นต้น ซึ่งเราจะพบได้ในรายการ *มองโลกแบบวิกรม*

แนวทางที่สาม เป็นการนำเสนอมุมมองของรายการ *ASEAN BEYOND 2015* ที่กำหนดว่า “เรา” คือใครก็ได้ที่สนใจเรื่องอาเซียน และ “เขา” ที่ “เรา” ติดตามเรื่องราวคือพลเมืองอาเซียน ประเทศสมาชิกอาเซียน

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน ในรายการประเภทไม่ใช่เรื่องแต่งบนหน้าจอโทรทัศน์ไทย ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการ

1) สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งควรให้ความสำคัญต่อรายการสารคดีที่น่าเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน เนื่องจากยังมีจำนวนน้อย โดยกำหนดเป็นนโยบายของสถานีให้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน

2) สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีต้องให้ความสำคัญในตรวจสอบเนื้อหารายการสารคดีโทรทัศน์ที่ออกอากาศให้น่าเสนอตรงกับนโยบายด้านอาเซียนของสถานี เพราะจากการศึกษาเนื้อหาของรายการสารคดีบางรายการใช้ชื่อรายการที่มีคำว่า “อาเซียน” แต่เนื้อหารายการกลับไม่ได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวข้องกับอาเซียนเลย สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้

3) สถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการ ควรสร้างเสริมบุคลากรภายในองค์กร ให้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับอาเซียนมากขึ้น ให้เพียงพอทั้งจำนวนคนและจำนวนข้อมูล ตลอดจนสร้างเครือข่ายภายนอก เช่น สร้างความร่วมมือด้านข้อมูลวัฒนธรรมอาเซียนระหว่างสถานีโทรทัศน์ด้วยกันเอง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาเซียน และหน่วยงานองค์กรที่ดำเนินการด้านอาเซียน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการมุ่งศึกษาปัจจัยของผู้ผลิตรายการเป็นหลัก ไม่ได้ลงไปศึกษาผลตอบรับที่ได้ผู้ชมรายการ ดังนั้นผู้ที่สนใจศึกษาสามารถไปศึกษาผู้ชมรายการที่เป็นผู้รับสาร ทำให้เห็นภาพอีกด้านของรายการสารคดีประเภทนี้

นอกจากนั้น หากมีผู้สนใจสามารถนำผลการศึกษาด้านผู้รับสารมาผนวกรวมกับผลการศึกษาในครั้งนี้ที่ศึกษาผู้ผลิตซึ่งเป็นผู้ส่งสาร จะทำให้เห็นภาพของการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่น่าเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างรอบด้านมากขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ (2556), *ASEAN Mini Book*, กรุงเทพฯ: กรมอาเซียน กระทรวง การต่างประเทศ.
- กรณีกา รุ่งเจริญพงษ์ (2555), “สารคดี: มีสาระและมีดีกว่าที่คุณคิด”, *วารสารศาสตร์*, ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม.
- _____. (2557), “รายการวิทยุและโทรทัศน์ประเภทสาระ”, ใน สมสุข หินวิมาน และคณะ (บ.ก.), *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- เกษมพร มหาวิศว์ (2546), *สห. กับพัฒนาการทางบทบาทหน้าที่ตามนโยบายของรัฐบาล จากปี พ.ศ. 2528-2544*, สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสาร มวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553), *สายธารแห่งนักคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง กับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กิตติมา ชาญวิชัย (2548), *ความสำเร็จของรายการสารคดีของสถานีโทรทัศน์ NHK ประเทศ ญี่ปุ่น*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิพย์สุตา ซาดี (2555), *การเตรียมความพร้อมของสื่อไทยสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ศึกษา เฉพาะกรณีฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3*, สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรวัฒน์ สิริกรกช (2555), “บทบาทของเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการธุรกิจองค์กร พาโนรมา เวิลด์ไวด์”, *JC Journal*, ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 ฉบับพิเศษ (การค้นคว้าอิสระ) มิถุนายน- ธันวาคม.
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. (2556), *ครบรอบ 43 ปี สถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3*, กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์ (2553), *กลยุทธ์การบริหารจัดการวิทยุผ่านดาวเทียมที่ออกอากาศ ทางวิทยุชุมชน เครือข่ายทั่วประเทศ*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิษณุ สุวรรณะขง (2540), *สามทศวรรษอาเซียน*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ วิจัย.
- วสันต์ ทองไธ้ (2550), *ข่าวการศึกษากับความเป็นระบอบราชการ*, สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิกรม กรมดิษฐ์ (2556), *มองโลกแบบวิกรม*, กรุงเทพฯ: มูลนิธิอมตะ.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) (2556), *รายงานผล การปฏิบัติงานประจำปี พ.ศ. 2555*, กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- _____. (2557), *รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี พ.ศ. 2556*, กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

อัมพร จิรัฐติกร (2543), *เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา: สายไปแล้วหรือยัง*, กรุงเทพฯ: โครงการอาณานิคมศึกษา 5 ภูมิภาค ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
อุบลรัตน์ ศิริยุตต์ และคณะ (2550), *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อสารมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*, กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Karnik, K. (2002), *Public Service Broadcasting in the ICE Age*, Malaysia, Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development.
Tan, H. and Mahizhnan, A. (2002), *Broadcast Media in ASEAN*, Singapore: ASEAN Committee on Culture and Information.

สื่อออนไลน์

เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ <http://www.nbtc.go.th/wps/wcm/connect/fc8015004a978f3c9408ddb1f5b6d48d/014-044.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=fc8015004a978f3c9408ddb1f5b6d48d>

สัมภาษณ์

บัณฑิต ลุนหา, กรรมการผู้จัดการ บริษัท พาราดีซัล มีเดีย จำกัด, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2557 และ 10 พฤษภาคม 2557.
ปาจริย์ แสงแก้ว, ผู้ควบคุมรายการ บริษัท พาโนรามา เวลด์ไวด์ จำกัด, สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2557.
พรณี รุ่งสว่าง, หัวหน้าแผนกข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2557.
อดิศักดิ์ ศรีสม, กรรมการผู้จัดการ บริษัท เบิร์ด อาย วิว เน็ตเวิร์ค จำกัด, สัมภาษณ์ 2 กรกฎาคม 2557.

กระบวนการต่อรองในการผลิตภาพยนตร์ เชิงสังเกตการณ์ผ่านปฏิบัติการสังคม: กรณีศึกษาการคัดค้านการขยายท่าเรือแหลมฉบัง เฟสสาม ชุมชนบางละมุง จังหวัดชลบุรี อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล¹

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ได้ศึกษาวิจัยกระบวนการถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีเรื่อง *The Third Eye* โดยมีวัตถุประสงค์สองประการคือ (1) เพื่อศึกษากระบวนการต่อรองในการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ ระหว่าง “คนนอก” คือ นักวิจัย (ผู้ผลิตภาพยนตร์) และตัวละคร (subjects) ซึ่งเป็น “คนใน” ชุมชน ในแง่ประเด็น เนื้อหา เทคนิคการถ่ายทำ และ (2) เพื่อสำรวจทุนที่นำมาใช้ในกระบวนการต่อรอง เพื่อผลิตภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตการณ์ ซึ่งประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนทางสัญลักษณ์ และทุนทางเศรษฐกิจ ของทั้งนักวิจัยซึ่งเป็นบุคคลภายนอกชุมชน และตัวละครและแกนนำชุมชนซึ่งเป็นคนภายในชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า การถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตการณ์ แม้ว่าโดยหลักการแล้วคือ การปล่อยให้เสียงที่หลากหลายปรากฏในภาพยนตร์ ไม่ใช่การครอบงำจากทีมงานผู้ผลิต แต่ในความเป็นจริงแล้ว ในกระบวนการผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์สารคดีก็คือ “สนามปฏิบัติการ” (field) ที่มีการช่วงชิง ต่อรอง โดยใช้ทุนประเภทต่างๆ ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ผลการศึกษาชี้ว่า ทีมงานผู้ผลิตและผู้วิจัยจะมีทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุต่างๆ (objectified state) เช่น อุปกรณ์การถ่ายทำภาพยนตร์ และทุนทางวัฒนธรรมเชิงสถาบัน (institutionalised state) ในฐานะอาจารย์มหาวิทยาลัย ส่วนชาวบ้านจะมีฮาบิทัส (habitus) และทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) คือ ทุนด้าน embodied state หรือความโน้มเอียงทางอุปนิสัย (disposition) ของแต่ละบุคคลที่ถูกปลูกฝังผ่านการอบรมสั่งสอนทางสังคม (socialisation) ซึ่ง

¹ อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

หมายเหตุ: ผู้เขียนขอขอบคุณที่ร่วมถ่ายทำภาพยนตร์และภาพนิ่ง คลวรรต สุนสุข, สุกฤติ ภูมิศรีจันทร์, ลูติพันธุ์ บำรุงวงศ์, อนันท์ แผ่นดินทอง, คุณวุฒิ บุญฤกษ์ และนิสิตสาขาภาพยนตร์และโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยบูรพา รุ่น 1 และขอขอบคุณกฤตวิทย์ ทาตะภิรมย์ และสรวิต หุตะวานิชย์กุล ที่ช่วยปรับแต่งการนำเสนอตาราง.

เป็นทุนที่ชาวบ้านใช้ในการต่อรองอย่างมาก เช่น ตัวละครหลักคือ ลูกบรรจบ ช่างทอง ชาวประมงตาบอดพุดน้อย เป็นผู้ที่ใช้ทุนด้าน embodied state คือความเชี่ยวชาญและทักษะในการทำประมงซึ่งถือเป็น “ปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน” ที่ใช้ต่อสู้ต่อรอง และสร้างความหมายของ “คนใน” ผ่านสื่อภาพยนตร์ ซึ่งเป็น “สนามปฏิบัติการทางสังคม” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Abstract

The research paper involves film production process of the documentary *The Third Eye*. There are two objectives. Firstly, the paper aims to study negotiation between outsiders: the author and the film crew (students); and villagers: community leaders and film characters in production process of observational cinema. Secondly, the purpose is to explore the outsiders and the villagers' capital that was employed in a production process of observational cinema.

The finding indicates that in principle, observational cinema scholars stress that filmmakers should not dominate local people and filmming process. Rather, it aims to allow diversity of local people to speak and tell reality. Nevertheless, in practice, filming and distributing process actually is a “field” of negotiating by using relevant various “capital”.

Furthermore, it was found that the filmmaker team obtains two main cultural capital: objectified state and institutionalised state while the locals and the main actor (Uncle Banjob) employ “embodied state” and “habitus”. His embodied state and habitus is talent on fishing as a “daily life practice” which he uses to negotiate effectively and constructs “an insider’s meaning” through the process of making observational documentary as a social practice.

เกริ่นนำ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยที่ศึกษากระบวนการผลิตภาพยนตร์โดยผู้วิจัยและทีมงานได้ถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตการณ์ (observational cinema) เรื่อง *The Third Eye* ในชุมชนบางละมุง จังหวัดชลบุรี ไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูลและศึกษาวิเคราะห์ด้านการต่อรองในเชิงเนื้อหาและศิลปะของภาพยนตร์ ระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์ซึ่งเป็น “คนนอก” (นักวิจัยและทีมงาน) และ

ผู้ที่ถูกถ่ายทำ (ชาวประมงตาบอด แขนงำชุมชน และชาวบ้าน) ซึ่งเป็น “คนใน” ตัวละครหลักของภาพยนตร์สารคดีคือ ลุงบรรจบ ช่างทอง ชาวประมงพื้นบ้านตาบอด วัย 70 ปี ผู้ที่เกิดในหมู่บ้านแห่งนี้ ภาพยนตร์ได้นำเสนอปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของชาวประมงยากจนตาบอดที่ทำมาหากินในทะเลชายฝั่งของหมู่บ้าน และยังคงใช้ชีวิตกับอาชีพเดิม ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ทั้งการสร้างท่าเรือนานาชาติ การเติบโตขึ้นของคนรุ่นใหม่ที่จะเลิกกับอาชีพประมงชายฝั่ง การสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติ การสูญเสียที่ดินจากการเวนคืน และการสูญเสียวัฒนธรรมดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม ชาวบ้านได้ต่อรอง และต่อสู้ด้วยวิธีต่างๆ เช่น การเดินขบวนประท้วง การประสานกับนักวิชาการและสื่อมวลชน ลุงบรรจบบรรลุการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ แตกต่างจากมนุษย์ทั่วไปที่มีสัมผัสครบถ้วน เนื่องจากลุงบรรจบบมองไม่เห็น ตั้งแต่ยังเป็นวัยรุ่นก่อนที่จะทำเรือจะสร้างขึ้น ภาพยนตร์เรื่องนี้แสดงให้เห็นถึงการเผชิญกับการเปลี่ยนผ่านในฐานะมนุษย์คนหนึ่ง ซึ่งมีความแตกต่างจากชาวบ้านทั่วไป กับโลกภายนอกที่กำลังได้รับผลกระทบจากโลกาภิวัตน์

ที่มาและความสำคัญ

ปัญหาสำคัญของภาคตะวันออกของประเทศไทย คือการเผชิญกับผลกระทบมหาศาลในทุกด้าน อันเนื่องมาจากนโยบายสำคัญของรัฐบาลตั้งแต่ในยุค พล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ เป็นต้นมา ที่กำหนดให้แปดจังหวัดภาคตะวันออกเป็นพื้นที่รองรับอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก เพื่อนำพาประเทศเข้าสู่ความเป็นอุตสาหกรรมใหม่ หรือนิกส์ (NICs) (Bello et al., 1998)

นับแต่ ปี 2525 จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (ปี 2525-2529) ซึ่งระบุให้ภาคตะวันออกเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมหลัก ภายใต้โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก หรือโครงการอีสเทิร์นซีบอร์ด การเกิดขึ้นของนิคมอุตสาหกรรมหนัก โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และโครงการอื่นๆ ที่เป็นผลพวงรองรับอุตสาหกรรม เช่น ท่าเรือนานาชาติ ได้ขยายไปหลายจังหวัด เช่น ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา โดยครอบคลุมพื้นที่เกษตรกรรม และพื้นที่อยู่อาศัยเดิมของชาวบ้าน รวมทั้งพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติดั้งเดิม (ThaiPublica, 6 ธันวาคม 2555) ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านสิ่งแวดล้อม อาชีพ ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม และเกิดปัญหาด้านสังคมตามมาอย่างมากมาย เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมของนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง ปัญหาในตำบลเชิงเนิน จังหวัดระยอง เนื่องจากการผลิตของโรงงานไออาร์พีซี (ทีพีไอ) นิคมอุตสาหกรรมอมตะ จังหวัดชลบุรี และล่าสุดการตรวจพบสารปรอททั้งในปลาและตัวคนที่ ตำบลท่าตูม จังหวัดปราจีนบุรี เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2556 (มูลนิธิโลกสีเขียว, 9 มกราคม 2556)

ที่ผ่านมา การต่อสู้ของชาวบ้านเจ้าของพื้นที่ในภาคตะวันออกเพื่อลดทอนบรรเทาปัญหาต่างๆ เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลาในหลายสิบปีที่ผ่านมา ด้วยวิธีการรูปแบบต่างๆ เช่น การประท้วง การร่วมมือกับสื่อมวลชนเผยแพร่ข่าว การยื่นหนังสือถึงผู้รับผิดชอบ การเจรจา การรวมกลุ่มเยาวชน รวมไปถึงการใช้สื่อ เช่น ผลิตหนังสือ จดหมายข่าว วิดีโอชุมชน แต่เป็นที่สังเกตว่า การต่อสู้ในเวทีเช่นนี้ ชุมชนและชาวบ้านก็ยังคงตกอยู่ในสภาพเดิมๆ มีบางปัญหาที่อาจจะชะลอตัวหรือดีขึ้น แต่ผลเสียหายจากทุนอุตสาหกรรมใหญ่ยังคงมีต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีปฏิบัติการต่อรองหลายอย่างก็ตาม

สำหรับในพื้นที่วิจัย นอกจากจะมีปฏิบัติการต่อสู้ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ในพื้นที่บ้านบางละมุงยังมีสื่อ ภาพยนตร์สารคดี ที่จัดทำโดย คนภายนอก โดยในระหว่างปี พ.ศ. 2554 และ 2555 ได้มีการผลิตสื่อภาพเคลื่อนไหวทั้งรายการสารคดีโทรทัศน์ และภาพยนตร์สารคดี เช่น ทีมสารคดี Scope Creep ที่ลงถ่ายทำเรื่องราวของผลกระทบต่างๆ ในต้นปี พ.ศ. 2555 และเผยแพร่ตามเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ สารคดีชุด “จากทวายถึงแหลมฉบัง” ในรายการ *บ้านเรอกับบ้านฉัน* ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่ถ่ายทอดเรื่องราวเชื่อมโยงจากการสร้างท่าเรือน้ำลึกที่เมืองทวาย สหภาพเมียนมาร์ มาสู่แหลมฉบัง ประเทศไทย โดยความร่วมมือของนักข่าวพลเมือง หรือคนในพื้นที่บางละมุง การทำสื่อภาพเคลื่อนไหวดังกล่าว คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการให้ข้อมูล การถูกสัมภาษณ์ การช่วยเหลือในการถ่ายทำ อย่างไรก็ตาม แหล่งทุน การเขียนบท การย่อประเด็นปัญหา การตัดสินใจว่าเนื้อหาใดควรมีในภาพยนตร์ การตัดต่อ และการเผยแพร่ ยังคงเป็นบทบาทของ “คนนอก” หรือของทีมงานผู้ผลิต

ในเวลาต่อมา เมื่อมีการต่อสู้คัดค้านการขยายท่าเรือเฟสสาม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจการผลิตภาพยนตร์สารคดีที่มีบทบาทของ “คนใน” เป็นหลัก โดยได้ร่วมกับทีมนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา เข้าดำเนินการถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตการณ์เรื่อง *The Third Eye* โดยได้รับทุนสนับสนุนเบื้องต้นส่วนหนึ่งจากศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

โครงการวิจัยนี้คือ การศึกษาเพื่อเชื่อมโยงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างโลกแห่งความจริง และโลกสัญลักษณ์ในเชิงของการต่อสู้ต่อรอง โลกแห่งความจริงก็คือ การต่อสู้ของชุมชนบางละมุงในการต่อต้านการขยายการก่อสร้างท่าเรือแหลมฉบังเฟสที่สาม ส่วนโลกสัญลักษณ์ก็คือ กระบวนการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ที่เป็นพื้นที่ต่อรองกันระหว่างนักวิจัยและชาวบ้าน ทั้งสองโลกนี้ดำเนินกันไปในลักษณะคู่ขนาน กล่าวคือ ในขณะที่ชุมชนดำเนินการต่อสู้กับรัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการขนาดใหญ่ ซึ่งถูกจำกัดให้รับรู้ในวงแคบแค่ชุมชนกับผู้ที่เกี่ยวข้อง

การผลิตโลกสัญลักษณ์ของภาพยนตร์ก็คือ กระบวนการต่อรองที่สร้างความหมายร่วมกัน (shared meaning) ระหว่างทีมนักวิจัยและชุมชน โดยภาพยนตร์มีฐานะเป็นปฏิบัติการทางสังคมที่สำคัญในการสื่อสารปัญหา ความหมายร่วม (ที่เกิดจากการต่อรอง) และช่วยให้การต่อสู้ในโลกแห่งความจริงได้เผยแพร่ออกไปสู่สาธารณะ สิ่งที่ผู้วิจัยสนใจคือ ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์สารคดีดังกล่าว “คนใน” หรือตัวละครหลัก หรือชาวบ้าน (1) ได้มีกระบวนการต่อรองอย่างไร ทั้งในเชิงประเด็นปัญหา และเทคนิคการถ่ายทำ และ (2) เหตุใดจึงใช้กระบวนการต่อรองดังกล่าว (3) ทั้งนักวิจัยและชาวบ้านใช้ทุนด้านไหน ตามทฤษฎีปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ในการต่อรองและประกอบสร้างภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ (ดูรายละเอียดในส่วนแนวคิดและทฤษฎี)

ปัญหาการขยายการสร้างท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เป็นภาพสะท้อนหนึ่งของสังคมไทย ที่เกี่ยวข้องกับโครงการขนาดใหญ่อันมีผลกระทบต่อชุมชนขนาดเล็กและปัจเจกชน เช่น ชาวประมงพื้นบ้าน ซึ่งเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผลประโยชน์หลายกลุ่ม (interest groups) ทั้งรัฐ นายทุน ชาวบ้าน นักการเมืองท้องถิ่น และสื่อมวลชนเอง ในกรณีเช่นนี้ หากใช้ทัศนะของบูร์ดิเยอ ผู้วิจัยสงสัยว่า การต่อรองอำนาจและผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ย่อมมี “ทุน” เป็น “ตัวแปร” สำคัญที่จะพิจารณาว่าชาวบ้านมีศักยภาพในการต่อรองอำนาจได้มากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

การศึกษาค้นคว้าเช่นนี้ นับว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับชุมชนภาคตะวันออก รวมทั้งศาสตร์ด้านสื่อสารมวลชน ประกอบกับภาพยนตร์ในอดีตที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหานี้ ล้วนแล้วแต่เป็นมุมมองของคนนอก และผลิตด้วยรูปแบบสารคดีตามขนบ (conventional documentary) ที่มีผู้กำหนดประเด็น ผู้เขียนบทเป็นบุคคลภายนอก และมีผู้บรรยายสารคดี เช่น สารคดีเรื่อง *แหลมฉบัง คลื่นทุกซึก โถมซ้ำซาก* (2555)

โครงการวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ในแง่การผลิตสื่อและใช้สื่อ เพื่อตอบสนองต่อชุมชนมากขึ้น และช่วยให้ “คนนอก” เช่น นักวิชาการ สื่อมวลชน และนักกิจกรรมทางสังคม มีความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสื่อภายใต้ทัศนคติและความต้องการของชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น

บริบทชุมชนพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ที่ศึกษาวิจัยคือ หมู่บ้านบางละมุง หมู่ 9 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เป็นหมู่บ้านเก่าแก่กว่า 300 ปี ในอดีตเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านประกอบอาชีพทั้งการเกษตรทำนา และทำประมงชายฝั่งขนาดเล็กหรือประมงพื้นบ้าน ชาวบ้านมีความเป็นอยู่ ประเพณี และวัฒนธรรมที่ผูกพันกับทะเล สัตว์น้ำ เรือ ดินฟ้าอากาศ และภูมิปัญญาการพึ่งพาธรรมชาติมากมายหลายอย่าง เช่น ภูมิปัญญา

ในการพยากรณ์อากาศอันแม่นยำ ภูมิปัญญาการเดินทางเรือ ต่อเรือ และการหาอยู่หากินตามชายฝั่งที่ไม่ทำลายธรรมชาติ (สัมภาษณ์รังสรรค์ สมบูรณ์ และสมนึก จงมีวสิน, 24 พฤษภาคม 2555)

ความเปลี่ยนแปลงได้เกิดขึ้นอย่างรุนแรง เมื่อรัฐบาลไทยมีนโยบายสร้างอีสเทิร์นซีบอร์ด โดยให้พื้นที่บริเวณแหลมฉบังเป็นสถานที่สร้างท่าเรือนานาชาติเพื่อขนส่งสินค้าเข้าและออกสู่โลกภายนอก ท่าเรือแหลมฉบังถูกบรรจุในยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2530 จนปัจจุบันมีท่าเรือสร้างเสร็จไปแล้ว 2 เฟส และเฟสที่ 3 กำลังอยู่ระหว่างก่อสร้าง

การสร้างท่าเรือในครั้งนี้มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจประเทศเป็นมูลค่ามหาศาลทั้งในด้านรายได้ และได้รับความเชื่อถือจากกลุ่มประเทศต่างๆ ว่าไทยจะเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ คนไทยบางกลุ่มอาจจะมียศถาภรณ์การจ้างงานเพิ่มขึ้น แต่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับเจ้าของพื้นที่โดยเฉพาะชาวประมงรายย่อยก็เกิดขึ้นเป็นปัญหาคู่ขนานตามมาทั้งด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การทำมาหากิน ธรรมชาติเปลี่ยนแปลง และผลกระทบอื่นๆ กับวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนประมงพื้นบ้านที่ตั้งรับ และพยายามปรับตัวต่อแรงกดดันจากโลกภายนอก

ชาวประมงชายฝั่งหรือประมงพื้นบ้านเป็นอาชีพเล็กๆ ที่มีเหลืออยู่เพียงไม่กี่หมู่บ้านในภาคตะวันออก (สัมภาษณ์สมนึก จงมีวสิน, 24 พฤษภาคม 2555) และเป็นอาชีพหลักของชาวบ้านในบ้านบางละมุง หมู่ 9 แห่งนี้ ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของชุมชนและการเผชิญกับโลกาภิวัตน์ ชาวบ้านแห่งนี้ต่างได้รับข้อมูลข่าวสารน้อยหรือได้รับแต่เพียงด้านเดียวจากผู้นำชุมชนในยุคการก่อสร้างท่าเรือยุคแรก และจากการท่าเรือแห่งประเทศไทย (สัมภาษณ์รังสรรค์ สมบูรณ์, 24 พฤษภาคม 2555) ที่ผ่านมา การสร้างท่าเรือแหลมฉบังเฟส 1 และ 2 ชาวบ้านไม่ได้มีการต่อสู้หรือต่อต้านใดๆ เนื่องจากไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร อย่างไรก็ตาม ในปี 2555 เป็นต้นมาหลังจากที่การทำเรือแห่งประเทศไทยประกาศเดินหน้าสร้างท่าเรือเฟส 3 ชาวบ้านได้รวมตัวกันและใช้รูปแบบการต่อสู้หลากหลายวิธี เช่น การรวมตัวเป็นกลุ่มชาวประมงบ้านบางละมุง การเดินขบวนบางละมุงยাত্রา การยื่นหนังสือเรียกร้องต่อผู้รับผิดชอบโดยตรง การแสวงหาความร่วมมือกับบุคคลภายนอก (นักศึกษา นักการเมือง สื่อมวลชน นักวิชาการ นักเคลื่อนไหวทางสังคมและนักกิจกรรมในจังหวัดต่างๆ) จัดทำโครงการอนุรักษ์ธรรมชาติและการท่องเที่ยวอนุรักษ์ ไปถึงการใช้สัญลักษณ์ในการต่อสู้ เช่น การจัดทำโปสเตอร์ แบนเนอร์ สติกเกอร์ ไม่เอาท่าเรือ ดิดหัวหมู่บ้าน และการประสานงานกับสื่อมวลชนให้เข้าถึงข้อมูล และจัดทำสื่อเผยแพร่สาธารณะตลอดทั้งปี 2555-2556

ผู้วิจัยสนใจและเห็นว่าพื้นที่นี้มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ตกอยู่ในสถานการณ์คล้ายๆ กับหลายพื้นที่ในภาคตะวันออกดังที่กล่าวมาแล้ว คือ ได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตาม ที่แตกต่างออกไปคือ การต่อสู้ของชุมชนมีหลากหลายรูปแบบ ความน่าสนใจคือ แม้จะไม่ได้รับชัยชนะในขณะนี้ แต่ปฏิบัติการต่อสู้อย่างหลากหลาย ต่อเนื่อง เข้มข้น ประกอบกับปัจจัยอื่นๆ ทั้งด้านการเมืองและเศรษฐกิจ ส่งผลให้กระทรวงคมนาคมและการท่าเรือแห่งประเทศไทยได้ยอมรับว่า การคัดค้านของชาวบ้านมีผลกระทบอย่างมาก โดยระบุว่า ขอยยเวลาการพัฒนาโครงการสร้างท่าเรือแหลมฉบังเฟส 3 เนื่องจากผลกระทบสิ่งแวดล้อมและชาวบ้านรวมตัวคัดค้าน (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 9 มกราคม 2556)

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1. กระบวนการผลิตภาพยนตร์ หมายถึง ขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์เรื่อง *The Third Eye* ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนส่วนหนึ่งจาก ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) โดยเริ่มต้นตั้งแต่การสำรวจชุมชน ไปจนถึงการถ่ายทำภาพยนตร์และการตัดต่อลงเสียง โดยมีผลผลิตเป็นภาพยนตร์ความยาว 40 นาที
2. ภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ หมายถึง รูปแบบของภาพยนตร์ และกระบวนการ (observational cinema) ถ่ายทำภาพยนตร์ โดยไม่กำกับการแสดง ไม่มีการจัดฉาก และไม่ควบคุมเหตุการณ์ใดๆ ผู้ผลิตภาพยนตร์มีลักษณะ passive มุ่งหวังให้ภาพยนตร์บันทึกเรื่องราวตามความเป็นจริงมากที่สุด
3. การต่อรอง หมายถึง ปฏิบัติการ เครื่องมือ แนวคิด และต้นทุนด้านต่างๆ ที่แต่ละฝ่ายนำมาใช้เพื่อสื่อสารกับอีกฝ่ายให้เห็นด้วย คล้อยตาม และปฏิบัติ ทั้งนี้หมายถึงการต่อรองระหว่างทีมงานผู้ผลิตภาพยนตร์ แกนนำชุมชน ตัวละครหลัก และชาวบ้าน
4. ทีมงานผู้ผลิตภาพยนตร์ หมายถึง ตัวผู้วิจัยที่มีสถานะทั้ง 3 สถานะ คือ อาจารย์ ผู้กำกับภาพยนตร์ และนักวิจัย รวมทั้งทีมงานที่เป็นนิสิตภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 4 คน

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษากระบวนการต่อรองในการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ ระหว่าง “คนนอก” คือ นักวิจัย (ผู้ผลิตภาพยนตร์) และ subjects ซึ่งเป็นคนภายในในแง่ประเด็น เนื้อหา เทคนิคการถ่ายทำ และสุนทรียศาสตร์ภาพยนตร์
2. เพื่อสำรวจทุนที่นำมาใช้ในกระบวนการต่อรอง เพื่อผลิตภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตการณ์ ประกอบด้วย ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนทางสัญลักษณ์ และทุนทางเศรษฐกิจ ของทั้งนักวิจัยซึ่งเป็นบุคคลภายนอก และ subjects ซึ่งเป็นคนภายใน

แนวคิดและทฤษฎี

โครงการศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ผ่านปฏิบัติการสังคม: กรณีศึกษาการคัดค้านการขยายท่าเรือแหลมฉบังเฟสสาม ชุมชนบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีทั้งหมด 4 แนวคิด คือ

1. ทฤษฎีปฏิบัติการ (theory of practice)
2. แนวคิดภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ (observational cinema)
3. แนวคิดภาพยนตร์ชาติพันธุ์ (ethnographic film)
4. หลักการและแนวคิดด้านสุนทรียศาสตร์ภาพยนตร์

อย่างไรก็ตาม บทความชิ้นนี้ได้มุ่งไปที่ประเด็นกระบวนการต่อรอง และทุนด้านต่างๆ ที่ก่อให้เกิดกระบวนการผลิตภาพยนตร์สารคดี จึงขอเน้นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพียงสองทฤษฎีคือ (1) ทฤษฎีปฏิบัติการ (theory of practice) และ (2) แนวคิดภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ (observational cinema)

1. ทฤษฎีปฏิบัติการ (Theory of Practice) ของปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu)

ทฤษฎีปฏิบัติการ เป็นทฤษฎีสำคัญของบูร์ดิเยอ ที่อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมในเชิงอำนาจ และทุนประเภทต่างๆ รวมทั้งทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดย่อยต่างๆ สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ แนวคิดย่อยที่เกี่ยวข้องได้แก่

1.1 สนามหรือวงการ (Field)

Field ถือว่าเป็นแนวคิดหลักในการศึกษาด้านสังคมวิทยาของบูร์ดิเยอ หมายถึงโครงสร้างส่วนต่างๆ ของสังคม ซึ่ง habitus (อธิบายในส่วนต่อไป) ปฏิบัติการร่วมกันอยู่ (Swartz, 1997) บูร์ดิเยอนิยามความหมายของ field ไว้ว่า เป็นเครือข่ายหนึ่งๆ ของความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งต่างๆ ตำแหน่งเหล่านี้ถูกกำหนดให้ดำรงอยู่ หรือมีเป้าหมายที่พวกเขาแสดงออกตามอาชีพ ตัวตน สถาบัน โดยสถานการณ์ปัจจุบันที่เป็นอยู่ในโครงสร้างของการกระจายอำนาจหรือทุนชนิดต่างๆ

ซึ่งครอบครองคำสั่งที่เข้าถึงผลประโยชน์เฉพาะที่มีส่วนได้เสียในสนามนั้นๆ และโดยความสัมพันธ์กับตำแหน่งอื่นๆ เช่น การครอบงำ และการถูกกดขี่

Field สามารถวิเคราะห์ไปถึงปริณิชนของการผลิต การจัดจำหน่าย และการครอบครองสินค้า บริการ ความรู้ หรือสถานภาพ และตำแหน่งที่แข่งขันกันของผู้คนต่างๆ ที่ต่อสู้ช่วงชิงกัน (struggle) ที่จะสะสม และผูกขาดทุนประเภทต่างๆ (Swartz, 1997: 117)

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551) ระบุว่า field เป็นหน่วยการวิเคราะห์ปฏิบัติการ ที่เป็นปริณิชนหรืออาณาบริเวณทางสังคม (social arena) ที่มีการต่อสู้กันเกิดขึ้น เพื่อแย่งชิงหรือช่วงชิงการเข้าถึงทรัพยากร (ทุนประเภทต่างๆ) ที่มีรูปธรรมจับต้องได้

สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต (2553: 12) ระบุว่า field คือ “โครงสร้างทางสังคมที่มีการต่อสู้ระหว่างคนกลุ่มต่างๆ ภายในสังคม โดยที่การต่อสู้มิได้เป็นการใช้อาวุธ หากแต่เป็นการต่อสู้ด้วยความรู้ รสนิยม วัฒนธรรม ที่แสดงออกผ่านการปฏิบัติในรูปแบบต่างๆ”

สรุปได้ว่า ในงานวิจัยชิ้นนี้ การนำแนวคิดเรื่อง field มาใช้ เพื่อศึกษาว่าระหว่างสนามของผู้ผลิตภาพยนตร์ ที่เป็นทั้งนักวิจัยและอาจารย์มหาวิทยาลัย กับสนามของชาวบ้าน ซึ่งเป็นชาวประมงในภาคตะวันออกของไถยนั้น เมื่อต้องมาลงสนามเดียวกัน คือ การผลิตภาพยนตร์สารคดี มีการต่อรอง ช่วงชิงกันอย่างไร ซึ่งการต่อรองช่วงชิงกันนั้น ยังเกี่ยวข้องกับแนวคิดอื่นๆ อีกด้วย ได้แก่

1.2 ฮาบิทัส (Habitus)

บูร์ดิเยอ กล่าวถึงลักษณะของ habitus ว่า “The structures constitutive of a particular type of environment (e.g., the material conditions of existence characteristic of a class condition) produce habitus, system of durable, transposable dispositions, structured structures predisposed to function as structuring structures, that is, as principles of the generation and structuring of practices and representations which can be objectively “regulated” and “regular” without in any way being the product of obedience to rules, objectively adapted to their goals without presupposing a conscious aiming at ends or an express mastery of the operations necessary to attain them and, being all this, collectively orchestrated without being the product of the orchestrating action of a conductor.” (Bourdieu, 1977: 72)

จากข้อความข้างต้น ผู้วิจัยขอแปลเก็บความสรุปแนวคิดข้างต้น กล่าวคือ ลักษณะของฮาบิทัสเป็นโครงสร้างที่ถูกสร้างขึ้นจากสิ่งแวดล้อมเฉพาะ เช่น เงื่อนไขของชนชั้นที่แต่ละคนดำรงอยู่ ซึ่งเป็นสภาพที่ผลิตฮาบิทัส ระบบของบุคลิกนิสัย ความเชื่อ ความศรัทธาต่างๆ ที่ถูกถ่ายทอดไปมา และกลายเป็นสิ่งฝังแน่นในตัวคน และขณะเดียวกันก็ไปปฏิบัติการและเป็นภาพตัวแทนต่อสังคมภายนอกอีกชั้นหนึ่ง โดยสรุปคือ ฮาบิทัสสามารถถูกควบคุมโดยการสร้างขึ้นจากสิ่งแวดล้อมที่คนเราเติบโตมา และขณะเดียวกัน ฮาบิทัสก็สามารถไปกำหนดสิ่งต่างๆ ภายนอกได้อีกชั้นหนึ่ง โดยสามารถแยกลักษณะให้เข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้นดังนี้

1. ฮาบิทัส เกี่ยวข้องกับ disposition (ความโน้มเอียงทางอุปนิสัย) ที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายนอก (เช่นที่บูร์ดิเยอยกตัวอย่างเงื่อนไขทางชนชั้น) และส่งผลต่อบุคลิกนิสัยของคนเรา
2. เป็นระบบที่คงทน แต่สามารถถูกปรับเปลี่ยนได้ หรือถูกกำหนดโดยโครงสร้างสังคม หรือ สิ่งแวดล้อมภายนอก แต่ก็ถูกปรับเปลี่ยนหรือยืดหยุ่นไปตามบริบทอื่นๆ
3. ฮาบิทัส เป็นทั้งจุดกำเนิดและโครงสร้างการปฏิบัติ ไปจนถึงการถูกกำหนดกฎเกณฑ์ และเป็นตัวกำหนดด้วย ทั้งนี้เป็นไปด้วยกระบวนการที่ปราศจากการบังคับให้เชื่อฟังหรือถูกควบคุม

สูนีย์ ประสงค์บัณฑิต (2553: 77) กล่าวว่า “ฮาบิทัส ได้มาจากการเรียนรู้ทางร่างกาย โดยใช้เวลาอบรมบ่มเพาะเป็นเวลายาวนาน และฮาบิทัสก็จะเป็นโครงสร้างที่ดำรงอยู่อย่างคงทนในร่างกาย เป็นเหมือนสิ่งที่ถูกฝังหรือจารึกอยู่ในตัวคน กลายเป็นสิ่งที่เรียกว่า ความโน้มเอียงทางอุปนิสัย (disposition) ซึ่งจะอยู่ในรูปของอารมณ์ความรู้สึก ความเชื่อ ความศรัทธา แสดงออกให้เห็นด้วยอากัปกริยาต่างๆ ทางร่างกาย เช่น นำเสียงสูงต่ำ จังหวะจะโคนในการพูด ทางเสียง แวตา กิริยาอาการในการหยิบจับข้าวของ จังหวะการก้าวเดิน ท่วงท่าการยืน การกิน ความชอบ การแสดงอารมณ์”

ประเด็นสำคัญที่สูนีย์แปลไว้คือ “ฮาบิทัสเกิดจากการผสมผสานระหว่างสังคมซึ่งอยู่ภายนอกกับการปฏิบัติทางร่างกายของคน” (สูนีย์ ประสงค์บัณฑิต, 2553: 75)

ในที่นี้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดฮาบิทัสมาปรับใช้กับการวิจัย เพื่อศึกษาลักษณะของตัวทีมงานผู้ผลิตภาพยนตร์สารคดี ตัวละครหลัก และชาวบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกบรรจบ ตัวละครหลัก ซึ่งเป็นชาวประมงตาบอด ้วยชรา ที่มีฮาบิทัสของชาวประมงแบบฝั่งรากลึก และเป็นปฏิบัติการสำคัญ ในการต่อรองต่อสู้อีกรูปแบบหนึ่ง

1.3 ทุน ตามแนวคิดของปิแอร์ บูร์ดิเยอ

บูร์ดิเยอได้ขยายแนวคิดเรื่อง “อำนาจทุกรูปแบบ” ที่ผูกโยงเกี่ยวกับเรื่อง “ทุน” (capital) ซึ่งครอบคลุมทุนทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) และทุนทางสังคม (social capital) ซึ่งรวมไปถึงทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) (Bourdieu, 1986) และทุนประเภทต่างๆ นั้นก็มีความสัมพันธ์เชื่อมโยง มีผลซึ่งกันและกันเป็นวงจร ดังที่จะอธิบายในหัวข้อทุนทางเศรษฐกิจต่อไป

1.3.1 ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

บูร์ดิเยอมองว่า แต่ละกลุ่มในสังคมต่างมีวัฒนธรรม และแหล่งทุนทางสังคมและสัญลักษณ์ที่แตกต่างหลากหลาย เพื่อจะรักษาและทำให้ตำแหน่งแห่งที่ของตนเองแข็งแกร่งในสังคมนั้นๆ (Swartz, 1997: 73)

บูร์ดิเยอเรียกขานสิ่งเหล่านี้ว่า “ทุน” เมื่อมันปฏิบัติการในฐานะความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางสังคม (social relation of power) (Swartz, 1997) แนวคิดหลักที่บูร์ดิเยอเขียนถึงคือ cultural capital หรือทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งครอบคลุมกว้างขวาง เช่น คำพูด วัฒนธรรมความเป็นอยู่ สำนักทางวัฒนธรรมสุนทรียศาสตร์ ระบบการศึกษา และความน่าเชื่อถือทางการศึกษา ประเด็นสำคัญของบูร์ดิเยอก็คือ วัฒนธรรม (ในความหมายกว้างที่สุด) สามารถเป็นแหล่งอำนาจ (become a power source) ได้ (Swartz, 1997: 75)

ในขณะเดียวกัน บูร์ดิเยอ (Bourdieu, 1986) กล่าวถึงประเภทต่างๆ ของทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วยสามสถานะ ได้แก่

(1) Embodied State รูปแบบแรก หมายถึงอุปนิสัย (dispositions) ของแต่ละบุคคลที่ถูกปลูกฝังผ่านการอบรมสั่งสอนทางสังคม (socialization) และสร้างแบบแผนของความชื่นชม หรือความเข้าใจตั้งแต่วัยเด็ก

ทุนประเภทนี้ สะสมผ่านช่องทางที่บูร์ดิเยอเรียกว่า pedagogical action คือ ถูกอบรมเลี้ยงดูโดยพ่อแม่ที่บ่มเพาะอย่างยาวนาน หรือถูกสอนโดยสมาชิกในครอบครัว หรืออาชีพที่แต่ละคนคลุกคลีด้วยเป็นเวลานาน ทำให้เด็กแต่ละคนมีทุนทางวัฒนธรรมที่ต่างกัน (Swartz, 1997: 76)

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551) ใช้คำว่า ทุนด้านสมรรถนะทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล เช่น ความสามารถ ความรอบรู้ที่จะพูดเรื่องศิลปะ มีบุคลิกสง่างาม เป็นต้น

(2) Objectified State ทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปแบบวัตถุต่างๆ

เช่น หนังสือ งานศิลปะ และอุปกรณ์-เครื่องมือต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องมีความสามารถพิเศษทางวัฒนธรรมในการใช้งาน (Swartz, 1997: 76) ในงานศึกษาวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง อุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับการถ่ายทำและตัดต่อภาพยนตร์ เป็นหลัก

(3) Institutionalised State เป็นทุนในรูปแบบสถาบันซึ่งในที่นี้ บัวร์ดิเยอหมายถึง ระบบความมีชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา โดยบัวร์ดิเยอวางความสำคัญไปที่การเติบโตของระบบการศึกษาขั้นสูงและบทบาทในการจัดสรรสถานภาพในสังคม (Swartz, 1997: 76)

การกระจายทุนวัฒนธรรมในรูปแบบ objectified และ institutionalised อย่างไม่เท่าเทียม คือ หนึ่งในมิติสำคัญของความไม่เท่าเทียมกันในทางสังคมสมัยใหม่ (Swartz, 1997: 76)

1.3.2 ทุนทางสังคม (Social Capital)

หมายถึง เครือข่ายทางสังคม เช่น เพื่อนร่วมอาชีพ ซึ่งถือเป็นทรัพยากรอย่างหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ให้ได้ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551)

1.3.3 ทุนทางสัญลักษณ์ (Symbolic Capital)

หมายถึง สถานภาพ/ชื่อเสียงการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ ที่ทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบ/เกิดประโยชน์ต่างๆ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: 552)

1.3.4 ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital)

หมายถึง ทุนที่เป็นเงิน รายได้ประเภทต่างๆ หรือ “สิทธิ” ในทรัพย์สินต่างๆ ทุกรูปแบบ ประเด็นสำคัญของทุนทางเศรษฐกิจคือ ทุนประเภทต่างๆ เช่น ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม อาจจะมีที่มาจากทุนทางเศรษฐกิจก็ได้ (Bourdieu, 1986) เช่น คนๆ หนึ่งมีทุนทางวัฒนธรรมด้านความเชี่ยวชาญภาษามาก เป็นเพราะบุคคลนั้นมีฐานะทางเศรษฐกิจดี ได้เข้าเรียนในโรงเรียนที่ดี และมีโอกาสทางสังคม (ทุนทางสังคม) ที่ได้ฝึกฝนจนเก่งภาษา เป็นต้น ในขณะเดียวกัน ทุนทางสังคมที่เป็นผลจากทุนวัฒนธรรมนั้น (ฝึกภาษาจนเก่ง) เช่น เครือข่ายต่างๆ ก็ส่งผลให้เกิดทุนทางเศรษฐกิจขึ้นอีกครั้ง กลายเป็นวงจรต่อกันด้วย

อนึ่ง บัวร์ดิเยอได้แยกทุนทางการผลิตที่สะสมในแต่ละคน เช่น หนังสือ งานศิลปะ อุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ออกไปเป็น objectified state ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของทุนทางวัฒนธรรม เนื่องจากบัวร์ดิเยอมองว่า เครื่องมือ เครื่องมือ (เช่น กรณีการถ่ายทำภาพยนตร์ ต้องมีกล้องถ่ายภาพยนตร์ และ

โน้ตบุ๊ก สำหรับตัดต่อภาพยนตร์) จำเป็นต้องมีความสามารถพิเศษทางวัฒนธรรมในการใช้งานด้วย จึงจะเรียกว่ามีทุนด้าน objectified state ซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากมีทุนทางเศรษฐกิจอยู่เดิม (Bourdieu, 1986)

2. ภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ (Observational Cinema)

ภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ เป็นรูปแบบของภาพยนตร์สารคดีประเภทหนึ่ง ที่มีนักวิชาการด้านภาพยนตร์ ด้านมานุษยวิทยา และด้านการสื่อสาร ถกเถียงกัน ในเชิงปรัชญา สุนทรียศาสตร์ และหลักการสำคัญอย่างกว้างขวาง

ในปี 1972 โรเจอร์ แซนด์ลล์ (Roger Sandall) นักมานุษยวิทยาได้เขียนบทความแนะนำคำว่า “observational” เป็นครั้งแรกใน *Sight and Sound* วารสารภาพยนตร์ของประเทศอังกฤษ โดยได้วางกรอบสำคัญในการสำรวจภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ว่า เป็นภาพยนตร์ที่แสดงสิ่งต่างๆ อย่างที่มันเป็น ภายใต้เอกภาพของเวลาและสถานที่ แซนด์ลล์เห็นว่า การสังเกตคือการเข้าไปสู่โลกอย่างกระตือรือร้น เป็นรูปธรรม และในขณะเดียวกัน ก็ยกเลิกความต้องการที่จะควบคุมหรือครอบครองมัน (สิ่งที่ถูกถ่าย) (Grimshaw and Ravetz, 2009: 5)

คอลิน ยัง (Colin Young, 2003) กล่าวว่า ภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ คือ ภาพยนตร์ที่เรียบง่าย ไม่ได้แสดงปรากฏการณ์ชัดเจน ไม่ฉูดฉาด เจ็บ ถ่อมตัว และสร้างจากรายละเอียดปลีกย่อย ผู้ผลิตภาพยนตร์ควรจะเข้าถึงประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน มากกว่าจะบรรยายถึงตัวละคร หรือพยายามสอนคนดู ที่สำคัญในแง่ของมานุษยวิทยาแล้ว คอลิน ยัง พยายามจะเน้นว่า ภาพยนตร์ควรจะ “show” มากกว่าจะ “tell” นอกจากนี้ ในแง่ของ “เสียง” แล้ว จะไม่มีเสียงผู้บรรยาย (คนนอก) ภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ต้องเป็นภาพยนตร์ที่มีความหลากหลายของเสียงของผู้คนต่างๆ หรือหลากหลายวิธีการบอกเล่า หรือบริบทการพูด

แม้บทความของแซนด์ลล์จะระบุว่า การทำภาพยนตร์แบบ observational คือการเปิดเผยประสบการณ์ชีวิตของตัวละครหลัก รวมทั้งเป็นหนทางที่จะสำรวจความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีต่อโลกภายนอกด้วยทักษะที่ถูกฝึกมา โดยมีนัยว่า ให้มีความสำคัญกับ “คนใน” เป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม มีข้อถกเถียงบางประการเกี่ยวกับความเห็นข้างต้นที่สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ปริญญาเอกของผู้วิจัย (Chanrungrmaneekul, 2009) เพราะเมื่อลงปฏิบัติจริงแล้ว การทำสื่อผ่านคนนอกก็คือ “ปฏิบัติการสร้างมุมมองให้แก่คนดูประเภทหนึ่ง” ตามที่ Grimshaw and Ravetz (2009: 135) ระบุนั่นเอง

เมื่อนำแนวคิดของยังและแซนด์ลล์มาปรับใช้กับโครงการวิจัย ซึ่งถ่ายทำภาพยนตร์ไปพร้อมกับการเก็บข้อมูลวิจัย ภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตการณ์ไม่ใช่

ภาพยนตร์ที่ผลิตโดย “คนนอก” เท่านั้น แต่พยายามเปิดให้มีส่วนร่วมจาก “คนใน” โดยได้ใช้แนวคิดนี้เป็นกรอบในการดำเนินการผลิตภาพยนตร์ตามแนวทาง ภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ ที่ไม่เขียนบทล่วงหน้า ไม่กำกับการแสดง ปลอมให้ สิ่งต่างๆ ดำเนินไปอย่างที่มันเป็น รวมทั้งเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ที่ก้าวข้ามไป อีกขั้นหนึ่งว่า การเล่าเรื่องผ่านสื่อภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์นั้น สามารถกระทำ ผ่านสายตาของคนในและคนนอก สลับสับเปลี่ยนไปมาตามแต่กระบวนการต่อรอง ดังที่แสดงไว้ในส่วนผลการศึกษา (โปรดดูผลการศึกษาค้นคว้าที่ 2)

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง กระบวนการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ผ่านปฏิบัติการ สังคม: กรณีศึกษาการคัดค้านการขยายท่าเรือแหลมฉบังเฟสสาม ชุมชนบางละมุง จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการผสมผสาน วิธีต่างๆ ดังนี้

- การถ่ายทำภาพยนตร์ ในลักษณะการวิจัยผ่านภาษาภาพ (visual research) เพื่อศึกษากระบวนการ ปฏิบัติการต่อรองของนักวิจัย และผู้ถูกถ่ายทำหรือ ตัวละคร (subjects)
- การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (participant observation)
- การสัมภาษณ์
- การค้นคว้าเอกสาร

1. ขั้นตอนการศึกษา

ลำดับแรก การเข้าสู่ชุมชน สังเกตการณ์สภาพชุมชน ทำความเข้าใจสภาพ ชุมชน ประวัติศาสตร์ บริบทต่างๆ และปฏิบัติการต่อรองที่ปรากฏในชุมชน

ขั้นตอนที่สอง การสัมภาษณ์เชิงลึกแกนนำและบุคคลต่างๆ เพื่อศึกษา ประวัติศาสตร์ชุมชน การต่อสู้ย้อนหลังตามขอบเขตการวิจัย และพูดคุยหาประเด็น ร่วมเพื่อผลิตภาพยนตร์ และคัดเลือก subject ที่จะถูกบันทึกในภาพยนตร์

ขั้นตอนที่สาม การเก็บข้อมูลและการต่อรองของชาวบ้าน ได้ดำเนินการ ควบคู่ไปกับการถ่ายทำภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ โดยในท้ายที่สุดจะได้ตัวผลผลิต ภาพยนตร์ ซึ่งมีคุณลักษณะด้านเนื้อหา และสุนทรียศาสตร์ที่เกิดจากอำนาจต่อรอง ของแต่ละฝ่าย

ขั้นตอนที่สี่ การวิเคราะห์ทุนด้านต่างๆ ที่ใช้ในการต่อรองเพื่อการผลิต ภาพยนตร์ ตามทฤษฎีของบูร์ดิเยอ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็นสามขั้นตอน ได้แก่ ช่วงก่อนการถ่ายทำ ช่วงระหว่างการทำ และช่วงหลังการทำ โดยในแต่ละ

ขั้นตอน ผู้วิจัยจะสำรวจว่า มีทุนด้านใดที่ใช้ในการต่อรอง ซึ่งประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางสัญลักษณ์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในที่นี้หมายถึง ชาวประมงพื้นบ้านในหมู่ 9 บ้านบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นประชากรที่ได้รับผลกระทบจากการสร้างท่าเรือแหลมฉบังมากที่สุดและเข้าร่วมการต่อสู้หลายครั้ง การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมี 2 ระดับ ได้แก่

- ระดับชุมชน หมายถึงกลุ่มชาวประมงพื้นบ้าน โดยมุ่งศึกษาภาพรวมปฏิบัติการต่อสู้
- ระดับปัจเจกบุคคลแบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ

(1) ผู้ที่ถูกบันทึกเรื่องราวในภาพยนตร์ ศึกษาตัวแทนชาวประมงพื้นบ้าน คือ ลูกบรรจบ ช่างทอง ชาวประมงตาบอด ได้รับการคัดเลือกโดยการเสนอของชาวบ้านและผู้นำชาวประมงเพราะเป็นกรณีที่น่าสนใจเห็นว่า

- เป็นชาวประมงพื้นบ้านที่ได้รับผลกระทบโดยตรง
- เป็นผู้สูงอายุ และตาบอด จึงยิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความยากลำบากในการทำมาหากิน หากการทำเรือฯ ยังตั้งต้นจะก่อสร้างท่าเรือเฟสสาม
- ไม่สามารถร่วมต่อสู้ในเชิงรวมกลุ่มเพราะตาบอด แต่ยังคงออกเรือหาปลาทุกวัน และสามารถทำงานได้เหมือนคนปกติทั้งที่มองไม่เห็น ใช้ปฏิบัติการในเชิงวัฒนธรรม (cultural practice) คือ วิถีชีวิตประจำวันในการสื่อความหมายที่หลากหลาย

(2) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) โดยการสัมภาษณ์ จะคัดเลือกจากแกนนำผู้มีอิทธิพลในการปฏิบัติการต่อสู้ต่อรองต่างๆ ได้แก่

- รังสรรค์ สมบูรณ์ แกนนำกลุ่มชาวประมงหมู่ 9
- ประภาส มุ่งหาเงิน ประธานชุมชน
- สมนึก จงมีวสิน นักวิชาการท้องถิ่นผู้มีส่วนร่วมในการต่อสู้

3. ขอบเขตการทำวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาชุมชนบางละมุง หมู่ 9 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านเวลา ศึกษาปฏิบัติการต่อรองและต่อสู้ของชุมชนบางละมุง ระหว่างปี พ.ศ. 2554-2556

ผลการศึกษา

ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 กระบวนการต่อรองในการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ ระหว่างคนนอก คือ นักวิจัย (ผู้ผลิตภาพยนตร์) และตัวละครซึ่งเป็นคนภายใน ในแง่ประเด็น เนื้อหา เทคนิคการถ่ายทำ และสุนทรียศาสตร์ภาพยนตร์ เป็นผลการศึกษาที่เผยให้เห็นถึงกระบวนการผลิตภาพยนตร์ว่าเกิดการต่อรองอย่างไร

ส่วนที่ 2 สารวจทุนที่นำมาใช้ในกระบวนการต่อรอง เพื่อผลิตภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตการณ์ ประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนทางสัญลักษณ์ และทุนทางเศรษฐกิจ ของทั้งนักวิจัยซึ่งเป็นบุคคลภายนอก และตัวละครซึ่งเป็นคนภายใน เป็นผลการศึกษาที่สีกัด “เบื้องหลัง” จากส่วนที่หนึ่งว่า เพราะเหตุใดจึงเกิดกระบวนการในส่วนที่หนึ่ง และด้วยทุนประเภทไหน ของฝ่ายใด จึงทำให้เกิดการต่อรองในแต่ละขั้นตอนขึ้น

ผลการศึกษาส่วนที่ 1

1. ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ (Pre-Production) ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 การเข้าไปในชุมชนหมู่ 9 ตำบลบางละมุง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ของผู้วิจัยและทีมงาน เกิดขึ้นเนื่องจากนิสิตที่ผู้วิจัยเคยสอนในภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในนามกลุ่ม Scope Creep ได้สนใจประเด็นปัญหาการสร้างท่าเรือแหลมฉบังขั้นที่สาม และผลกระทบที่เกิดขึ้นของชุมชน จึงได้รวมกลุ่มกันเพื่อถ่ายทำสารคดีเรื่องแรกคือ *คลื่นทุกขโถมซ้ำซาก* และได้สร้างความสัมพันธ์กับแกนนำชุมชนไว้ระดับหนึ่ง

ต่อมาเมื่อผู้วิจัยและนิสิตรุ่นถัดมาให้ความสนใจต้องการถ่ายทำภาพยนตร์ จึงได้ติดตามกลุ่ม Scope Creep เข้าชุมชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับแกนนำ และหาตัวละครที่แตกต่างออกไป

กระบวนการการต่อรอง แต่ละขั้นตอนประกอบด้วย

- 1.1 การสร้างทีมงาน
- 1.2 การกำหนดประเด็นและเนื้อหา
- 1.3 การคัดเลือกตัวละคร
- 1.4 การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและตัวละคร

1.1 การสร้างทีมงาน: นิสิตด้านสื่อสารเรียนรู้ใหม่ทุกกระบวนการ

ผู้วิจัยเป็นผู้คัดเลือกทีมงาน ซึ่งประกอบไปด้วยนิสิตในภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีความสนใจในการทำภาพยนตร์ กระบวนการในขั้นตอนนี้คือ การชักชวนนิสิตที่มีความสนใจการทำงานด้านภาพยนตร์ ทั้งที่ในขณะนั้นยังไม่มีเปิดการเรียนการสอนสาขาวิชาภาพยนตร์ และพิจารณาจาก

การสนใจปัญหาสังคมและการเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ด้วย ในที่สุด มีทีมงานเป็นนิสิตชาย 4 คนคือ ดลวรรต สุนสุข นิสิตชั้นปีที่สอง สาขาวิชาวารสารศาสตร์ สุกฤติ ภูมิศรีจันทร์ นิสิตชั้นปีที่สอง สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ วิฑิตพันธ์ุ บำรุงวงศ์ นิสิตชั้นปีที่สอง สาขาวิชาโฆษณาและสื่อสารการตลาด และอนิวัฏ แผ่นดินทอง นิสิตชั้นปีที่สอง สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสื่อสารการแต่ง (ในปี พ.ศ. 2555)

กระบวนการในการสร้างทีมงานนับว่ามีความสำคัญที่สุดขั้นตอนหนึ่งของการทำภาพยนตร์ ซึ่งประกอบไปด้วยการคัดเลือกผู้ร่วมทีม ผูกอบรม ค้นคว้า ศึกษาข้อมูลใหม่ๆ ดูภาพยนตร์เชิงสังเกตรณและภาพยนตร์เชิงชาติพันธุ์ร่วมกัน การสอนให้ถ่ายทำภาพยนตร์ ศิลปะภาพยนตร์ และทดสอบความตั้งใจและความอดทน

การมีส่วนร่วมจากนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา เกิดขึ้นเนื่องจากผู้วิจัยและนิสิตหลายคนสนใจงานผลิตภาพยนตร์สารคดีในชุมชน โดยผู้วิจัยในฐานะอาจารย์มหาวิทยาลัยเห็นว่า เป็นช่องทางการสอนและให้การศึกษาเกี่ยวกับนิเทศศาสตร์และสื่อชุมชน และฝึกการผลิตงานศิลปะที่ดีช่องทางหนึ่ง

กระบวนการทั้งหมดนี้ เกิดขึ้นโดยไม่มีส่วนร่วมจากชาวบ้านหรือชุมชน เป็นกระบวนการที่ผู้วิจัยและ ทีมงานร่วมกันทำงาน

1.2 การกำหนดประเด็นและเนื้อหา: เลือกที่จะให้อะไร เล่าอะไร

กระบวนการการต่อรองเริ่มขึ้นในขั้นตอนนี้ เมื่อผู้วิจัยและทีมงานเริ่มเข้ามาแนะนำตัวและทำความรู้จักกับชุมชนและแกนนำชาวบ้าน แกนนำชุมชนจะต้อนรับผู้วิจัย (ซึ่งพวกเขารู้จักในฐานะอาจารย์มหาวิทยาลัยด้วย) เป็นอย่างดี

หลังจากนั้น กระบวนการต่อรองได้ดำเนินไปตั้งแต่การให้ข้อมูลของแกนนำชาวบ้าน ที่ “เลือก” จะให้ข้อมูลอะไรบ้างแก่ผู้วิจัย และ “เลือก” ที่จะพาไปดูอะไรบ้าง สถานที่ใดบ้าง และพูดคุยกับใครบ้าง

จากผลการศึกษา พบว่า แกนนำชาวประมงคือ รังสรรค์ สมบูรณ์ เลือกให้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่เคยอุดมสมบูรณ์ เช่น การจับกุ้งหอยปูปลาหลากหลายชนิดที่หาจากที่อื่นไม่ได้ หลังจากการสร้างท่าเรือเฟสที่หนึ่งและสอง สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทะเล ได้รับผลกระทบอย่างมหาศาล ทำให้ชาวประมงขนาดเล็กจำนวนมากเดือดร้อน จับหาปลาได้ยากลำบาก มีตะกอนเลน และหาดทรายเปลี่ยนแปลงไป

ส่วนแกนนำชุมชน คือ ประภาส มุ่งหาเงิน ประธานชุมชน เลือกให้ประเด็นข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงไปหลายอย่าง ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น ก่อนหน้าที่จะมีการสร้างท่าเรือ ชาวบ้านมีพื้นที่ทำนา หรือบางบ้านจะปลูกผัก ไปพร้อมๆ กับออกเรือหาปลา แต่หลังจากการเวนคืนที่ดินในการสร้างท่าเรือเฟสที่หนึ่ง ชาวบ้านสูญเสียที่ดินทำกิน หลายครอบครัวต้องย้ายบ้านโดยไม่ได้ค่าชดเชยอย่างเป็นธรรม

ส่วน สมนึก จงมีวสิน นักวิชาการท้องถิ่นอิสระ ผู้เข้ามาช่วยเหลือชาวบ้านในการต่อรองกับการทำเรือแห่งประเทศไทย เลือกก้าวถึงประวัติศาสตร์ชุมชนและวัฒนธรรมดั้งเดิม รวมทั้งการจัดทำอีไอเอ หรือ “Environmental Impact Assessment” การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมในการสร้างท่าเรือแหลมฉบังเฟสที่สาม ที่จำเป็นต้องมีส่วนร่วมจากชาวบ้าน

จะเห็นว่า การกำหนดประเด็นและเนื้อหาจากการต่อรองของคนหลากหลายกลุ่ม ที่เป็นเช่นนี้เพราะที่มา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้ระบุไว้ตั้งแต่ต้นว่า การผลิตภาพยนตร์ในโครงการนี้สนใจการมีส่วนร่วมจาก “คนใน” และเปิดพื้นที่ต่อรองบนสนาม (field) ของสื่อภาพยนตร์ ภายใต้แนวทางของ “ภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์” ที่มีหลักการในการฟังเสียงอันหลากหลายของความจริงในพื้นที่อย่างที่มีนัยเป็น (โปรดดูในส่วนแนวคิดทฤษฎี) ไม่ใช้การเขียนบทโดยทีมถ่ายทำ (คนนอก) รอไว้ก่อนการถ่ายทำ เช่นการผลิตสารคดีตามชนบททั่วไป

1.3 การคัดเลือกตัวละคร: เลือกได้ บนตัวเลือกที่มีให้

แกนนำชาวประมงคือ รังสรรค์ สมบูรณ์ ได้พาไปพบครอบครัวแรกคือ ครอบครัวคุณเงาะ ซึ่งผู้วิจัยและทีมงานทราบในภายหลังว่า เป็นหนึ่งในแกนนำสำคัญที่ร่วมต่อสู้กับทีมของรังสรรค์ สมบูรณ์ และชาวบ้าน ผู้วิจัยและทีมงานได้พูดคุยกับครอบครัวนี้หลายชั่วโมงที่บ้าน และขอถ่ายรูปถ่ายเก่าๆ พบว่า เป็นชาวประมงที่พูดได้คล่องแคล่ว เล่าปัญหาต่างๆ ได้ชัดเจน และมีความมุ่งมั่นที่จะทำเพื่อชุมชน

ต่อมา ทีมงานได้พบลุงบรรจบ ช่างทอง ชาวประมงพื้นบ้านตาบอดวัย 67 ปี ซึ่งเป็นกรณีที่ทีมงาน โดยเฉพาะนิสิต ให้ความสนใจอย่างมากว่า ตาบอดแล้วยังจับปลาได้อย่างไร ในแง่คนทำภาพยนตร์ คือ ต้องการคัดเลือกตัวละครที่น่าสนใจ มีความดึงดูด มีความเป็นสามัญแต่ไม่ธรรมดาจนเกินไป สามารถนำเสนอปัญหาได้พอควร หลังจากการพูดคุยกัน ทีมงานนิสิตให้ความสนใจอย่างมาก

หลังจากได้พบทั้งสองครอบครัว ทีมงานใช้เวลาถกเถียงกันพอสมควรว่าจะเลือกครอบครัวใดเป็นตัวละครหลัก เมื่อดูผิวเผินแล้ว เหมือนจะมีตัวเลือกและนักวิจัยหรือผู้ผลิตภาพยนตร์ได้เลือกด้วยตัวเอง แต่กระบวนการนี้คือการต่อรองจากชุมชนโดยตรง กล่าวคือ แกนนำได้พาไปพบเพียงสองครอบครัวที่ “เลือก” แล้ว ครอบครัวแรกได้แก่ แกนนำสำคัญที่ทำงานร่วมต่อสู้เพื่อชุมชน และครอบครัวที่สองได้แก่ ลุงบรรจบ คือตัวแทนที่สำคัญหลายประการของชุมชนแห่งนี้ ซึ่งนอกจากจะเป็นผู้สูงอายุ เป็นคนดั้งเดิมแล้ว ยังเป็นคนพิการที่รักในการทำมาหากินในอาชีพดั้งเดิมของชุมชน ถือเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่คนรุ่นหลัง

กระบวนการต่อรองจากชุมชนในขั้นตอนนี้ คือ การคัดเลือกตัวละครให้ทีมงาน หรือให้ทีมงานคัดเลือกภายใต้ตัวเลือกที่มีให้นั่นเอง ในกรณีของครอบครัว

แรก การมีตัวละครหลักเป็นแกนนำชุมชน ย่อมทำให้เนื้อหาการสื่อสารชัดเจน เข้าประเด็นเร็ว และผ่านการพูดคุยกับแกนนำคนอื่นมาบ้างแล้วไม่มากนักน้อย ในกรณีของครอบครัวลุงบรรจบ เป็นตัวเลือกที่สะท้อน และขับเคลื่อนได้หลายสิ่งหลายอย่างในเวลาเดียวกัน

“อย่างลุงจบ คำตอบจริง แต่ว่าเค้าก็ทำงานได้เหมือนคนที่ตาดีๆ แล้วก็ผมคิดว่าคนอย่างลุงจบน่าจะเป็นบุคคลที่เป็นตัวอย่างได้เลย ผมว่าเป็นคนที่มีคุณค่า เพราะว่าถึงเค้าจะพิการทางสายตามองไม่เห็นทั้งสองข้าง แต่เค้าไม่เคยยอมมือเท้า เค้ายังทำมาหากินได้เหมือนคนปกติ โดยที่ท่าประมดด้วย ผมไม่รู้ะในส่วนตัวของผม ภาคภูมิใจในตัวของเขามาก ผมว่าเค้าเป็นคนที่ เป็นแบบอย่างของลูกหลานในบางละมั่งได้เลย”

(สัมภาษณ์รังสรรค์ สมบูรณ์, 20 มกราคม 2556)

นัยที่สำคัญมากอีกประการหนึ่งคือสภาพการทำมาหากินของลุงบรรจบ ได้สะท้อนปัญหาที่ได้รับการสร้างท่าเรือทั้งสองเฟส ยิ่งลุงบรรจบอยู่ในฐานะที่ไม่ร่ำรวยและได้รับผลกระทบจากโครงการขนาดใหญ่ของรัฐด้วยแล้ว ยิ่งสะท้อนปัญหาได้เด่นชัด นอกจากนี้ ยังเป็นกรณีตัวอย่างที่ “ขับเคลื่อน” พลังของวิถีประมงดั้งเดิม และอัตลักษณ์ของชุมชนที่ผูกพันกับสายน้ำและธรรมชาติ รวมทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์

กระบวนการต่อรองจากแกนนำชุมชนในการคัดเลือกตัวละคร ได้สิ้นสุดลงที่ทีมงานตัดสินใจเลือกลุงบรรจบเป็นตัวละครหลัก

ภาพที่ 1: ลุงบรรจบ ช่างทอง ชาวประมงพื้นบ้าน ตัวละครหลักของ *The Third Eye*



ที่มา: ถ่ายภาพโดย สุกฤดี ภูมิศรีจันทร์

1.4 การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและตัวละคร: ความไว้วางใจ

ขั้นตอนนี้มีกระบวนการค่อนข้างยาวนาน การที่ผู้วิจัยและแหล่งทุนคาดหวังการกำหนดภาพยนตร์สไตล์ observational cinema เป็นเรื่องสำคัญ และส่งผลต่อกระบวนการวิจัย และกระบวนการถ่ายทำภาพยนตร์ที่ต้องเน้นความเข้าใจระหว่างกันและการใช้เวลาสร้างความไว้วางใจถือเป็น “หัวใจ” หลักของวิธีการวิจัยเช่นกัน

การเรียนรู้ชุมชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่เข้าไปถ่ายทำภาพยนตร์ด้วยอย่างลึกซึ้งระดับหนึ่ง ถือเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับการทำภาพยนตร์แบบ observational cinema เนื่องจากสไตล์ภาพยนตร์เช่นนี้จะใช้การกำกับภาพยนตร์ให้น้อยที่สุด สร้างความสัมพันธ์กับตัวละครจนกว่าเขาจะไว้วางใจทีมงาน และไม่เคอะเขิน หรือแสดง (acting) ในเวลาที่เห็นกล้อง และแสดงความเป็นธรรมชาติตามชีวิตประจำวัน รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกและปัญหาความขัดแย้งทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องส่วนรวมต่อหน้ากล้องได้

“ความไว้วางใจจากตัวละคร” จึงเป็นประเด็นที่ทีมงานต้องใช้เวลาและให้ความสำคัญมาก การต่อรองจากทีมงานเพื่อสร้างสิ่งนี้คือ ขอไปพักอาศัยที่บ้านของลูกบรรจบ ในขณะที่เดียวกัน ผู้วิจัยก็ต้องไปพักค้างที่บ้านของประภาส มุ่งหาเงิน ซึ่งเป็นประธานชุมชนด้วย ทั้งนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับแกนนำชุมชน

การเข้าไปอยู่ร่วมกับตัวละครหลักภายในบ้านและบ้านแกนนำชาวบ้านทำให้ความสัมพันธ์คืบหน้าไปอย่างรวดเร็ว และสามารถเก็บรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ด้านภาพและอารมณ์ความรู้สึกได้ลุ่มลึกมากขึ้น

2. ขั้นตอนการถ่ายทำ (Production) ประกอบไปด้วย

- 2.1 การเลือกสถานที่การถ่ายทำ
- 2.2 การเลือกมุมกล้อง ขนาดภาพ และเทคนิคประกอบอื่นๆ ในการถ่ายทำ
- 2.3 บทสนทนา
- 2.4 การปรากฏตัวของตัวละครอื่นๆ
- 2.5 เหตุการณ์สำคัญ

2.1 การเลือกสถานที่การถ่ายทำ: ความสัมพันธ์เชิงอำนาจกลางสนามผลิตสื่อ

กระบวนการนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงวันเดียว หรือสองสามวัน แต่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการถ่ายทำภาพยนตร์ตั้งแต่เริ่มจนจบ

จากผลการศึกษา ความสำเร็จของสถานที่ถ่ายทำมีหลายประการ ได้แก่ สถานที่ อันหมายถึงสัญลักษณ์ที่บ่งบอกประวัติศาสตร์ของชุมชน บ่งบอกบุคลิกความเป็นมา ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ของตัวละคร บ่งบอกปัญหาที่ต้องการนำเสนอ และถ่ายทอดเรื่องราวตามโครงเรื่อง

ตัวละคร คือ ลุงบรรจบ ภรรยา และลูกๆ ได้นำเสนอสถานที่ถ่ายทำบนหลักการของชีวิตประจำวันที่เป็นอยู่ นำเสนอสถานที่ที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่เคารพนับถือของชาวบ้าน และสถานที่สวยงามหรือแสดงถึงประวัติศาสตร์ชุมชน รวมทั้งนำเสนอตามเทศกาลสำคัญของศาสนา เช่น นำเสนอให้ถ่ายทำเทศกาลดักบาตรข้าวต้มหาง หรือทอดกฐินของชุมชนภายในวัด นำเสนอให้ถ่ายทำขบวนกลองยาวของเด็กๆ ในหมู่บ้าน โรงเรียนประจำชุมชนที่เป็นหน่วยงานรัฐ ไม่ใช่โรงเรียนเอกชน ในขณะที่แกนนำชาวประมง เช่น รังสรรค์ เสนอสถานที่ที่แสดงปัญหาของชุมชนอย่างชัดเจน เช่น ชายหาดที่มีตะกอนเลน การออกทะเลร่วมกับชาวประมงเพื่อให้เห็นปัญหาของจริง เช่น การจับปลาไม่ได้ ความยากลำบากของชาวประมงขนาดเล็ก และเหตุการณ์การต่อสู้ในช่วงต่างๆ

การต่อรองของชาวบ้านแตกต่างไปจากทีมงานและแกนนำชาวประมง ตรงที่ชาวบ้านมักนำเสนอในสิ่งที่ภาคภูมิใจ สถานที่เก่าและศักดิ์สิทธิ์ แสดงอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ โดยไม่สนใจว่าจะเกี่ยวกับเนื้อเรื่องหรือประเด็นที่ทีมงานทำหรือไม่ แต่ต้องการให้ถ่ายทำสถานที่นั้นๆ เอาไว้ เช่น ศาลเจ้าแม่เรไร โบสถ์วัดเก่า และรูปปั้นหลวงพ่อดาวดงบางละมุง เป็นต้น

การเลือกสถานที่เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจอย่างชัดเจน เมื่อทีมงานจำเป็นต้องบันทึกภาพท่าเรือแหลมฉบัง และทราบในเวลาต่อมาว่า ไม่มีการอนุญาตให้เข้าไปถ่ายภาพได้ ประกอบกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างชุมชนและการท่าเรือ ยิ่งทำให้ผู้วิจัยและทีมงานต้องระมัดระวังในการทำงาน การติดต่อสื่อสาร และแม้ทีมงานไม่มีอำนาจใดๆ ในการเลือกสถานที่การทำเรื่องเลย แต่ก็ต้องเลือกสถานที่และภาพที่ถ่ายทอดปัญหาได้อย่างมีพลังเป็นการทดแทน

จะเห็นได้ว่า สาเหตุที่ชาวบ้าน แกนนำ และทีมงานเลือกสถานที่การถ่ายทำ แตกต่างกันไป เนื่องจากวิธีการมอง หลักคิด และมีทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ชาวบ้านให้ความสำคัญต่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และสิ่งที่เป็นความภาคภูมิใจของชุมชน เพราะเชื่อว่าจะทำให้การสื่อสารด้วย “วิถีคิดทางชีวิต วัฒนธรรม” ผ่านพื้นที่ภาพยนตร์ จะทำให้สาธารณะเห็นความสำคัญของชุมชนมากขึ้น ส่วนแกนนำและทีมงานเลือกสถานที่ที่สะท้อนถึงปัญหาผลกระทบการก่อสร้างท่าเรืออย่างชัดเจน ซึ่งไม่ใช่สถานที่ที่สวยงามหรือน่าภาคภูมิใจอย่างใด แต่เชื่อว่าจะสะท้อนปัญหาให้สาธารณะได้เห็นชัดเจน

2.2 การเลือกมุมกล้อง ขนาดภาพ และเทคนิคประกอบอื่นๆ ในการถ่ายทำ: Objectified and Institutionalised Capital ความได้เปรียบของคนภายนอก

ในการเลือกมุมกล้องและขนาดภาพ กระบวนการทำงานขึ้นกับการตัดสินใจของผู้วิจัย ซึ่งเป็นผู้กำกับภาพยนตร์และผู้ควบคุมการถ่ายทำทั้งหมด รวมทั้ง

ช่างภาพ และผู้ช่วยผู้กำกับภาพยนตร์ การเลือกมุมกล้องและขนาดภาพมักเป็นไปพร้อมๆ กับการสอนช่างภาพและผู้ช่วยผู้กำกับภาพยนตร์ (ทีมงานนิสิต) ว่า มุมกล้องใดหมายถึงอะไร เพราะอะไร ขนาดภาพที่ต้องการเพราะอะไร หมายถึงอะไร

มุมกล้องส่วนใหญ่ เป็นระดับสายตา (eye level) เพื่อต้องการภาพเหมือนผู้ชมอยู่ในเหตุการณ์ชีวิตจริงๆ ของตัวละคร ขนาดภาพเน้นภาพขนาดใหญ่ (long shot) และภาพขนาดกลาง ซึ่งไม่เน้นอารมณ์ หรือสีหน้าตัวละครโดยไม่จำเป็น การใช้ขนาดภาพระยะใกล้ (close up) มักเป็นสิ่งที่ของหรือตัวแทนสถานที่ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ที่ต้องการขับเน้นสัญลักษณ์บางประการ การใช้ขนาดภาพเช่นนี้เป็นไปตามหลักการของรูปแบบ observational cinema ที่ไม่ได้ต้องการขับเน้นอารมณ์ความรู้สึกมากเกินไป แต่ปล่อยระยะห่างระหว่างกล้องกับตัวละครพอสมควร ไม่ให้ตัวละครรู้สึกว่ามีคนถ่ายทำ หรือมีกล้องจับจ้องตลอดเวลา กล้องทำหน้าที่สังเกตอยู่ในระยะที่เหมาะสม เหมือนเป็นสมาชิกที่เฝ้าดูห่างๆ

ด้วยหลักการเช่นนี้ ในช่วงแรกของการถ่ายทำ ทีมงานต้องต่อรองเสมอไม่ให้ตัวละครอื่นๆ หันมาสนใจกล้อง และดำเนินชีวิตประจำวันราวกับไม่มีใครจับจ้องอยู่ เนื่องจากตัวละครหลักคือลุงบรรจบเป็นคนตาบอด จึงทำให้การทำงานง่ายมากขึ้น เพราะลุงบรรจบไม่สนใจว่า กล้องจะอยู่หรือไม่อยู่เพราะมองไม่เห็น

สิ่งที่ตัวละครขอร้องให้ถ่ายทำเสมอ คือ การถ่ายภาพระยะใกล้ในสิ่งที่พวกเขาภาคภูมิใจ เช่น ดอกไม้ที่เพิ่งบานหลังบ้าน หรือต้นลำไยออกลูก ในขณะที่เวลาออกเรือ ลุงบรรจบและลูกชายมิได้มีข้อต่อรองหรือเรียกร้องให้ถ่ายทำสิ่งใดปล่อยให้ทีมงานถ่ายทำไปอย่างเงียบๆ

ภาพที่ 2: ลักษณะการถ่ายทำแบบ observational cinema เฝ้ามองเหตุการณ์จริงและถ่ายทำในระยะห่าง ตัวละครดำเนินชีวิตปกติ



ที่มา: ถ่ายภาพโดย ดลวรรณ สุขสุข

เทคนิคที่ทีมงานขอต่อรองมากที่สุดเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการถ่ายทอดภาพของคนตาบอดด้วยความรู้สึกรู้สึกของคนตาบอดเอง คือ การติดกล้องโกโปรไว้ที่หน้าผากของลูกบรรจบในบางครั้งบางตอน เช่น ตอนดำน้ำลงไปซ่อมเรือ ตอนเดินหรือนั่งรถซาเล้งที่ลูกสาวเข็นรถ ตอนจับปลา เป็นต้น

กล้องโกโปร เป็นอุปกรณ์การถ่ายทำที่ตัวละครหลักให้ความร่วมมือ แม้จะไม่สะดวกในการทำงานมากนัก เพราะภาพที่ได้เป็นภาพที่ไม่ได้เกิดจากการกำกับ แต่เป็นภาพเหมือนจริงที่ตัวละครนั้นๆ ต้องประสบพบเจอ อุปกรณ์ชิ้นนี้จึงถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือของหลักการสำคัญนี้

ภาพที่ 3: ลูกบรรจบติดกล้องโกโปร และจับปลาไปตามปกติ ภาพที่เห็นในภาพยนตร์คือ ภาพแทนสายตาคนตาบอด (ภาพจากกล้องโกโปรที่เคลื่อนตามศีรษะตัวละคร)



ที่มา: ถ่ายภาพโดย ดลวรรต สุขสุข

แกนนำชาวประมงมีการต่อรองด้านขนาดภาพและมุมกล้องอยู่บ้าง เช่น ขอภาพขนาดกว้างเห็นทะเลที่ไม่สวยงาม มีแต่เลนส์ดำ ขอภาพขนาดกว้างที่ด้านหลังเห็นเรือประมงหลายๆ ลำ ในระหว่างการถ่ายสัมภาษณ์

และในเหตุการณ์บางละมุงยาตรา หรือการเดินทางประมงประจำปีเรือในเดือนเมษายน 2555 ชาวบ้านและแกนนำได้ขอให้ช่างภาพถ่ายภาพใกล้ (CU shot) ขณะชูป้ายที่เขียนสื่อสารปัญหา เช่น “ประมงเดือดร้อน ไม่เอาทำเรือ”

ขนาดภาพใกล้ (CU) หรือระยะกลาง (MS) มักใช้บ่อยครั้งเมื่อพบสตีกเกอร์หรือป้ายผ้าที่เขียนว่า “ไม่เอาทำเรือ” ติดอยู่ตามชุมชน ผู้วิจัยไม่ได้กำหนดให้ถ่ายใกล้ เพราะไม่ต้องการให้จงใจ ชับเน้น แต่เน้นใช้ภาพกว้าง แต่มีองค์ประกอบภาพเห็นคำว่า “ไม่เอาทำเรือ” อยู่ในภาพเสมอ แม้แต่การเคลื่อนกล้อง เช่น การ tilting หรือ panning ก็ยังเห็นคำว่า “ไม่เอาทำเรือ”

ในขั้นตอนนี้ ตัวละครและแกนนำไม่ได้เข้ามามีบทบาทในการต่อรองมากนัก และมักปล่อยให้ทีมงานถ่ายทำกันไปอย่างเงียบๆ

เทคนิคทางสุนทรียศาสตร์ภาพยนตร์และการถ่ายทำเช่นนี้ เกิดขึ้นเนื่องจากแนวทางของการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ ที่สังเกตชีวิตตัวละครอย่างที่เป็นจริง โดยไม่เน้นอารมณ์ ความรู้สึกผิดธรรมชาติ หรือตั้งใจเติมแต่งเหมือนภาพยนตร์เรื่องแต่ง (fiction film) และภาพยนตร์สารคดีชนบททั่วไป ตามที่ได้กล่าวไว้ในส่วนแนวคิดและทฤษฎี

ภาพที่ 4: กำกับองค์ประกอบภาพในระยะ MS โดยไม่รบกวน “ความเป็นจริง” และไม่กำกับ “ตัวละคร” จะเห็นป้าย “ไม่เอาทำเรือ” ที่บ่งบอกความต้องการชุมชน



ที่มา: ถ่ายภาพโดย คุณวุฒิ บุญฤกษ์

2.3 บทสนทนา: ให้เสียงที่แท้จริงดำเนินเรื่อง

ในการถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีแบบ observational cinema ผู้วิจัยและทีมงานกำหนดรูปแบบไว้ว่า ไม่มีบทสนทนาที่เขียนไว้ล่วงหน้า เนื่องจากเป็นเรื่องราวตามความเป็นจริง และให้ “กิจกรรมหรือการกระทำ” ต่างๆ แสดง “ความเป็นจริง” ต่อผู้ชมนั่นเอง และจะไม่มีบทบรรยาย (narration) อีกด้วย

ขั้นตอนการถ่ายทำคือ การเลือกมุมกล้องและขนาดภาพที่ไม่รบกวนตัวละคร และปล่อยให้ตัวละครดำเนินชีวิตไปเหมือนปกติทุกประการ และไม่มีการให้ทำอะไรซ้ำๆ เพื่อขอบันทึกภาพใหม่ หากไม่ได้ภาพในครั้งแรก ทีมงานตัดสินใจปล่อยผ่านไป รอการกระทำที่ต่อเนื่องไปเรื่อยๆ และบันทึกภาพไปพร้อมกับแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไปด้วย

ด้วยวิธีนี้ กระบวนการต่อรองจากฝ่ายตัวละครมีไม่มากนัก มีแต่เมื่อตัวละครต้องการเน้นหรือต้องการแสดงให้เห็นอะไรก็ตาม จะบอกทีมงานว่า วันนี้จะทำอะไรบ้าง ไปที่ไหนบ้าง เช่น มีวันที่ลูกบรรจบต้องไปหาหมอที่โรงพยาบาล ก็ได้บอกทีมงานว่าไปก็โง่ การตัดสินใจว่าจะเก็บภาพหรือไม่อยู่ที่ทีมงาน

2.4 การปรากฏตัวของตัวละครอื่นๆ: ต่อรองทั้งสองฝ่าย

การปรากฏตัวของตัวละครอื่นๆ ในภาพยนตร์ ได้แก่ ภรรยาลูกบรรจบ ลูกสาว ลูกชาย กลุ่มเด็กที่เล่นกลองยาว และเด็กเล่นน้ำที่ชายหาด ตัวละครรังสรรค์สมบูรณ์ และพีเจียบ ศิลปินผู้ประกอบอาชีพช่างต่อเรือ

ในส่วนของการปรากฏตัวของครอบครัวลูกบรรจบ เป็นภาพตามชีวิตปกติประจำวัน ผู้ที่มีส่วนในการนำเสนอและชักชวนให้ไปถ่ายทำที่วัดมากที่สุดคือลูกสาวของลูกบรรจบ เนื่องจากมีหน้าที่ไปวัดทำบุญในวันสำคัญ

ส่วนการปรากฏตัวของรังสรรค์เป็นไปตามการต่อรองของผู้วิจัยที่ต้องการให้แกนนำชาวประมงสรุปปัญหาและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครหลักและแกนนำชาวประมงให้ได้ ในขณะที่การปรากฏตัวของพีเจียบ ช่างต่อเรือ เป็นการต่อรองจากผู้วิจัยที่ต้องการนำเสนอผลกระทบด้านวัฒนธรรมและการทำกิน ที่เกิดขึ้นหลังการก่อสร้างท่าเรือแหลมฉบัง และเชื่อมโยงชีวิตทั้งสามชีวิตเข้าด้วยกัน

สำหรับการปรากฏตัวของเด็กๆ เป็นการต่อรองร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและชาวบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเด็กที่ฝึกเล่นกลองยาว เป็นสิ่งที่ชาวบ้านและแกนนำมีความภาคภูมิใจและมักนำเสนอให้ผู้วิจัยเข้ามาถ่ายทำอยู่หลายครั้ง หลายสถานที่ รวมทั้งต้องการบันทึกให้คนรุ่นหลังได้เห็นคุณประโยชน์ของการละเล่นพื้นบ้านและการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ของเด็กและวัยรุ่น และในขณะที่ผู้วิจัยและทีมงานพยายามอย่างมากที่จะซักถามและเชื่อมโยงให้ได้ว่า เกี่ยวข้องกับประเด็นที่กำลังถ่ายทำอยู่อย่างไร ซึ่งเป็นเรื่องที่อธิบายให้ชาวบ้านเข้าใจได้ยากเช่นกัน

2.6 เหตุการณ์สำคัญ: ชุมชนและแกนนำกำหนดได้

เหตุการณ์สำคัญที่ชาวบ้านชักชวนทีมงาน และบอกเป็นนัยว่ามีความสำคัญ ต้องการให้บันทึกการถ่ายทำ ได้แก่

- บางละมุงยatra ซึ่งเป็นการเดินประท้วงการทำเรือฯ เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2555
- การทอดกฐินชุมชน
- การตัดบาตรข้าวต้มหาง
- เทศกาลสงกรานต์
- การฝึกการเล่นกลองยาวของเด็กๆ
- การเล่นเปตองของกลุ่มผู้ใหญ่

- การออกเรือไปหาปลาของลุงบรรจบ
- การออกเรือไปหาปลาของรังสรรค์ สมบูรณ์
- การประชุมร่วมกันระหว่างแกนนำชาวบ้าน และการทำเรื่อง
- การเดินทางไปกรุงเทพฯ เพื่อร้องเรียนต่อวุฒิสมาชิก

เหตุการณ์ที่ทีมงานไม่มีโอกาสเข้าถ่ายทำ คือ การเล่นเบตองของกลุ่มผู้ใหญ่ และเทศกาลสงกรานต์ มีเพียงสองเหตุการณ์นี้ที่ทีมงานไม่สามารถลงถ่ายทำได้ในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ จะเห็นได้ว่า การต่อรองให้มีเหตุการณ์เหล่านี้ทั้งแกนนำและชาวบ้านไม่ได้คำนึงว่า ทีมงานกำลังมุ่งทำประเด็นภาพยนตร์ที่เน้นประเด็นใด แต่ต้องการให้บันทึกสิ่งที่เป็นวัฒนธรรมอันภาคภูมิใจ หรือเหตุการณ์สำคัญในการต่อสู้ หรือวิถีชีวิตดั้งเดิมที่ยังเหลืออยู่ และต้องการเผยแพร่ปัญหาและผลกระทบหลักที่ชุมชนเผชิญอยู่

การถ่ายทำแต่ละเหตุการณ์ดำเนินไปตามที่แกนนำและชาวบ้านต้องการ ยกเว้นเรื่องเทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง ขนาดภาพ การใช้อุปกรณ์ต่างๆ และเวลาที่ใช้ในแต่ละวันที่ทีมงานเป็นผู้ตัดสินใจเอง ในขณะที่ตัวละครหลัก คือ ลุงบรรจบ ไม่เคยต่อรองให้ถ่ายทำเหตุการณ์สำคัญอะไร

3. ขั้นตอนที่สาม หลังการถ่ายทำ (Post-Production)

ประกอบไปด้วยการลงเสียง การตัดต่อ และการเผยแพร่ โดยในที่นี้ขอเน้นกระบวนการตัดต่อและการเผยแพร่ ซึ่งส่งผลต่อภาพยนตร์ และมีข้อค้นพบจากผลการศึกษาที่น่าสนใจ

3.1 การตัดต่อ หมายถึง การนำฟุตเทจ หรือภาพที่บันทึกไว้ทั้งหมดทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว มาตัดต่อพร้อมกับการลงเสียง

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยต้องทำการวางโครงเรื่องใหม่อีกครั้ง และเขียนบทอย่างละเอียด เพื่อให้ทีมงานฝ่ายเทคนิคการตัดต่อได้ตัดภาพตามบทที่เขียนไว้

ดังนั้น ขั้นตอนนี้จึงมีทั้งการคัดเลือกภาพ การถอดเทปเสียงสัมภาษณ์ การวางโครงเรื่อง และการเขียนบท ทั้งหมดของการตัดต่อเป็นการตัดสินใจของผู้วิจัยและทีมงาน โดยพิจารณาจากประเด็นเรื่องที่วางไว้ และนำเสนอความเป็นจริงตามที่ปรากฏให้มากที่สุด

จังหวะการตัดต่อ หรือที่เรียกกันว่า continuity เป็นการตัดสินใจของฝ่ายเทคนิคตัดต่อคือ วิดีทัศน์ บารุงวงศ์ ที่จะทิ้งภาพใดในช่วงเวลาเท่าใด เพื่อการสื่อความหมายให้ตรงตามที่ทีมงานคิดไว้

ขั้นตอนนี้ ตัวละครหลักและชาวบ้านไม่มีส่วนในการแสดงความคิดเห็นและต่อรอง เพราะเป็นการยากเนื่องจากเวลาและสถานที่ที่ใช้ตัดต่ออยู่ห่างไกลจาก

ชุมชน และความรู้ในเชิงเทคนิคต่างๆ เป็นสิ่งที่ชาวบ้านไม่เคยเรียนรู้มาก่อน

3.2 การเผยแพร่เบื้องต้น ประกอบไปด้วยการฉายครั้งแรก และการแก้ไข เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับทุนสนับสนุนส่วนหนึ่งจากศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) การฉายครั้งแรกคือ การฉายให้คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งจากศูนย์ฯ ได้รับชมและวิจารณ์งานภาพยนตร์ การต่อรองที่แท้จริงเกิดขึ้นจากแหล่งทุน เมื่อกรรมการสองคนมีความเห็นว่า มีความคลุมเครืออยู่หลายฉาก ต้องการทำให้ชัดเจนมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ก็มีกรรมการบางคนเห็นว่า ความไม่ชัดเจนหรือเปิดให้ผู้ชมตีความ เป็นสิ่งที่มีคุณค่า และไม่ควรปรับเปลี่ยนใดๆ เลย เพราะภาพยนตร์ดราฟต์แรกมีลักษณะ “open text” อยู่แล้ว

เมื่อพิจารณาในแง่ของแหล่งทุนแล้ว เงื่อนไขหนึ่งของการสนับสนุนทุนในการผลิตภาพยนตร์ก็คือ ความต้องการเผยแพร่การผลิตภาพยนตร์เชิงชาติพันธุ์วรรณา (ethnographic film) ที่ใช้หลักการของสาขาวิชามานุษยวิทยาทัศนภาพ (visual anthropology) โดยผู้สร้างภาพยนตร์ทำหน้าที่แค่เข้าไปบันทึกภาพความเป็นอยู่วัฒนธรรมในชุมชนต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัยตามที่เป็นจริง ซึ่งหลักการของภาพยนตร์ดังกล่าว มักได้รับอิทธิพลจากแนวทางของภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ ดังนั้น การเปิดให้มีการตีความแล้วแต่ทัศนะและภูมิหลังของผู้ชม (open text) ก็น่าจะตรงตามหลักการของภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ ที่ไม่ได้เจาะจงว่าจะโน้มน้าวใจหรือสั่งสอนผู้ชม ภาพยนตร์เพียงแต่ทำหน้าที่ “บอกเล่า” อย่างที่โลกแห่งความจริงเป็น (โปรดดูในส่วนทฤษฎีภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์)

การที่มีความเห็นที่แตกต่างกันของกรรมการจากแหล่งทุนนั้น อาจมาจากประสบการณ์ สาขาที่เชี่ยวชาญ ภูมิหลัง และรสนิยมส่วนตัวของแต่ละบุคคล แต่กรรมการแหล่งทุนก็ได้บังคับให้ทีมงานผู้ผลิตปรับเปลี่ยน จะปรับเปลี่ยนหรือไม่ ในส่วนใด ให้ขึ้นกับวิจารณ์ญาณของผู้สร้างภาพยนตร์เอง

ในที่สุด เมื่อพิจารณาถึงการสื่อสารกับคนภายนอกทั่วไปแล้ว ผู้วิจัยได้ตัดสินใจปรับเปลี่ยนให้ภาพยนตร์มีความชัดเจนมากขึ้นในหลายตอน

อย่างไรก็ตาม กระบวนการปรับแก้ในเบื้องต้นที่กล่าวมา ทางชุมชนยังไม่มีบทบาทใดๆ ในการต่อรองจนกว่าจะนำภาพยนตร์ลงไปฉาย ซึ่งคาดว่าจะเป็นการวิจัยในครั้งถัดไป เกี่ยวกับความเห็นของผู้ชมซึ่งเป็นคนในชุมชนและตัวละคร แต่สิ่งที่แกนนำชุมชนและสมนึก จงมีวคิน ทวงถามเสมอคือ เมื่อไรจะฉายให้ชาวบ้านได้รับชม ดังนั้น ขั้นตอนการเผยแพร่คือขั้นตอนที่ชาวบ้านรอคอย และเป็นสิ่งที่นักวิจัยและทีมงานตระหนักเสมอว่าสำคัญมาก เท่าๆ กับขั้นตอนทั้งหมดที่ผ่านมา

จะเห็นได้ว่า กระบวนการเผยแพร่เป็นขั้นตอนที่ชาวบ้านไม่มี “อำนาจ” และบทบาทในการต่อรองใดๆ รวมทั้งฝ่ายผู้วิจัยก็ไม่มีอำนาจในการเผยแพร่

ภาพยนตร์ ในช่องทางสื่อที่มีประสิทธิภาพอย่างกว้างขวางเช่นกัน ซึ่งถือว่าเป็นข้อค้นพบที่น่าสนใจ และจะนำไปอภิปรายในส่วนท้ายสุดของบทความต่อไป

ผลการศึกษารound 2: สรรวจทุนที่นำมาใช้ในกระบวนการต่อรอง เพื่อผลิตภาพยนตร์สารคดีเชิงสังเกตรณ

ในผลการศึกษารound 2 จะนำข้อมูลในส่วนแรกมาแจกแจงให้เห็นว่า ในกระบวนการต่อรองต่างๆ นั้น แต่ละฝ่ายใช้ทุนด้านใดบ้างเพื่อนำไปสู่เป้าหมายของตนเอง และเป้าหมายของแต่ละฝ่ายคืออะไร ในผลการศึกษารound 2 นี้ เป็นผลการสำรวจทุนที่นำมาใช้ในการต่อรองระหว่างนักวิจัยและชาวบ้าน

1. ในขั้นตอนก่อนการผลิต จะเห็นได้ว่า ทั้งสองฝ่ายคือ ทีมงานผู้ผลิตภาพยนตร์และชาวบ้าน จะใช้การต่อรองด้านทุนทางวัฒนธรรมหลายประการ ได้แก่ ทีมงานผู้ผลิตจะมีทุนด้าน objectified state หรือทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุต่างๆ เช่น อุปกรณ์การถ่ายทำภาพยนตร์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตัวละครและชาวบ้านไม่มีความรู้ และในหลายครั้งการทำงานก็อยู่ในสภาพที่ว่า “ใครถือกล้อง ผู้นั้นมีอำนาจ” ทั้งที่ผู้วิจัยพยายามหลีกเลี่ยงสถานการณ์เช่นนี้ และได้วางตำแหน่งให้ผู้วิจัยเป็นคนประสานงานแล้วก็ตาม

ภาพที่ 5: ถ่ายทำคุณรังสรรค์ สมบูรณ์ แก่นนำประมงบางละมุง ระหว่างเดินประท้วง “บางละมุง ยাত্রา”



ที่มา: ถ่ายภาพโดย ดลวรรต สุนสุข

นอกจากนี้ ทีมงานผู้ผลิตจะใช้ทุนด้าน institutionalised state หรือระบบหรือความมีชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา ในแง่นี้ ชาวบ้านและชาวประมงที่ไม่ได้

ศึกษาในระบบหรือทำงานในสถาบันการศึกษา ย่อมมีความเกรงใจ หรือรู้สึกไม่กล้า ต่อรองในบางประเด็นที่ทีมงานผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องการ แม้ว่ารังสรรค์ สมบูรณ์ จะได้รับการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่อาชีพและการดำเนินชีวิตที่ไม่ได้ผูกติดกับ ชื่อเสียงของสถาบันใด ทำให้หลายครั้งที่แกนนำอาจจะเกรงใจผู้วิจัย

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาทุนด้าน institutionalised state ในมุมมองที่กว้าง ขึ้น ฝ่ายชาวบ้านเองก็มีทุนประเภทนี้ อันหมายถึง สถาบันอันเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มี ประเพณีวัฒนธรรมของชาวประมงและชาวเรือ รวมทั้งการเพาะปลูกข้าวมาช้านานนับ ร้อยปี โดยแกนนำมักจะหยิบยกขึ้นมาเพื่อ “เน้นย้ำ” ให้เห็นถึงความสำคัญและ คุณค่า ซึ่งถือว่าเป็นปฏิบัติการต่อรองในกระบวนการผลิตสื่อเช่นกัน

2. ทุนด้านวัฒนธรรมที่ชาวบ้านมีบทบาทในการต่อรองอย่างมาก คือ embodied state หรือความโน้มเอียงทางอุปนิสัย (disposition) ของแต่ละบุคคล ที่ถูกปลูกฝังผ่านการอบรมสั่งสอนทางสังคม (socialisation) และสร้างแบบแผน ความชื่นชมหรือความเข้าใจตั้งแต่ในวัยเด็ก จนกลายเป็นฮาบิทัส

ตัวละครหลักคือ ลุงบรรจบ เป็นคนพุดน้อยมากๆ แต่กลับเป็นผู้ที่ใช้ทุนด้าน embodied state ซึ่งในงานชิ้นนี้หมายถึง ความเชี่ยวชาญของการเป็นชาวประมง อย่างมีประสิทธิภาพมาก นอกจากนี้ ความเป็นคนตาบอดยังเป็นทุนสำคัญ ที่ทำให้ ภาวะการถ่ายทำทุกประการขึ้นกับตัวละครหลัก ในแง่นี้ลุงบรรจบมีความพิการ แต่มีทุนด้านร่างกายที่ถูกฝึกฝนมาตั้งแต่เด็กตลอดชีวิตคือ การออกเรือประมง หาปลาอย่างคล่องแคล่ว ขยันขันแข็งและไม่เคยหยุด ยกเว้นช่วงที่มีพายุหรืออันตราย ต่อการออกเรือ ด้วยความชำนาญและความสามารถพิเศษเช่นนี้เอง ที่กลายเป็นทุน ที่มีพลังอย่างมากในการใช้ความสามารถเฉพาะตัว และภาระหน้าที่ประจำวันที่ ฝึกฝนมาตลอดชีวิตเป็น “ปฏิบัติการ” เพื่อต่อสู้กับการก่อสร้างท่าเรือแหลมฉบัง ที่สร้างผลกระทบให้ชุมชน และกลายเป็นทุนที่ตัวละครหลัก ใช้ตลอดการถ่ายทำ ภาพยนตร์สารคดี เพื่อแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวประมงยากจน พิกุล และได้ รับผลกระทบจากโครงการขนาดใหญ่ของรัฐ ทั้งที่ลุงบรรจบไม่ได้เคยเข้าร่วมการ ชุมชุมประทั่วใดๆ เลย แต่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันที่เป็นฮาบิทัส ได้ทำให้การ ถ่ายทอดความหมายต่างๆ มีพลังอย่างยิ่ง

3. ในด้านทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึงเครือข่ายทางสังคมที่เอื้ออำนวยให้เกิด ประโยชน์ได้ ในขั้นตอนก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำ ผู้วิจัยและทีมงานต้องอาศัย ทุนด้านนี้ของแกนนำชาวบ้านอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากรังสรรค์ สมบูรณ์ และประภาส มุ่งหาเงิน แม้ว่าผู้วิจัยจะมีสถานะเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย แต่เมื่อ เข้าชุมชนแล้ว ผู้ที่กำหนดประเด็น อำนาจความสะดวก หรือควบคุมชาวบ้านได้ ก็คือคนทั้งสอง รังสรรค์เป็นผู้นำที่ได้รับการยอมรับนับถือจากชาวประมงและชาว

บ้าน รวมทั้งเครือข่ายภายนอกทั้งนักการเมืองท้องถิ่น เครือข่ายนักวิชาการ และ เครือข่ายชุมชนอื่นๆ ยิ่งทำให้แกนนำชาวประมงมีพลังอย่างมากในการกำหนด ทิศทางการถ่ายทำในช่วงแรก เช่น การคัดเลือกตัวละคร และเลือกสถานที่ เป็นต้น ในส่วนหลังการถ่ายทำ หรือขั้นตอนการตัดต่อและเผยแพร่เบื้องต้น กลุ่มชาวบ้าน และแกนนำยังไม่มียุทธศาสตร์ในการต่อรองใดๆ จนกว่าจะมีการฉายให้ชมในชุมชน และคาดการณ์ว่าชาวบ้านน่าจะมียุทธศาสตร์ในการแก้ไข ปรับปรุง และเผยแพร่ต่อไป

4. ทูทางสัญลักษณ์ หมายถึง สถานภาพ ชื่อเสียงการได้รับการยอมรับจาก บุคคลอื่น ที่ทำให้เจ้าของทุนสัญลักษณ์ เกิดความได้เปรียบ เกิดประโยชน์ต่างๆ ใน ด้านนี้ จากผลการศึกษาพบว่า ตัวละครหลักคือ ลูกบรรจบ ก็เป็นผู้ที่มีทุนด้าน สัญลักษณ์อยู่เต็มเปี่ยม จึงถูกแกนนำชาวบ้านคัดเลือกขึ้นมาต่อรองกับทีมงานผู้ผลิต ว่าสมควรเป็นตัวละครหลักของภาพยนตร์ ลูกบรรจบคือสัญลักษณ์ที่ใช้ “ปฏิบัติ การในชีวิตประจำวัน” ซึ่งเป็นวิถีดั้งเดิมของชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความยาก ลำบาก แต่ทรงคุณค่าของอาชีพประมงพื้นบ้าน และยังเป็นสัญลักษณ์ที่ชาวบ้านให้ ความนับถือเพราะความสูงอายุ แม้จะพิการแต่ไม่ย่อท้อต่อชีวิต เป็นสัญลักษณ์ทาง จิตใจ และแบบอย่างที่ต้องการให้คนรุ่นใหม่เดินตาม

ในส่วนของรังสรรค์ มีทุนทางสัญลักษณ์ที่ขัดแย้งในตัวเองคือ แม้ว่าจะได้รับ การยอมรับนับถือจากชาวประมงและชาวบ้าน แต่ก็ยังเป็นสัญลักษณ์ที่น่าเกรงขาม สำหรับคู่ขัดแย้ง คือ การทำเรือฯ และผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมทำให้ชุมชนเกิด ผลกระทบในทางเสียหาย เนื่องจากชื่อเสียงด้านความเป็นคนเด็ดขาด ไม่ไว้หน้าใคร (แม้แต่อาจารย์มหาวิทยาลัย ที่รังสรรค์เห็นว่าทำไม่ถูกต้อง) ตรงไปตรงมา ฉะฉาน รู้ทันคน และพร้อมสู้เพื่อบ้านเกิด สัญลักษณ์ความเป็นผู้นำเช่นนี้เองเป็นทุนสำคัญ มาก ที่ชุมชนใช้ในการต่อรองกับสื่อต่างๆ ที่เข้ามาเก็บข้อมูล ถ่ายทำเรื่องราวต่างๆ และสัมภาษณ์ จนรังสรรค์กลายเป็นบุคคลอันดับต้นๆ ที่ปรากฏบนสื่อมวลชน หาก มีการรายงานสถานการณ์การประท้วงการก่อสร้างท่าเรือแหลมฉบัง และยังสร้าง ฮาปัทสที่สะสมในตัวแกนนำให้มีความชำนาญในการ “ต่อรองและต่อกร” กับสื่อ ชนิดต่างๆ มากขึ้นตามลำดับ

5. ทูทางเศรษฐกิจ อันหมายถึง แหล่งรายได้ที่สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ นั้น เป็นข้อได้เปรียบของทีมงานผู้วิจัย ที่ได้รับทุนส่วนหนึ่งจากแหล่งทุน และเป็น เงินทุนส่วนตัวด้วยอีกส่วนหนึ่ง ทุนเศรษฐกิจนี้เองที่ส่งผลทำให้เกิดสิ่งต่างๆ ตามมา ดังที่บูร์ดิเยอ (Bourdieu, 1986) ได้กล่าวไว้ เช่น ทำให้เกิดทุนทางวัฒนธรรมด้าน objectified state ที่เป็นอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือต่างๆ และเป็นทุนทางสังคมใน การเข้าสังคมสร้างเครือข่ายในเวลาต่อมา

หากตีความว่า ทรัพยากรบุคคล เช่น ทีมงานผู้ผลิตภาพยนตร์ เป็นทุนทางเศรษฐกิจแล้ว ก็ถือว่าเป็นทุนที่มีความสำคัญมาก และเป็นทุนทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดภาพยนตร์สารคดีขึ้นเป็นสำคัญ ถือว่าเป็นทุนทางเศรษฐกิจที่ทีมผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้สร้างภาพยนตร์ได้เปรียบได้เช่นกัน

สรุปผลการศึกษา

ชาวบ้านมีวิธีการ เนื้อหา และกระบวนการในการพูดคุยต่อรองกับนักวิจัย ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์สารคดี ทำให้กระบวนการผลิตภาพยนตร์สารคดีดังกล่าวถูกต่อรองและปรับเปลี่ยนไปมา เพราะบทบาทการผลิตมิใช่เป็นของ “คนภายนอก” แต่เพียงอย่างเดียว

กล่าวโดยสรุป เมื่อพิจารณาทั้งสามขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต จะพบว่า ผู้วิจัยและทีมงานฯ รวมทั้งแหล่งทุนได้เปรียบอย่างมากในแง่ของทุนทางวัฒนธรรมประเภทอุปกรณ์การถ่ายทำ (objectified state) และทุนด้านสถาบัน (institutionalised state) และทุนด้านสัญลักษณ์ในแง่ของการยอมรับนับถือจากคนทั่วไป (เนื่องจากสถานภาพอาจารย์)

ในแง่นี้ อาจกล่าวได้ว่า ทีมผู้วิจัยซึ่งถือว่าเป็น “คนนอก” ได้เปรียบทั้งทุนทางเศรษฐกิจ (มีแหล่งทุนภายนอกส่วนหนึ่ง ใช้ทุนของตัวเองส่วนหนึ่ง และมีทุนด้านทรัพยากรบุคคลหรือมีทีมงาน) และทุนทางวัฒนธรรมบางประการดังกล่าวไว้ข้างต้น

ในขณะที่ชุมชนมุ่งที่จะใช้ยุทธวิธีและความเป็นปัจเจกผู้กระทำการ (agency) เพื่อสร้างปฏิบัติการต่อรอง และใช้ทุนด้าน embodied และฮาบิทัสมากกว่า ในขณะที่เดียวกัน ชุมชนก็มีทุนด้านสถาบันอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ถูกเน้นย้ำและนำเสนอทุกครั้งที่มีการพูดคุย นั่นคือ สถาบันความเป็นชุมชนเก่าแก่ร่วมร้อยปี ที่มีอัตลักษณ์ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตประมงที่สืบทอดและสร้างแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์ให้สังคมไทยตลอดมา ดังที่แสดงในตารางที่ 1 จำแนกผลการศึกษาในการใช้ทุนด้านต่างๆ ของแต่ละฝ่าย

ตารางที่ 1: แสดงประเภทของทุนที่ทีมงานผู้ผลิตและชาวบ้านใช้ต่อรอง

ขั้นตอนการผลิต ภาพยนตร์	Cultural Capital						Social Capital		Symbolic Capital		Habitus		Act of Resistance			
	Embodied		Objectified		Institutionalised		V	T	V	T	V	T	Agency		Strategy	
													V	T	V	T
1) Pre-Production																
1.1 การสร้าง ทีมงาน					✓			✓								
1.2 กำหนดประเด็น และเนื้อหา					✓		✓		✓				✓		✓	
1.3 คัดเลือกตัว ละคร				✓	✓		✓		✓		✓					
1.4 สร้างความ สัมพันธ์กับ ชุมชนและ ตัวละคร		✓	✓		✓					✓						
2) Production																
2.1 เลือกสถานที่ ถ่ายทำ	✓	✓			✓				✓							

ขั้นตอนการผลิต ภาพยนตร์	Cultural Capital						Social Capital		Symbolic Capital		Habitus		Act of Resistance			
	Embodied		Objectified		Institutionalised		V	T	V	T	V	T	Agency		Strategy	
	V	T	V	T	V	T							V	T	V	T
2.2 เลือกมุกกล้อง ขนาดภาพ และ เทคนิคอื่น		✓		✓		✓										
2.3 บทสนทนา	✓												✓		✓	
2.4 การปรากฏตัว ของตัวละครอื่น					✓		✓			✓			✓		✓	
2.5 เหตุการณ์ สำคัญ	✓				✓	✓										
3) Post- Production																
3.1 การลงเสียง		✓		✓		✓										
3.2 การตัดต่อ		✓		✓		✓										
3.3 การเผยแพร่*		+F**				+F**										

หมายเหตุ V = ชาวบ้าน แก่นนำ ตัวละคร T = ทีมผู้ผลิตภาพยนตร์ และผู้วิจัย
*ขั้นตอนการเผยแพร่ เป็นการต่อรองระหว่างทีมงานผู้ผลิตและผู้เผยแพร่
**+F หมายถึง ทั้งทีมงานผู้ผลิตและผู้เผยแพร่ต่างใช้การต่อรอง, F หมายถึง เฉพาะแหล่งทุน

อภิปรายผลการศึกษา

การถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีในรูปแบบ observational cinema แม้ว่าโดยหลักการแล้วคือ การปล่อยให้สิ่งมีชีวิตหลากหลายของเจ้าของชุมชนปรากฏในภาพยนตร์ ไม่ใช้การครอบงำหรือชี้นำจากทีมงานผู้ผลิต แต่ในความเป็นจริงแล้ว ในกระบวนการผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์สารคดีก็คือ “สนามปฏิบัติการ” (field) ที่มีการช่วงชิง ต่อรอง โดยใช้ทุนประเภทต่างๆ ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังจะเห็นได้จากการต่อรอง โน้มน้าวใจ เน้นย้ำ และคัดเลือกระเด็นต่างๆ ตัวละคร สถานที่ และช่วงเวลา ระหว่างฝ่ายชุมชนและผู้วิจัยตลอดเวลา

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของชุมชนบางละมุงในระหว่างที่ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยด้วยแล้ว เป็นช่วงระหว่างการต่อสู้คัดค้านการขยายการก่อสร้างท่าเรือแหลมฉบัง เฟสที่สาม ซึ่งเป็นการต่อสู้ในโลกของความจริง เมื่อมีบุคคลภายนอก (ทีมผู้วิจัย) มาดำเนินการผลิตภาพยนตร์สารคดี ซึ่งเป็นโลกสัญลักษณ์อีกใบหนึ่ง ที่ชาวบ้านและผู้เคลื่อนไหวต่อสู้ ต้องการพื้นที่ในการกำหนดความหมายในโลกของสื่อ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้การต่อสู้ในโลกของความจริงแล้ว สนามปฏิบัติการ (field) ของภาพยนตร์ จึงเต็มไปด้วยการต่อรอง เพื่อกำหนดความหมายต่างๆ จากผู้ที่เกี่ยวข้อง

จากชนบทเดิมๆ ที่ปฏิบัติกันมา จะเห็นว่า นักวิจัย สื่อมวลชน นักกิจกรรมทางสังคม นักพัฒนา และนักวิชาการ เมื่อต้องการจะผลิตสื่อขึ้นมาสักชิ้นหนึ่ง คนเหล่านี้ก็มักจะเป็นผู้กำหนดเนื้อหา ประเด็น ทิศทางของสื่อต่างๆ ด้วย “วิธีคิด” ของตนเอง เนื่องจากความได้เปรียบของทุนด้านต่างๆ เช่น ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจและอุปกรณ์

และจากทฤษฎีของภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ ซึ่งเป็นแนวทางของภาพยนตร์เชิงชาติพันธุ์ ที่กำหนดให้กล้องบันทึกภาพตามชีวิตปกติ ไม่มีการแสดง ให้นักทุกอย่างตามความจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางที่เปิดโอกาสให้คนในได้ “นำพา” ความหมายของตนเองมาสู่คนดู โดยปราศจากการครอบงำจากผู้สร้างภาพยนตร์นั้น จากผลการศึกษาพบว่า มิได้เป็นไปทั้งหมดในทั้งสองกรณี แต่ภายใต้กระบวนการผลิตภาพยนตร์ลักษณะนี้ แท้จริงแล้วคือการต่อรองเชิงอำนาจภายใต้ field ของภาพยนตร์ เพื่อให้ได้สิ่งที่แต่ละฝ่ายต้องการ ในการต่อรองอำนาจเช่นนี้ ต่างฝ่ายต่างมี “ทุน” ประเภทต่างๆ ที่นำมาใช้ปะทะต่อรองกัน ดังที่บูร์ดิเยอได้อธิบายไว้ว่า การต่อสู้ต่อรองในสนามหนึ่งๆ นั่นคือ การต่อสู้เชิงอำนาจ “ภายใต้ทุน” ต่างๆ นั่นเอง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ผู้วิจัยและทีมงานต่อรองในหลายประเด็น เพื่อต้องการผลิตงานสารคดีที่ต้องการมีรูปแบบทางสุนทรียศาสตร์ที่ตัวเองชอบ หรือเพื่อสนองตอบ

ต่อเงื่อนไขของแหล่งทุน ขณะเดียวกันก็ต้องการช่วยเหลือชุมชนไปด้วย ด้วยการให้ทุนทางวัฒนธรรมเชิงสถาบัน อุปกรณ์ และทุนความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อภาพยนตร์ รวมทั้งทุนทางเศรษฐกิจส่วนหนึ่งที่ไม่มากนัก

ในขณะเดียวกัน ทางฝั่งของชุมชน ซึ่งถือเป็น “คนใน” การผลิตสารคดีในภาวะการต่อสู้ และมีความขัดแย้งเช่นนี้ภายในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแกนนำ ก็ต้องรองรับต่อการ “สื่อที่เป็นเครื่องมือ” ในการช่วยให้สาธารณะรับรู้ปัญหา และมาช่วยเป็นแรงหนุนในการแก้ไขปัญหาเป็นอันดับแรก และอันดับรองลงมา ต้องการให้บันทึกเรื่องราวทางวัฒนธรรม การฟื้นฟูการละเล่น เทศกาลทางศาสนา และวัฒนธรรมต่างๆ ของชุมชน โดยไม่สนใจว่าจะเกี่ยวข้องกับประเด็นเนื้อหาที่ทีมงานผู้ผลิตทำหรือไม่ก็ตาม โดยชุมชนและชาวบ้านได้เปรียบในด้านทุนวัฒนธรรมที่มีฮาบิทัสของลูกบรรจบ ซึ่งเป็นตัวละครหลัก และทุนทางสังคมที่เป็นเครือข่ายร่วมของชาวบ้าน และทุนทางสังคมของแกนนำ (ที่เข้มแข็ง) ที่ทำให้การถ่ายทำเป็นไปอย่างราบรื่น และสามารถกำหนดประเด็นได้ด้วย รวมทั้งทุนด้านสถาบัน ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่มีวัฒนธรรมประเพณีพื้นบ้านมาอย่างยาวนาน อันเป็นปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน ที่ตั้งใจถ่ายทอดผ่านสื่อภาพยนตร์ ในฐานะปฏิบัติการทางสังคมอีกต่อหนึ่ง

ดังนั้น การผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ แม้จะอยู่ในรูปแบบที่ผู้ผลิตระมัดระวังไม่ใช้อำนาจ หรือทุนต่างๆ ที่ได้เปรียบก็ตาม ก็อาจจะไม่ใช่ “สื่อหรือสนาม” ที่นิยามความหมายได้ง่ายๆ เพียงแค่ว่า นักวิจัยต้องการศึกษาสิ่งที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสิ่งรอบตัว และบันทึกไว้ตามความเป็นจริง แต่จริงๆ แล้วคือ สนามที่เป็น “ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ” ซึ่งมีการต่อรองของทุนประเภทต่างๆ ของฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ผู้เขียนเห็นว่า สิ่งที่นักวิจัยและทีมงานผลิตสื่อ รวมทั้งแวดวงวิชาการที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาคือ

1. เราควรจะช่วยเพิ่มหนุนทุนด้านต่างๆ ให้ชุมชน เช่น ในขั้นตอนการตัดต่อจากผลการศึกษาพบว่าชุมชนมีส่วนร่วมน้อยหรือแทบไม่มีเลย ทางออกของปฏิบัติการนี้ อาจจะอยู่ที่การทดลองฉายภาพยนตร์ให้ชุมชนชมก่อน และรับฟังความเห็นเพื่อมาตัดต่ออีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ก็เป็นทางออกที่ใช้เวลาอีกมากพอสมควร นอกจากนี้ ยังพบด้วยว่า ขั้นตอนการเผยแพร่ภาพยนตร์ หรือช่องทางการเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพ ถือเป็น “ทุน” ที่สำคัญมาก ซึ่งทั้งฝ่ายผู้วิจัยและชุมชนไม่มีทุนด้านนี้อยู่ หรือแม้แต่ในทฤษฎีของบูร์ดิเยอเอง ก็ไม่มีการกล่าวถึงประเด็นนี้ ทั้งที่การเผยแพร่คือพลังและอำนาจของผู้ส่งสาร เพราะสามารถถ่ายทอดแนวคิดสร้างความหมาย หรือผลิตความหมายหรือ “วาทกรรม” เพื่อจะต่อรองต่อสู้ในระดับสาธารณะได้ หรือหากจะพิจารณาจากกรอบแนวคิดของบูร์ดิเยอ ก็อาจกล่าวได้ว่าการเผยแพร่สื่อเป็นการรักษา “อำนาจ” ของสถาบันต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ท่ามกลางข้อจำกัดของภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ เช่น หนึ่ง ช้า เนิบ ไม่มีเส้นเรื่อง ไม่บันเทิงเรีงรมย์ และไม่มีช่องทางเผยแพร่ในเมืองไทย นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน สื่อชุมชน และนักมานุษยวิทยา จะสามารถดึงทุนด้านที่แข็งแกร่งของชุมชน เช่น ทุนทางวัฒนธรรม embodied state และฮาบิทัส รวมทั้ง institutionalised state หรือทุนด้านสถาบันชุมชนที่ก่อตัวมาเป็นร้อยปี สืบทอดสิ่งต่างๆ มา และเกิดพลังในทุกวันนี้ มาถ่ายทอดให้มีพลังในภาพยนตร์ได้อย่างไร เพื่อสามารถสื่อสารกับ “ผู้รับสาร” ภายนอกให้ได้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันในการผลิตและเผยแพร่สื่อ รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เสียสละเวลาและทุ่มเทสิ่งต่างๆ เพื่อให้ นักวิจัยและสื่อมวลชนต่างๆ ได้ผลิตผลงานของตนเอง

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551), *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ฉันทนา บรรพศิริโชติ (2543), “ชุมชนกับการจัดการทรัพยากรในภาคตะวันออก: การสำรวจองค์ความรู้”, ใน อานันท์ กาญจนพันธุ์ (บก.), *พลวัตของชุมชนในการจัดการทรัพยากรสถานการณ์ในประเทศไทย*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ชิเกฮารุ ทานาเบ (2555), *พิธีกรรมและปฏิบัติการในสังคมชาวนาภาคเหนือของประเทศไทย*, แปลโดยขวัญชีวัน บัวแดง และอภิญา เพื่องฟูสกุล, เชียงใหม่: ศูนย์ศึกษาชาติพันธุ์และการพัฒนา (ศูนย์ความเป็นเลิศ).
- ธนาณัฐ สงวนศักดิ์ (2546), *การต่อรองเกี่ยวกับการควบคุมเนื้อหาระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างการผลิตสารคดีวิชาการเรื่องสารคดีคนจน*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคณะ (2543), *วิถีชีวิต วิถีสู้*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต (2553), *แนวความคิดฮาบิทัสของปิแอร์ บูร์ดิเยอ*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- Banks, M. (2001), *Visual Methods in Social Research*, London: SAGE Publications.
- Bello, W. et al. (1998), *A Siamese Tragedy: Development and Disintegration in Modern Thailand*, London: Zed Books.
- Chanrungrameekul, U. (2009), *The Globalised Village: Grounded Experience, Media and Response in Eastern Thailand*, unpublished Doctoral Thesis, Loughborough University, UK.
- Grimshaw, A. and Ravetz, A. (2009), *Observational Cinema*, Bloomington: Indiana University Press.

- Henley, P. (2004), "Putting Film to Work: Observational Cinema as Practical Ethnography", in Pink, S. (ed.), *Working Images: Visual Research and Representation in Ethnography*, London: Routledge.
- Missingham, B. (2003), *The Assembly of the Poor in Thailand*, Bangkok: Silkworm Books.
- Pink, S. (2001), *Visual Ethnography: Images, Media and Representation in Research*, London: SAGE Publications.
- Turner, G. (1992), *Film as Social Practice*, London: Routledge.
- Young, C. (2003), "Observational Cinema", in Hockings, P. (ed.), *Principles of Visual Anthropology*, Berlin and New York: Walter de Gruyter GmbH & Co.KG.

สื่อออนไลน์

- มูลนิธิโลกสีเขียว (9 มกราคม 2556), พบปรอทในปลาและคนที่อาศัยรอบโรงไฟฟ้าถ่านหิน และโรงงานผลิตเยื่อกระดาษ, สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2556 จาก <http://www.greenworld.or.th/greenworld/population/2070>
- ASTV ผู้จัดการออนไลน์ (9 มกราคม 2556), ทำเรือแหลมฉบังเฟส 3 เดินหน้าหรือหยุดแค่ชั่วคราว, สืบค้นเมื่อ วันที่ 9 มกราคม 2556 จาก <http://www.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx?NewsID=9560000002933>.
- Bourdieu, P. (1986), *The Forms of Capital*, สืบค้นเมื่อวันที่ค้นข้อมูล 21 กุมภาพันธ์ 2556 จาก <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>
- Giesenhausen, E. (nd.), "Book Review: Global Indigenous Media Cultures, Poetics, and Politics", in Wilson, P. and Stewart, M. (eds.), สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2556 จาก cinema.usc.edu/assets/096/15615.pdf
- ThaiPublica (6 ธันวาคม 2012), 30 ปีโครงการอีสเทิร์นซีบอร์ด ย้อนรอยเขตอุตสาหกรรมหนัก การเปลี่ยนไปของ "มาบตาพุด", สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2556 จาก <http://thaipublica.org/2012/12/map-ta-phut-1/>

สัมภาษณ์

- รังสรรค์ สมบูรณ์ และสมนึก จงมีวสิน, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2555.
- รังสรรค์ สมบูรณ์, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2556.

ภูมิหลังผู้ประกอบการกับความสำเเร็จของทีวีดิจิทัล¹

อริสรา กำธรเจริญ²

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “ภูมิหลังผู้ประกอบการกับความสำเเร็จของทีวีดิจิทัล” เป็นบทความสำรวจสภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์ปัจจุบัน จัดทำขึ้นจากการตั้งข้อสังเกตของผู้เขียนต่อสภาพการณ์ดังกล่าวในช่วงเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมโทรทัศน์เพื่อเข้าสู่ทีวีดิจิทัล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภูมิหลังของผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินกิจการทีวีดิจิทัลว่ามีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจหรือไม่ อย่างไร โดยแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์มาก่อน และกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจทีวีดิจิทัลล้วนแล้วแต่เป็นผู้ประกอบการที่เคยประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์มาก่อน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี เช่น กรณีช่อง 3 และช่อง 7 หรือกลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม เช่น กรณีช่องเวิร์คพอยท์ ช่อง 8 และช่อง MONO 29 ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นผู้มีประสบการณ์ทางธุรกิจโทรทัศน์ ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ทราบว่าจะต้องผลิตรายการรูปแบบใดและอย่างไร เพื่อให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม อีกทั้งยังทราบว่าต้องวางแผนการใช้งบประมาณ และจัดผังการออกอากาศรายการอย่างไร เพื่อให้แข่งขันได้ในทางธุรกิจ รวมทั้งจะทําอย่างไรเพื่อให้สถานีโดดเด่น แตกต่างจากสถานีคู่แข่งอื่นๆ และที่สำคัญคือ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีฐานผู้ชมเดิมที่ติดตามมาชมรายการที่ช่องทีวีดิจิทัล ทำให้ประสบความสำเร็จได้ไม่ยากนักเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการที่ไม่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์

Abstract

This article explores the current situation of Thai television industry observed by the author during the transition of the television industry to

¹ สกัดตามราชบัณฑิตยสถาน ขณะที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สกัด “ทีวีดิจิทัล”.

² อาจารย์ ดร. ประจักษ์กุลวิชานบริหารการสื่อสาร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

access the digital television. The objective of this article is to analyze the background of entrepreneurs who are granted digital television's license. It is to study whether or not their backgrounds relevant to their success. The article categorizes the entrepreneurs into 2 groups: (1) those who have experiences in running the television station business, and (2) those who are newcomers in the television industry. The study found that successful entrepreneurs are the ones who used to operate television stations; for example, Channel 3 and Channel 7 which run free TV stations, or Workpoint TV channel, Channel 8 and MONO 29 channel which own satellite channels. Their experiences have equipped them with the know-how management to make successful programs. Moreover, their experiences in budget planning and broadcast scheduling that enable them to achieve in the business. They also know how to differentiate themselves from the rest. More importantly, they have audiences who follow them from their previous channels to their digital television channels. As mentioned, these are key to success in comparison with inexperience television business entrepreneurs.

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเมื่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดประมูลทีวีดิจิทัลเมื่อปลายเดือนธันวาคม 2556³ การเปิดประมูลครั้งนี้นับเป็นครั้งแรกที่ภาคเอกชนได้เป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ในลักษณะการได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ ดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. และยังทำให้ผู้รับชมรายการโทรทัศน์มีทางเลือกในการรับชมเพิ่มมากขึ้น

เดิมกิจการโทรทัศน์ของไทยถูกผูกขาดโดยภาครัฐ ซึ่งมีรูปแบบหลักๆ อยู่ 2 ประเภท ประเภทแรก คือ ภาครัฐเป็นเจ้าของและดำเนินการเอง อันได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ดำเนินการโดยกองทัพบก และสถานีโทรทัศน์เอ็นบีที ดำเนินการโดยกรมประชาสัมพันธ์ ประเภทที่สอง คือ สถานีโทรทัศน์ที่ภาครัฐเป็นเจ้าของแต่ให้สัมปทานบริษัทเอกชนดำเนินการ ได้แก่ กรณีสถานี

³ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เปิดประมูลทีวีดิจิทัล เมื่อวันที่ 26 และ 27 ธันวาคม 2556 โดยวันที่ 26 ธันวาคม 2556 เป็นการเปิดประมูลช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) จำนวน 7 ใบอนุญาต และช่องทั่วไปความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 7 ใบอนุญาต ส่วนวันที่ 27 ธันวาคม 2556 เปิดประมูลช่องข่าวสารและสาระ จำนวน 7 ใบอนุญาต และช่องเด็ก ครอบครัว และเยาวชน จำนวน 3 ใบอนุญาต.

โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ดำเนินการโดยบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ดำเนินการโดยบริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ส่วนสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี แม้ปัจจุบันจะแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนแล้ว แต่ภาครัฐโดยองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยก็ยังเป็นเจ้าของคลื่น ขณะที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งแรกของไทย ที่ไม่แสวงหาผลกำไร ซึ่งเพิ่งเกิดขึ้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2551 ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ก็มีภาครัฐเป็นเจ้าของคลื่นเช่นเดียวกัน ซึ่งสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 สถานีนี้ถือออกอากาศในระบบแอนะล็อก หรือที่เรียกว่าฟรีทีวีเดิม

ในการเปิดประมูลทีวีดิจิทัลครั้งประวัติศาสตร์ของไทย หากพิจารณาภูมิหลังของผู้ชนะการประมูลใบอนุญาตทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจทั้ง 24 ใบอนุญาต จะพบว่า มี 2 กลุ่มหลักๆ คือ กลุ่มที่ 1 เป็นผู้ประกอบการที่เคยประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์มาก่อน และกลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ ซึ่งในจำนวนผู้ที่เคยประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์มาก่อนนั้นยังสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มย่อย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีเดิม อันได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 7 และช่อง 9 ต่างก็ร่วมประมูลทีวีดิจิทัล โดยประมูลได้จำนวนใบอนุญาตอย่างน้อยแตกต่างกันไป กล่าวคือ บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3) ประมูลได้ใบอนุญาตมากที่สุดจำนวน 3 ใบ คือ ช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) ช่องทั่วไปความคมชัดปกติ (SD) และช่องเด็ก ครอบครัว และเยาวชน รองลงมา คือ บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) (ช่อง 9) ได้ใบอนุญาต 2 ใบ คือ ช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) และช่องเด็ก ครอบครัว และเยาวชน ขณะที่บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7) ได้ใบอนุญาต 1 ใบ คือ ช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD)

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม ซึ่งผู้ชนะการประมูลทีวีดิจิทัลจะอยู่ในกลุ่มนี้มากที่สุด ประกอบด้วย

กลุ่มแรกมี ชนะการประมูล 2 ช่อง คือ ช่องความคมชัดสูง (HD) ประมูลโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด และช่องความคมชัดปกติ (SD) ประมูลโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด

กลุ่มทรู ชนะการประมูล 2 ช่อง คือ ช่องความคมชัดปกติ (SD) ประมูลโดยบริษัท ทรู ดิจิทัล จำกัด และช่องข่าวสารและสาระ ประมูลโดยบริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (ทีเอ็นเอ็น)

กลุ่มเนชั่น ชนะการประมูล 2 ช่อง คือ ช่องความคมชัดปกติ (SD) ประมูล

โดยบริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ติ้ง จำกัด และช่องข่าวสารและสาระ
ประมูลโดยบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด

กลุ่มทีวีพูล คณะกรรมการประมูล 2 ช่อง คือ ช่องข่าวสารและสาระ และช่องเด็ก
ครอบครัว และเยาวชน ประมูลโดยบริษัท ไทยทีวี จำกัด

ส่วนเวิร์คพอยท์ อาร์เอส และโมโน ประมูลได้บริษัทละ 1 ช่อง คือ ช่องทั่วไป
ความคมชัดปกติ (SD) ประมูลโดยบริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด บริษัท อาร์.
เอส.เทเลวิชั่น จำกัด และบริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ตามลำดับ

ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีข่าวออกอากาศใน
ระบบทีวีดาวเทียม ไม่ว่าจะเป็นสปริงนิวส์ เดลินิวส์ และวอยซ์ทีวี ต่างก็ชนะการ
ประมูลช่องข่าวสารและสาระ ประมูลโดยบริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด
(สปริงนิวส์) บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด (เดลินิวส์) และบริษัท วอยซ์ ทีวี
จำกัด (วอยซ์) ตามลำดับ

สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์มีจำนวนไม่
มากนัก สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มาจากรูทธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจสื่อสารมวลชน
มีเพียงบริษัทเดียว คือ บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด (กลุ่ม
ปราสาททองโอสถ) ซึ่งเดิมทำธุรกิจโรงพยาบาลและสายการบิน แม้ก่อนหน้า
การประมูลใบอนุญาตทีวีดิจิทัล บริษัทจะเริ่มทดลองออกอากาศทีวีดาวเทียมมาบ้าง
แต่ก็ไม่ได้ดำเนินการเต็มรูปแบบอย่างผู้ชนะการประมูลในกลุ่มที่มีประสบการณ์
การออกอากาศทีวีดาวเทียม จึงนับเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ในธุรกิจนี้ ประมูลได้
ใบอนุญาต 1 ใบ ช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) ดำเนินการในนามบริษัท PPTV

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มาจากรูทธุรกิจสื่อสารมวลชนอื่นๆ มี 3 บริษัท
ประกอบด้วย บริษัท ทริปปิเบิล วี บรอดคาสท์ จำกัด (เครือไทยรัฐ) เดิมทำธุรกิจ
หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ และบริษัทอมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด เดิมทำธุรกิจสิ่งพิมพ์
ชนะการประมูลในช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) แม้ทั้งไทยรัฐและอมรินทร์จะเคย
ทำทีวีดาวเทียมมาบ้าง⁴ แต่ก็เพียงเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการประมูล
ทีวีดิจิทัล ไม่ได้ทำในเชิงธุรกิจอย่างผู้ชนะการประมูลในกลุ่มที่มีประสบการณ์การ
ออกอากาศทีวีดาวเทียม จึงนับเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ขณะที่บริษัท 3เอ
มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ชนะการประมูลช่องข่าวสารและสาระ แม้จะเคยทำรายการข่าว
ให้สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 แต่ก็ไม่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานี
โทรทัศน์

⁴ไทยรัฐ ดำเนินงานช่องไทยรัฐทีวี บนแพลตฟอร์มเคเบิล CTH ส่วนอมรินทร์ ดำเนินงานช่อง Amarin Activ TV.

จากภูมิหลังที่แตกต่างกันของผู้ชนะการประมูลที่วิดิจิตัลดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนสนใจวิเคราะห์ว่า ภูมิหลังที่แตกต่างกันนั้นจะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่วิดิจิตัลหรือไม่ อย่างไร ซึ่งบทความนี้เป็นบทความสำรวจสภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์ปัจจุบัน และจัดทำขึ้นจากการตั้งข้อสังเกตของผู้เขียนต่อสภาพการณ์ดังกล่าวในช่วงเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมโทรทัศน์เพื่อเข้าสู่ทีวีดิจิทัล

กรอบความคิดของการวิเคราะห์

Gillian Doyle (2002) กล่าวถึงการเป็นเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชนโดยให้ความสำคัญกับจำนวนสื่อที่เจ้าของกิจการครอบครอง ซึ่งจะส่งผลต่อความหลากหลายของเนื้อหาที่สื่อมวลชนผลิตขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชนที่เป็นเจ้าของสื่อเพียงสื่อเดียว เช่น เป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ หรือเป็นเจ้าของสื่อโทรทัศน์ หรือเป็นเจ้าของสื่อวิทยุ และกลุ่มที่สองคือ เจ้าของกิจการสื่อสารมวลชนที่เป็นเจ้าของสื่อหลายสื่อ เช่น เป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์และสถานีโทรทัศน์ หรือเป็นเจ้าของสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ ซึ่ง Doyle มองว่า เมื่อเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชนเป็นเจ้าของสื่อหลายสื่อ จะทำให้สินค้าที่สื่อมวลชนผลิตขึ้นไม่มีความหลากหลาย เพราะผลิตจากผู้ผลิตเพียงไม่กี่คน นอกจากนี้ยังทำให้อำนาจของสื่อมีมาก การนำเสนอเนื้อหาจากสื่อมวลชนอาจเป็นไปในลักษณะการครอบงำผู้รับสาร ตรงกันข้าม หากเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชนเป็นเจ้าของสื่อเพียงสื่อเดียว จะทำให้มีผู้ผลิตเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตขึ้นมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบ อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้ถูกโต้แย้งโดยกลุ่มที่มีความเห็นต่างออกไป ซึ่งกลุ่มที่เห็นต่างกลับมองว่าธุรกิจสื่อสารมวลชนที่มีเจ้าของเพียงไม่กี่ราย มีผู้ผลิตน้อยราย มีการแข่งขันน้อย ย่อมสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถสร้างเนื้อหาที่มีความหลากหลายได้อย่างมีคุณภาพ กล่าวคือ เมื่อมีผู้ผลิตน้อยราย เจ้าของกิจการมักจะเป็นบริษัทใหญ่ มีงบประมาณมาก จึงมีศักยภาพในการลงทุนผลิตสินค้าใหม่ๆ ที่มีความแตกต่างจากสินค้าเดิมได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีที่มีผู้ผลิตจำนวนมาก แต่บรรดาผู้ผลิตเหล่านั้นล้วนแต่เป็นเจ้าของกิจการรายเล็กๆ (Doyle, 2002)

ทั้งนี้ สินค้าที่ผู้ผลิตสื่อสร้างขึ้น เป็นสินค้าที่ให้ประสบการณ์ เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ เป็นผลงานทรัพย์สินทางปัญญาที่ต้องใช้องค์ความรู้และแรงบันดาลใจในการผลิต โดยนำเสนอในรูปแบบเนื้อหาสารหรือเรื่องราว ซึ่งสามารถสร้างการรับรู้ ประสบการณ์ และส่งผลต่ออารมณ์ของผู้รับสาร มีทั้งรูปแบบที่จับต้องได้เหมือนสินค้าทั่วไป เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และรูปแบบที่จับต้องไม่ได้ อย่างสินค้าชนิดอื่นๆ เช่น แนวความคิดหลักของละครหรือรายการโทรทัศน์ ซึ่งโดยทั่วไป

แล้วผู้ผลิตจะมีเป้าหมายคือ ผลิตเนื้อหาเพื่อดึงดูดใจผู้รับสารให้ได้จำนวนมากที่สุด เปรียบเสมือนการสร้างกลุ่มผู้ชม และขายกลุ่มผู้ชมเหล่านี้ให้กับผู้สนับสนุนโฆษณา นำมาซึ่งรายได้ทางธุรกิจ (Kung, 2008) อย่างไรก็ตาม ในทางการตลาด มีนักการตลาดจำนวนไม่น้อยที่มองว่าโอกาสที่สินค้าจะตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่ม ย่อมเป็นไปได้ยาก จึงเกิดแนวคิดการแบ่งส่วนตลาด (market segmentation) แนวคิดนี้ได้แบ่งตลาดออกเป็นส่วนย่อยๆ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่มีคุณลักษณะและความต้องการคล้ายคลึงกัน เพื่อจะได้ผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีความคล้ายคลึงกัน โดยมีขั้นตอนสำคัญ 3 ขั้นตอน กล่าวคือ ขั้นตอนแรก ระบุสิ่งที่ตลาดเป้าหมายของเรามีเหมือนกันซึ่งแตกต่างไปจากตลาดเป้าหมายอื่น ขั้นตอนต่อมา ระบุคุณลักษณะสำคัญของตลาดเป้าหมาย และขั้นตอนสุดท้ายคือ ระบุขนาดและศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งควรเป็นตลาดที่มีขนาดและศักยภาพในการสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจ (Walker and Mullins, 2014)

ในประเด็นสินค้าที่ผู้ผลิตสื่อสารสร้างขึ้น หากพิจารณาในภาพใหญ่โดยมองช่องทีวีดิจิทัลเป็นสินค้าที่ผู้ได้รับใบอนุญาตสร้างขึ้น การจะทำให้ทีวีดิจิทัลแต่ละช่องจะประสบความสำเร็จ เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมนั้น Kati Forster (2011) ระบุว่า สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจะต้องสร้างอัตลักษณ์ของสถานีให้ได้ (brand identity) เริ่มจากการวางตำแหน่งของสถานี (brand positioning) ในใจผู้ชม โดยพิจารณาว่าสถานีของเรามีสิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย สถานีคู่แข่งของเราเป็นอย่างไรในกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเดียวกัน สถานีของเรามีสิ่งใดที่เหมือนและแตกต่างไปจากสถานีคู่แข่ง ซึ่งคุณสมบัติที่โดดเด่นของสถานีจะนำไปกำหนดเป็นคุณค่าของสถานี (brand promise) ในรูปแบบพันธกิจของสถานี (mission) หรือคำขวัญของสถานี (slogan) นอกจากนี้ Forster ยังได้กล่าวถึงการสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบรายการให้โดดเด่นชัดเจน ซึ่งถือเป็นภารกิจสำคัญของธุรกิจสื่อสารมวลชน รายการที่ผลิตขึ้นควรสะท้อนคุณค่าของสถานี รวมไปถึงควรมีเนื้อหาที่เจาะลึก เป็นเนื้อหาเฉพาะที่รับชมได้ทางสถานีของเราเพียงแห่งเดียว ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างให้สถานีเรามีความแตกต่างจากสถานีคู่แข่ง ทั้งนี้ในบรรดารูปแบบรายการต่างๆ รายการข่าวสะท้อนความน่าเชื่อถือ ความสามารถ และการยอมรับจากผู้ชมที่มีต่อสถานีได้เป็นอย่างดี (Forster, 2011) โดยประเด็นความแตกต่างนี้มีความหมายอย่างมากต่อการแข่งขันทางธุรกิจ สินค้าที่จะครองใจผู้บริโภคได้ดีต้องเป็นสินค้ามีคุณลักษณะตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและแตกต่างไปจากสินค้าของคู่แข่ง อันนับเป็นหน้าที่ของเจ้าของสินค้าที่จะต้องสื่อคุณลักษณะที่แตกต่างนี้ไปยังผู้บริโภคให้ได้ ซึ่งการโฆษณาสามารถช่วยทำหน้าที่ในการสื่อสารนี้ได้ (Colin et al., 2004)

อนึ่ง สำหรับพฤติกรรมของผู้ชมในการรับชมรายการโทรทัศน์นั้น จากการศึกษาวិธีการและเหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ของ Barbara Lee and Robert Lee (1995) พบว่า ผู้ชมมีระดับความตั้งใจในการชมรายการโทรทัศน์แตกต่างกันไปตามเนื้อหาที่รับชม ช่วงเวลาที่รับชม กิจกรรมอื่นที่ทำการระหว่างการรับชม แรงจูงใจในการรับชม ตลอดจนบุคคลที่รับชมโทรทัศน์ด้วย โดยผู้ชมมักเปิดโทรทัศน์ไว้ทั้งวัน เหมือนเปิดไฟในบ้านทิ้งไว้ และทำกิจกรรมอื่นๆ ในระหว่างการชมโทรทัศน์ เช่น รับประทานข้าว รับประทานขนม อ่านหนังสือ พุดคุยกัน และทำงานบ้าน เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์นี้ เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นประจำ โดยผู้ชมมักจะเปิดชมรายการเดิมที่ทราบว่าจะออกอากาศในช่วงเวลานั้น มากกว่าจะกดรีโมตคอนโทรลไปช่องอื่นๆ เพื่อดูว่าช่วงเวลานั้นมีรายการใดบ้างออกอากาศ ทางด้านเหตุผลในการรับชมโทรทัศน์ พบว่า ผู้ชมรับชมรายการโทรทัศน์ด้วยเหตุผลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตั้งใจรับชม เปิดโทรทัศน์เป็นเพื่อนเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ทำให้อารมณ์ดี มีเรื่องไปพุดคุยกับคนอื่น ช่วยผ่อนคลายความเครียด หลีกหนีจากความกังวลในชีวิตประจำวัน ได้เข้าไปอยู่ในอีกโลกหนึ่งในสถานที่ เวลา สถานการณ์ ที่ไม่มีโอกาสเกิดขึ้นในชีวิตจริง การรับชมรายการโทรทัศน์เป็นเหมือนยานอนหลับ ที่ทำให้ผู้ชมลืมปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ ซึ่งการผ่อนคลายลักษณะนี้จะไม่เกิดขึ้นกับการทำกิจกรรมอื่นที่ต้องใช้พลังกำลัง หรือความตั้งใจมากๆ นอกจากนี้ Lee and Lee ยังพบว่า ผู้ชมรับชมโทรทัศน์เพราะต้องการข้อมูลข่าวสาร เป็นการเรียนรู้ เพื่อให้ทันสถานการณ์ ได้ข้อมูลใหม่ที่น่าสนใจ เป็นอาหารสมอง และมีผู้ชมจำนวนไม่น้อยที่ใช้รายการโทรทัศน์เป็นแนวทางเพื่อสำรวจตัวเอง และเป็นแนวทางในการจัดการกับปัญหาหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตัวเอง

สำหรับผู้ที่จะสนใจจะลงทุนในธุรกิจที่น่าเสนอได้ทั้งภาพและเสียงอย่างกิจการโทรทัศน์นั้น สิ่งสำคัญคือ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ โดยเจ้าของธุรกิจต้องสามารถสร้างความสมดุลระหว่างความคิดสร้างสรรค์และงบประมาณที่ใช้ในการลงทุน สามารถแปลงจากแนวความคิดให้เกิดเป็นสินค้าสื่อมวลชน (Block, 2001) ตัวอย่างเช่น ในการผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้สร้างสรรค์รายการย่อมนำเสนอความคิดว่า ต้องการทำการรายการรูปแบบใด มีเนื้อหา ผู้ดำเนินรายการ การถ่ายทำ สถานที่ถ่ายทำเป็นอย่างไร ซึ่งจะทำอย่างไรให้แนวความคิดนั้นถูกถ่ายทอดออกมาเป็นรายการโทรทัศน์ให้ผู้ชมได้ชมและคุ้มค่ากับการลงทุนเป็นหน้าที่ของเจ้าของธุรกิจ นอกจากนี้ เจ้าของธุรกิจต้องมีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถเชื่อมโยงความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ปรากฏ ประเด็นที่ต้องพิจารณา ตลอดจนประสบการณ์ เพื่อหาทางออกที่เหมาะสมให้กับปัญหานั้นๆ ซึ่งความเชี่ยวชาญนี้เกี่ยวข้องโดยตรงกับประสบการณ์ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้ลงทุนรายใหม่ที่ไม่มีความรู้มากไม่สามารถ

หาทางออกที่เหมาะสมให้กับสถานการณ์ที่เป็นปัญหาได้ ไม่เพียงเท่านั้น เจ้าของธุรกิจก็จะต้องมีความสามารถในการสร้างทีมที่ยอดเยี่ยม มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถในการจูงใจทีมงาน เข้าใจสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค สื่อถึงเห็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี ตลอดจนมองเห็นโอกาสทางธุรกิจท่ามกลางสภาพการณ์การแข่งขันทางธุรกิจ (Kung, 2008)

ความสำเร็จของทีวีดิจิทัล

ก่อนเริ่มการประมูลทีวีดิจิทัล อันดับความนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์ของช่องฟรีทีวีจากผู้ชมทั่วประเทศ อันดับ 1 คือ ช่อง 3 รองลงมา คือ ช่อง 7 ช่อง 9 ช่อง 5 ช่องไทยพีบีเอส และช่องเอ็นบีที ตามลำดับ โดยช่อง 3 มีส่วนแบ่งผู้ชม 40.8% ช่อง 7 มี 37.6% ช่อง 9 มี 8.6% ช่อง 5 มี 6.9% ช่องไทยพีบีเอสมี 4.9% และน้อยที่สุด คือ ช่องเอ็นบีที มี 1.2% ถ้าพิจารณาเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ช่อง 3 มีส่วนแบ่งผู้ชม 30.4% ช่อง 7 มี 21.8% ช่อง 9 มี 4.9% ช่อง 5 มี 4.5% ช่องไทยพีบีเอสมี 1.2% และอันดับสุดท้าย ช่องเอ็นบีที มีส่วนแบ่งผู้ชมเพียง 1%⁵

หลังการประมูลใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัล มีผู้ประกอบการ 1 รายที่ต้องปรับแผนธุรกิจ คือ บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3) ซึ่งประมูลได้ใบอนุญาต 3 ช่อง คือ ช่องทั่วประเทศความคมชัดสูง (HD) ช่องทั่วประเทศความคมชัดปกติ (SD) และช่องเด็ก ครอบครัว และเยาวชน แต่ศาลปกครองกลางได้ไต่ถามไต่สวนให้บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด ร่วมกับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด นำรายการช่อง 3 ระบบแอนะล็อกไปออกอากาศแบบคู่ขนานในช่อง 33 HD ทำให้บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด ต้องปรับแผนธุรกิจเพราะช่องทีวีดิจิทัลลดลงจาก 3 ช่อง เหลือ 2 ช่อง นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการอีก 1 ราย คือ บริษัท ไทยทีวี จำกัด ที่ประสบภาวะขาดทุนจนไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ โดยปฏิเสธการชำระค่าประมูลใบอนุญาตทีวีดิจิทัล งวดที่ 2 และขอยุติการออกอากาศ ขณะที่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ยังคงแข่งขันอย่างหนักเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งผู้ชมรายการ ซึ่งผลสำรวจความนิยมการรับชมทีวีดิจิทัลทั่วประเทศเดือนมิถุนายน-สิงหาคม 2558 เป็นดังนี้⁶

⁵ “ทีวีดิจิทัล: สงครามแย่งชิงคนดู”, สืบค้นจาก <http://www.positioningmag.com/content>.

⁶ ข้อมูลจาก AC Nielson.

ตารางที่ 1: ผลสำรวจความนิยมการรับชมทีวีดิจิทัลทั่วประเทศ เดือนมิถุนายน-สิงหาคม 2558

อันดับ	1-30 มิถุนายน		1-30 กรกฎาคม		1-16 สิงหาคม	
	ช่อง	Rating	ช่อง	Rating	ช่อง	Rating
1	ช่อง 7	3.379	ช่อง 7	3.334	ช่อง 7	3.573
2	ช่อง 3	2.938	ช่อง 3	2.936	ช่อง 3	2.579
3	เวิร์คพอยท์	0.838	เวิร์คพอยท์	0.884	เวิร์คพอยท์	1.016
4	ช่อง 8	0.465	ช่อง 8	0.527	ช่อง 8	0.619
5	MONO 29	0.403	MONO 29	0.439	MONO 29	0.452
6	ช่อง 9	0.384	ONE	0.332	ช่อง 3 SD	0.308
7	ONE	0.258	ช่อง 9	0.297	ช่อง ONE	0.293
8	ช่อง 3 SD	0.231	ช่อง 3 SD	0.264	ช่อง 9	0.287
9	ช่อง 5	0.230	ช่อง 5	0.158	True4U	0.189
10	ช่องไทยรัฐ	0.202	ช่องไทยรัฐ	0.155	ช่อง 5	0.150
11	ไทยพีบีเอส	0.150	ไทยพีบีเอส	0.142	ช่องไทยรัฐ	0.149
12	True4U	0.108	3 Family	0.108	ไทยพีบีเอส	0.131
13	3 Family	0.107	True4U	0.124	3 Family	0.121
14	PPTV	0.09	PPTV	0.114	PPTV	0.115
15	GMM25	0.075	GMM25	0.090	GMM25	0.096
16	new)tv	0.073	new)tv	0.082	new)tv	0.094
17	AMARIN	0.071	AMARIN	0.072	Spring News	0.075
18	Thai TV	0.070	TNN24	0.070	TNN24	0.073
19	TNN24	0.069	Thai TV	0.064	AMARIN	0.068
20	Nation	0.067	Nation	0.059	Nation	0.067
21	Spring News	0.056	Spring News	0.056	Thai TV	0.064
22	MCOT Family	0.042	MCOT Family	0.044	MCOT Family	0.050
23	Bright TV	0.032	Bright TV	0.032	NOW	0.035
24	LOCA	0.026	NOW	0.031	Bright TV	0.034

อันดับ	1-30 มิถุนายน		1-30 กรกฎาคม		1-16 สิงหาคม	
	ช่อง	Rating	ช่อง	Rating	ช่อง	Rating
25	NOW	0.024	LOCA	0.027	LOCA	0.029
26	Voice TV	0.021	Voice TV	0.021	Voice TV	0.026

หากพิจารณาเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลสำรวจความนิยมการรับชมทีวีดิจิทัล ระหว่างวันที่ 1-16 สิงหาคม 2558 เป็นดังนี้

ตารางที่ 2: ผลสำรวจความนิยมการรับชมทีวีดิจิทัล ระหว่างวันที่ 1-16 สิงหาคม 2558

อันดับ	1-16 สิงหาคม	
	ช่อง	Rating
1	ช่อง 3	4.254
2	ช่อง 7	2.955
3	เวิร์คพอยท์	1.021
4	MONO 29	0.540
5	ช่อง 8	0.392
6	ช่อง 9	0.390
7	ช่อง ONE	0.325
8	ช่อง 3 SD	0.292
9	ช่อง 5	0.277
10	True4U	0.250
11	3 Family	0.195
12	ไทยพีบีเอส	0.164
13	PPTV	0.148
14	ช่องไทยรัฐ	0.144
15	TNN24	0.138
16	new)tv	0.111
17	Spring News	0.110
18	Nation	0.099

อันดับ	1-16 สิงหาคม	
	ช่อง	Rating
18	Nation	0.099
18	GMM 25	0.099
20	AMARIN	0.059
21	LOCA	0.050
22	NOW	0.045
23	Thai TV	0.044
24	MCOT Family	0.043
25	Voice TV	0.039
26	Bright TV	0.024

จากผลสำรวจความนิยมในการรับชมทีวีดิจิทัลของผู้ชมทั่วประเทศข้างต้นจะเห็นว่า ช่องทีวีดิจิทัลที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 และอันดับ 2 ยังเป็นช่อง 7 และช่อง 3 เจ้าของช่องฟรีทีวีเดิม และหากพิจารณาเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลสำรวจวันที่ 1-16 สิงหาคม 2558 พบว่า ช่อง 3 ได้รับความนิยมมากกว่าช่อง 7 โดยช่อง 3 มี rating 4.254 เป็นอันดับที่ 1 ตามด้วยช่อง 7 rating 2.955 เป็นอันดับที่ 2 แม้จำนวนผู้ชมของทั้ง 2 ช่องจะลดลง เนื่องจากมีทีวีดิจิทัลช่องอื่นๆ มาแบ่งจำนวนผู้ชมไป แต่ก็ยังคงรักษาตำแหน่งผู้นำในอุตสาหกรรมนี้ไว้ได้ ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการเดิมที่เคยดำเนินงานฟรีทีวีมาก่อนมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันอยู่หลายประการ ประการแรกคือ ประสบการณ์การดำเนินงานที่สั่งสมมาอย่างยาวนานหลายสิบปี ทำให้ทั้งช่อง 7 และช่อง 3 ตระหนักว่า กลุ่มผู้ชมเป้าหมายของตนเป็นกลุ่มใดและรายการรูปแบบใดที่ผู้ชมชื่นชอบ โดยช่อง 7 สามารถดึงดูดใจผู้ชมในต่างจังหวัดได้เป็นอย่างดี ขณะที่ผู้ชมของช่อง 3 อยู่ในเมืองเป็นหลัก การที่ผู้บริหารของช่อง 7 และช่อง 3 ทราบกลุ่มผู้ชมเป้าหมายนี้ สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดเรื่องตลาดเป้าหมาย (target market) ที่กล่าวว่า เจ้าของธุรกิจทุกประเภทไม่จำกัดเฉพาะธุรกิจสื่อสารมวลชน จะต้องหาให้เจอว่าลูกค้าของเราเป็นใคร เพื่อจะได้สร้างสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราควรเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการสร้างความเติบโตให้ธุรกิจด้วย เช่นเดียวกับธุรกิจทีวีดิจิทัลในกรณีของช่อง 7 และช่อง 3 ที่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายทั้งต่างจังหวัดและในเมือง ต่างก็เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ

ในการรับชมและซื้อสินค้า ซึ่งส่งผลต่อยอดการซื้อโฆษณาของบริษัทเอเจนซีโฆษณา กล่าวคือ แม้กลุ่มผู้ชมในเมืองจะมีจำนวนไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ชมในต่างจังหวัด แต่ก็ยังเป็นกลุ่มผู้ชมที่มีกำลังซื้อสูง ขณะที่กลุ่มผู้ชมในต่างจังหวัด แม้กำลังซื้อไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ชมในเมือง แต่ก็มีจำนวนมาก ส่งผลให้เจ้าของผลิตภัณฑ์มองเห็นความคุ้มค่าในการซื้อสื่อโฆษณาในช่อง 7 และช่อง 3

ข้อได้เปรียบประการต่อมาคือ ฐานผู้ชมเดิม ก่อนการประมูลทีวีดิจิทัลทั้งช่อง 3 และช่อง 7 มีส่วนแบ่งผู้ชมรวมกันมากกว่า 70% จากจำนวนผู้ชมทั่วประเทศ ขณะที่ทีวีช่องอื่นๆ มีสัดส่วนผู้ชมรวมกันไม่ถึง 30% จากฐานผู้ชมเดิมที่มีเป็นจำนวนมากส่งผลให้ทั้งช่อง 3 และช่อง 7 ยังคงได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นอันดับ 1 และ 2 ประกอบกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ที่ผู้ชมมักจะเปิดชมรายการเดิมๆ ช่องเดิมๆ ที่ทราบว่าจะออกอากาศในช่วงเวลานั้น มากกว่าจะกดรีโมตคอนโทรลไปช่องอื่นๆ เพื่อดูว่าช่วงเวลานั้นมีรายการใดบ้างออกอากาศ (Lee and Lee, 1995) ด้วยเหตุนี้ จึงยังเป็นโอกาสให้ฐานผู้ชมเดิมยังคงชมรายการจากช่อง 3 และช่อง 7 อย่างไรก็ตาม หากมีผู้ชมจำนวนไม่น้อยเปิดรับชมทีวีด้วยความคุ้นเคยแล้วเพราะเหตุใดช่อง 5 ช่อง 9 และช่องไทยพีบีเอส ซึ่งเป็นช่องฟรีทีวีเดิมที่ผู้ชมคุ้นเคยในการรับชม จึงไม่ได้รับความนิยมเป็นอันดับรองๆ ลงมาจากช่อง 3 และช่อง 7 แต่กลับถูกทีวีดิจิทัลช่องใหม่อย่างช่องเวิร์คพอยท์ ช่อง 8 ช่อง MONO 29 ช่อง 3SD ช่อง 28 ช่อง ONE ช่อง True4U และช่องไทยรัฐ ดึงผู้ชมไป และมีอันดับความนิยมในการรับชมที่ดีกว่า เหตุผลประการสำคัญเป็นเพราะฐานผู้ชมเดิมของทั้งช่อง 5 ช่อง 9 และช่องไทยพีบีเอส มีสัดส่วนไม่มากนัก ทั้ง 3 ช่องมีสัดส่วนผู้ชมทั่วประเทศรวมกันประมาณ 20% อีกทั้งเจ้าของช่องทีวีดิจิทัลรายใหม่ได้นำรายการเดิมที่ผู้ชมชื่นชอบที่เคยออกอากาศทางช่องฟรีทีวีเดิมไปออกอากาศทางช่องดิจิทัลที่ประมูลได้ ยกตัวอย่างเช่น บริษัทเอ็กแซ็กท์ได้นำละครที่เคยผลิตให้ช่อง 5 ไปออกอากาศทางช่อง ONE จากฐานผู้ชมที่มีจำนวนไม่มากนัก ประกอบกับไม่มีรายการเดิมที่มีผู้ชมชื่นชอบ จึงทำให้ได้รับความนิยมลดลง

นอกจากนี้ จากความเข้าใจเรื่องฐานผู้ชมที่มีผู้ชมจำนวนมากยังนิยมรับชมรายการจากฟรีทีวีช่องเดิม ประกอบกับประสบการณ์ในการทำธุรกิจโทรทัศน์ ยังทำให้ผู้บริหารช่อง 3 ตัดสินใจไม่ออกอากาศช่องทีวีดิจิทัล ช่อง 3 SD ช่อง 28 และช่อง 3 Family ช่อง 13 ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเริ่มต้นออกอากาศช่อง 3SD ช่อง 28 เพียง 6 ชั่วโมง คือ 16.00-22.00 น. ในเดือนแรกเมษายน 2557 และเริ่มออกอากาศตั้งแต่เวลา 06.00-00.30 น. ในเดือนมิถุนายน 2558 จนถึงปัจจุบัน ขณะที่ช่อง 3 Family ช่อง 13 ออกอากาศเวลา 06.00-24.00 น. ตั้งแต่เปิดสถานีจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากมองว่าผู้ชมยังไม่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปชมช่องทีวีดิจิทัล

โครงข่ายในการออกอากาศยังไม่มีความพร้อม เจ้าของสินค้าและเอเจนซีโฆษณายังไม่พร้อมที่จะมาซื้อโฆษณาในทีวีดิจิทัล การลงทุนผลิตรายการหรือซื้อรายการมาออกอากาศให้เต็มเวลา 24 ชั่วโมง จึงไม่คุ้มค่ากับการดำเนินธุรกิจ ตรงกันข้ามกับเจ้าของช่องทีวีดิจิทัลบางช่องที่ไม่มีประสบการณ์และตัดสินใจลงทุนมากตั้งแต่ช่วงแรกของการออกอากาศ โดยจ้างบริษัทผู้ผลิตรายการด้วยงบประมาณสูงและลงทุนซื้อรายการจากต่างประเทศ ทำให้ต้องปรับลดงบประมาณการผลิตรายการหรือยุติการผลิตรายการในภายหลัง สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ยิ่งย้าให้เห็นถึงความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการรายเดิมที่มีประสบการณ์ ซึ่งส่งผลดีต่อการวางแผนธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม น่าคิดว่าแม้ผู้บริหารช่อง 3 จะมีประสบการณ์จากฟรีทีวีเดิมและยังคงรักษาฐานผู้ชมในช่องแอนะล็อกที่ออกอากาศคู่ขนานกับช่อง HD ไว้ได้ แต่ช่องดิจิทัลอีก 2 ช่องที่ประมูลได้อย่างช่อง 3 SD ช่อง 28 และช่อง 3 Family ช่อง 13 ในช่วงปีแรกของการแข่งขันยังไม่ได้ได้รับความนิยมมากนัก สำหรับช่อง 3 SD ช่อง 28 ไม่เคยติดอยู่ใน 10 อันดับแรกของการจัดอันดับความนิยมการรับชมรายการโทรทัศน์ในช่วงปีแรกของการออกอากาศ ทั้งนี้เหตุผลประการหนึ่งอาจเป็นเพราะในช่วงแรกมีผู้ชมจำนวนไม่น้อยที่มีความเข้าใจว่า ช่อง 3 SD ช่อง 28 และช่อง 3 Family ช่อง 13 ไม่ได้มีความแตกต่างไปจากช่อง 3 HD จะรับชมรายการจากช่องใดก็เหมือนกัน⁷ สะท้อนให้เห็นว่า ในช่วงแรกบริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3) ไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับแต่ละช่องที่ประมูลได้ จึงมีผู้ชมที่เข้าใจว่า ทั้ง 3 ช่อง คือ ช่องเดียวกัน สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ยังอธิบายได้ด้วยการประยุกต์แนวคิดเรื่องการเป็นเจ้าของสื่อหลายสื่อของ Gillian Doyle (2002) แม้ในกรณีของบริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3) จะไม่ได้เป็นเจ้าของสื่อข้ามสื่อ แต่การประมูลทีวีดิจิทัลได้หลายช่อง ก็ทำให้ผู้ชมจำนวนไม่น้อยเข้าใจว่า เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละช่องคงมีความคล้ายคลึงกันเพราะผลิตจากเจ้าของเดียวกัน ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ส่งผลให้ผู้บริหารได้มอบนโยบายให้ทีมงานสร้างความแตกต่างของทั้ง 3 ช่องให้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการข่าว เนื่องจากในกระบวนการผลิตรายการข่าวโดยทั่วไปแล้วจะมีเนื้อหาข่าว เสียงบุคคลในข่าว และภาพข่าว เป็นอย่างเดียวกัน ยกเว้นข่าวเจาะลึก (exclusive) ที่จัดทำเพื่อออกอากาศเฉพาะรายการใดรายการหนึ่ง อีกทั้งผู้ดำเนินรายการข่าวบางคนยังดำเนินรายการหลายช่อง หลายรายการ จะทำอย่างไรให้รายการข่าวที่ออกอากาศในแต่ละช่องมีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ผู้บริหารยังมีการปรับกลยุทธ์ด้วยการนำละครเก่าที่ประสบความสำเร็จมาออกอากาศซ้ำ เริ่มจากละครชุด 4 หัวใจแห่งขุนเขา ตามด้วยละครชุด สุภาพบุรุษ

⁷ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบไม่เป็นทางการ เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2557.

จุฬาเทพ และที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นอย่างมาก คือ ละครเรื่อง *สุดแค้นแสนรัก* ซึ่งนับเป็นละครที่ถูกนำมาออกอากาศซ้ำเร็วที่สุดในธุรกิจละครโทรทัศน์ไทย ส่งผลให้การจัดอันดับความนิยมการรับชมที่วัดจិតเดือนมิถุนายน 2558 ช่อง 3 SD ช่อง 28 ขยับขึ้นมาอยู่ที่อันดับที่ 8 นำช่อง ONE และช่องไทยรัฐ และจากกระแสความนิยมในการชมละคร ทำให้ผู้บริหารมีนโยบายผลิตละครใหม่เพื่อออกอากาศทางช่อง 3 SD ช่อง 28 โดยเฉพาะ เพื่อเตรียมออกอากาศในปี 2559 ซึ่งผู้จัดละครได้เริ่มเปิดกล้องถ่ายทำแล้วตั้งแต่ปี 2558 โดยเริ่มจากผู้จัดที่มีความพร้อมมากที่สุดคือ วรายุทธ มิลินทจินดา เนื่องจากมีบริษัทในเครือหลายบริษัท ทำให้สามารถจัดสรรทรัพยากรการผลิตที่มีอยู่เพื่อสร้างงานละครได้หลากหลาย ซึ่งอธิบายได้โดยประยุกต์จากแนวคิดของนักวิชาการที่เห็นว่าแม่เจ้าของสื่อจะเป็นเจ้าของสื่อหลายสื่อ แต่ก็สามารถผลิตเนื้อหาที่มีความหลากหลายได้ แม้วรายุทธจะมีบริษัทในเครือหลายบริษัท แต่ผู้บริหารก็เล็งเห็นถึงศักยภาพในการผลิตละครโทรทัศน์ที่แตกต่างจากช่อง 3 HD จึงมอบหมายให้รับผิดชอบผลิตละครโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางช่อง 3 SD ช่อง 28

จากความสำเร็จของช่อง 3 SD ช่อง 28 ที่นำละครมาออกอากาศ สะท้อนให้เห็นว่า มีผู้ชมที่วัดจิตจลจำนวนไม่น้อยที่ชื่นชอบละครโทรทัศน์ปรากฏการณ์นี้ยังตรงกับผลสำรวจความนิยมของผู้ชมที่วัดจิตจลที่พบว่า รูปแบบรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ละครโทรทัศน์⁸ จากกระแสความนิยมดังกล่าวจึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้ประกอบการที่วัดจิตจลอีกหลายรายมีนโยบายเพิ่มสัดส่วนการออกอากาศละครไม่ว่าจะเป็นช่อง MONO 29 ที่ต้องการขยายฐานผู้ชมในต่างจังหวัดด้วยการนำเสนอละครที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในสังคมไทย โดยเลือกนำเสนอละครที่แตกต่างจากช่อง 3 และช่อง 7 ซึ่งผู้บริหารของช่อง MONO 29 มองว่า ช่อง 3 และช่อง 7 นิยมนำเสนอละครรัก โรแมนติก ดังนั้นช่อง MONO 29 จะนำเสนอละครแนวต่อสู้ แอ็กชั่น⁹ หรือช่อง PPTV ที่ช่วงแรกของการออกอากาศเน้นนำเสนอรายการวาไรตี้ ยังไม่มีละครโทรทัศน์ แต่มีแผนที่จะทำละครโทรทัศน์เนื่องจากผู้บริหารสถานีมองว่า ละครโทรทัศน์เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในสังคมไทย ทำให้ในปีที่ 2 ของการออกอากาศ จึงเริ่มมีละครโทรทัศน์ เช่น เรื่อง *ปริศนา เจ้าสาว*

⁸ อันดับที่ 2 คือ ภาพยนตร์เรื่องยาว ทั้งภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ อันดับที่ 3 คือ รายการบันเทิงประเภท วาไรตี้ เกมโชว์ ละครซิตคอม อันดับที่ 4 คือ ละครสั้นที่จบในตอน อันดับที่ 5 คือ รายการกีฬา และอันดับที่ 6 คือ รายการข่าว (ข้อมูลจาก AC Nielson ในงานสัมมนาทิศทางการแข่งขันในธุรกิจทีวีดิจิทัล เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2558).

⁹ “สู่ปีที่ 2 ทีวีดิจิทัล เปิดศึก “ละคร” ชิงคนดู”, สืบค้นจาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1428550609.

ของอานนท์ รัตนาวดี ธิดาผ้าขึ้น¹⁰ เป็นต้น หรือช่อง True4U ที่อยู่ระหว่างการเตรียมงานละครซีรีส์ชุด เจ้าเวหา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ผึ้งน้ำจืด ผึ้งฟ้า พิชิตแดนใจ และ ผู้ครองฟ้า มีการวางงบประมาณสูงถึง 150 ล้านบาท เป็นต้น

ช่องทีวีดิจิทัลที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นอันดับที่ 3 คือ ช่องเวิร์คพอยท์ ซึ่งนับเป็นช่องทีวีดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในบรรดากลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีเดิม อย่างไรก็ตาม แม้จะไม่เคยบริหารงานสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีมาก่อน แต่ผู้บริหารช่องเวิร์คพอยท์ก็เคยดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม อีกทั้งยังมีประสบการณ์ในการผลิตรายการให้กับช่องฟรีทีวีมาอย่างยาวนาน สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของชลากรณ์ ปัญญาโณม ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานดิจิทัลทีวี บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ที่ระบุว่า เหตุผลสำคัญประการแรกที่ทำให้ช่องเวิร์คพอยท์ เติบโตที่สุดในช่องทีวีดิจิทัล คือ เวิร์คพอยท์เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มานาน ผู้ชมรู้จัก มีฐานความเชื่อมั่นจากคนดูในระดับหนึ่ง¹¹ สิ่งที่เกิดขึ้นนี้สะท้อนให้เห็นว่า เจ้าของช่องทีวีดิจิทัลที่มีประสบการณ์ในธุรกิจโทรทัศน์มาก่อน มีความได้เปรียบเจ้าของสถานีที่ไม่มีประสบการณ์ ทั้งในแง่มุมมองความเชี่ยวชาญในการผลิตรายการโทรทัศน์ และในแง่มุมมองการมีฐานผู้ชมเดิม ซึ่งส่งผลต่อความนิยมในการรับชมโทรทัศน์ กล่าวคือ ผู้บริหารช่องเวิร์คพอยท์ทราบดีว่าจะต้องผลิตรายการอะไร มีวิธีการผลิตอย่างไรให้มีประสิทธิภาพ คำนวณค่ามากที่สุด ควบคุมต้นทุนการผลิตอย่างไร และที่สำคัญคือ มีกลุ่มผู้ชมเดิมที่ชื่นชอบผลงานของบริษัทและคอยติดตามรับชม ส่งผลให้ลูกค้าหรือเอเจนซีโฆษณาสนับสนุนโฆษณา โดยรายการที่มีความเชี่ยวชาญและนับเป็นจุดแข็งของบริษัท คือ รายการวาระใดดี ซึ่งเป็นรูปแบบรายการที่ผู้ชมโทรทัศน์ชื่นชอบเป็นลำดับต้นๆ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ชนะการประมูลทีวีดิจิทัลอีกหลายบริษัทที่มีประสบการณ์ผลิตรายการโทรทัศน์มาก่อน แต่เพราะเหตุใดจึงไม่ได้รับความนิยมและเติบโตเช่นเดียวกับบริษัทเวิร์คพอยท์ ดังตัวอย่างกรณีของบริษัท 3เอ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ที่ชนะการประมูลช่องข่าวสารและสาระ ดำเนินกิจการในชื่อช่อง Bright TV ก็มีประสบการณ์การทำรายการข่าวให้กับสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 หรือกรณีผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานี

¹⁰ “พีพีทีวี” เปิดตัว “ปริศนา เดอะซีรีส์” 3 เรื่องรวดในบรรยากาศย้อนยุค 2 ศิลปินนำร่องดัง “นรินทร์-ปัน” โชว์เพลงประกอบละคร, สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/Drama/ViewNews.aspx?NewsID=9580000052740>.

¹¹ เปิดใจ “ช่อง1 เวิร์คพอยท์” กับ คำถาม โอกาสแข่งช่อง 3 HD กับช่อง 7 HD?, สืบค้นจาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1442732748.

ข่าวออกอากาศในระบบทีวีดาวเทียม ไม่ว่าจะเป็นเนชั่นทีวี สปริงนิวส์ เดลินิวส์ และ วอยซ์ทีวี เหตุผลประการสำคัญเป็นเพราะความชำนาญในรูปแบบรายการที่ผลิตนั้น แตกต่างหาก หากชำนาญในการผลิตรายการที่ผู้ชมชื่นชอบย่อมได้รับความนิยมและเติบโตได้ไม่ยากนัก ซึ่งจากการสำรวจความนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์¹² พบว่า รายการบันเทิง เป็นรูปแบบรายการที่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ชื่นชอบในอันดับต้นๆ ด้วยเหตุนี้ รายการที่เป็นจุดแข็งของบริษัทเวิร์คพอยท์ อย่างรายการวาไรตี้ เช่น *ชิงร้อยชิงล้านมิดเดย์* *ชิงร้อยชิงล้านคลาสสิก* หรือรายการเกมโชว์อย่าง *ไม้ค้ทองคำ* *ปริศนาสายฟ้าแลบ* ตลอดจนละครซีทีคอม จึงตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้เป็นอย่างดี ขณะที่รายการข่าว เป็นรูปแบบรายการที่ได้รับความนิยมในอันดับที่น้อยกว่า ความนิยมในการรับชมทีวีดิจิทัลช่องข่าวจึงไม่สูงมากนัก กระจายอยู่ตั้งแต่ อันดับที่ 16 ลงไปจนถึงอันดับที่ 26¹³ ประกอบด้วยช่อง new)tv, Spring News, TNN24, Nation, Thai TV, Bright TV และ Voice TV โดยมี rating อยู่ระหว่าง 0.021-0.094 ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่า ช่องทีวีดิจิทัลเป็นช่องข่าว ไม่ใช่คู่แข่งที่น่ากลัวในสนามการแข่งขันทีวีดิจิทัล

ช่องทีวีดิจิทัลที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4 คือ ช่อง 8 ซึ่งหากพิจารณา ภูมิหลังของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เจ้าของสถานี จะพบว่า แม้จะไม่มี ประสบการณ์เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีมาก่อน แต่ก็เป็นผู้ที่เคยดำเนินงาน สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมและมีประสบการณ์ในธุรกิจโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน มีภูมิหลังเหมือนกับกรณีของบริษัทเวิร์คพอยท์ การอยู่ในธุรกิจโทรทัศน์มานาน เป็น บริษัทผู้ผลิตรายการให้กับช่องฟรีทีวีต่างๆ ทำให้บริษัทอาร์เอสเข้าใจดีว่า จะต้อง ผลิตรายการรูปแบบใด อย่างไร จึงจะตอบสนองความต้องการของผู้ชม ประกอบ กับภูมิหลังของธุรกิจเดิมอย่างค่ายเพลง อาร์เอส ที่มีแผ่นเพลงกระจายอยู่ทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นวัยรุ่นในเมือง แผ่นเพลงต่างจังหวัด แผ่นเพลงวัยกลางคน ทำให้มีฐาน ผู้ชมตามมาชมรายการที่ช่อง 8 นอกจากนี้ ด้วยประสบการณ์ของผู้บริหารที่วาง ยุทธศาสตร์ให้รายการต่างๆ สื่อสารง่าย เข้าใจง่าย อาทิ รายการ *คุยข่าวช่อง 8* ที่เน้นให้ผู้ดำเนินรายการเล่าข่าวโดยใช้ภาษาง่ายๆ ยังตรงกับความต้องการของ ผู้ชม อีกทั้งยังสร้างจุดเด่นให้กับละครของช่องด้วยการนำเสนอละครที่มีเนื้อหา ที่ชาวบ้านชื่นชอบ อย่างเรื่องในครอบครัว สามเณรยา โดยมีเนื้อหาเข้มข้น การ ถ่ายทำสมจริง อาทิ หากมีฉากที่พระเอกต้องจุ่มพิตที่ริมฝีปากนางเอก นักแสดง ก็แสดงจริง ไม่ใช้มุกกลองช่วยหลบ ทำให้ละครของช่อง 8 แตกต่างไปจากละคร

¹² อ้างแล้ว ข้อมูลจาก AC Nielson ในงานสัมมนาทิศทางการแข่งขันในธุรกิจทีวีดิจิทัลวันที่ 20 กันยายน 2558.

¹³ จากตารางการจัดอันดับความนิยมในการรับชมทีวีดิจิทัลจากผู้ชมทั่วประเทศ วันที่ 1-16 สิงหาคม 2558.

ของช่อง 3 และช่อง 7 ซึ่งเป็นไปตามหลักการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า ตลอดจนระบบการเซ็นเซอร์ของช่องทีวีดิจิทัลยังมีความยืดหยุ่น ไม่เข้มงวดเหมือนกับช่องฟรีทีวีเดิม ทำให้สามารถนำเสนอภาพละครในฉากต่างๆ ได้สมจริง ส่งผลให้ละครของช่อง 8 ได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นอย่างมาก และทำให้ภาพรวมช่อง 8 ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ

ช่อง MONO 29 เป็นช่องทีวีดิจิทัลที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 5 ช่องนี้มีความน่าสนใจเนื่องจากการวางตำแหน่งของสถานีที่ชัดและแตกต่างจากทีวีดิจิทัลช่องอื่นๆ โดยผู้บริหารวางตำแหน่งให้เป็นช่องที่มีการนำเสนอภาพยนตร์และซีรีส์มากที่สุดจากทั่วทุกมุมโลก ดังคำขวัญของสถานีที่ว่า “ฟรีทีวีที่มีหนังดี ซีรีส์ดังมากที่สุด” ขณะที่ยังไม่มีทีวีดิจิทัลช่องใดวางตำแหน่งว่าจะเป็นช่องภาพยนตร์และซีรีส์ ซึ่งการวางตำแหน่งช่องจนประสบความสำเร็จนี้ก็มาจากภูมิหลังเดิมของผู้บริหารที่มีประสบการณ์การดำเนินกิจการสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมช่อง ซ่าส์ เน็ตเวิร์ค (Zaa Network) ทำให้ทราบดีว่าผู้ชมชื่นชอบรายการรูปแบบใด จึงนำเสนอจุดเด่นของสถานีได้แตกต่างและตรงใจผู้ชม โดยผู้บริหารได้โฆษณาและประชาสัมพันธ์จุดเด่นนี้ไปยังผู้ชมผ่านสื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ บิลบอร์ด โฆษณابนจอ LED บนสถานีรถไฟฟ้า อนึ่ง การมีตำแหน่งของสถานีที่แตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจนนี้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดของ Kati Forster (2011) ที่ระบุว่า สถานีโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องสร้างเอกลักษณ์ของสถานีให้ได้ ซึ่งเอกลักษณ์นี้จะปรากฏในคำขวัญของสถานี และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Hoskins Colin et al. (2004) ที่ระบุว่า ผู้บริหารต้องสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ถึงเอกลักษณ์นี้ให้ได้

สำหรับช่อง ONE ขณะการประมูลโดยกลุ่มแกรมมี บริหารงานโดยบริษัทจีเอ็มเอ็ม วัน ทีวี จำกัด เป็นช่องที่มีภูมิหลังใกล้เคียงกับเวิร์คพอยท์และอาร์เอส คือมีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมและอยู่ในธุรกิจโทรทัศน์มานาน เป็นผู้ผลิตรายการให้กับฟรีทีวีช่องเดิม ทั้งรายการแข่งขันแสดงความสามารถ รายการวาไรตี้ ละคร ซิทคอม ดำเนินธุรกิจค่ายเพลงเหมือนบริษัทอาร์เอส แต่อันดับความนิยมเป็นรองช่องเวิร์คพอยท์ และช่อง 8 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่อง ONE ออกอากาศรายการเต็มรูปแบบเมื่อเดือนตุลาคม 2557 ซ้ำกว่าช่องอื่นๆ ที่ออกอากาศเมื่อเดือนเมษายน 2557 การเปิดตัวซ้ำทำให้ทีวีดิจิทัลช่องอื่นๆ ดึงผู้ชมไป และเมื่อผู้ชมชื่นชอบรายการของช่องอื่นไปแล้ว เป็นการยากที่ผู้ชมจะเปลี่ยนพฤติกรรมมารับชม ซึ่งเป็นไปตามการศึกษาของ Barbara Lee and Robert Lee (1995) ที่พบว่า ผู้ชมจะชมรายการจากช่องทีวีที่คุ้นเคย ในกรณีนี้มีข้อสังเกตว่า รายการที่เป็นจุดแข็งของช่อง ONE คือ ละครโทรทัศน์ ซึ่งเป็น

รูปแบบรายการที่ผู้ชมชื่นชอบมากที่สุด และได้รับความนิยมในวงกว้าง น่าจะทำให้ช่อง ONE ได้รับความนิยมอยู่ใน 5 อันดับแรก แต่ทำไมจึงไม่เป็นเช่นนั้น นอกจากการออกอากาศเต็มรูปแบบช้ากว่าช่องอื่นแล้ว ช่อง ONE ยังสื่อสารจุดแข็งของสถานีไปยังผู้ชมได้ไม่ชัดเจนนัก โดยช่อง ONE มีคำขวัญว่า “ดูทุกที่ ดีทุกวัน” เป็นคำขวัญในภาพรวมของช่อง ไม่ได้สะท้อนถึงละครที่เป็นจุดเด่นของช่อง ขณะที่ช่องเวิร์คพอยท์ ที่มีจุดแข็งที่รายการวาไรตี้ ชมแล้วผู้ชมจะมีรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ สื่อสารความชำนาญได้ชัดเจนกว่าผ่านคำขวัญ “สร้างสรรค์ รอบรู้ ดูสนุก” อีกทั้งจุดขายของละครช่อง ONE ยังไม่ชัดเจน ไม่เหมือนกับละครช่อง 8 ที่มีจุดขายชัดเจนว่าเป็นละครที่แรง ทั้งเนื้อหาและการแสดง ประกอบกับการนำละครและรายการโทรทัศน์ที่เคยผลิตให้กับช่องฟรีทีวี มาออกอากาศทางช่อง ONE อาจดำเนินการเข้าไป ยกตัวอย่างเช่น ละครซิทคอม เฮง เฮง เฮง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มานานนับ 10 ปี เพิ่งจะย้ายมาช่อง ONE เมื่อเดือนกันยายน 2558 ทั้งๆ ที่ช่อง ONE เริ่มออกอากาศตั้งแต่เดือนตุลาคม 2557 นอกจากนี้ ในอีกแง่มุมหนึ่ง แม้ละครโทรทัศน์จะเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ผู้ชมชื่นชอบในวงกว้าง แต่ก็เป็นรูปแบบรายการที่มีต้นทุนการผลิตสูงที่สุดในบรรดารางวัลโทรทัศน์ทั้งหมด การใช้งบประมาณจำนวนเดียวกันอาจผลิตละครได้เพียงเรื่องเดียว ออกอากาศเพียง 4-6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แต่งบประมาณจำนวนนั้นสามารถผลิตรายการวาไรตี้คุณภาพได้หลายรายการ มีจำนวนชั่วโมงออกอากาศต่อสัปดาห์มากกว่า ย่อมดึงดูดใจผู้ชมให้ชมรายการของสถานีได้นานกว่าการชมละครเพียงไม่กี่ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ช่องเวิร์คพอยท์และช่อง 8 ได้รับความนิยมจากผู้ชมมากกว่า

ทางช่อง PPTV มีภูมิหลังที่แตกต่างไปจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายเดียวที่มาจากธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจสื่อสารมวลชน ไม่เคยดำเนินงานสถานีโทรทัศน์หรือผลิตรายการโทรทัศน์ โดยมาจากธุรกิจสายการบินและโรงพยาบาล ซึ่งเมื่อมาแข่งขันในธุรกิจทีวีดิจิทัล ปรากฏว่าไม่ได้รับความนิยมมากนัก ไม่ติดอยู่ใน 10 อันดับแรก สาเหตุสำคัญเป็นเพราะช่อง PPTV ไม่สามารถสร้างความโดดเด่นที่แตกต่างไปจากสถานีคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ ไม่สามารถทำให้ผู้ชมจดจำได้ว่าหากนึกถึงช่อง PPTV จะนึกถึงรายการประเภทใด หรือมีเหตุผลใดจึงต้องชมรายการของช่อง PPTV ตำแหน่งของสถานีไม่ชัดเจน โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับช่อง MONO 29 ซึ่งวางตำแหน่งของช่องได้ชัดเจนและแตกต่างไปจากทีวีดิจิทัลช่องอื่นๆ ในช่วงแรกที่ช่อง PPTV เปิดสถานี ได้นำซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศ แต่เรื่องที่นำเสนอไม่ตรงกับรสนิยมของผู้ชม ทำให้ไม่ได้รับความนิยมเท่าใดนัก หรือรายการวาไรตี้และรายการข่าวที่ออกอากาศก็ยังไม่ดึงดูดใจผู้ชมมากนัก แม้ในระยะหลังช่อง PPTV จะเพิ่มรายการกีฬาที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ เช่น

การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ฟุตบอลบุนเดสลีกาเยอรมัน ซึ่งรายการกีฬาที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศหรือรายการกีฬาที่ซื้อใดช่องหนึ่งได้ ลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดนี้ สามารถสร้างจุดเด่นและความแตกต่างให้กับสถานีได้ เป็นอย่างดี เนื่องจากหากช่องใดได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้ชมจะต้องรับชมจากทีวี ช่องนั้นเพียงช่องเดียว แต่กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ที่ทีวีดิจิทัลช่องอื่นๆ ใช้กันอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นช่อง 8 ที่ได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลก 2014 ช่อง 7 ถ่ายทอดสดมวยคู่เมย์เวทเธอร์ชกกับแมนนี่ ปาเกียว การแข่งขันวอลเลย์บอล World Grand Prix ฟุตบอล FA CUP Season 2015/2016 ช่องเวิร์คพอยท์ถ่ายทอด สดมวยคู่บัวขาว บัญชาเมฆ กับอึ้งหลิง มวยรายการคุณหลุนไฟต์ ช่อง MONO 29 ถ่ายทอดสดมวยรายการ TOPKING ช่องไทยรัฐ ถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล ชิงถ้วยพระราชทานครั้งที่ 43 KING's CUP ช่อง True4U ถ่ายทอดสดการแข่งขัน ฟุตบอลยูฟ่า แชมป์เปียนลีก ฤดูกาล 2014/2015 ฟุตบอลโตโยต้า ไทยพรีเมียร์ลีก ช่อง 3 SD ช่อง 28 ถ่ายทอดสดการแข่งขันตะกร้อชิงถ้วยพระราชทาน KING's CUP การแข่งขันฟุตบอลหญิงชิงแชมป์โลก 2015 การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิง ชุดอายุไม่เกิน 23 ปี การแข่งขันบิงปองชิงแชมป์เอเชีย เป็นต้น ดังนั้น แม้การเพิ่ม การถ่ายทอดสดกีฬาของช่อง PPTV จะสร้างกลุ่มผู้ชมกีฬาเพิ่มได้จำนวนหนึ่ง แต่ อาจยังไม่มากพอที่จะทำให้ภาพรวมของทั้งช่องได้รับความนิยมเป็นลำดับต้นๆ เนื่องจากผู้ชมกีฬากลุ่มดังกล่าวจะไปติดตามการถ่ายทอดสดกีฬาประเภทต่างๆ จากทีวีดิจิทัลช่องอื่นด้วย ซึ่งก็เป็นการเพิ่มความนิยมในการรับชมให้กับช่องเหล่านั้ไปโดยปริยาย นอกจากนี้ การเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ช่อง PPTV ยังมีความเสียเปรียบในแง่ที่ไม่มีฐานผู้ชม ส่งผลให้อันดับความนิยมของช่องอยู่ในอันดับที่ 14 จากทั้งหมด 26 อันดับ

ส่วนกรณีช่องไทยรัฐทีวี AMARIN และ Bright TV ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ รายใหม่ในอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล แม้จะมีประสบการณ์การดำเนินกิจการสื่อสารมวลชนประเภทอื่นมาบ้าง แต่ก็ยังติดอยู่ใน 5 อันดับแรก ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงการ วางตำแหน่งสถานีของทั้ง 3 ช่อง จะเห็นว่าไม่ได้มีความแตกต่างและโดดเด่นเท่าใดนัก โดยช่องไทยรัฐทีวี วางเป้าหมายเปลี่ยนคนอ่านให้เป็นคนดู ภายใต้คำขวัญ “คิดต่างอย่างเข้าใจ” ขณะที่ AMARIN มีคำขวัญว่า “เติมความคิด เติมจินตนาการ” ทั้งสองช่องนำเสนอรายการที่หลากหลาย อาทิ รายการข่าว รายการบันเทิง รายการ สารบันเทิง รายการวาไรตี้ ไม่ได้เจาะกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ส่วน Bright TV เป็น ช่องข่าว ซึ่งเป็นรูปแบบรายการที่ได้รับความนิยมน้อยกว่ารายการบันเทิง นอกจากนี้ ทั้งไทยรัฐทีวี และ AMARIN ยังมีภูมิหลังที่เหมือนกันในแง่มุมมองที่มาจากธุรกิจสื่อ สิ่งพิมพ์ โดยไทยรัฐทีวีประสบความสำเร็จอย่างมากจากธุรกิจหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ

ขณะที่ AMARIN ประสบความสำเร็จจากนิยายสาร หนังสือเล่ม และให้บริการงานพิมพ์ แต่เมื่อมาแข่งขันในสนามทีวีดิจิทัลกลับทำผลงานได้ไม่โดดเด่นนัก ไม่เหมือนกับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในธุรกิจโทรทัศน์โดยตรง ถึงแม้ช่องไทยรัฐทีวีจะมีความได้เปรียบจากประสบการณ์การนำเสนอข่าวหนังสือพิมพ์ ทำให้มีแหล่งข่าวซึ่งเอื้อต่อการผลิตรายการข่าว และช่อง AMARIN จะมีรายการที่มีเนื้อหาและชื่อรายการมาจากนิยายสารที่ประสบความสำเร็จอย่าง แพรว บ้านและสวน เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ แต่อันดับความนิยมจากผู้ชมก็ไม่มากนัก ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้สะท้อนให้เห็นว่า การเปลี่ยนวิธีการนำเสนอจากสื่อสิ่งพิมพ์มาเป็นสื่อโทรทัศน์ น่าจะต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ตลอดจนรสนิยมของผู้อ่านและผู้ชมรายการ น่าจะมีความแตกต่างกันอยู่ไม่น้อย

ในบรรดาช่องข่าวด้วยกันน่าสนใจวิเคราะห์ว่า ทำไมช่อง new)tv ซึ่งประมูลโดยบริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด (เดลินิวส์) จึงได้รับความนิยมสูงสุด ทั้งๆ ที่เมื่อเปรียบเทียบประสบการณ์การดำเนินการสถานีข่าวผ่านดาวเทียมของเดลินิวส์กับผู้ประกอบการช่องข่าวรายอื่นๆ จะพบว่า ผู้ประกอบการช่อง new)tv มีประสบการณ์น้อยกว่า โดยมีประสบการณ์เพียง 2 ปี ขณะที่ผู้ประกอบการรายอื่นอย่างช่อง Nation มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี สาเหตุสำคัญประการหนึ่งเป็นเพราะช่อง new)tv มีผู้ดำเนินรายการข่าวที่ผู้ชมกลุ่มหนึ่งชื่นชอบอย่างอัญชลี ไพรีรักซ์ ที่เคยจัดรายการทางช่อง ASTV ทำให้แม้ช่อง new)tv จะเพิ่งออกอากาศ แต่ก็มีฐานผู้ชมเดิมจากช่อง ASTV ตามมาชมรายการ ประกอบกับมีการนำเสนอข่าวต้นชั่วโมงที่สั้น กระชับ สอดรับกับพฤติกรรมการเสพข่าวของผู้ชมปัจจุบันที่ต้องการทราบว่ามีเหตุการณ์สำคัญใดเกิดขึ้นบ้างในเวลาอันสั้น ช่อง new)tv จึงได้รับความนิยมมากกว่าช่องข่าวอื่นๆ ส่วนช่อง Spring News ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 ในบรรดาช่องข่าวด้วยกันมีจุดเด่น คือ การนำเสนอข่าวที่รวดเร็วทันสถานการณ์ โดยหากมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นอย่างกรณีเหตุระเบิดที่แยกราชประสงค์เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2558 หรือมีการพิพากษาคดีความสำคัญ ช่อง Spring News เป็นช่องที่พร้อมจะปรับเปลี่ยนผังการออกอากาศรายการเพื่อรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างทันทั่วทั้งที่ จนทีมงานข่าวต่างเรียกการดออกอากาศรายการอื่นๆ เพื่อรายงานสดสถานการณ์นี้ว่า “ลัมผั่ง” พร้อมทั้งเชิญนักวิชาการหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ด้วยจุดเด่นนี้จึงทำให้ช่อง Spring News ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ในกลุ่มช่องข่าวด้วยกัน สำหรับช่อง TNN24 มีข้อได้เปรียบที่มีเวลาออกอากาศรายการข่าวตลอด 24 ชั่วโมง สามารถนำเสนอข่าวได้ทุกประเภทและมีเวลามากพอที่จะให้รายละเอียดของข่าวอย่างรอบด้าน แต่อาจเป็นเพราะเดิมก่อนการประมูลทีวีดิจิทัล ช่อง TNN24 เป็นช่องข่าวที่รับชม

ได้ผ่านการสมัครเป็นสมาชิก True Visions เจาะกลุ่มเป้าหมายคนชั้นกลางในเมือง
ฐานผู้ชมเดิมมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ชมทั่วประเทศ เมื่อ
เข้าสู่การแข่งขันในสนามทีวีดิจิทัล อันดับความนิยมจึงอยู่ที่อันดับ 3 ส่วนช่อง
Nation แม้จะมีประสบการณ์การทำสถานีข่าวมานาน แต่ไม่สามารถขึ้นเป็นอันดับ
1 ในกลุ่มช่องข่าวได้ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งเป็นเพราะช่อง Nation ประสบปัญหา
สมองไหล ทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์จำนวนไม่น้อยย้ายไปทำทีวีดิจิทัลช่องอื่น
ทั้งทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง ส่งผลให้ปัจจุบันรายการข่าวผลิตและดำเนิน
รายการโดยทีมงานรุ่นใหม่ ซึ่งผู้ชมบางกลุ่มมองว่ามีความน่าเชื่อถือน้อย นอกจากนี้
ช่อง Nation ยังมีผู้ดำเนินรายการข่าวที่ผู้ชมชื่นชอบไม่กี่คน ใช้ผู้ดำเนินรายการ
ซ้ำในหลายรายการ อีกทั้งมีผู้ชมจำนวนหนึ่งที่มีความเห็นว่า รูปแบบการนำเสนอ
ข่าวไม่น่าสนใจ ให้ความรู้สึกเหมือนชมรายการทางทีวีดาวเทียม

สำหรับกรณีของช่อง Thai TV ซึ่งดำเนินงานโดยทีวีพูล แม้ที่ผ่านมาทีวีพูลจะ
ประสบความสำเร็จจากการทำนิตยสารบันเทิง ทีวีพูล และผลิตรายการบันเทิงให้
สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีอย่างช่อง 5 แต่เมื่อต้องมาแข่งขันในสนามช่องข่าว ซึ่งไม่ได้มี
เฉพาะข่าวบันเทิง ยังมีข่าวประเภทอื่นๆ อาทิเช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม
อาชญากรรม พยากรณ์อากาศ ตลอดจนการวิเคราะห์ข่าว การทำสื่upข่าว การทำ
ข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน ทำให้ช่อง Thai TV เสียเปรียบสถานีข่าวช่องอื่นๆ และ
แม้ผู้ประกอบการช่อง new)tv และ Thai TV จะมีภูมิหลังที่เหมือนกัน กล่าวคือ
มาจากผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ โดย new)tv มาจากหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์
ขณะที่ Thai TV มาจากนิตยสารบันเทิง แต่ภูมิหลังของผู้ประกอบการ new)tv
เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจช่องข่าวมากกว่า เพราะประสบการณ์จากการทำหนังสือพิมพ์
เดลินิวส์ที่นำเสนอข่าวทุกประเภท ทำให้ new)tv มีแหล่งข่าว เข้าใจประเด็นข่าว
สามารถวางยุทธศาสตร์การแข่งขันด้านข่าวได้ดีกว่า Thai TV ที่เชี่ยวชาญเฉพาะ
ข่าวบันเทิง ทางด้าน Bright TV ซึ่งบริหารงานโดยบริษัท 3เอ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด
แม้จะมีประสบการณ์ผลิตรายการข่าวให้กับสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 แต่
เมื่อมาแข่งขันในช่องดิจิทัลกลับได้รับความนิยมไม่มากนัก ทั้งนี้มาจากหลายปัจจัย
ไม่ว่าจะเป็นทีมงานผลิตข่าว ซึ่งใช้กองบรรณาธิการเดียวกับที่ผลิตรายการ ข่าว 5
หน้า 1 ให้แก่สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทำให้บางครั้งใช้เนื้อหาข่าว สื่upข่าว
เรื่องเดียวกันออกอากาศทั้ง 2 ช่อง นอกจากนี้ การใช้กองบรรณาธิการกองเดียวกัน
ยังทำให้ทีมงานไม่มีเวลาสร้างสรรค์ความแตกต่างหรือความน่าสนใจให้รายการข่าว
ของช่อง Bright TV ประกอบกับฐานผู้ชมเดิมที่ช่อง 5 ไม่ได้ตามมาดูทางช่องใหม่
 อีกทั้งอาจมีข้อจำกัดเรื่องทุน ทำให้ไม่สามารถเปิดตัวสถานีได้ยิ่งใหญ่พอที่จะสร้าง
การจดจำ และไม่สามารถลงทุนผลิตรายการเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้

ส่วนช่อง Voice TV ที่ได้รับความนิยมเป็นลำดับสุดท้ายในกลุ่มช่องข่าวและเป็นลำดับสุดท้ายของช่องทีวีดิจิทัลทั้งหมด เหตุผลสำคัญประการหนึ่งเป็นเพราะเป็นที่ทราบกันว่าผู้บริหารของช่องนี้เป็นกลุ่มการเมือง ทำให้มีข้อจำกัดคือมีฐานผู้ชมเฉพาะกลุ่ม การนำเสนอข่าวที่เอื้อต่อกลุ่มการเมืองพรรคพวกเดียวกัน ไม่ตอบสนองต่อพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของผู้ชมที่ต้องการความเป็นกลางและรับรู้ข่าวสาร 2 ด้าน หากต้องการเพิ่มฐานผู้ชม ผู้บริหารต้องพยายามสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับสถานี ไม่ให้ผู้ชมเข้าใจว่าเป็นสถานีที่นำเสนอข่าวเพื่อกลุ่มการเมืองเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง¹⁴

สรุป

จากการวิเคราะห์ภูมิหลังผู้ประกอบการกับความสำเร็จของทีวีดิจิทัล จะเห็นว่าผู้ประกอบการที่เคยประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์มาก่อน มีโอกาสประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัลมากกว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่เคยดำเนินกิจการฟรีทีวีมาก่อน อย่างกรณีช่อง 3 และช่อง 7 เนื่องจากรู้จักกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นอย่างดี เข้าใจว่าผู้ชมต้องการชมรายการรูปแบบใด มีฐานผู้ชมเดิม อีกทั้งจากประสบการณ์การประกอบธุรกิจมานาน ยังทำให้มีข้อได้เปรียบเรื่องการวางแผนการออกอากาศรายการและการใช้งบประมาณในการลงทุน อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นผู้ประกอบการที่เคยดำเนินกิจการฟรีทีวีมาก่อน แต่หากมีฐานผู้ชมเดิมไม่มากนักอย่างกรณีช่อง 5 ช่อง 9 และช่องไทยพีบีเอส เมื่อเข้าสู่สนามการแข่งขันทีวีดิจิทัลอาจไม่ประสบความสำเร็จเท่าใดนัก สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมก็มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับฟรีทีวีเดิม และรูปแบบรายการเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม อย่างกรณีของช่องเวิร์คพอยท์ และช่อง 8 หรือผู้ประกอบการที่สามารถวางตำแหน่งของสถานีได้โดดเด่น แตกต่างไปจากสถานีคู่แข่งอื่นๆ อย่างกรณีของช่อง MONO 29 แต่หากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการช่องข่าว จะไม่ประสบความสำเร็จด้านความนิยมในการรับชมเนื่องจากผู้ชมรายการข่าวยังเป็นผู้ชมเฉพาะกลุ่ม ไม่กว้างขวางอย่างรายการวาไรตี้

¹⁴ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างระดับบรรณาธิการข่าวและผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว แบบไม่เป็นทางการ, เดือนตุลาคม 2558.

บรรณานุกรม

หนังสือ

- Block, P. (2001), *Managing in the Media*, Oxford: Free Press.
- Blumenthal, H. and Goodenough, O. (2006), *This Business of Television*, New York: Billboard Books.
- Doyle, G. (2002), *Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media*, London: Sage.
- Gorton, K. (2009), *Media Audiences: Television, Meaning and Emotion*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hoskins, C. et al. (2004), *Media Economics: Applying Economics to New and Traditional Media*, Thousand Oaks: Sage.
- Kung, L. (2008), *Strategic Management in the Media: From Theory to Practice*, London: Sage.
- Tulloch, J. (2000), *Watching Television Audiences: Cultural Theories and Methods*, London: Arnold.
- Walker, Jr., O. and Mullins, J. (2014), *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach*, Singapore: McGraw-Hill.

วารสาร

- Chang, P. (2014), "Media Cross-Ownership and Threat to Diversity: A Discourse Analysis of News Coverage on the Permission for Cross-Ownership between Broadcasters and Newspaper in South Korea", *International Journal of Media & Cultural Politics*, Vol.10 No.1, pp.43-60.
- Forster, K. (2011), "Key Success Factors of TV Brand Management: An International Case Study Analysis", *Journal of Media Business Studies*, Vol.8 Issue 4, pp.1-22.
- Lee, B. and Lee, R. (1995), "How and Why People Watch TV: Implications for the Future of Interactive Television", *Journal of Advertising Research*, November/December.

สื่อออนไลน์

- คนแข็งแรงเท่านั้นที่รอด?สำรวจอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลล่าสุด GMM-MONO-AMARIN ขาดทุน "ตัวแดง" พรึบ!, สืบค้นจาก <http://t.co/spPL7yyJAT>
- จับตาระลอกฟอรัมใหญ่ในยุคทีวีดิจิทัล, สืบค้นจาก <http://t.co/3mPe6K1HII> <http://t.co/KlaIADEoJJ>
- จากวิเคราะห์ สนง.กสทช. ก.ค.58 ทีวีดิจิทัลมีผู้ชมสูงขึ้น ช่องที่มีความนิยมสูงสุด 7 อันดับ มี 4 ช่องที่เป็นช่องดิจิทัล, สืบค้นจาก <https://t.co/kLdZkGpeQu>

“ดิจิทัลทีวี” ใครรอด-ใครร่วง ช่อง SD แข่งดู-แค่ทุนหนาไม่พอ, สืบค้นจาก http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1428553726

ทีวีดิจิทัล: สงครามแย่งชิงคนดู, สืบค้นจาก <http://www.positioningmag.com/content>

ทีวีดิจิทัลไทย 14 ล้านคน ช่องอนาล็อกเรตติ้งบูบ, สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/mobile/view/news/633143>

“ไทยรัฐทีวี” อัดฉัดบลูยกีฬา, สืบค้นจาก <http://t.co/5pcYCrL7ZC>

บทวิเคราะห์ผลการประมูลทีวีดิจิทัล 2556 แนวโน้มช่องไหนรุ่ง-ร่วง, สืบค้นจาก <http://www.siamintelligence.com/thailand-digital-tv-auction-analysis>

เปิดใจ “ช่อง 1 เวิร์คพอยท์” กับ คำถาม โอกาสแข่งช่อง 3 HD กับช่อง 7 HD?, สืบค้นจาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1442732748

“พีพีทีวี” ทุ่ม 2 พันล้านลุย ดัมป์โฆษณา 50% ผู้ดิจิทัลทีวี, สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000033817>

“พีพีทีวี” เปิดตัว “ปริศนา เดอะซีรีส์” 3 เรื่องรวดในบรรยากาศย้อนยุค 2 ศิลปินนักร้องดัง “บุรินทร์-ปิ่น” โชว์เพลงประกอบละคร, สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/Drama/ViewNews.aspx?NewsID=9580000052740>

รอดมั้ย? เวิร์คพอยท์-แกรมมี โยกรายการกลับช่อง เรตติ้งเพิ่มแต่โฆษณาร่วง, สืบค้นจาก <http://t.co/5sH5omPE9e> <http://t.co/12Surs6Lk7>

เรตติ้งทีวีดิจิทัล ผลการจัดอันดับช่องในแต่ละเดือน, สืบค้นจาก <http://savingintrend.com>

เรตติ้งทีวีดิจิทัล ก.ย.58 ฟุตบอลดันเรตติ้งช่องไทยรัฐ พุ่งเบียดช่อง 7, สืบค้นจาก <http://www.positioningmag.com/content/61492>

ละครท่วมจอ คึกใหม่ในโลกใบเก่าของ “ดิจิทัลทีวี”, สืบค้นจาก <http://www.positioningmag.com/content/59874>

สัมภาษณ์เปิดใจ “เวิร์คพอยท์” กับ โอกาสแข่งช่อง3HD กับช่อง7HD?, สืบค้นจาก <http://t.co/MSIjyHqWMF> <http://t.co/1QPPTMIJOO>

สัปดาห์ที่ 2 ทีวีดิจิทัล เปิดศึก “ละคร” ชิงคนดู, สืบค้นจาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?Newsid=1428550609

<https://th-th.facebook.com/DigitalTelevisionThailand>

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/643494>

<http://www.manager.co.th/Entertainment/ViewNews.aspx?NewsID=9570000081028>

<http://www.manager.co.th/Drama/ViewNews.aspx?NewsID=9570000072253>

เด็กกตัญญู เด็กมีปัญหา เหยื่อ และผู้กล้า ในภาพยนตร์เด็ก (กับครอบครัว)

กำจร หลุยยะพงศ์¹

บทคัดย่อ

ภาพยนตร์เด็กและครอบครัว เป็นหนึ่งในตระกูลย่อยของภาพยนตร์เด็ก ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กและครอบครัว เมื่อวิเคราะห์ลึกลงไปตามแนวทางสำนักวิพากษ์พบว่า ภาพยนตร์กลุ่มนี้ผลิตขึ้นจากมุมมองของผู้ใหญ่ จึงย่อมทำหน้าที่ผลิตซ้ำภาพตัวแทนของเด็กและครอบครัวตามที่สังคมกำหนด

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์เด็กและครอบครัวของไทยจำนวน 16 เรื่อง ในช่วงทศวรรษ 2520-2550 ยืนยันว่า ภาพตัวแทนของเด็กมีความหลากหลาย คือ เด็กกตัญญู เด็กมีปัญหา เด็กผู้เป็นเหยื่อ และเด็กกล้าหาญ ทั้งหมดนี้สังคมเป็นผู้กำหนด มีการพัฒนาแปรเปลี่ยนตามบริบทสังคม และหากเป็นภาพในเชิงลบ ภาพยนตร์ก็เรียกร้องให้ครอบครัวและสังคมช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อให้เด็กเติบโตอย่างมีความสุขและกลายเป็นทรัพยากรหลักต่อไปในอนาคต ซึ่งเท่ากับการตอกย้ำอุดมการณ์ที่ว่าเด็กควรจะต้องได้รับการปกป้องดูแลจากครอบครัวและสังคม

Abstract

Children and family film is a sub-genre of the children film genre. With reference to critical theory, this sub-genre is constructed with a viewpoint of adults rather than children themselves. It thus functions to reproduce a representation of children and families with dominant ideologies.

From my textual analysis of 16 Thai children and family films in 2520-2550 B.E., I found a variety of representations of children, that is, children with gratitude, children as trouble makers, victimized children, and brave children. These representations are fluid in relation to different social contexts. For those films which portray children images in a negative way,

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์าหาวิชานีเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

หมายเหตุ: บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “ภาพยนตร์เด็กไทยกับการประกอบสร้างภาพตัวแทนเด็กและอุดมการณ์ที่แฝงอยู่” สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิของ วารสารศาสตร์ ที่ช่วยให้คำแนะเพื่อปรับปรุงบทความนี้

family and social institutions are regarded as a key mechanism to resolve children problems. Ideologically, if social actors in these institutions function well to handle such problems, children will become a human resource for the future of Thai society.

เกริ่นนำ

ภาพยนตร์เด็กกับครอบครัวเป็นหนึ่งในตระกูลย่อย (sub-genre) ของหนังเด็ก กล่าวคือ มีภาพของเด็กปรากฏตัวในภาพยนตร์ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ ภายในภาพยนตร์จะพบการปรากฏตัวของเด็กกับพ่อแม่หรือครอบครัว และการแสดงให้เห็นการเจริญเติบโตของเด็กและความสัมพันธ์ในครอบครัวกับสังคม จนบางครั้งเรียกภาพยนตร์กลุ่มนี้ว่า “ภาพยนตร์ครอบครัว” (family film) หากพิจารณาเฉพาะภาพยนตร์เด็กกับครอบครัวในสังคมตะวันตกจะพบว่า ในเชิงปริมาณ ภาพยนตร์กลุ่มนี้มีการผลิตจำนวนมาก อีกทั้งทำรายได้สูง ดังตัวอย่างเช่น *E.T.* และ *Star Wars* ส่วนหนึ่งอธิบายได้ว่า ภาพยนตร์กลุ่มนี้เป็นภาพยนตร์ที่สนุกสนาน เด็กดูได้ ผู้ใหญ่และครอบครัวก็ดูดี อีกทั้งนับตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1960 ภาพยนตร์กลุ่มนี้มักจะได้รับ การสนับสนุนจาก Production Code ของสหรัฐฯ หรือ การกำหนดเรต โดยเฉพาะเรต G (หรือเรตสำหรับคนทั่วไป general) เพราะไม่ได้เน้นเรื่องเพศ คำหยาบคาย ความรุนแรง รวมทั้งยังมักจะเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับเด็ก จินตนาการ ความทรงจำในวัยเด็ก ซึ่งอาจมีทั้งด้านบวกและลบ จึงเปิดโอกาสให้ภาพยนตร์กลุ่มนี้มีผู้ชมได้ทุกกลุ่มวัย (Kramer, 2002: 186, 190-191, 193)

สำหรับในประเทศไทย ภาพยนตร์เด็กกับครอบครัวปรากฏตัวในสังคมไทยเด่นชัดในช่วงทศวรรษ 2520 จวบจนถึงปลายทศวรรษที่ 2550 มากกว่า 10 เรื่องไล่เรียงตามประวัติศาสตร์การผลิตภาพยนตร์ ได้แก่ *วัลลี* (2528) *ผีเสื้อและดอกไม้* (2528) *รักแรกอุ้ม* (2531) *ปุกปุย* (2533) *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* (2537) *เอ๋อเธอ* (2548) *ก้านกล้วย* (2549) *ข้าวเหนียวหมูบึ่ง* (2549) *หม่าเดีย* *หัวเหลี่ยมหัวแหลม* (2551) *อาช่าผู้น่ารัก* (2551) *ความสุขของกะทิ* (2552) และ *บ้านฉันตลกไว้ก่อน(พ่อสอนไว้)* (2553) ภาพยนตร์กลุ่มนี้มีลักษณะใกล้เคียงกันกับภาพยนตร์เด็กและครอบครัวในต่างประเทศ คือ การเล่าเรื่องราวความสัมพันธ์ของเด็กและครอบครัว บ่อยครั้งขายความน่ารักของเด็กเพื่อผู้ชมเด็กและครอบครัว

นอกจากภาพยนตร์ข้างต้นแล้ว ยังมีกลุ่มภาพยนตร์ที่มีการปรากฏตัวของเด็กกับครอบครัวอีกอย่างน้อย 4 เรื่องที่แม้ว่าจะมิใช่เป็นภาพยนตร์เด็กและครอบครัวโดยตรง แต่ก็มีเด็กและครอบครัวปรากฏในภาพยนตร์ เช่น *กัมพูชา* (2528) *บุปผาราตรี 3.1 และ 3.2* (2552) และ *ศพเด็ก 2002* (2554) ซึ่งโดยปกติจะจัดอยู่

ในภาพยนตร์ตระกูลผีและสงคราม แต่ในที่นี้จะจัดเป็นภาพยนตร์เด็กและครอบครัว ด้วยเหตุผลของการนำเสนอประเด็นเด็กและครอบครัวแทรกอยู่

ถึงแม้จะมีปริมาณการผลิตภาพยนตร์จำนวนมาก แต่การศึกษาภาพยนตร์เด็กกับครอบครัวก็ยังคงมีน้อยอยู่ เหตุผลส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากการที่ภาพยนตร์กลุ่มเหล่านี้ถูกมองว่าเป็นเรื่องเด็กๆ ไม่จริงจังเท่าไร เน้นแต่ความสนุกสนาน ความบันเทิงแก่เด็กและครอบครัว งบประมาณการผลิตก็ค่อนข้างต่ำ รวมถึงภาพยนตร์กลุ่มนี้ก็ปะปนกับตระกูลหนังอื่นๆ ทั้งหนังตลก หนังดราม่า หนังการ์ตูน หนังแฟนตาซี หนังผจญภัย หนังเด็กกับสัตว์ (Kramer, 2002: 185-1986) ทำให้ไม่ค่อยได้รับความสนใจ

Kramer (2002: 186) ตั้งข้อสังเกตต่อหนังเด็กและครอบครัวในกรณีของสหรัฐอเมริกาว่า การศึกษาหนังกลุ่มนี้จะฉายให้เห็นภาพของเด็ก และความสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับครอบครัวและสังคม หากใช้คำอธิบายดังกล่าวมาย้อนดูกรณีของภาพยนตร์ไทย การศึกษาภาพยนตร์เด็กและครอบครัวไทยก็ย่อมทำให้เห็นถึงภาพของเด็ก ครอบครัว และสังคมไทย ซึ่งจะต่างไปจากงานวิจัยที่ผ่านมาที่มุ่งเน้นเฉพาะภาพของเด็กในภาพยนตร์เพียงด้านเดียว เช่น ในงานของชาญชนะ หอมทรัพย์ (2554) ที่เผยให้เห็นภาพของเด็กที่เป็นเหยื่อและผู้กระทำความรุนแรง และการมองเฉพาะเด็กกับผี และเด็กเลวในงานของกำจร หลุยยะพงศ์ (2557ก)

ยิ่งไปกว่านั้น ภายใต้สภาพของครอบครัวไทยและโลกที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวขยาย (extended family) อันประกอบด้วย พ่อ แม่ ปู่ย่า ตายาย ลูก หลาน กลายเป็นครอบครัวเดี่ยว (nuclear family) คือ พ่อ แม่ ลูก และนำไปสู่ครอบครัวแบบใหม่ (new family) ได้แก่ พ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว การหย่าร้าง การทอดทิ้งลูก ครอบครัวเพศเดียวกัน การผสมเทียม ครอบครัวคนผดุงถิ่น ครอบครัวคนพิการ (กำจร หลุยยะพงศ์, 2544; ศิริรัตน์ แอดสกุล, 2553; Clark, 2013; Parke, 2013) สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อการนำเสนอประเด็นเด็ก ครอบครัว และสังคมในหนังเด็กและครอบครัวไทยอีกด้วย

ที่ผ่านมา Cosbey (2010) ได้ศึกษาภาพยนตร์ครอบครัวของสหรัฐฯ และชี้ให้เห็นว่า การศึกษาภาพยนตร์ครอบครัวจะพบกับภาพของครอบครัวในอุดมคติและครอบครัวที่หลากหลาย ภาพยนตร์จะทำหน้าที่ตอกย้ำครอบครัวในฐานะสถาบันหลักสำคัญของมนุษย์ อีกทั้งชี้ความสัมพันธ์ระหว่างสังคม ครอบครัว และมนุษย์ โดยเฉพาะปัญหาครอบครัวจากมิติเรื่องเพศสภาพ (gender) ความกดดันจากสังคมชายเป็นใหญ่ สีผิว ชนชั้น และความรุนแรงภายในบ้าน ยิ่งกว่านั้นภาพยนตร์ยังทำหน้าที่กำหนดความหมาย ความคาดหวังเกี่ยวกับครอบครัวในฝันของอเมริกันชน (American dream) เมื่อย้อนมาพิจารณาภาพยนตร์ไทยก็ย่อมเกิดคำถามในทำนอง

เดียวกันว่า ภาพยนตร์เด็กกับครอบครัวจะทำหน้าที่ดังกล่าวด้วยหรือไม่ รวมถึงเมื่อขยายการศึกษาจากภาพยนตร์ครอบครัวมาสู่การศึกษาภาพยนตร์เด็กกับครอบครัว ก็จะทำให้มีคำถามเพิ่มเติมถึงการนำเสนอภาพของเด็กกว่าจะเป็นเช่นไร

งานชิ้นนี้จึงจะลองศึกษาตระกูลภาพยนตร์เด็กกับครอบครัวไทย โดยพิจารณาถึงภาพของเด็ก ครอบครัว และสังคมที่ปรากฏในหนังกลุ่มนี้ อีกทั้งการวิเคราะห์อุดมการณ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อจะแสดงให้เห็นถึงอำนาจที่กำหนดความหมาย รวมทั้งตั้งคำถามว่า ภายใต้การแปรเปลี่ยนของสังคม จะส่งผลต่อความหลากหลายและความสัมพันธ์ของเด็ก ครอบครัว สังคมในภาพยนตร์อย่างไร โดยจะใช้แนวคิดหลักในการวิเคราะห์ของสำนักทฤษฎีวาทกรรม คือ ภาพตัวแทน (representation) ของ Stuart Hall อันเป็นกรอบแนวคิดซึ่งอยู่ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวคิดภาพสะท้อน (reflection) และชี้ให้เห็นว่า ภาพที่เห็นจะเกี่ยวโยงกับมิติอำนาจที่กำหนดความหมายจากสังคม ส่วนเครื่องมือที่จะเผยให้เห็นภาพตัวแทนที่หลากหลายก็คือ สัญลักษณ์ (semiology) ของ Ferdinand de Saussure ซึ่งพิจารณาถึงสัญลักษณ์เป็นสิ่งที่กำหนดขึ้นจากสังคม และในที่นี้คือ เด็ก รวมถึงครอบครัว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สังคมกำหนดเช่นกัน

แนวคิดภาพตัวแทนสอดคล้องกับการศึกษาเด็ก (childhood studies) ของนักวิชาการเด็กกลุ่มหนึ่ง ซึ่งนำโดย Phillippe Aries และ Neil Postman ที่สนใจว่าเด็กเป็นสิ่งที่สังคมกำหนดขึ้น ھاใช่เป็นเรื่องธรรมชาติ (Davies, 2010) ในศตวรรษที่ 18 ของโลกตะวันตก นักคิดนาม Jean-Jaques Rousseau กล่าวว่า เด็กมีความหมายถึงความบริสุทธิ์ ส่งผลให้เด็กมีความหมายที่ต้องได้รับการปกป้องดูแลและสั่งสอน ต่างไปจากในอดีตที่เด็กเกิดมาแล้วมีบาปติดตัวตามกรอบศาสนาเป็นผู้กำหนด แต่เมื่อมาถึงในปัจจุบัน สังคมสมัยใหม่กลับแสดงให้เห็นภาพของเด็กที่สามารถแปรเปลี่ยนไปได้อีกแบบไม่จบสิ้น (James and James, 2012: 98-99) ทั้งแง่มุมความบริสุทธิ์ สนุกสนาน ผู้บริโภค และการเป็นเหยื่อ เด็กจึงเป็นสัญลักษณ์หนึ่งที่ถูกสังคมกำหนด และตัวภาพยนตร์เป็นหนึ่งในทางผ่านความหมายนั้นที่ตอกย้ำความหมายฝังลึกลงในจิตใจของผู้ชม

ในที่นี้ ผู้เขียนจึงจะพิจารณาตัวเด็กผ่านสัญลักษณ์ในการเล่าเรื่องและภาษาภาพยนตร์ในภาพยนตร์เด็กไทย เพื่อจะเผยให้เห็นภาพตัวแทนเด็กในสังคมไทย ภาพดังกล่าวอาจมิใช่ภาพจริงทั้งหมด แต่เป็นภาพที่สังคมกำหนดขึ้นมา ยิ่งไปกว่านั้น ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเด็ก ครอบครัว และสังคม ภาพตัวแทนของเด็กก็อาจมีความแตกต่างหลากหลายด้วย ทั้งนี้ นอกจากการศึกษาภาพยนตร์กลุ่มนี้จะทำให้เห็นภาพตัวแทนเด็กแล้ว ยังอาจพบอุดมการณ์อื่นๆ ที่แฝงตัวในภาพยนตร์ที่กำหนดความหมายของเด็ก ทั้งอุดมการณ์เด็กและสังคม เช่น ครอบครัว และสังคมทุนนิยม

ในเบื้องต้นจากปริมาณภาพยนตร์เด็กและครอบครัวไทยจำนวน 16 เรื่อง
ดังที่ระบุไว้ข้างต้น สามารถจัดกลุ่มภาพยนตร์เด็กและครอบครัวออกได้เป็น 4 กลุ่ม
ย่อย โดยใช้เกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างเด็ก ครอบครัว และสังคม ดังนี้

กลุ่มแรก ภาพยนตร์ที่กล่าวถึง “เด็กกตัญญูที่ครอบครัว (และสังคม) ต้องการ”

กลุ่มที่สอง ภาพยนตร์ที่กล่าวถึง “เด็กที่มีปัญหาในครอบครัว”

กลุ่มที่สาม ภาพยนตร์ที่กล่าวถึง “เด็กที่เป็นเหยื่อในสังคม”

กลุ่มที่สี่ ภาพยนตร์ที่กล่าวถึง “เด็กกล้าหาญอดทนเพื่อชาติ”

ทั้งนี้ ภาพยนตร์ทั้ง 4 กลุ่มย่อยนี้จะประกอบสร้างภาพของเด็ก ครอบครัว และ
สังคมที่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เด็กกตัญญูที่ครอบครัว(และสังคม)ต้องการ

ภาพยนตร์กลุ่มแรกจะเน้นภาพของเด็กที่ครอบครัว (และสังคม) ต้องการ
โดยหัวใจสำคัญคือความกตัญญู และดูเหมือนว่าประเด็นดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่กลุ่ม
ภาพยนตร์นี้ผลิตซ้ำเกือบทุกยุคทุกสมัยนับตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2520 ดังปรากฏ
ในภาพยนตร์เรื่อง *วัลลี* (2528) *ผีเสื้อและดอกไม้* (2528) และในช่วงปลาย
ทศวรรษ 2540 เรื่อง *ก้านกล้วย* (2549) ภาพยนตร์กลุ่มนี้มักจะนำเสนอภาพของ
เด็กไม่ว่าชายหรือหญิง และยังหมายรวมถึงลูกช้าง (ในภาพยนตร์เรื่อง *ก้านกล้วย*)
ทุกตัวละครต่างพากันมีความกตัญญูทวนเวียนกับบิดามารดา

ภาพที่ 1: เด็กกตัญญูใน *วัลลี* *ผีเสื้อและดอกไม้* และ *ก้านกล้วย*



ในปี พ.ศ. 2528 ภาพยนตร์เรื่อง *วัลลี* เปิดตัวขึ้นโดยผู้กำกับภาพยนตร์
ในนาม เอกลักษณ์ ภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นมาจากเรื่องจริงของ
เด็กหญิงวัลลี วัยประมาณ 12-13 ปี เป็นเด็กยากจน พ่อทิ้งไปเหลือแต่แม่และยาย
ที่ตาบอดในจังหวัดสมุทรสงคราม ต่อมาแม่ป่วยหนักกลายเป็นอัมพาต ชาวบ้าน

คิดว่าปอบมาสิงจึงทำร้ายจนทำให้แม่ยิ่งป่วยหนักขึ้น ส่วนวัลลภก็ยังคงไปโรงเรียน และวิ่งกลับมาดูแลแม่และยายทุกช่วงกลางวัน ไม่ว่าจะฝนตกแดดออกหรือถูกเพื่อน ในโรงเรียนกลั่นแกล้ง เธอก็ยังวิ่งกลับมาดูแลแม่ เมื่อครูยุพิน ครูประจำชั้น ให้เขียน เรียงความ จึงได้ทราบว่า แม่ของวัลลภป่วย ครูจึงพานักสังคมสงเคราะห์และนักข่าว มาทำข่าว ในที่สุดก็มีกระแสธารน้ำใจจากทุกทิศมาช่วยเหลือ แต่แม่ก็ต้องตาย

ในช่วงปีเดียวกัน ยุพินา มุกดาสนิท ผู้กำกับภาพยนตร์ชื่อดังก็หันมาผลิต ภาพยนตร์เด็กเรื่อง *ผีเสื้อและดอกไม้* ภาพยนตร์เรื่องนี้ผลิตขึ้นจากวรรณกรรมเด็ก เรื่องเยี่ยมของนิพนพานฯ ในชื่อเดียวกัน เล่าเรื่องราวของเด็กชายสุหพันธ์อายุใกล้เคียงกันกับวัลลภ แต่มีจุดต่างคือ เป็นเด็กชายมุสลิมอาศัยอยู่บนพื้นที่พรมแดน ระหว่างไทยกับมาเลเซีย ครอบครัวเหลือเพียงพ่อและน้อง ในฐานะทางบ้านลำบาก เขาจึงเลือกออกจากโรงเรียนทำงานขายไอศกรีมเพื่อเลี้ยงครอบครัว วันหนึ่ง เมื่อพ่อประสบอุบัติเหตุเขาจึงต้องกลายเป็นแรงงานขนส่งข้าวสารบนรถไฟระหว่าง ไทยกับมาเลเซีย ระหว่างนั้นเขาก็เริ่มเรียนรู้โลก มีความรัก พบกับมิตรภาพจาก เพื่อน และผลจากการตายของเพื่อน จึงเลิกอาชีพผิดกฎหมาย และย้อนกลับมาอยู่กับครอบครัวเหมือนผีเสื้อที่บินกลับมาที่สวนดอกไม้

อีก 20 ปีถัดมา ประเด็นเรื่องความกตัญญูก็ยังผลิตซ้ำผ่าน *ก้านกล้วย* (2549) ภาพยนตร์การ์ตูนที่เกี่ยวกับประวัติของช้างทรงสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาพยนตร์เรื่องนี้กำกับโดยคมภิญญ์ เข้มกำเนิด เรื่องราวเริ่มต้นตั้งแต่การเกิดของ ก้านกล้วย การเติบโต และการกลายเป็นช้างทรงของพระมหากษัตริย์ ขณะที่ โคร่งเรื่องหลักเน้นให้เห็นความอดทนและความรักชาติ (รายละเอียดจะกล่าวถึงใน หัวข้อที่ 4) แต่โคร่งเรื่องรองได้แทรกให้ก้านกล้วยเป็นตัวละครที่มีความกตัญญู ต่อแม่ ดังปรากฏในฉากที่ก้านกล้วยเห็นแม่ถูกล่ามโซ่ในช่วงที่กำลังประลองกำลัง เป็นช้างทรง ก้านกล้วยก็ยิ่งรู้เข้าไปช่วยโดยไม่เกรงอาญาแผ่นดิน ยิ่งไปกว่านั้น ภาพยนตร์เรื่องนี้ยังขยายนัยยะจากความกตัญญูต่อพ่อแม่ ให้เพิ่มเป็นความกตัญญู ต่อแผ่นดินและพระมหากษัตริย์

แม้ระยะเวลาจะห่างกันเป็นสองทศวรรษก็ตาม ภาพยนตร์ทั้งสามเรื่องต่าง ผลิตภาพของเด็กไม่ว่าชายหรือหญิงและช้าง หากมีความกตัญญู เด็ก (และช้าง) ก็จะมีค่าน้ำรัก เป็นคนดีในสายตาของครอบครัวและสังคม ผู้ผลิตจึงจงใจคัดเลือก ตัวละครที่มีความน่ารัก อ่อนวัย อีกทั้งเปิดโอกาสให้ตัวละครทั้งหมดแสดงความ กตัญญู ต่อผู้เพื่อครอบครัว

การผลิตภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับความกตัญญูในสองทศวรรษ ก็อาจเนื่อง มาจากความต้องการการสั่งสอนลูกหลานเยาวชนให้ตระหนักต่อความกตัญญูทั้งต่อ พ่อแม่ รวมถึงผู้มีพระคุณ นั่นก็คือพระมหากษัตริย์และแผ่นดิน และอาจถือได้ว่า

เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างยิ่งของเด็กไทย ถือได้ว่าเป็นการผลิตซ้ำอุดมการณ์ความกตัญญูแก่เด็ก ในทัศนะของผู้ใหญ่เมื่อเด็กได้ดูหนัง ก็ย่อมซึมซับรับรู้ความรู้สึกนี้ไป เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาพยนตร์ทั้งหมดเล่าเรื่องผ่านเด็กชนชั้นล่างในพื้นที่ชนบทว่า มีความกตัญญูทวดเวทีต่อครอบครัว อาจมองได้ว่า เด็กเหล่านี้เป็นตัวแทนเด็กในสังคมไทยทั้งหมดที่ยังคงพอมิ (เหลือ) ความกตัญญูให้แก่ครอบครัว เมื่อเทียบกับเด็กชนชั้นกลางและในเมืองที่ประเด็นดังกล่าวเริ่มถูกมองข้ามไป รวมถึงอาจมองได้ว่า เด็กกลุ่มนี้มีปริมาณมากในสังคมไทย หากสามารถผลิตซ้ำและต่อยอดแนวคิดความกตัญญูให้กับเด็กกลุ่มนี้ ก็ย่อมขยายปริมาณให้มากขึ้น และเป็นตัวอย่างให้แก่เด็กกลุ่มอื่นได้อีกด้วย

การผลิตซ้ำอุดมการณ์ดังกล่าวในอีกด้านหนึ่งยังอาจมองได้ว่า ประเด็นด้านความกตัญญูอาจลดน้อยถอยลงไปเสียแล้ว จึงทำให้ภาพยนตร์จำเป็นต้องเข้ามาทำหน้าที่ในการกล่อมเกลาคิดของผู้ชม (โดยเฉพาะเด็กๆ) ได้เล็งเห็นความสำคัญของความกตัญญู ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญของชาวไทย ดังปรากฏในเรื่องเล่านิทาน ตำนาน และแม้กระทั่งกฎหมายที่เน้นย้ำให้เคารพกตัญญูต่อพ่อแม่ นับตั้งแต่ รศ. 127 (อลิศรา พรหมโชคชัย, 2557: 41) เพราะหากเด็กขาดซึ่งความกตัญญู ก็ย่อมส่งผลต่อครอบครัวและสังคมในอนาคต ที่สังคมไทยจะก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ (aging society) เด็กในวันนี้ก็จะกลายเป็นผู้ใหญ่ในวันหน้าที่จะต้องหันมาดูแลพ่อแม่และครอบครัว ดังนั้น การแก้ไขปัญหาด้านเหตุด้วยการแทรกอุดมการณ์ความกตัญญูผ่านภาพยนตร์จึงน่าจะเป็นทางแก้ไขได้ดีที่สุด

2. เด็กผู้มีปัญหาในครอบครัว

ในทัศนะของนักวิชาการด้านครอบครัว พบว่า ครอบครัวมีการแปรเปลี่ยนไปจากอดีตสู่ปัจจุบัน (กัจกร หลุยยะพงศ์, 2544; Parke, 2013; Clark, 2013) โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมอุตสาหกรรม ส่งผลให้ครอบครัวขยาย (extended family) ซึ่งมีทั้งพ่อแม่พี่น้องป้าตายาย กลายเป็นครอบครัวเดี่ยว (nuclear family) คือ มีแต่พ่อแม่และลูก ในทัศนะของนักสตรีนิยม (feminism) ชี้ว่า โครงสร้างครอบครัวดังกล่าวส่งผลให้ผู้ชายมีบทบาทมากขึ้น กลายเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือทุกคนในครอบครัว ผู้หญิงต้องพึ่งพิงผู้ชายและกลายเป็นแรงงานรับใช้ ครอบครัวเดี่ยวในสังคมตะวันตกยังอาจเรียกว่าเป็นครอบครัวประเพณี (traditional family) หรือเป็นครอบครัวในอุดมคติ (ideal family) เพราะกลายเป็นครอบครัวที่มีปริมาณมากในสังคม

แต่เมื่อก้าวสู่สังคมยุคใหม่ในช่วงหลังทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา ครอบครัวเริ่มเปลี่ยนไปอีกครั้งหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงของครอบครัวอาจสรุปโดยสังเขป

(ศิริรัตน์ แอดสกุล, 2553; Clark, 2013; Parke, 2013; Corsara, 2015) ดังนี้

ประการแรก สตรีเริ่มทำงานนอกบ้าน ทำให้ครอบครัวเริ่มมีความเท่าเทียม พ่อเริ่มให้ความสนใจต่อลูกมากขึ้น แต่ในเวลาเดียวกันก็เกิดผลกระทบตามมาอีก เช่น การหย่าร้าง พ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว การที่แม่เริ่มทำงานหนักทั้งในและนอกบ้าน รวมถึงการขยายประเด็นครอบครัวจากสามภรรยาต่างประเทศกลายเป็นเพศเดียวกัน

ประการที่สอง ขนาดของครอบครัวเริ่มเปลี่ยนแปลงไปโดยมีขนาดเล็กกว่าเดิม จากครอบครัวเดี่ยวก็เริ่มเล็กลงไปอีก โดยเฉพาะการที่ครอบครัวบางครอบครัว เหลือเพียงพ่อหรือแม่เพียงคนเดียว

ประการที่สาม ผลกระทบจากระบบทุนนิยมทำให้เกิดความยากจน การทอดทิ้งลูกที่มีปริมาณมากขึ้น และส่งผลกระทบต่อเด็กที่ไม่ได้เรียน และเกิดปัญหาการใช้แรงงานเด็ก

ประการที่สี่ ด้วยการเติบโตของเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดครอบครัวแบบใหม่ที่ไม่จำเป็นต้องมีพ่อแม่เชิงชีวภาพอีกต่อไป ลูกอาจเกิดจากการผสมเทียม รวมถึงในอีกด้านหนึ่งเด็กบางคนก็ได้รับการเลี้ยงดูโดยเทคโนโลยีอย่างเดียว เช่น กรณียุติเด็กติดเกม และอาจใช้เทคโนโลยีดูแลเด็กมากเกินไป

และประการสุดท้าย ผลพวงของระบบโลกาภิวัตน์และการอพยพย้ายถิ่น ก็ส่งผลให้ครอบครัวกระจุกกระจายตามพื้นที่ต่างๆ ไม่ได้อยู่รวมกันที่เดียวกัน

สภาพการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อครอบครัวไทยและมีผลต่อภาพของเด็กและครอบครัวในหนังสือไทยด้วย จากการพิจารณาภาพยนตร์ไทยพบว่า การเปลี่ยนแปลงของครอบครัวส่งผลทำให้เกิดภาพเด็กที่มีปัญหาอย่างน้อย 3 รูปแบบ คือ เด็ก (ชาย) ผู้โยยหาความรัก เด็ก (หญิง) ผู้ถูกกระทำรุนแรงในครอบครัว และเด็ก (ผู้ถูกทำให้) แปลกในสังคมสมัยใหม่

2.1 เด็ก(ชาย)ผู้โยยหาความรัก

หากพิจารณาตามแนวคิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว จะพบว่า ครอบครัวได้แปรเปลี่ยนจากครอบครัวขยายสู่ครอบครัวเดี่ยว ส่วนนี้ส่งผลกระทบต่อเด็กที่เคยได้รับความรักจากครอบครัวขยาย ไม่ว่าจะเป็นปู่ ย่า ตา ยาย ลุง ป้า น้า อา กลายเป็นเหลือแต่พ่อแม่ และเมื่อพ่อคือผู้เป็นใหญ่หรือมีอำนาจมากในบ้าน ความห่างเหินก็ก่อกำเนิดขึ้นจนกลายเป็นปัญหาสำคัญระหว่างพ่อกับลูกชาย ปรากฏการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับทัศนะของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) ที่เสนอแนวคิดปมโอดิปัส (Oedipus complex) เรื่องเด็กชายมีความขัดแย้งกับพ่อ

ภาพยนตร์ไทยในทศวรรษ 2530 และ 2550 ก็ตอกย้ำประเด็นความขัดแย้งระหว่างพ่อกับลูก คือ *บุกปุย* (2533) และ *บ้านฉันตลกละไว้ก่อน (พ่อสอนไว้)* (2553)

ภาพที่ 2: ปัญหาพ่อกับลูกใน ปุกปุย และ บ้านฉันตลกไว้ก่อน (พ่อสอนไว้)



ปุกปุย (2533) กำกับโดยอุดม อุดมโรจน์ เล่าเรื่องราวของเด็กชายเสนา หรือว่าว เป็นเด็กน่ารักวัยประมาณ 11 ขวบ ทำหน้าที่เลี้ยงน้องอีกสี่คน หากดูผิวเผิน ชีวิตของว่าวดูเหมือนจะมีความสุข มีเพื่อนน่ารัก ทว่าเขากลับมีปัญหาเกี่ยวกับพ่อ เพราะพ่อมองว่า ว่าวเป็นตัวช่วยให้ต้องเสียพนัน ว่าวมีแต่แม่ที่คอยดูแลเอาใจใส่ พ่อจึงตัดสินใจส่งว่าวไปอยู่กับน้าชายที่ต่างจังหวัด ทำให้เขาได้พบกับเด็กหญิงชัชชาและตกหลุมรัก แต่ว่าวก็ยังคิดถึงแม่กับครอบครัว จึงขอลากลับกรุงเทพฯ พ่อก็ยังมองว่าว่าวเป็นตัวช่วยและยื่นคำขาดให้ว่าวกลับต่างจังหวัด ครั้งนี้แม่ไม่ยอม พ่อจึงหนีออกจากบ้านไปและกลับมาไม่สบาย ว่าวจึงคอยดูแลพ่อทำให้พ่อเริ่มหันกลับมารักว่าว ว่าวก็เลยมีความสุขและประสบความสำเร็จในชีวิต

อีกสองทศวรรษถัดมา วิทยา ทองอยู่คง และเมษ ธารธร ก็ได้กำกับภาพยนตร์เด็กกับครอบครัวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับพ่อและลูกชายอีกครั้ง คือ **บ้านฉันตลกไว้ก่อน (พ่อสอนไว้)** (2553) ภาพยนตร์เรื่องนี้บอกเล่าเรื่องราวของเด็กชายต๊อ ก อายุประมาณ 12 ปี ซึ่งกำลังเติบโตเป็นหนุ่ม ต๊อกเป็นทายาทของคณะตลก แต่บังเอิญเขากลับเล่นตลกไม่ได้ ซึ่งแตกต่างจากน้องสาว เขาจึงมีปมคิดว่าพ่อไม่รักและน้อยใจพ่อ วันหนึ่งเจอหมอรักรักษาสิ่วชื่อหมอน้ำแข็ง ต๊อกก็แอบหลงรัก ทว่าหมอลูกมีแฟนและกำลังท้องก่อนแต่ง หมอตัดสินใจไม่บอกแฟนที่อยู่เมื่อนอก ทำให้ต๊อกคิดว่าหมอคงจะทำแท้งจึงตามหมอไปกรุงเทพฯ

ในวันนั้นเป็นวันที่พ่อจะต้องเล่นตลกออกโทรทัศน์ แต่ด้วยความห่วงต๊อกที่หนีหายไป พ่อจึงไม่ได้ไปเล่นตลกแต่ตามหาเขา ต๊อกจึงเริ่มตระหนักว่าพ่อรักเขา พ่อยังเข้ามาช่วยคลี่คลายปัญหาโดยบอกกับแฟนหมอน้ำแข็งที่ล่าสุดคือการได้เห็นหน้าลูก แฟนหมอน้ำแข็งจึงกลับมา นอกจากนั้น แม่ก็ยังช่วยเป็น

กาใจ เล่าเรื่องราวในอดีตตอนที่แม่คลอดน้องสาว แต่วันนั้นเป็นวันแม่ พ่อถึงกับแปลงตัวสวมชุดเป็นแม่ไปงานวันแม่ให้ตอกที่โรงเรียน เมื่อเข้าใจความรักของพ่อแล้ว เขาและครอบครัวก็มีความสุขดังเดิม

แม้ภาพยนตร์ทั้งสองเรื่องจะเล่าเรื่องราวของพ่อกับลูก แต่จุดที่อาจต่างไปจากภาพยนตร์เรื่อง *บุกปูย* ก็คือ *บ้านฉันทลกไว้ก่อน* (พ่อสอนไว้) วางโครงเรื่องรองที่เด็กชายตอกกำลังเติบโตและมีความรักกับหมอน้ำแข็งที่รักษาสีรวมถึงตัวหมองเองก็มีปัญหาเกี่ยวกับการท้องก่อนแต่ง จนทำให้ตัวตอกถึงกับอยากรับเป็นพ่อเด็กแทน ในจุดนี้เท่ากับภาพยนตร์ได้ขยายประเด็นจากความสัมพันธ์พ่อกับลูกไปสู่ประเด็นครอบครัวอื่นๆ อีก โดยเฉพาะปัญหาการทำแท้ง

ในทัศนะของสตรีนิยม ภาพยนตร์เด็กเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับมิติสตรี Wojcik-Andrews (2000: 148-150) ชี้ว่า นักสตรีนิยมให้ความสนใจการศึกษาหนังสือและเน้นย้ำภาพของเด็กที่ปรากฏในภาพยนตร์ ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจากแนวคิดสตรีนิยม ที่เน้นมิติความขัดแย้งของสตรีในภาพยนตร์ที่ถูกกดขี่ภายใต้สังคมชายเป็นใหญ่ (patriarchal society) และขยายไปสู่ประเด็นเรื่องเพศในหนังสือเด็กนับตั้งแต่ในช่วงหลัง 1965 ในช่วงแรก จะให้ความสนใจภาพของวีรสตรีในหนังสือของดิสนีย์ ในช่วงถัดมาก็เริ่มขยายสู่ภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ และเริ่มขยายการมองจากตัววีรสตรีสู่ประเด็นอื่นๆ เช่น ความแตกต่างระหว่างเด็กชายหญิงในภาพยนตร์ ภาษา รวมถึงการวิเคราะห์ด้วยแนวทางจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ ที่สนใจปมโอดิปุสของเด็กชาย ที่รักแม่แต่เกลียดกลัวพ่อที่จะตอนอวัยวะเพศของตน จึงต้องพัฒนาตนให้เข้มแข็งและเหมือนพ่อ รวมถึงการมองสตรีและเด็กที่กลายเป็นผู้ถูกจ้องมองโดยผู้ชายในหนังตามแนวคิดของ Laura Mulvey ทำให้เด็กโดยเฉพาะเด็กหญิงกลายเป็นวัตถุทางเพศ และในปัจจุบัน การศึกษาด้วยแนวทางสตรีนิยมในหนังสือก็เริ่มขยับไปสู่ความแตกต่างหลากหลายของสตรี โดยเฉพาะเรื่องสีผิวที่ปรากฏในภาพยนตร์ เช่น เด็กหญิงในภาพยนตร์เป็นเด็กผิวขาวหรือผิวสี การให้ความสนใจต่อชนชั้นของเด็ก การพัฒนาจากการถูกจ้องสู่การเป็นผู้จ้องมองของเด็ก และที่สำคัญคือ ภาพยนตร์เด็กที่สตรีเป็นผู้กำกับทำให้มิติของเด็กมีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น การตั้งคำถามครอบครัวเดี่ยว การเปลี่ยนแปลงอำนาจของผู้ชายที่จ้องมอง การเปลี่ยนแปลงของตัวละครเอกจากชายเป็นหญิง การตั้งคำถามต่อความเป็นจริงที่เห็นว่าอาจจะไม่ใช่ความจริงทั้งหมด

เมื่อพิจารณาภาพยนตร์ทั้งสองเรื่องตามแนวทางของสตรีนิยมพบว่า แม้หนังทั้งสองเรื่องจะเริ่มให้ความสนใจประเด็นเรื่องพ่อและเด็กชาย แต่ก็มีจุดที่แตกต่างกัน ขณะที่ภาพยนตร์เรื่อง *บุกปูย* ผลิตซ้ำวิถีคิดเรื่องผู้ชายหรือพ่อเป็นใหญ่ในบ้านในสังคมอุตสาหกรรม และทำให้เกิดการกดขี่แม่และลูก ดังปรากฏใน

ฉากที่พ่อใช้อำนาจไล่ว่าไปอยู่ต่างจังหวัด แต่ภาพยนตร์เรื่อง *บ้านฉันตลกไว้ก่อน (พ่อสอนไว้)* กลับเป็นการมองพ่ออีกแง่มุมหนึ่งของครอบครัวสมัยใหม่ที่พ่อเริ่มให้ความสนใจครอบครัวและรักลูกมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา

เมื่อมองจตุรรม ภาพยนตร์ในกลุ่มนี้มีตัวเอกเป็นเด็กผู้ชายที่อยู่ในวัยเริ่มเติบโต ไม่ปรากฏเด็กหญิง นั่นก็สอดคล้องกับแนวคิดของฟรอยด์ ซึ่งสนใจปมโอดิประหว่างพ่อกับลูกในสังคมอุตสาหกรรมที่พ่อเป็นใหญ่ เด็กชายทั้งสอง ไม่ว่าจะเป็นว้าวหรือต๊อ กต่างเป็นเด็กชนชั้นกลางทั้งในเมืองและต่างจังหวัด แต่กลับพบปัญหาเดียวกัน ความขัดแย้งระหว่างพ่อกับลูก โดยลูกชายมักจะคิดว่าพ่อไม่รักไม่ว่าจะไม่รักจริงดังตัวละครว้าวใน *บุกปุย* หรือคิดว่า พ่อไม่รักใน *บ้านฉันตลกไว้ก่อน (พ่อสอนไว้)* แต่ในท้ายที่สุด ตัวละครทั้งสองก็เรียนรู้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อกับลูกเป็นความสัมพันธ์ที่ตัดไม่ขาดและมีความแนบแน่น หากสามารถผ่านวิกฤติความเข้าใจได้แล้ว ก็จะทำให้เด็กชายเติบโตเป็นผู้ใหญ่ได้อย่างดีและมีความสุข

นอกจากนั้นหากพิจารณาตามแนวคิดสตรีนิยม ภาพยนตร์ทั้งสองเรื่องยังมอบบทบาทหน้าที่ให้แม่เป็นผู้ช่วยประสานความเข้าใจระหว่างพ่อลูก ทั้งยังผลิตซ้ำบทบาทหน้าที่ของแม่ในสังคมอุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่เป็นแม่บ้าน ดูแลลูกและสามี และหากแม่ดำเนินบทบาทนี้ได้ดี เช่นในภาพยนตร์ *บุกปุย* และ *บ้านฉันตลกไว้ก่อน (พ่อสอนไว้)* ก็จะทำให้ครอบครัวมีความสุข ในทางกลับกัน หากแม่ไม่ทำหน้าที่ ก็จะสร้างปัญหาให้ครอบครัวและสังคม นำไปสู่ปัญหาครอบครัว (Clark, 2013; Wojcik-Andrews, 2000: 130) ดังที่มักปรากฏในหนังเด็กและครอบครัวที่พ่อกระทำทารุณกรรมต่อเด็กเพราะไร้มารยาทปกป้อง เช่น *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* หรือแม่ร่วมกับพ่อทำแท้งใน *ศพเด็ก 2002* (รายละเอียดในหัวข้อถัดไป)

นอกเหนือจากปัญหาของจิตใจเด็กชายตามแนวคิดของฟรอยด์ และสตรีนิยมแล้ว อาจอธิบายได้อีกด้วยว่า หนังทั้งสองเรื่องยังแสดงให้เห็นถึงปัญหาเศรษฐกิจและสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงจากความอบอุ่นของครอบครัวและเศรษฐกิจที่มั่นคง ให้กลายเป็นครอบครัวแบบใหม่และสังคมทุนนิยม ตัวแปรภายนอกสองตัวนี้เอง ย่อมส่งผลกระทบต่อทำให้พ่อเริ่มกลายเป็นคนมีปัญหา และส่งผลให้เด็กมีปัญหาโดยหาความรักด้วย

ในฉากจบของเรื่อง ปัญหาความขัดแย้ง ความไม่เข้าใจระหว่างพ่อกับลูก กลับจบลงด้วยความสุขสวยงาม ทั้งนี้ก็เพื่อการตอกย้ำความรักและสมานฉันท์ในครอบครัวสมัยใหม่ ทั่วๆ ไปในโลกความเป็นจริง ปัญหาความขัดแย้งระหว่างพ่อลูกตามทัศนะของฟรอยด์อาจจะยังคงมีอยู่ก็ตาม แต่สำหรับในสังคมไทยและภาพที่ภาพยนตร์สร้างขึ้นกลับมองต่างมุมว่า แม้จะมีปัญหา ก็สามารถคลี่คลายได้ด้วยความอบอุ่นของพ่อและครอบครัว

2.2 เด็ก(หญิง)ผู้ถูกระทำความรุนแรงในบ้าน

ความรุนแรงของเด็กที่ปรากฏในครอบครัวมีความหลากหลาย หากพิจารณาตามทฤษฎีความขัดแย้งภายในครอบครัวจะพบว่า ทุกครอบครัวย่อมประสบความขัดแย้งที่เกิดขึ้น นับตั้งแต่ความรุนแรงระดับเล็ก ได้แก่ การถูกทอดทิ้ง จวบจนถึงความรุนแรงการถูกทารุณกรรม ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ Cor-saro (2015: 291-292) ยกตัวอย่างความรุนแรงร่างกายและจิตใจ เช่น การทำร้ายทางเพศ การบังคับขู่เข็ญให้ทำงาน การละเลยการดูแลยามป่วย เป็นต้น

สำหรับกรณีภาพยนตร์ในไทย ก็มักนำเสนอความรุนแรงภายในครอบครัว โดยเฉพาะประเด็นเด็กหญิงเป็นเหยื่อหรือผู้ถูกระทำ โดยเน้นเรื่องการทอดทิ้ง การทำแท้ง และการทำร้ายทางเพศ ตอกย้ำอุดมการณ์เพศชายเป็นใหญ่ และกดทับแม่แต่เด็กหญิงในภาพยนตร์ตามแนวคิดของสตรีนิยม (Wojcik-Andrews, 2000) ในที่นี้ ภาพยนตร์ที่แสดงให้เห็นความรุนแรงจากครอบครัวปรากฏอยู่ใน 4 เรื่อง คือ การถูกทอดทิ้งใน *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง* (2549) การถูกทารุณกรรมทางเพศใน *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* (2552) และการถูกทำแท้งใน *ศพเด็ก 2002* (2554)

ภาพที่ 3: ภาพยนตร์เกี่ยวกับเด็กผู้หญิงกับการถูกระทำความรุนแรงในบ้าน *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง* *บุปผาราตรี 3.1* *บุปผาราตรี 3.2* และ *ศพเด็ก 2002*



ปี 2549 ศิวภรณ์ หงษ์สุวรรณ ผู้กำกับหญิงในภาพยนตร์เรื่อง *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง* บอกเล่าเรื่องราวของเด็กหญิงวัยประมาณ 10 ขวบ ชื่อข้าวเหนียว ที่แม่นำมาฝากให้น้าเล็กช่วยเลี้ยง หรืออีกนัยหนึ่งคือการทอดทิ้งเพื่อไปมีสามีใหม่ ข้าวเหนียวรู้สึกว่าเขา แต่บังเอิญเจอลูกหมาเร่ร่อน จึงนำมาแอบเลี้ยงและตั้งชื่อว่า หมูปิ้ง แต่น้าก็เอาไปปล่อยวัดเพราะยายแพ้นหมา ข้าวเหนียวออกตาม แต่ไม่พบ และตัดสินใจออกจากบ้าน กลายเป็นเด็กเร่ร่อน และไปอยู่บ้านอ้วน เด็กชายชาว พวงมาลัยตามท้องถนน

ส่วนหมูบั้งหมาน้อยกลับโชคดีที่มีคุณนายสายป่านพาไปเลี้ยงที่บ้าน เมื่อเวลาผ่านไปหนึ่งปี หมูบั้งโตและนั่งรถคุณนายและจำข้าวเหนียวที่ขายพวงมาลัยได้ แต่เธอกลับจำหมูบั้งไม่ได้ วันหนึ่งข้าวเหนียวไม่ค่อยสบาย แต่เธอต้องไปขายพวงมาลัย ทำให้เธอถูกรถชนตาย หนึ่งจบลงด้วยการตั้งคำถามถึงเรื่องราวของเด็กและสุนัขที่ถูกทอดทิ้ง โดยไม่มีใครเหลียวแลที่มีจำนวนมากในสังคม

ในช่วงทศวรรษ 2550 สถานการณ์เด็กกับครอบครัวมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น จึงย่อมส่งผลให้เกิดภาพยนตร์ที่นำเสนอภาพของเด็กถูกกระทำในครอบครัว ทั้งการทารุณกรรมทางเพศและการถูกทำแท้ง ผ่านภาพยนตร์เรื่อง *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* รวมถึง *ศพเด็ก 2002*

ภาพยนตร์เรื่อง *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* (2552) กำกับโดย ยุทธเลิศ สิปปภาค เล่าเรื่องราวของบุปผา อดีตผีสาวที่แค้นคนรักเก่าในสองภาคที่ผ่านมากลับมาเกิดใหม่กลายเป็นเด็กหญิงปลาวัย 6-8 ปี เธอลืมชาติที่แล้วที่เป็นผีที่ทำร้ายอดีตแฟน ชาตินี้เธอกลายเป็นเด็กหญิงที่ต้องรับกรรมเก่าที่ก่อไว้ เธอจึงไร้แม่ เหลือแต่พ่อเลี้ยง อันเป็นสาเหตุให้เธอถูกทารุณกรรมในบ้าน ถูกพ่อเลี้ยงดบตีและทารุณกรรมทางเพศ การถูกกระทำยังขยายพื้นที่สู่บริเวณโรงเรียน วันหนึ่งเมื่อเธอถูกเพื่อนแกล้งผลักตกบันได เธอจึงระลึกชาติได้ว่า เธอคือบุปผา เธอจึงหวนกลับมาที่หอพักเดิมพร้อมใบมีดโกนที่แอบขโมยจากพ่อเลี้ยง แต่เธอก็ถูกฆาตกรรมโดยชายแปลกหน้า จึงกลายเป็นผีเด็กปลา และบางทีก็กลับเป็นบุปผาในชาติก่อนหน้านี้เพื่อล้างแค้นพ่อเลี้ยงและคนที่ฆ่าเธอ ทว่าในท้ายที่สุด พ่อเลี้ยงก็กำจัดเธอด้วยการนำร่างของเธามาเผาที่เตาเผาสุนัข ทำให้เธอสลายร่างไป

ส่วนภาพยนตร์เรื่อง *ศพเด็ก 2002* (2554) กำกับโดยพจน์ อานนท์ ดำเนินเรื่องอิงเหตุการณ์จริงที่พบศพเด็กที่ถูกทำแท้งเป็นจำนวนมากในวัดแห่งหนึ่ง ภาพยนตร์เรื่องนี้ไม่ใช่ภาพยนตร์เด็กและครอบครัวโดยตรง ซึ่งไม่ต่างจากภาพยนตร์เรื่อง *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* โดยจัดได้ว่าเป็นกลุ่มภาพยนตร์ผี จูบรวมอีกประการ ก็คือ ภาพยนตร์ทั้งสามเรื่องนำเสนอประเด็นเรื่องเด็กกับครอบครัวที่กระทำความรุนแรงต่อเด็ก ในขณะที่ภาพยนตร์เรื่อง *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* จะเน้นความรุนแรงที่เด็กโตขึ้นมา แต่สำหรับกรณี *ศพเด็ก 2002* กลับเป็นความรุนแรงต่อเด็กที่ยังไม่ได้เกิดหรือการทำแท้งเด็ก

หนังเล่าเรื่องผีเด็กหญิงที่ตามรังควานครอบครัวของตรัยที่มีลูกสาวในวัยน่ารัก ภายนอกครอบครัวนี้ดูจะเป็นครอบครัวที่อบอุ่น แต่ในความเป็นจริงกลับปรากฏว่า ตรัยมีเมียช้อยและบังคับให้ทำแท้ง และผีเด็กที่มารังควานตรัยกับครอบครัวก็คือลูกของตนนั่นเอง ในที่สุดผีเด็กหญิงก็ล้างแค้นให้ตรัยกลายเป็นอัมพาต รวมถึงการแค้นผู้เกี่ยวข้องทุกคน

ตัวละครเด็กทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น “ปลา” “ผีเด็กหญิงที่ไม่มีชื่อ” ใน *ศพเด็ก 2002* และ “ข้าวเหนียว” ต่างเป็นตัวละครเด็กหญิง อาศัยในกรุงเทพฯ ชนชั้นกลางถึงล่าง เด็กหญิงทั้งหมดมีความน่ารักในตอนต้นเรื่อง แต่เมื่อเรื่องราวดำเนินต่อไป ภาพของเด็กหญิงเหล่านี้ก็กลับกลายเป็นภาพความหดหู่ ร้องไห้ หน้าตาไร้อารมณ์ สุขแทน ในด้านหนึ่งบ่งบอกนัยยะที่เด็กหญิงเป็นผู้ที่มักจะได้รับผลแห่งการกระทำจากครอบครัวที่รุนแรง ทั้งการถูกทารุณกรรมจากพ่อและการถูกทอดทิ้งจากแม่ เด็กหญิงมักจะเป็นเหยื่อที่ไม่อาจแก้ไขได้ในโลกความเป็นจริง เธอจึงต้องกลายเป็นปีศาจเพื่อแก้ปัญหา แต่มีเพียงกรณีของภาพยนตร์เรื่อง *ศพเด็ก 2002* เด็กผู้หญิงที่เป็นผีสามารถแก้แค้นได้สำเร็จ

ตรงข้ามกับภาพยนตร์เรื่อง *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* แม้ตัวละครเด็กหญิงจะเป็นผี ก็ไม่อาจแก้แค้นได้สำเร็จ นั่นก็อาจแสดงให้เห็นว่า ถึงจะมีพลังอำนาจของผีก็ตาม แต่ปัญหาของเด็กหญิงที่ถูกกระทำทารุณแรงจากบ้าน และการถูกทอดทิ้งเป็นปัญหาที่ยากจะแก้ ไม่ต่างจากภาพยนตร์เรื่อง *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง* จึงต้องจบลงด้วยเด็กหญิงข้าวเหนียวก็ต้องถูกรถชนตาย การตอกย้ำภาวะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงอุดมการณ์ที่มองเด็กหญิงเป็นเพียงเหยื่อแห่งความรุนแรง เป็นผู้ถูกกระทำ และที่สำคัญคือ การกระตุ้นสังคมให้หันมาให้ความสนใจ เอาใจใส่ ปัญหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นในครอบครัวของเด็ก ด้วยเหตุนี้ ภาพยนตร์จึงจำเป็นต้องมีตัวละครที่เป็นผู้ช่วยคนสำคัญคือตำรวจ ที่จะจัดการผู้กระทำทารุณแรงต่อเด็ก รวมถึงการใช้ภาพและมุกกลิ้งที่เผยให้เห็นปัญหาความรุนแรงต่อเด็ก อีกทั้งคำบรรยายที่กระตุ้นเตือนให้ผู้ชมเล็งเห็นปัญหาของเด็กหญิงและพร้อมจะช่วยเหลือ

น่าสนใจว่า ขณะที่ประเด็นเด็กชายที่ไม่ถูกกับพ่อกลับจบลงด้วยความสุข แต่สำหรับกรณีของเด็กหญิงที่มีปัญหาในครอบครัว ส่วนใหญ่กลับจบลงในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งอาจมองได้ว่า ปัญหาของเด็กชายที่ถูกกระทำทารุณแรงภายในบ้าน อาจเป็นปัญหาที่ไม่หนักหนาสาหัสในทัศนคติของสังคมไทยเท่าที่เด็กหญิง ภาพยนตร์จึงยังไม่ได้นำเสนอ หรือหากมีปัญหาก็จะเลือกเป็นผู้กระทำ (active) ด้วยการหนีออกจากบ้านมากกว่าเด็กหญิงที่ต้องเป็นผู้ถูกกระทำหรือเหยื่อ (victims) ผู้ระทมทุกข์กับปัญหภายในบ้านก็เป็นได้

ยิ่งไปกว่านั้น ภาพการณ์ของการที่เด็กหญิงถูกทารุณกรรมทั้งเรื่องเพศและการถูกทอดทิ้ง ในทัศนะของนักสตรีนิยมยืนยันให้เห็นถึงการมองว่า แม่ควรเป็นผู้รับผิดชอบ หากไม่มีแม่ หรือแม่ไม่ทำหน้าที่ ปัญหาของเด็กหญิงก็จะเกิดขึ้น ภาพยนตร์ทั้ง 4 เรื่องจึงทำให้รู้ซึ่งแม่หรือหากมีแม่ก็เป็นแม่เลวที่ไม่สนใจลูก อาจมองได้ว่า นี่คือการพยายามตอกย้ำการทำหน้าที่ของผู้หญิงในฐานะแม่ที่ต้องดูแลลูก

นักวิชาการบางคนยังมองว่า การกระทำทารุณแรงในครอบครัว ต่อเด็กเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงหลัง เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคม อุตสาหกรรม แต่หากย้อนกลับไปสู่มุมมองด้านกฎหมายก็จะพบว่า มีกฎหมายหลาย ฉบับในยุคอดีตที่ระบุถึงการห้ามกระทำทารุณแรงต่อเด็กอยู่แล้ว ได้แก่ ร.ศ.127 ที่ระบุไม่มีการซื้อขายเด็ก การห้ามกระทำทารุณแรงต่อเด็ก ในประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ พ.ศ. 2477 (อลิศรา พรหมโชติชัย, 2557: 45-46) นั่นก็หมายความว่า ความทารุณแรงต่อเด็กอาจเป็นเรื่องของอำนาจมากกว่าการระบุสภาพสังคมที่ทันสมัย กว่า และหากดูตัวเลขของตะวันตกก็จะพบความสอดคล้องกันคือ เมื่อสังคมพัฒนา มากขึ้นการทารุณแรงต่อเด็กเริ่มมีปริมาณลดลง (Corsaro, 2015: 291)

2.3 เด็ก(ผู้ถูกทำให้)แปลกในสังคมสมัยใหม่

ในขณะที่ปัญหาในหัวข้อที่ผ่านมาคือ การกระทำทารุณแรงต่อ เด็กในครอบครัว ถือเป็นปัญหาซ้ำซากจากอดีตจวบจนปัจจุบัน แต่สำหรับปัญหา ในกลุ่มนี้ ด้านหนึ่งอาจถือได้ว่าเป็นปัญหาใหม่ที่เริ่มก่อตัวขึ้นภายใต้สังคมแบบใหม่ ในยุคโลกาภิวัตน์ในช่วงทศวรรษ 2530 เช่น การไม่มีพ่อแม่ เด็กพิการ เด็กชาว เขา เด็กที่พ่อแม่ปล่อยปละละเลย แต่ในอีกด้านหนึ่งอาจมองได้ว่า เป็นปัญหาที่มี อยู่มานานแล้ว แต่มิได้เป็นเรื่องที่แปลกในอดีต เพียงแต่ในปัจจุบัน สังคมกลับเริ่ม ตระหนักว่าเป็นสิ่งแปลก เพราะความแปลกเช่นนี้ส่งผลเสียต่อสภาพครอบครัว และ ที่สำคัญต่อสังคมอุตสาหกรรมแบบใหม่ เพราะเด็กก็คืออนาคตของชาติ หากมี แต่เด็กแปลกหรือเด็กผิดปกติ สังคมก็ย่อมเกิดปัญหาได้ ภาพยนตร์จึงเริ่มนำเสนอ ให้เห็นปัญหานี้และจัดระเบียบวิธีคิดของผู้คน ทำให้คนรู้สึกว่ามันคือปัญหาและกลายเป็นเด็กที่แปลก ความแปลกจึงกลายเป็นสิ่งที่ถูกทำให้แปลกโดยสังคม

ความแปลกแบบแรกคือ เด็กที่ไร้ซึ่งพ่อแม่ หนึ่งไทยได้เริ่มนำ เสนอในช่วงต้นทศวรรษ 2530 โดยเน้นเด็กที่ครอบครัวแตกแยกหรือหย่าร้างใน *รักแรกอุ้ม* และผลิตซ้ำอีกครั้งในทศวรรษ 2550 ในภาพยนตร์เรื่อง *ความสุขของกะทิ* โดยภาพยนตร์เรื่องหลังยังได้เพิ่มการนิยามครอบครัวแบบใหม่ที่เด็กอาจอยู่ได้ ด้วยตนเองกับตาและยาย

ในปลายทศวรรษ 2540 ถึงต้นทศวรรษ 2550 หนึ่งไทยยังได้ นำเสนอประเด็นเด็กที่แตกต่างหรือขัดแย้งไปจากชนบทเดิมในอดีต คือ การนำเสนอ เด็ก(ผู้ถูกทำให้) แปลก เป็นโรคดาวน์ซินโดรมใน *เอ๋อเธอ* เด็กชาวเขาเผ่าอาข่า ใน *อาข่าผู้นำรัก* และการนำเสนอประเด็นเด็กที่พ่อแม่ไม่มีเวลาและปล่อยปละละเลย ลูกในภาพยนตร์เรื่อง *หม่ำเดี่ยวหัวเหลี่ยมหัวแหลม* รายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาพที่ 4: ภาพยนตร์ที่นำเสนอเด็ก(ผู้ถูกทำให้)แปลกในสังคมสมัยใหม่ รักแรกอุ้ม ความสุขของกะทิ เอ๋หรือ อาช่าผู้น่ารัก และ หมาเดียวหัวเหลี่ยมหัวแหลม



รักแรกอุ้ม (2531) กำกับโดยสมจริง ศรีสุภาพ เนื้อหาหลักจะเน้นความสัมพันธ์ของสามภรรยา อะตอมกับนนท์ ในช่วงหลังการแต่งงานว่าจะพบปัญหาได้บ้าง และปัญหาที่พบคือ ความเข้าใจผิดว่าสามีนอกใจ ทำให้ต้องขัดแย้งจนถึงขั้นเลิกกัน แม้ว่าตัวนางเอกคืออะตอมจะท้องและคลอดลูกเป็นหญิงน่ารักวัยไม่ถึงขวบ แต่ในช่วงท้ายที่สุด พระเอกได้รางวัลภาพยนตร์ “คิดถึง” ซึ่งเป็นรูปของนางเอกกับลูก ทำให้นางเอกหันกลับไปคืนดีกับพระเอก ฉากจบจึงเป็นฉากภาพของลูกคลานมาหาพระเอก

แม้เราอาจกล่าวได้ไม่เต็มปากว่าหนังเรื่องนี้เป็นหนังเด็ก แต่ค่อนข้างจะเป็นหนังรักหรือหนังดราม่า ทว่าอย่างน้อยเรื่องนี้ก็ทำให้เห็นภาพเด็กและครอบครัวในภาวะของความมีปัญหา แม้ปัญหานั้นอาจไม่รุนแรงเท่าไรนัก เพราะท้ายที่สุด ปัญหาหย่าร้างก็คลี่คลายลงด้วยความน่ารักสดใสของลูกที่กลายเป็นหัวใจประสานความร้าวฉานได้

เวลาผ่านไปอีกสองทศวรรษปัญหาการหย่าร้างและพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว ก็ถูกนำกลับมานำเสนออีกครั้งในภาพยนตร์เรื่อง **ความสุขของกะทิ (2552)** ภาพยนตร์เรื่องนี้ผลิตขึ้นจากหนังสือในชื่อเดียวกันของงามพรรณ เวชชาชีวะ ซึ่งได้รับรางวัลซีไรต์ในปี 2549 นำมาผลิตเป็นภาพยนตร์และกำกับโดยเจนไวยักษ์ทองดินนอก โดยที่ปัญหาการหย่าร้างในยุคนี้นี้ กลับพัฒนาขึ้นสู่การเป็นแม่เลี้ยงเดี่ยวและการตั้งคำถามต่อครอบครัวแบบใหม่ที่มีเพียงตายายเลี้ยงหลานก็เพียงพอแล้ว

ความสุขของกะทิ ว่าด้วยเรื่องราวของกะทิ เด็กหญิงชนชั้นกลางอายุประมาณ 9 ปี อาศัยอยู่ที่อยุธยา เธอเป็นลูกครึ่งไทยพม่า อาศัยอยู่กับตาและยายโดยไม่มีพ่อกับแม่ แต่มีพี่ทองเด็กชายอายุ 14 ปี คอยดูแล กะทิอยู่อย่างมีความสุขในโรงเรียนต่างจังหวัด ได้ใกล้ชิด เห็นความสวยงามและความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ จนวันหนึ่งตาบอกกะทิว่า แม่ที่เธอจำแทบไม่ได้ ป่วยไม่สบายและใกล้ตาย จึงได้พากะทิไปหาแม่ที่บ้านริมทะเล ช่วงเวลานั้นเอง แม่จึงเริ่มเล่าเรื่องเหตุผล

ที่แม่ทิ้งกะทิไปตอนสี่ขวบ เพราะแม่ป่วยเป็นโรคกล้ามเนื้ออ่อนแรง ทำให้กะทิเกือบจมน้ำตาย แต่โชคดีที่มีพี่ทองมาช่วยไว้

ช่วงเวลานี้จึงเป็นช่วงเวลาสุดท้ายที่สองแม่ลูกได้พบและมีความสุขด้วยกัน หนังสือได้แสดงให้เห็นฉากการตายของแม่ แต่ตัดภาพมาที่คอนโดมิเนียมของแม่ในกรุงเทพฯ ภายในห้องเก็บประวัติทุกอย่างของกะทิ รวมถึงจดหมายที่เขียนทิ้งไว้ให้พ่อของกะทิ ซึ่งเป็นคนพม่าที่ทำงานที่อังกฤษ แม่บอกว่า หากกะทิคิดถึงอยากอยู่กับพ่อ ให้ส่งจดหมายนั้นไป แต่ในที่สุดเธอก็ไม่ได้ส่งจดหมายและพอใจที่จะอยู่ชนบทอยู่ยากกับตายายและพี่ทอง หนังสือจบลงด้วยการที่กะทินิยามครอบครัวแบบใหม่ที่ไม่จำเป็นต้องมีพ่อแม่ลูก แต่อาจมีตายายหรือตัวเธอเป็นผู้ดูแลตนเอง และอาศัยในพื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสุข

ช่วงปลายทศวรรษ 2540 ถึงต้นทศวรรษ 2550 ยังคงเป็นช่วงเวลาที่มีหนังสือเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวแบบใหม่ที่ต่างไปจากในอดีตอีก โดยเฉพาะการปฏิเสธการนำเสนอเฉพาะภาพของเด็กปกติเท่านั้น นับตั้งแต่เด็กเป็นโรคดาวน์ซินโดรมใน *เอ่อเธอ* เด็กหญิงชาวอาข่าที่ถูกครอบครัวไล่ไปอยู่นอกหมู่บ้านเพราะทำผิดประเพณีในภาพยนตร์เรื่อง *อาข่าผู้น่ารัก* เด็กที่พ่อแม่ทำแต่งงานและปล่อยปลละเลยลูกในหนังเรื่อง *หม่าเดียหวหัวเหลี่ยมหัวแหลม* ทั้งนี้อาจมองได้ว่า ภาพเด็ก (ผู้ถูกทำให้) แปลกนี้ ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากการแปรเปลี่ยนของครอบครัวและการเปลี่ยนนิยามการมองครอบครัวแบบใหม่ จากในอดีตที่เน้นแต่ครอบครัวคนปกติและหันมาสู่คำถามว่า นอกจากครอบครัวแบบเดิมแล้ว ยังมีครอบครัวแบบอื่นได้อีกหรือไม่ รวมถึงการตั้งคำถามว่า เด็กแบบนี้是孩子แปลก หรือว่าเป็นเด็กปกติที่สังคมกำหนดไปว่า คือความแปลก เพราะต่างไปจากสังคมทั่วไป

ภาพยนตร์ที่นำเสนอเด็ก (ผู้ถูกทำให้) แปลกเรื่องแรกคือเด็กพิการ ได้แก่ *เอ่อเธอ* (2548) กำกับโดยพจน์ อานนท์ ว่าด้วยเรื่องราวของต้อง เด็กชายอายุประมาณ 10-11 ปี ผู้มีลักษณะพิเศษก็คือ เป็นโรคดาวน์ซินโดรม แต่เขาก็มีความน่ารัก มีชีวิตจิตใจไม่ต่างไปจากเด็กทั่วไป ต้องอยู่ต่างจังหวัดกับพ่อแม่ ซึ่งพ่อคือตำรวจ ก็มีลักษณะเป็นโรคดังกล่าวด้วย แม้ต้องจะเป็นโรค แต่ครอบครัวและเพื่อนหญิงคือลูกแก้วก็คอยช่วยเหลือเป็นอย่างดี จนวันหนึ่งเกิดอุบัติเหตุที่เด็กสองคนหนีเพื่อน ๆ ที่กลั่นแกล้ง จึงไปแอบที่ได้ท้องรถประจำทางโดยสารเข้ากรุงเทพฯ ทำให้ตำรวจต้องออกเดินทางตามหาเด็ก ช่วงแรกเด็กทั้งสองไปอาศัยอยู่กับพระ โชคร้ายมีแก๊งแรงงานเด็กนำโดยเจ้แต่วลออกพระว่า จะนำต้องกับลูกแก้วไปคืนพ่อแม่ แต่กลับจับไปเป็นแรงงานเด็กให้ขายของและชกมวย ตำรวจพยายามช่วยแต่ไม่สำเร็จ ในที่สุดต้องกับลูกแก้วก็เฝ้าบ้านที่ซึ่งตนเอาไว้จนตำรวจเข้ามาช่วยได้ในที่สุด ต้องกับลูกแก้วจึงได้กลับไปอยู่ที่บ้านกับพ่อแม่อย่างมีความสุข

นอกจากนั้นจะเน้นตัวต่งที่พิการแล้ว ยังวางโครงเรื่องรองที่ตัวเด็กหญิงลูกแก้วที่แม้จะเป็นเด็กปกติ แต่ก็เป็เด็กแก่น ชอบเตะต๋อย ชอบพูด “ฮะ” จนทำให้พ่อไม่ชอบ และมองว่าลูกสาวเป็นทอม แต่ความแก่นของลูกแก้วทำให้เธอสามารถช่วยต๋องในคราวมีปัญห และช่วยจุดไฟเผาบ้านที่ตนกับต๋องถูกขังอยู่จนพ่อต๋องและตำรวจมาช่วยได้ ในช่วงท้ายสุดเมื่อลูกแก้วกลับมาหาพ่อแม่ที่บ้าน พ่อก็ยอมรับเธอ

ในขณะที่ภาพยนตร์เรื่อง *เอ๋อเธอ* เน้นการนำเสนอเด็กพิการที่เคยถูกเข้าใจว่าผิดปกติ รวมถึงเด็กหญิงที่มีแนวโน้มเป็นทอม แต่กลับนำเสนอให้เห็นว่าเธอและเธอก็เป็นเด็กมีชีวิตและจิตใจ ภาพยนตร์เรื่องถัดมาก็คือ ภาพยนตร์เรื่อง *อาช่าผู้นำรัก* (2551) กำกับโดยผู้กำกับหญิง สุกัญญา วงศ์สถาปัตย์ ก็ถือเป็นภาพยนตร์เรื่องแรกๆ ที่นำเสนอเรื่องราวชีวิตซึ่งไม่เคยปรากฏมาก่อนของเด็กหญิงชาวอาช่าในนามหมี่จุ

หมี่จุเป็นเด็กหญิงอาช่า ผู้นำรัก วัยประมาณ 8-10 ปี อาศัยอยู่กับพ่อแม่ที่ภาคเหนือ จังหวัดเชียงราย ด้วยความเป็นเด็กชน ทำให้เธอมักจะละเมิดประเพณีของชาวอาช่าเสมอ เมื่อทำให้หมู่บ้านของพ่อหลวงหัวหน้าหมู่บ้านตาย ครอบครัวจึงส่งเธอออกจากหมู่บ้านมาอยู่กับน้ำที่ชื่อหมี่ยี่ น้องสาวพ่อที่อาศัยในพื้นที่ราบ หมี่จุได้พบโลกใบใหม่ เธอช่วยขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวและถ่ายรูปกับนักท่องเที่ยว แรกๆ เธอก็สนุกสนานและได้มีรูปถ่ายของตน เธอถามว่า น้ำมีรูปถ่ายหรือไม่ น้ำก็เอารูปครอบครัวมาอวด แต่เมื่ออยู่ๆ ไป เธอก็เริ่มคิดถึงบ้าน และเมื่อได้เห็นเพื่อนเด็กฝาแฝดที่ถูกขังไว้จากหมู่บ้านเพราะผิดประเพณี จึงเริ่มหวนคิดว่า เธอเองก็ถูกทิ้งจากครอบครัวไม่ต่างกัน น้ำจึงเขียนจดหมายบอกพ่อ ทำให้หมี่จุได้กลับบ้าน เพื่อนๆ ชาวเขาของเธอที่อยู่ในพื้นที่ราบ ก็ฝากรูปถ่ายของพวกเขาเพื่อให้หมี่จุนำกลับไปหมู่บ้านเพื่อแสดงความคิดถึง

เมื่อถึงหมู่บ้านก็พบกับทีมงานกระเจงก่ากำลังถ่ายทำรายการโทรทัศน์ *บ้านนอกทีวี* หมี่จุก็อยากร่วมรายการ แต่ก็ไม่ได้ออกรายการเพราะทีมงานอยากให้มีเนื้อหาที่น่าสนใจ หมี่จุคิดได้และไปหาปู่เพื่อหารูปภาพของครอบครัว แต่ปู่กลับบอกไม่มี ทั้งที่หมี่จุจำได้ว่า ปู่ได้ให้ดูภาพครอบครัวที่ถ่ายก่อนออกจากหมู่บ้าน เธอจึงเริ่มรู้ว่า หลังจากที่น่าหมี่ยี่ออกจากหมู่บ้านลงมาถึงพื้นที่ราบ แม่ก็ป่วยและกลับมาดูใจไม่ทัน ปู่จึงประหลาดกลับมาทำไม อยู่เมืองก็ติดอยู่แล้ว ทำให้น้ำไม่กลับมาบ้านอีกเลย

หมี่จุกียังอยากออกโทรทัศน์ แต่ว่าแป้น ผู้ผลิตรายการ ยังไม่ให้ออก เธอก็เลยไปแอบออกรายการ ในขณะที่แป้นสัมภาษณ์พ่อหลวงถึงประวัติประตู่หมู่บ้าน เล่าถึงการห้ามและต๋องประตู่ บังเอิญน้องหมี่จุคลานไปเตะประตู่ ซึ่งถือเป็นการละเมิดประเพณี ทำให้หมี่จุเสียใจ และคิดว่าเธอคงต้องถูกขังไว้จาก

หมู่บ้านเป็นแน่ สุดท้ายเธอจึงขอแบ่นออกทีวีเป็นครั้งสุดท้าย โดยเอารูปที่เพื่อนๆ ฝากมาให้กับญาติๆ ในหมู่บ้านแล้วเล่าเรื่องออกทีวี เพื่อบอกเล่าเรื่องราวความรู้สึกของคนที่ย้ายไปนอกหมู่บ้านว่า ยังรักและคิดถึงครอบครัวเสมอ แม้กระทั่งตัวน้ำของเธอเอง คำพูดของเธอทำให้ทุกคนในหมู่บ้านและป้ารู้ว่า ความสุขที่แท้จริงคือการได้อยู่ร่วมกันกับคนในครอบครัวมากกว่าการคำนึงถึงประเพณีใดๆ จึงทำให้เธอและน้าได้ย้อนกลับมาที่หมู่บ้านและมีความสุขเหมือนดังเดิม

ภาพยนตร์สองเรื่องนำเสนอประเด็นเด็ก(ผู้ถูกทำให้)แปลกในสังคมที่ไม่เคยนำเสนอมาก่อน ทั้งเด็กพิการ เด็กทอม เด็กอาชญา ส่วนภาพยนตร์เรื่องถัดมา คือ *หม่าเดียวหัวเหลี่ยมหัวแหลม* (2551) กำกับโดยพาณิชย์ สดสี และเพชรทาย วงศ์คำเหลา ก็นำเสนอประเด็นเรื่องเด็กที่พ่อแม่รวยแต่ไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่

หนังเรื่องนี้ว่าด้วยเรื่องของเด็กชายเดี่ยว อายุประมาณ 5-8 ขวบ เป็นเด็กน่ารัก แต่กลับหลอกหม่าว่า เป็นวิญญาณที่กำลังมาเกิดใหม่เป็นลูกหม่าหนุ่มอีสานที่มารับจ้างในเมืองกรุง เขามีความฝันจะเป็นไคต์ภาษาจีน และตกหลุมรักครูสาวสอนภาษาจีนที่ชื่อว่าฟ้า ดังนั้น หม่าจึงต้องจิบฟ้าให้สำเร็จโดยมีเดี่ยวคอยช่วยสอนเทคนิคการจิบ

ในที่สุดหม่าก็พบว่า เดี่ยวไม่ได้เป็นวิญญาณ แต่มาหลอกเขา และรู้ว่าเดี่ยวอยู่บ้านใหญ่ที่พ่อแม่ไม่มีเวลาให้กับเขา จึงเที่ยวหลอกคนอื่น หม่าไม่ได้โกรธเดี่ยว ยังคงเป็นเพื่อนกัน และวันหนึ่งครูฟ้าถูกแฟนหลอกไปข่มขืน เดี่ยวกับหม่าก็ร่วมมือช่วยครูได้สำเร็จ แต่ก็เกิดอุบัติเหตุทำให้เดี่ยวก็ต้องอยู่โรงพยาบาล และเป็นเหตุให้พ่อแม่เดี่ยวหวนกลับมาดูแลเดี่ยว ส่วนหม่าก็รักกับครูฟ้าในที่สุด

จากภาพยนตร์ทั้งหมดพบว่า ภาพของเด็กในกลุ่มนี้เป็นทั้งชายและหญิง ทุกคนล้วนมีความน่ารัก เป็นเด็กชนชั้นกลางถึงล่าง อยู่ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด แต่ทั้งหมดกลับพบกับปัญหาที่ก่อเกิดมาจากปัญหาครอบครัว การเปลี่ยนแปลงของครอบครัวแบบใหม่ ส่งผลต่อการหย่าร้าง เด็กโสดเลี้ยงเดี่ยว เด็กที่ไม่มีพ่อแม่ดูแลเพราะต้องเอาแต่ทำงาน อีกทั้งการเริ่มนำเสนอเด็กแบบใหม่ คือ เด็กพิการ เด็กทอม เด็กชาวอาชญา ซึ่งไม่เคยปรากฏมาก่อนในอดีต ด้านหนึ่งจึงถูกมองว่าแปลก แตกต่างจากเด็กทั่วไป แต่ในปัจจุบัน สามารถนับว่านี่ก็คือเด็กเช่นเดียวกัน และหนังก็พยายามชี้ให้เห็นศักยภาพและความสามารถของเด็กเหล่านี้ ความแปลกก็อาจเป็นสิ่งที่สังคมเองกำหนดและพยายามจัดระเบียบให้เป็นเด็กปกติ แม้จะมีปัญหาต่างๆ ภาพยนตร์ทุกเรื่องก็ยังคงตอกย้ำอุดมการณ์ที่ครอบครัวกลับมาช่วยแก้ปัญหา ไม่ว่าจะเป็นพ่อใน *เอ๋อเธอ* ปู่ใน *อาชญาผู้น่ารัก* พ่อแม่ใน *รักแรกอุ้ม* และ *หม่าเดียวหัวเหลี่ยมหัวแหลม* ตายาย ใน *ความสุขของกะทิ* แต่

อาจไม่ได้หมายถึงครอบครัวแบบเดิมๆ ที่เน้นพ่อแม่ลูกเท่านั้น ครอบครัวแบบใหม่ อาจเป็นครอบครัวที่เป็นครอบครัวเด็กพิเศษ เช่น *เอ๋อหรือ* ครอบครัวไร้พ่อแม่ แต่เหลือตากับยาย เช่น *ความสุขของกะทิ* มีเพียงหนังเรื่อง *รักแรกอุ้ม* ในช่วง ทศวรรษ 2530 และ *หม่าเดียวหัวเหลี่ยมหัวแหลม* ซึ่งยังคงตอกย้ำให้เห็นความสำคัญของครอบครัวอุดมคติแบบเดิม

ครอบครัวที่จะเข้ามาแก้ไขปัญหาก็เป็นครอบครัวที่หลากหลาย คือ เป็นพ่อ พ่อและแม่ ตากับยาย ครอบครัวเด็กพิเศษ แต่สิ่งที่มีความเหมือนกัน ก็คือ ครอบครัวเหล่านั้นจำเป็นต้องมีความรักและเข้าใจในอุดมการณ์ครอบครัวและการมองเด็กด้วยสายตาทนทาน ให้ความสำคัญกับเด็กว่าเป็นสิ่งแปลกประหลาด เหตุนี้จึงจะทำให้ครอบครัวกลายมาเป็นพลังในการจัดการแก้ไขปัญหาก็ได้

การนำเสนอดังกล่าวสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในครอบครัวของสังคมยุคใหม่ โดยเฉพาะครอบครัวเดี่ยว แม่เลี้ยงเดี่ยว การรับบุตรบุญธรรม การหย่าร้าง ความรุนแรงในครอบครัว การอุ้มบุญ พ่อแม่ข้ามเพศ (same-gender families) รวมถึงการตั้งคำถามถึงภาพของครอบครัวในอุดมคติ (ideal family) ที่มักจะมีเฉพาะพ่อแม่ลูกและการมองเฉพาะครอบครัวชนชั้นกลางที่ปกตินั้นๆ หรือครอบครัวคนพิการ ครอบครัวของคนชายขอบ คนอพยพ จะถือเป็นครอบครัวด้วยหรือไม่ (Parke, 2013; Corsaro, 2015) อย่างไรก็ตาม การนิยามครอบครัวที่หลากหลายในอนาคต อาจมีปริมาณที่เพิ่มเติมขึ้นอีก หากสภาพของการเปลี่ยนแปลงในครอบครัวเพิ่มสูงขึ้น และภาพยนตร์ก็เริ่มนำเสนอประเด็นดังกล่าวมานำเสนอ

ในบรรดาภาพยนตร์ทั้งหมดนั้น ภาพยนตร์ที่โดดเด่นก็คือ *ความสุขของกะทิ* ถือได้ว่าเป็นภาพยนตร์ที่ได้เปิดประเด็นการไร้ซึ่งพ่อแม่ให้แก่หนังเด็กและครอบครัวไทย ด้านหนึ่งใกล้เคียงกับภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง *Home Alone* (1990) ที่ตัวละครเด็กชายถูกทิ้งให้อยู่ในบ้านเพียงลำพัง ขณะที่ครอบครัวเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ แต่กลับมีจุดต่างกันก็คือ ในฉากสุดท้ายของ *Home Alone* ตัวละครแม่และครอบครัวก็ย้อนกลับมาหาตอกย้ำอุดมการณ์ครอบครัวอุดมคติและการแบ่งอุดมการณ์ทุนนิยม (Wojcik-Andrews, 2000: 130)

การไร้ซึ่งพ่อแม่และแม่ใน *ความสุขของกะทิ* ไม่ต่างไปจากหนังเด็กในทัศนะของ Kapur (2005: 113-115) ที่เสนอว่า หนังเด็กในยุคใหม่ของฮอลลีวูด โดยเฉพาะพวกหนังสยองขวัญ หนังตลกที่เน้นการเยาะเย้ยผู้ใหญ่ หนังเหล่านี้ล้วนแล้วแต่นำเสนอภาพเด็กและครอบครัวที่แตกต่างไปอีกนั่นก็คือ ภาพของเด็กที่ไม่ต้องการพ่อแม่หรือมองว่าผู้ใหญ่ดูตลก น่ารำคาญ เด็กจึงกลายเป็นผู้ดูแลตนเอง (self-reliant child) หรือบางทีก็เรียกว่า home-alone kids ซึ่งนำมาจากตัวละครเด็กในภาพยนตร์เรื่อง *Home Alone* ที่ดูแลตนเอง

แต่สำหรับหนังไทยเรื่อง *ความสุขของกะทิ* กลับจบลงด้วย กะทิ ไม่เลือกพ่อหรือไปอยู่กับพ่อที่อังกฤษ แต่กลับเลือกอยู่กับตายายในอยุธยา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ดูเหมือนจะล้าหลังไม่พัฒนา เธอเต็มใจเลือกอยู่กับธรรมชาติ ความสวยงาม และความสุขของครอบครัวยายของไทยแบบเดิม นั่นอาจแสดงให้เห็นการตั้งคำถาม ถึงครอบครัวสมัยใหม่แบบไทยๆ อาจเป็นทางออกแบบใหม่ให้กับครอบครัวไทย

กล่าวโดยสรุป หากมองโดยภาพรวมของหนังกลุ่มนี้ เด็กผู้มี ปัญหาในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นเด็กชาย หรือหญิง หรือเด็ก (ผู้ถูกทำให้) แปรลบก จะอยู่ภายใต้แนวคิดทฤษฎีความขัดแย้งในครอบครัว (conflict theory of the family) และการมองครอบครัวที่แปรเปลี่ยน ส่งผลให้เด็กต้องมีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัว จากเด็กที่น่ารักมีความสุข กลับเป็นเด็กที่ต้องเปลี่ยนแปลง ต้องต่อสู้ อุดทน กับปัญหาภายในครอบครัว ทั้งความขัดแย้งกับพ่อ การถูกทารุณกรรม การเป็นเด็ก (ผู้ถูกทำให้) แปรลก จากการหย่าร้าง การถูกทอดทิ้ง และเริ่มนำเสนอเด็กแบบใหม่ ที่ไม่เคยนำเสนอมาก่อน นั่นก็คือ เด็กเอ๋อ เด็กทอม เด็กชาวเขา และเด็กกรวย ที่พ่อแม่ไม่เหลียวแล ซึ่งด้านหนึ่งก็เท่ากับเป็นการต่อสู้ความหมายความแปลกที่ สังคมกำหนดและตีแผ่ให้สังคมได้รับรู้ แต่ในเวลาเดียวกันก็พยายามจัดระบบให้เด็ก เหล่านี้กลายเป็นเด็กปกติด้วยกำลังใจจากครอบครัวและสังคมที่ร่วมกันแก้ไขปัญห

มุมมองการเล่าเรื่องทั้งหมด ในช่วงแรกเป็นสายตาของเด็กไร้เดียงสา แต่เมื่อเด็กเผชิญปัญหา มุมมองกลับดูจะเปลี่ยนเป็นสายตาของผู้ใหญ่ และที่น่าสนใจคือ สายตาของผู้ชายเป็นใหญ่ ดังนั้นจึงมักเน้นปัญหาของลูกชาย เด็กหญิงที่เป็นเหยื่อ และเด็กแปลกที่ผู้ชายเองก็เริ่มเปิดใจหันมอมองในสังคมสมัยใหม่

ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ ภาพยนตร์ในกลุ่มนี้มักจะนำเสนอฉาก/สถานที่ คือ พื้นที่ “บ้าน” และตกอยู่ในฐานะพื้นที่แหล่งกำเนิดของปัญหา และอาจหมายรวมถึงพื้นที่แห่งการแก้ไขปัญหาคือความขัดแย้ง หากบ้านสามารถดำเนินการได้ เด็กก็จะมีความสุข ซึ่งก็จะตอบรับกับอุดมการณ์ของครอบครัว แต่หากไม่แล้ว สังคมก็จำเป็นต้องยื่นมือเข้ามาช่วยแก้ไข ดังหลักฐานยืนยันใน ฉากทารุณกรรมเด็ก โดยเฉพาะฉากการทำให้เด็กตายปรากฏอยู่เด่นชัดในหนังเรื่อง *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* ในทัศนะของ Lebeau (2008) ฉากดังกล่าวนอกจากสร้างความสะเทือนใจให้คนตระหนักถึงปัญหาความรุนแรงในครอบครัวแล้ว ในอีกด้านหนึ่ง ยังเป็นการตอบสนองการชื่นชอบความรุนแรง (sadism) ของผู้ชมผ่านการดูเด็กที่ถูกทรมานได้ด้วย ซึ่งหากเป็นอย่างหลัง ปัญหาความรุนแรงและการตายของเด็กก็ยังคงไม่อาจลบล้างหายไปได้อย่างง่าย สังคมจึงต้องยื่นมือมาช่วยแก้ไขปัญห

ของครอบครัว หากไม่แล้วการตายของเด็กก็จะเท่ากับจุดจบของอนาคต ดังแนวคิดที่ว่า เด็กคืออนาคตของชาติ เมื่อเด็กตายก็เท่ากับว่าไร้ซึ่งความหวังอีกต่อไป

เมื่อพิจารณาในเชิงอุดมการณ์ โดยเฉพาะอุดมการณ์เด็ก หนังสือทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า เด็กมิใช่สภาพที่อยู่นิ่ง เด็กที่จะสามารถอยู่รอดได้จำเป็นต้องเริ่มโต้เถียง การเผชิญกับสภาวะแห่งความตึงเครียดดังกล่าว และดูเหมือนว่า ฉากจบในภาพยนตร์เกือบทุกเรื่อง เด็กส่วนใหญ่จะก้าวผ่านความขัดแย้ง โดยมีทั้งการจัดการด้วยตนเอง ซึ่งจะกลายเป็นเด็กที่เข้มแข็ง ได้แก่ ฝีมือเด็กใน *ศพเด็ก 2002* หรือการที่ครอบครัว พ่อแม่ ช่วยแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งนั้น ยกเว้นภาพยนตร์เรื่อง *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* ที่ในท้ายสุดเด็กก็ต้องตายและถูกกำจัดออกไป ส่วนนี้เป็นคำถามที่น่าถกเถียงกันว่า ภาพใดจะเป็นภาพที่จริงกันแน่ ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 ก็อาจไขปริศนาบางอย่างได้บ้างว่า การทารุณกรรมเด็กในครอบครัว ยังคงเป็นประเด็นที่มีอยู่และเกิดขึ้นจริง จึงทำให้สังคมต้องยื่นมือเข้าไปแก้ไขปัญหามากกว่าที่เด็กจะแก้ปัญหาด้วยตนเอง

3. เด็กผู้เป็นเหยื่อในสังคม

หนังสือกลุ่มที่สามคือ เด็กผู้เป็นเหยื่อในสังคม เป็นหนังสือที่ก้าวจากปัญหาครอบครัวสู่ปัญหาในสังคม หรือการขยายจากพื้นที่ครอบครัวสู่พื้นที่สังคม ส่วนหนึ่งอาจมองได้ว่า ครอบครัวกับสังคมเป็นส่วนที่เชื่อมโยงกันตามแนวคิดทฤษฎีระบบ (family system theory) (พูนสุข เวชวิฐาน, 2557: 121-122; Clark, 2013) ซึ่งสนใจการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับระบบอื่นๆ หรือสภาพแวดล้อมอื่นๆ โดยระบบเล็กสุดก็คือครอบครัว ถัดออกมาคือ ชุมชนที่ใกล้เคียง ได้แก่ วัด โรงเรียน ระบบภายนอก คือ สถาบันต่างๆ ที่ใกล้ชิดกับเด็ก และระบบใหญ่สุด คือ ประเพณี วัฒนธรรม กฎหมาย ด้วยเหตุนี้ เมื่อสังคมมีปัญหา ครอบครัวก็มีปัญหาตาม และในเวลาเดียวกันเมื่อครอบครัวมีปัญหา ก็ส่งผลกระทบต่อสังคมได้เช่นกัน

อลิศรา พรหมโชติชัย (2557) อธิบายปัญหาหลักของเด็กที่พบบ่อยในสังคมไทยมี 4 ประเด็นสำคัญ คือ เพศ แรงงานเด็ก เด็กเร่ร่อน และปัญหาด้านความรุนแรงในสถานสงเคราะห์เด็ก นอกจากนั้น หากพิจารณาในงานของนักวิชาการด้านครอบครัวต่างประเทศเพิ่มเติม ประเด็นในเชิงสังคมที่มักจะได้รับ การหยิบยกมา กล่าวถึงที่ส่งผลกระทบต่อเด็กในโลกกำลังพัฒนาอีกประเด็นก็คือ ปัญหาความยากจน (Corsaro, 2015) ประเด็นดังกล่าวเหล่านี้ หากมองย้อนกลับไปที่ทฤษฎีระบบ ก็จะพบว่า ล้วนแล้วแต่มีความเชื่อมโยงกับสภาพของครอบครัวและส่งผลกระทบต่อตัวเด็กได้ด้วย

สำหรับภาพยนตร์ไทยที่กล่าวถึงเด็กในฐานะเหยื่อ จะพบประเด็นที่กล่าวไปข้างต้น ดังนี้

ในช่วงทศวรรษ 2520 ประเด็นที่ถูกหยิบยกมานำเสนอก็คือ ความยากจน ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *วัลลี* และ *ผีเสื้อและดอกไม้* ส่วนในทศวรรษ 2530 ภาพยนตร์ไทยเริ่มนำเสนอประเด็นเด็กในฐานะเหยื่อในประเด็นอื่นๆ คือ เพศ แรงงานเด็ก เด็กเร่ร่อน ปัญหาของสถานสงเคราะห์เด็ก ปัญหาทั้งสี่นี้ปรากฏเด่นชัดในภาพยนตร์เรื่อง *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* และนำมาพูดซ้ำอีกครั้งในปลายทศวรรษ 2540 และต้นทศวรรษ 2550 ผ่านภาพยนตร์เรื่อง *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง* ในประเด็นเรื่องเด็กเร่ร่อน และ *เอ๋อเหรือ* ในประเด็นเรื่องแรงงานเด็ก

ดังที่กล่าวไปแล้วว่า แม้ภาพยนตร์ทั้งหมดจะเน้นปัญหาสังคมของเด็ก แต่ก็ไม่ทิ้งการเชื่อมโยงให้เห็นว่า รากเหง้าของปัญหาก็ล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์กับครอบครัว เช่น ครอบครัวยากจนเป็นผลให้เด็กต้องสู้และออกมาเผชิญโลกใน *วัลลี* และ *ผีเสื้อและดอกไม้* ปัญหาครอบครัวแตกแยกทำให้เด็กต้องเผชิญปัญหาต่างๆ ในโลกกว้างในภาพยนตร์เรื่อง *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* และ *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง* และปัญหาของการใช้แรงงานเด็กทำให้แม้แต่เด็กพิการในภาพยนตร์เรื่อง *เอ๋อเหรือ* ก็ถูกมองว่า น่าจะเป็นเหยื่อของแรงงานได้อีกด้วย

ในภาพยนตร์เรื่อง *วัลลี* และ *ผีเสื้อและดอกไม้* ที่ผู้เขียนได้กล่าวไปบ้างแล้วในช่วงต้น ตัวละครเด็กทั้งสองต่างเป็นเด็กยากจน พ่อแม่ป่วยและยากไร้ ด้วยความกตัญญูที่เป็นอุดมการณ์หลักได้ผลักดันทำให้ *วัลลี* กับสุหยัน จำเป็นต้องลุกขึ้นมาต่อสู้เพื่อที่จะดูแลและหารายได้ให้กับครอบครัว

Corsara (2015: 11-12) ระบุว่า ความยากจนเป็นตัวแปรสำคัญในการพรากความเยาว์วัยออกจากเด็กอย่างรวดเร็ว และปัญหาดังกล่าวก็มักเกิดกับเด็กในประเทศกำลังพัฒนาและรวมถึงประเทศอุตสาหกรรมด้วย ภาพยนตร์ *วัลลี* และ *ผีเสื้อและดอกไม้* ก็ตอกย้ำแนวคิดดังกล่าวเช่นกัน เพียงแต่ความรุนแรงของความยากจนอาจไม่มากเท่าโลกความเป็นจริง ที่นอกจากเด็กต้องออกจากโรงเรียน ทำงานนอกบ้าน หรือการกลายมาเป็นแรงงานเด็กแล้ว ยังต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนสารอาหาร สุขภาพที่ย่ำแย่ การเสียชีวิต การป่วย ได้แก่ โปลิโอ และแม้กระทั่งโรคเอดส์ และสำหรับกรณีไทยก็ไม่แตกต่างกัน แต่อาจเพิ่มประเด็นเรื่องการเข้าเรียน การรู้หนังสือ และการสมรสที่อายุน้อย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555)

ขณะที่ภาพยนตร์สองเรื่องแรกเน้นปัญหาความยากจน ภาพยนตร์เรื่อง *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* (2537) กำกับโดยบัณฑิต ฤทธิ์ถกล ได้เล่าเรื่องปัญหาของครอบครัวที่เชื่อมโยงกับปัญหาสังคมที่หลากหลายมากขึ้น

ภาพที่ 5: โอ้ นกแล และผองเพื่อนเด็กเร่ร่อน ใน *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้*



กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้ เริ่มเรื่องจากครอบครัวที่น่าจะมีความสุขของสามพี่น้อง โอ้ อัน อ้ม ในวัย 13, 5 และ 1 ปี โดยเปิดเรื่องด้วยการเล่นนิทานของพ่อด้วยแสงและเงา เนื้อหาในนิทานเรื่องนี้พ้องกับเนื้อหาหลักในหนังว่าด้วยเรื่องราวเกี่ยวกับเด็กที่หายไป เพราะแม่อดส่งยักษีตาเดียวมาจับ และมีพระเอกมาช่วยลูกที่ได้ฟังนิทานมีความสุขมาก แต่เมื่อแม่กลับมาจากทำงานกลับมองต่างมุมว่า พ่อทำให้เด็กๆ ไม่มีระเบียบ หลังจากนั้นเรื่องราวปัญหาของครอบครัวก็ค่อยๆ เผยออกมาว่า พ่อกับแม่กลับกำลังจะหย่ากัน พ่อต้องไปทำงานเป็นโค้ชฟุตบอลที่เชียงใหม่ เด็กหญิงโอ้ พี่สาวคนโต ไม่พอใจแม่ คิดว่าแม่กำลังจะมีแฟนใหม่ จึงพาน้องชายทั้งสองคนหนีขึ้นรถไฟไปหาพ่อ ระหว่างทางกลับพบกับนกแลเด็กชายวัยรุ่นที่เป็นเด็กเร่ร่อนมาตามเอายาเสพติดของเสียที่ซุกไว้ใต้เบาะของอิม น้องชายคนเล็กของโอ้ แต่บังเอิญถูกปัสสาวะของอิมละลายไป เสียก็เลยจับตัวโอ้เพื่อที่จะขายซ่อง น้องคนเล็กก็จะเอาไปขาย น้องคนกลางคือ อัน เริ่มโตแล้ว เสียจึงไม่สนใจ นกแลจึงพาอันไปอยู่ด้วยและกลายเป็นเด็กเร่ร่อนข้างถนน ทั้งสองและเพื่อนเร่ร่อนของนกแลต่างร่วมมือกันกำจัดเสีย และช่วยพี่น้องของอันกลับมา ในฉากนั้นนกแลจินตนาการตนเป็นพระเอกที่ถือดาบปราบยักษ์หรือเสีย และปล่อยเด็กๆ ออกจากแม่มดหรือแม่เล้า ถือเป็นหนึ่งกับนิทานที่ซ้อนทับกันไปมา

แต่แผนการของเด็กๆ กลับล้มเหลว โอ้จึงตัดสินใจเผาซ่องในระหว่างกำลังถูกส่งไปปรับแขก ในจังหวะนั้นตำรวจ ครู นักสังคมสงเคราะห์ และพ่อแม่ก็มาช่วยไว้ได้ในที่สุด พี่น้องสามคนคืนกลับบ้าน และพ่อแม่ก็ดีขึ้น ส่วนนกแลและเพื่อนๆ ก็ถูกส่งไปยังสถานสงเคราะห์เด็ก เมื่อโอ้กับน้องๆ ไปเยี่ยม กลับพบว่า นกแลและเพื่อนๆ ได้หนีออกจากบ้าน เหมือนกับการบอกเป็นนัยว่า สถานสงเคราะห์เด็กอาจเป็นสถานที่ที่มีปัญหาที่เด็กเร่ร่อนอย่างเขาไม่ต้องการ เพราะเขาไฝฝืนถึงบ้านและครอบครัวของตนเองมากกว่า

หากลองไล่เรียงปัญหาใน *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* ก็จะพบปัญหาต่างๆ ที่กระทำต่อเด็ก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเรื่องแรงงานเด็กผ่านตัวนกแลที่เสียใช้ให้ทำงานส่งยา ปัญหาโสเภณีเด็กผ่านตัวละครโอ้ ปัญหาเด็กเร่ร่อนและปัญหาสถาน

สงเคราะห์เด็กผ่านตัวนกแลและเพื่อนๆ หนังสือแทรกปัญหาเรื่องการหย่าร้างซึ่งเป็นปัญหาในครอบครัวแบบใหม่ผ่านตัวละครพ่อกับแม่ของไอ้ และทั้งหมดเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากสภาพของสังคมทุนนิยมที่ส่งผลกระทบต่อเด็ก

แต่หากมองอีกด้านหนึ่ง โดยเฉพาะปัญหาเรื่องเด็กเร่ร่อน ก็อาจพบว่า การเร่ร่อนอาจมิได้หมายถึงแต่เฉพาะด้านการที่สังคมทุนนิยมได้สร้างผลกระทบแต่ด้านเดียว แต่อาจเป็นหนทางหนึ่งที่เด็กต่อสู้ต่อต้านและปฏิเสธการกดขี่จากระบบทุนนิยมและครอบครัว ดังปรากฏในตัวละครนกแล รวมถึงตัวละครข้าวเหนียวใน *ข้าวเหนียวหมูบึ่ง* ต่างเลือกจะเร่ร่อนออกจากบ้านมากกว่าจะอยู่บ้านที่กดทับตน ทว่า ภาพยนตร์มักจะใช้มุมมองแบบแรก ที่ตอกย้ำให้เห็นว่า การเร่ร่อน แรงงานนอกระบบ โสเภณี เป็นปัญหาสังคม เพราะเป็นปัญหาที่ระบบไม่อาจแก้ไขได้ จึงต้องพยายามเข้ามาจัดระบบความคิดให้เข้าที่เข้าทางเพื่อให้กลายเป็นเด็กดี และกลายเป็นเด็กที่สังคมทุนนิยมรับได้คือ เรียน และมีอาชีพสุจริต

การเป็นภาพยนตร์เด็กที่เหมาะสมสำหรับเด็ก หนังสือนี้จึงได้แฝงสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสื่อความหมายแบบเด็ก โดยเทียบนิทานแม่มดส่งยักยัดเตาเดียวมาจับเด็กกับตัวละครไอ้กับนกแล ที่พยายามต่อสู้กับเสียและแม่เล้า โดยใช้อาวุธคือดาบและไฟ แทนที่จะเป็นดาบดังในละคร และในที่สุดเด็กก็สามารถเอาชนะได้

ภาพยนตร์ในช่วงต่อมาคือ *เอ๋อเหรือ* และ *ข้าวเหนียวหมูบึ่ง* ก็ผลิตซ้ำปัญหาเด็กในช่วงปลายทศวรรษ 2540 และต้นทศวรรษ 2550 ที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* แต่จะเน้นเฉพาะประเด็นแรงงานเด็กและเด็กเร่ร่อนตามลำดับ นั่นอาจแสดงให้เห็นว่าปัญหาทั้งสองยังไม่คลี่คลายในสังคมไทย

ทั้งต้องและข้าวเหนียวต่างต้องออกจากบ้านเผชิญกับโลก และโลกที่วุ่นกลับมีปัญหาอย่างมาก ขณะที่ในหนังสือ *เอ๋อเหรือ* ต้องได้พบกับตัวร้ายคือ เจ้ ซึ่งในอดีตภาพยนตร์เรื่อง *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* คือบทของแม่เล้ากับเฮีย แต่สำหรับในหนังสือนี้ ศัตรูตัวร้ายกลับกลายเป็นเจ้ที่พูดไม่ชัดเสมือนคนพลัดถิ่น เจ้และลูกน้องจับตัวต้องและเพื่อนคือลูกแก้วไปใช้แรงงานเด็ก ทั้งขายของและการเป็นนักมวย ส่วนข้าวเหนียวใน *ข้าวเหนียวหมูบึ่ง* ก็ต้องเร่ร่อนออกจากบ้าน เพราะไม่มีใครต้องการและกลายเป็นเด็กเร่ร่อน ที่ในท้ายที่สุดก็ต้องถูกรถชนตาย ซึ่งไม่ต่างไปจากนกแลที่เป็นเด็กเร่ร่อนข้างถนน

เมื่อมองในภาพรวม เด็กทั้งหมดที่ปรากฏในหนังสือนี้ได้แก่ *วัลลี ผีเสื้อ* และ *ดอกไม้* *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* *ข้าวเหนียวหมูบึ่ง* และ *เอ๋อเหรือ* ในช่วงเริ่มต้นเด็กทั้งหมดมีความน่ารัก ไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิง และที่น่าสังเกตคือ เด็กส่วนใหญ่จะเป็นคนชนชั้นล่าง ยกเว้นใน *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* ที่เป็นเด็กชนชั้นกลาง ในช่วงกลางเรื่องหนังสือกลุ่มนี้จะแปรสภาพเด็กน่ารักให้กลายเป็นเด็กมีปัญหา ถูกกระทำ

ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ อันเป็นผลจากครอบครัวและสังคมที่มองเด็กเป็นเหยื่อ

แต่เด็กทั้งหมดต่างไม่ยอมแพ้ ต้องต่อสู้และเติบโตกลายเป็นผู้ใหญ่ เราจึงเห็นการปรากฏตัวของเด็กกลุ่มนี้อยู่ภายนอกบ้าน และต่อสู้กับปัญหาต่างๆ โดยอาจหลงลืมความเป็นเด็กไปได้เลย จึงอาจกล่าวได้ว่า หนังสือเล่มนี้มีลักษณะของการเป็นหนังในกลุ่ม coming-of-age film หรือการหลุดพ้นจากวัยเด็ก เหตุนี้ในฉากตอนจบ เด็กกลุ่มนี้จึงอาจมิใช่เด็กอีกต่อไป แต่ได้เติบโตเป็นผู้ใหญ่เข้าใจปัญหาต่างๆ ของสังคม หากมองเข้าไปในแววตาตัวละครก็จะเห็นได้ว่า เด็กกลุ่มนี้เปลี่ยนไปหรือกลายเป็นผู้ใหญ่ไปเสียแล้ว ไม่ว่าจะเป็นวัลลีใน วัลลี สูหยันใน ฝึเสื้อและดอกไม้ โอ๊กกับนกแลใน กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้ ข้าวเหนียวใน ข้าวเหนียวหมูปิ้ง และต้องกับลูกแก้วใน เอ่อเธอ

การต่อสู้ของเด็กเหล่านี้ ส่วนใหญ่แล้วจะประสบความสำเร็จในท้ายสุดของเรื่อง และได้กลายเป็นผู้ใหญ่ มีเพียงหนังเรื่อง ข้าวเหนียวหมูปิ้ง เพียงเรื่องเดียวที่ข้าวเหนียวไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ เธอจึงต้องตายตอนจบเพียงคนเดียว การทำให้เด็กตายตอนจบด้านหนึ่งก็เพื่อให้เกิดความเห็นใจเด็กที่ตกเป็นเหยื่อ และหวังว่าสังคมจะสนับสนุนช่วยเหลือ แต่ในอีกด้านหนึ่งอาจมองได้ว่า วิถีชีวิตของเด็กที่เป็นเหยื่อในชีวิตจริงอาจยังคงมีอยู่ และไม่ใช่ว่าภาพฝันที่เด็กจะเอาชนะปัญหาได้ทุกเรื่อง

จุดที่น่าสนใจคือ ฉากเด็กตายในหนังเรื่อง ข้าวเหนียวหมูปิ้ง ต่างไปจากหนังเรื่อง บุปผาราตรี 3.1 และ 3.2 และ ศพเด็ก 2002 ที่มุ่งเน้นความน่ากลัวของการตาย ซึ่งอาจทั้งตอบรับการชื่นชมความรุนแรงของผู้ชม (sadism) หรือการตอกย้ำความเจ็บปวด ทรมานแก่คนดู เพราะเด็กมีนัยยะแห่งความบริสุทธิ์และความหวัง การเห็นเด็กตายต่อหน้าต่อตาก็เท่ากับการทำลายความเชื่อนั้น (Lebeau, 2008) เหตุนี้ หนังเรื่อง ข้าวเหนียวหมูปิ้ง จึงตัดฉากเด็กตายออกไป มีเพียงการบอกโดยอ้อม หรือที่เรียกว่า “hinting” แต่ไม่ “showing” (Lebeau, 2008) และปรากฏในฉากที่หมูปิ้งจินตนาการว่า ข้าวเหนียวยังอยู่อย่างมีความสุข

นั่นอาจเป็นคำตอบที่แท้จริง ทำให้แม้เด็กจะต่อสู้พยายามอย่างไร สังคมครอบครัวยังต้องช่วยกันดูแล ดังจะพบได้จากฉากสุดท้ายของภาพยนตร์ที่มักจะปรากฏครอบครัวและสังคม ไม่ว่าจะเป็นพ่อแม่ ครู ตำรวจ นักสังคมสงเคราะห์ นักข่าว ต่างต้องหันมาช่วยเหลือตัวละครเด็กเหล่านั้น ซึ่งเท่ากับการตอกย้ำให้เห็นว่า ปัญหาเด็กกับสังคม จำเป็นอย่างยิ่งที่สถาบันต่างๆ ในสังคมควรที่จะให้การดูแลเอาใจใส่ ยิ่งไปกว่านั้นหากพิจารณาจากโลกความเป็นจริงภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 ก็พบว่า มีการกำหนดมาตราต่างๆ เพื่อคุ้มครองเด็ก และเยาวชนจำนวนมาก ไม่นับรวมถึงพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ พ.ศ. 2551 ที่มีบางส่วนที่กล่าวถึงการมองการค้าเด็กด้วย

หนังสือและครอบครัวกลุ่มนี้ ต่างพยายามตอกย้ำอุดมการณ์อย่างน้อย สามข้อ คือ

ข้อแรก การเสนอให้เห็นภาพเด็กที่เข้มแข็ง อีกทั้งเด็กต้องอดทนต่อปัญหา หากอดทนก็สามารถแก้ไขปัญหได้ ดังเช่น วอลลี ฮูหยัน ลูกแก้ว ต่างก็อดทน

ข้อที่สอง การตอกย้ำให้เห็นความสำคัญของครอบครัวและสังคม ที่จะเป็นผู้ช่วยแก้ไขปัญหให้แก่เด็ก และหากมองครอบครัวด้วยมิติสตรีนิยมก็จะพบว่า ปัญหาสังคมที่กระทบต่อเด็กนั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะแม่ไม่ทำหน้าที่หรือมีปัญหา เช่น แม่ของวอลลี ครอบครัวฮูหยันที่ไม่มีแม่ แม่ของกะทิที่ป่วย แม่ของข้าวเหนียว ที่ทอดทิ้ง และแม่ของโอ้ที่ก่อเรื่องหย่ากับพ่อ นั่นก็เท่ากับว่า หากแม่ทำหน้าที่ที่ดี ก็อาจทำให้ปัญหาทั้งหมดไม่เกิดขึ้นก็เป็นได้ ภาพดังกล่าวไม่ต่างไปจากบทบาทของ แม่ที่ปรากฏในหัวข้อที่ผ่านมา

และ**ข้อที่สาม** การต่อต้านสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม ที่แม้สังคมจะพัฒนา เท่าไรก็ตาม แต่สังคมดังกล่าวก็ไร้จิตใจและทำร้าย และทำให้เด็กกลายเป็นเหยื่อ ปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่ต่างจากหนังสือเด็กในต่างประเทศที่มักจะนำเสนอประเด็น เรื่องแรงงานเด็ก และการถูกทารุณกรรม ซึ่งเป็นผลจากสังคมที่ก้าวสู่ทุนนิยม อุตสาหกรรม และเฟื่องเจดต่อเด็ก (Wojcik-Andrews, 2000: 134)

4. เด็กกล่าหาญอดทนเพื่อชาติ

หนังสือและครอบครัวกลุ่มนี้ต่างจากหนังสือและครอบครัวกลุ่มอื่น คือ การเน้นปัญหาจากสงคราม หากเด็กไม่เป็นเหยื่อ ก็ต้องทำหน้าที่ต่อสู้เพื่อชาติ

หากพิจารณาภาพยนตร์กลุ่มนี้ อาจมองได้ว่าไม่น่าจะเป็นหนังสือ แต่ น่าจะเป็นหนังสือตระกูลสงครามเพราะมักจะเล่าเรื่องเด็กในพื้นที่สงคราม แต่ในอีก ด้านหนึ่ง ก็อาจมองต่างมุมได้ว่า แม้จะเป็นเด็กก็ตาม แต่ก็ไม้อาจหนีพ้นปัญหาของ ความรุนแรงจากสงครามไปได้ Lebeau (2008) เสนอว่า เด็กสามารถอยู่ได้ทั้งใน สถานะเหยื่อ พยานของสงคราม ในบางครั้งก็อาจต้องกลายเป็นผู้ร่วมช่วยสนับสนุน หรือต่อสู้กับสงคราม และบางทีก็อาจเป็นฆาตกรในสงคราม ดังเช่น หนังสือบางเรื่อง ที่นำเสนอภาพของฮิตเลอร์ในวัยเด็ก

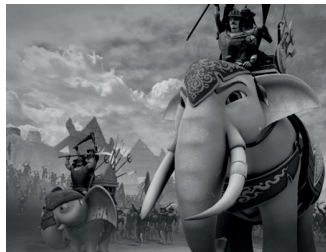
ในขณะเดียวกัน Wojcik-Andrews (2000: 162) ระบุว่า หนังสือสงคราม มักจะนำเด็กเป็นดาราหน้าแสดง ในหนังสือมักจะนำเสนอให้เห็นถึงการสูญเสียความเป็น เด็ก (loss of childhood) และการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ผ่านสงคราม ส่วน Lebeau (2008) มองต่างไปว่า บางทีเด็กในหนังสืออาจไม่มีแม่แต่วัยเด็ก นอกจากนี้ Wojcik-Andrews ยังพิจารณาว่า ภาษาหนังสือกลุ่มนี้จะมีความแตกต่างจากหนังสือ ทั่วไปคือ การใช้ภาพสงคราม การมีบทสนทนาที่ค่อนข้างตึงเครียด การถ่ายทำ

ในสถานที่สงครามรวมถึงพื้นที่ที่ปลอดภัยของเด็ก การใช้ภาพระยะใกล้ไปที่ใบหน้าของตัวละครเด็กแสดงถึงความสิ้นหวัง ภาพมุมกว้างที่แสดงให้เห็นถึงสงครามและความเสื่อมโทรม แต่ทั้งหมดก็เพื่อแสดงให้เห็นการหดหายของความเป็นเด็กจากผลพวงของสงคราม

Wojcik-Andrews (2000: 162) เสนอว่า การนำเสนอประเด็นเด็กกับสงครามผ่านหนัง เป็นเครื่องมืออันดีที่จะสอนเด็กให้เข้าใจประวัติศาสตร์แห่งสงครามและผลของสงครามต่อเด็ก Lury (2010: 105) เห็นด้วยว่า เด็กเป็นเหยื่อในสงครามที่ช่วยปลุกอารมณ์ผู้ชมถึงผลกระทบแห่งสงคราม และหลายครั้งยังแสดงให้เห็นการหวนระลึกอดีตของผู้ใหญ่ต่อประเด็นปัญหาสงคราม ส่วน Lebeau (2008) มองว่า หนังเด็กกับสงครามเป็นหนึ่งในพิธีกรรมแห่งการก้าวข้ามผ่าน (rite of passage) ของความเป็นเด็กสู่ความเป็นผู้ใหญ่

สำหรับในที่นี้ อาจมองบทบาทของหนังสงครามในอีกด้านหนึ่ง ก็คือหนังไทยไม่ได้นำเสนอเด็กในฐานะเหยื่อหรือพยานอย่างเดียว แต่กลับนำเสนอการต่อสู้ของเด็กในช่วงสภาวะสงคราม ซึ่งก็อาจเป็นเครื่องมือสำคัญที่ตอกย้ำอุดมการณ์ความกล้าและชาตินิยมให้กับเด็ก หนังกลุ่มนี้ได้แก่ *กัมพูชา* และ *ก้านกล้วย* ดังนี้

ภาพที่ 6: เด็กผู้กล้าใน *กัมพูชา* และ *ก้านกล้วย*



กัมพูชา (2528) เป็นภาพยนตร์ที่เน้นสงครามกับเด็ก กำกับโดยทรงศรีเชื้อ เล่าเรื่องราวของ So Sombak เด็กชายชาวกัมพูชาอายุประมาณ 12 ปี ในช่วงของสงครามระหว่างกัมพูชากับเวียดนาม ชาวบ้านเริ่มอพยพหนีภัยสงครามสู่ประเทศไทย พ่อของ So Sombak ไม่ยอมไป พร้อมสั่งสอนให้เขาจับปืน แต่ก็ได้สั่งเสียว่า หากเกิดอะไรขึ้นกับพ่อ ขอให้เขาพาครอบครัวหนีไปประเทศไทย เมื่อเวียดนามบุกกัมพูชา ทำให้ครอบครัวเขาตายหมด เหลือเขากับน้องคนเล็ก ด้วยเหตุนี้ เขาจึงจำเป็นต้องหนีจากกัมพูชา ระหว่างเดินทางก็พบกับโครงกระดูกมนุษย์จำนวนมาก และได้พบทหารเขมรเด็กที่เรียกว่าเยาวชนกัมพูชา ซึ่งได้ช่วยเหลือน้องที่ป่วย เขาจึงเริ่มตระหนักว่าเขาควรช่วยกัมพูชาด้วย แต่เนื่องจากพ่อสั่งให้น้องไป

เมืองไทย และบังเอิญเจอผู้อพยพเป็นคนบ้านเดียวกัน ก็เลยฝากน้องไปด้วย เมื่อได้ยินว่าทหารกำลังถูกเวียดนามบุกทำลาย จึงตัดสินใจลอบเข้าไปช่วยทหารกัมพูชา ได้สำเร็จ ในฉากสุดท้าย So Sombak ขออนุญาตกลับไปดูน้อง และเมื่อเห็นว่าน้องปลอดภัย เข้าเมืองไทยได้เรียบร้อยแล้ว เขาจึงตัดสินใจเป็นทหารเด็กเพื่อช่วยร่วมรบกู้ชาติกับเพื่อนกัมพูชา ภาพสุดท้ายเขาถือปืนและถือหัวคนพร้อมคำบรรยายว่า “ผมชื่อ So Sombak เชื้อชาติกัมพูชา สัญชาติกัมพูชา น้องคนเล็กชื่อ วันเพ็ญ เดินสู่อ้อมอกสันติภาพ ตอนนี้ภารกิจคือการต่อต้านจากอำนาจผู้รุกราน แม้เสียเลือดเนื้อถึงชีวิต ผมก็ต้องพลี เพราะเป็นชาวกัมพูชา”

ก้านกล้วย (2549) เป็นหนังการ์ตูนเด็ก ที่ตัวละครหลักเป็นช้างชื่อ ก้านกล้วย อายุน่าจะเทียบได้กับเด็ก 7-9 ปี การ์ตูนเรื่องนี้กำกับโดยคมภิญญ์ เข็มกำเนิด หนังการ์ตูนอิงตำนานประวัติศาสตร์คราวกอบกู้กรุงอยุธยา สมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช และเล่าผ่านมุมมองช้างทรงคือ เจ้าพระยาปราบหงสาวดี เล่าเรื่องย้อนหลังไปก่อนจะเป็นช้างทรงคือ ก้านกล้วย ช้างวัยเด็กสีฟ้าที่มีลักษณะดีหลังเหมือนกับใบกล้วย จึงได้ชื่อว่าก้านกล้วย ก้านกล้วยเกิดมาก็ไม่มีพ่อ เพราะพ่อเป็นช้างศึกออกรบ จึงถูกเพื่อน ๆ ล้อ ส่งผลให้เขาพยายามตามหาพ่อ จนพลัดหลงจากโขลงช้างมาเจอ สมเด็จพระนเรศวรฯ ในวัยเด็กช่วยไว้ และได้เจอกับช้างเด็กหญิงสีชมพูชื่อชบาแก้ว ที่พาไปหาควาญช้าง แรกทีเดียวก้านกล้วยก็ไม่พอใจ แต่ควาญช้างกลับช่วยรักษาเขา จนอาการบาดเจ็บหายดี และฝึกฝนจนกลายเป็นช้างหนุ่มใหญ่ที่เก่งและมีพลัง

ก้านกล้วยได้มาคิดตัวเป็นช้างศึกในวัง ระหว่างนั้นเขาได้เจอแม่ที่พลัดหลงกันในวัยเด็ก และได้รู้ว่าพ่อเป็นช้างศึกที่ตายเพื่อช่วยเพื่อนและแผ่นดิน เขาจึงตัดสินใจเป็นทหารรับใช้ชาติและพระมหากษัตริย์ และในที่สุดก็สามารถรบชนะพม่าได้

หนังทั้งสองเรื่องแสดงภาพของเด็กชาย แต่อาจมีจุดต่างคือ กรณีแรกเป็นเด็กชายชาวกัมพูชา ส่วนกรณีหลังเป็น (ช้าง) เด็กชาวไทย แต่มีจุดร่วมก็คือ ทั้งสองต่างอยู่ในสภาพการณ์เดียวกัน คือ ภาวะของสงครามกู้ชาติ และอยู่ในช่วงเวลาในอดีต ไม่ว่าจะเป็นสงครามของกัมพูชากับเวียดนาม และสงครามระหว่างไทยกับพม่า เด็กจึงต้องลุกขึ้นมาร่วมมือกัน ต่อสู้เพื่อชาติ ดังอุดมการณ์ความเป็นชาตินิยม

ด้วยเหตุนี้ เด็กทั้งสองจึงต้องแปรเปลี่ยนจากเด็กที่น่ารักกลายเป็นเด็กที่เข้มแข็ง และกลายเป็นนักรบในที่สุด เด็กจึงไม่ได้เป็นเด็กอีกต่อไป ซึ่งอาจมองได้ว่า นี่คือการแสดงให้เห็นถึงการเติบโตของเด็กจากวัยน่ารักสู่วัยผู้ใหญ่ไม่ต่างไปจากหนังกลุ่มที่ผ่านมา จึงอาจจัดได้ว่าเป็นหนึ่งในหนังกลุ่ม coming-of-age film ได้เช่นกัน แต่จุดที่แตกต่างไปก็คือ หนังกลุ่มนี้ตัวร้ายคือ “ต่างชาติ” ส่วนกรณีหนังที่ผ่านมาตัวร้ายมักจะเป็นครอบครัวและสังคม การทำให้ตัวร้ายเป็นต่างชาตาก็เพื่อการตอกย้ำอุดมการณ์ความรักชาติให้กับเด็ก

ในขณะที่หนังเรื่อง *กัมพูชา* เป็นหนังสงครามโดยตรง มีฉากสู้รบ ภาพความรุนแรงที่เด่นชัด มีเด็กเป็นตัวนำ แต่ในทางตรงข้าม *ก้านกล้วย* เป็นหนังการ์ตูน จึงใช้ภาพการ์ตูน ใช้เพลงประกอบน่ารัก เช่น เพลง *ช้างก้านกล้วย* เพลง *พลังในใจ* สอนให้เด็กอดทนต่อสู้ หนังยังใช้ตัวการ์ตูนสัตว์ตัวเล็กเป็นผู้ช่วย การเน้นมุขตลก เหล่านี้ช่วยทำให้การเป็นหนังสงครามดูอ่อนลง กระนั้นก็ยังปรากฏฉากรบพุ่งในสงครามไทยกับพม่า ซึ่งไม่ต่างกับฉากระเบิดใน *กัมพูชา* นอกจากนั้น หนังทั้งสองเรื่องยังแสดงให้เห็นว่า สงครามล้วนส่งผลต่อครอบครัว ทำให้ครอบครัวต้องพลัดพราก เช่น ก้านกล้วยกับพ่อแม่ รวมถึงการทำให้ครอบครัวต้องสูญสลายใน *กัมพูชา* ด้วยเหตุนี้เด็กๆ จึงจำเป็นต้องลุกขึ้นต่อสู้เพื่อชาติ รวมถึงการจับปืนและฆ่าศัตรู

คำถามที่น่าขบคิดคือ เพราะเหตุใดตัวละครเอกจึงเป็นเด็กชาย และหนังทั้งสองเป็นมุมมองของใคร หากใช้แนวคิดสตรีนิยม คำตอบก็คือหนังเหล่านี้มักเป็นมุมมองของผู้ชายที่เต็มไปด้วยอุดมการณ์ชาตินิยม และที่น่าสนใจคือ เขาเหล่านั้นเล่าเรื่องผ่านความทรงจำในอดีตที่มีต่อสงคราม เหตุนี้เอง เด็กๆ จึงต้องลุกขึ้นมาต่อสู้ เพื่อให้ได้มาซึ่งชัยชนะของชาติ เด็กที่เห็นจึงอาจเป็นเพียงภาพตัวแทนที่ไม่ใช่ของจริง แต่เป็นไปตามความต้องการของอำนาจสังคมแบบชายเป็นใหญ่และชาตินิยมกำหนด

บทสรุป: ภาพรวมของหนังเด็กและครอบครัวของไทย

หากพิจารณาภาพรวมของหนังเด็กกับครอบครัวจากการเล่าเรื่องผ่านภาพของตัวเด็กเอง ตัวร้าย ผู้ช่วย อาวุธ ฉาก มุมมอง โครงเรื่อง ภาษาหนัง และอุดมการณ์ ก็จะพบรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1: แสดงองค์ประกอบการเล่าเรื่องในหนังเด็กและครอบครัวของไทย

เกณฑ์การวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์/ ความหมาย
1. ภาพเด็ก	ภาพของเด็กในหนังปรากฏเป็นภาพอย่างน้อย 4 ภาพคือ 1. เด็กกตัญญู 2. เด็กผู้มีปัญหาในครอบครัว ทั้งปัญหาระดับเล็ก เช่น พ่อไม่รัก จนถึงปัญหาการถูกกระทำทารุณกรรมในบ้าน และเด็ก (ผู้ถูกทำให้) แปลก เช่น เด็กพิการ เด็กทอม เด็กที่พ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว เด็กอาชญา เด็กที่พ่อแม่ปล่อยปละละเลย 3. เด็กที่เป็นเหยื่อ ซึ่งจะมุ่งเน้นการเป็นเหยื่อจากสังคม ทั้งจากความยากจน แรงงานทางเพศ แรงงานเด็ก เด็กเร่ร่อน และปัญหาสถานสงเคราะห์เด็ก 4. เด็กกล้าหาญผนวกกับการอดทน

เกณฑ์การวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์/ ความหมาย
2. ลักษณะเด็ก	1. เด็กจะมีความน่ารักในตอนต้นเรื่อง แต่จะเปลี่ยนแปลงสู่การเติบโตเป็นผู้ใหญ่ จากผู้ถูกกระทำเป็นเหยื่อให้กลายเป็นผู้กระทำ และบางคนก็กลายเป็นผีหรือปีศาจที่ก่อความรุนแรง 2. ทั้งนี้ เหตุผลของการเติบโตก็คือ การผจญภัยกับปัญหาในครอบครัวและสังคม 3. เด็กผู้หญิงมักจะถูกกระทำมากกว่าเด็กผู้ชาย โดยเฉพาะเหยื่อทางเพศ ส่วนเด็กชายมักจะเป็นผู้กระทำความรุนแรง 4. เด็กส่วนใหญ่จะอายุประมาณ 8-12 ปี ซึ่งเป็นวัยที่เริ่มรับรู้ปัญหา และสามารถแก้ไขปัญหาได้แล้ว 5. เด็กส่วนใหญ่เน้นชนชั้นล่าง และมีเด็กชนชั้นกลางปะปนกัน อาศัยทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด มีทั้งเด็กทั่วไป เด็กพิการ เด็กทอม และแม้กระทั่งเด็กชาวเขา
3. ตัวร้าย	1. ครอบครัว โดยเฉพาะพ่อที่กระทำความรุนแรงต่อเด็ก รวมถึงการหย่าร้าง การทอดทิ้งเด็ก การทำทารุณกรรมในครอบครัว ก็ส่งผลกระทบต่อเด็ก 2. สังคม หมายถึงสภาพของสังคมซึ่งส่งผลต่อเด็ก ทั้งความยากจน ความรุนแรงต่อเด็ก เรื่องเพศ แรงงานเด็ก 3. เด็กหรือเพื่อนด้วยกันก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำร้ายเด็ก ดังปรากฏในหนังเรื่อง <i>เอ๋อเธอ</i>
4. ผู้ช่วย	1. ครอบครัว ในขณะที่หัวข้อที่ผ่านมาครอบครัวเป็นผู้กระทำความรุนแรงต่อเด็ก แต่ในเวลาเดียวกัน ครอบครัวก็เป็นสถาบันสนับสนุนเด็กไม่แพ้กัน โดยเฉพาะแม่ รวมถึงในฉากสุดท้ายของเรื่องที่ครอบครัวต่างพากันสนับสนุนเด็ก 2. สถาบันต่างๆ ได้แก่ ครู ตำรวจ นักสังคมสงเคราะห์ และสื่อมวลชนเป็นสถาบันที่ทั้งถูกเรียกร้องให้ดูแลเอาใจใส่เด็ก รวมถึงปรากฏตัวในหนังในฉากจบเพื่อดูแลเด็ก
5. อารูธ	1. ความบริสุทธิ์ ความกตัญญู ความอดทน ความกล้าหาญของเด็กจะกลายเป็นอารูธสำคัญที่ช่วยแก้ไขปัญหาคอรัวและสังคม 2. ปิ่น มืด ไพ ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง <i>กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้เอ๋อเธอ กัมพูชา</i>
6. ฉาก/สถานที่	1. ภายในบ้าน หรือครอบครัว เพื่อแสดงให้เห็นถึงพื้นที่ที่ก่อเกิดปัญหาต่อเด็ก 2. ภายนอกบ้าน นับตั้งแต่โรงเรียน สังคม หรือโลกกว้าง และแม้กระทั่งพื้นที่สงคราม ที่เด็กจะก้าวไปสู่การเรียนรู้และผจญภัย
7. เวลา	ภาพยนตร์โดยส่วนใหญ่เป็นเวลาปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์เด่นของหนังเด็ก มีภาพยนตร์เพียงบางเรื่องที่ย้อนกลับไปสู่อดีต เช่น

เกณฑ์การวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์/ ความหมาย
	เหตุการณ์สงครามกัมพูชาใน <i>กัมพูชา</i> และสงครามไทยกับพม่าใน <i>ก้านกล้วย</i> ซึ่งถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของหนังสงคราม
8. มุมมอง	ฉากเปิดเรื่องมักจะดำเนินเรื่องจากสภาพเหตุการณ์ปกติ การอยู่กับครอบครัวอย่างมีสุข หลังจากนั้นเด็กก็จะเผชิญปัญหาต่างๆ ทั้งครอบครัวและสังคม อันนำไปสู่การแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทั้งด้วยตัวเด็กเองและคนอื่นหรือครอบครัวและสังคมคอยช่วยเหลือ และมักจะจบลงด้วยความสุข ยกเว้นภาพยนตร์เพียง 4 เรื่อง คือ <i>ข้าวเหนียวหมูปิ้ง</i> <i>บุปผาราตรี 3.1</i> และ <i>3.2</i> และ <i>ศพเด็ก 2002</i> ที่ปิดท้ายด้วยความทุกข์
10. ภาษาหนัง	ภาษาหนัง ด้านหนึ่งเป็นหนังเด็ก คือ การเลือกตัวละครเด็กน่ารัก เพลงประกอบภาพยนตร์ ภาพที่สดใส การเน้นการผจญภัยในโลกกว้าง แต่ในอีกด้านหนึ่ง เนื่องจากหนังเด็กกลุ่มนี้ก้าวไปสู่ประเด็นเรื่องครอบครัวและสังคม ทำให้เริ่มโยกย้ายไปสู่แนวหนังดราม่า หนังผี และหนังสงคราม จึงเริ่มมีภาพปัญหา ความโหดร้ายปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ เพื่อกระตุ้นความรู้สึกของผู้ชมและทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากก้าวไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา
11. อุดมการณ์ที่เกี่ยวข้อง	1. เด็ก เริ่มต้นมักจะเป็นภาพเด็กน่ารัก แต่เมื่อประสบปัญหาก็จะพบกับเด็กที่มีปัญหาต่างๆ ต้องต่อสู้เรียนรู้เพื่อให้รอด เด็กจึงมีทั้งเป็นเหยื่อ ผู้กระทำ และการทำตามที่สังคมกำหนด เช่น ต้องกตัญญู อดทน รักชาติ 2. ครอบครัว ภาพยนตร์ส่วนใหญ่มักแสดงให้เห็นถึงครอบครัวคืออุดมการณ์ที่สำคัญที่สุด คอยเป็นผู้แก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับเด็ก เป็นสถาบันสำคัญในการเลี้ยงเด็ก มีเพียงหนังบางเรื่องที่อาจมองในมุมต่างกันไป เช่น <i>บุปผาราตรี 3.1</i> และ <i>3.2</i> และ <i>ศพเด็ก 2002</i> นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นว่า ครอบครัวมีการแปรเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรมสู่อุตสาหกรรมและสังคมสมัยใหม่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเด็กโดยตรง โดยเฉพาะครอบครัวแบบใหม่ที่พบทั้งการหย่าร้าง การเป็นแม่พ่อเลี้ยงเดี่ยว รวมถึงการขยายการนิยามครอบครัวของเด็กที่ไม่ปกติในแบบเดิม เช่น เด็กพิการ เด็กทอม เด็กอาชญา เป็นต้น 3. ความกตัญญู เป็นหัวใจของเด็ก ภาพยนตร์จะเน้นความกตัญญูต่อครอบครัวและบางเรื่องก็ขยายความรู้สึกความกตัญญูต่อชาติและพระมหากษัตริย์ เช่น <i>ก้านกล้วย</i> 4. ความอดทน กล้าหาญ เพื่อชาติ เป็นคุณสมบัติอีกข้อที่เด็กจำเป็นต้องเรียนรู้ หากมีความอดทน กล้าหาญก็สามารถก้าวไปสู่อนาคตที่ดีได้ 5. การต่อต้านสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม ที่ไร้จิตใจต่อเด็ก

จากตารางข้างต้นสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังต่อไปนี้

ภาพของเด็กที่ปรากฏในภาพยนตร์จำแนกเป็น (1) เด็กกตัญญู (2) เด็กที่มีปัญหาในครอบครัว ทั้งปัญหาระดับเล็ก เช่น พ่อไม่รัก จนถึงปัญหาการถูกรังแกทารุณกรรมในบ้าน และเด็ก(ผู้ถูกทำให้)แปลก เช่น เด็กพิการทางสมอง เด็กทอม เด็กที่พ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว เด็กอาชญา เด็กที่พ่อแม่ปล่อยปละละเลย (3) เด็กที่เป็นเหยื่อ ซึ่งมักจะเกี่ยวพันกับสังคม คือ ความยากจน การถูกทารุณกรรมจากสังคม ทั้งการเป็นวัตถุทางเพศ แรงงานเด็ก เด็กเร่ร่อน เป็นต้น และ (4) เด็กกล้าหาญอดทน

ภาพทั้งหมดชี้ให้เห็นว่า เด็กในภาพยนตร์เด็กและครอบครัวมีความหลากหลายทั้งด้านบวก คือ เด็กกตัญญู กล้าหาญ ไปจนถึงด้านลบ คือ เด็กมีปัญหา เด็กเป็นเหยื่อ รวมถึงการเริ่มนำเสนอประเด็นเด็กแปลกใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ได้แก่ เด็กพิการ เด็กทอม เด็กอาชญา เด็กโบลีเลี้ยงเดี่ยว และพ่อแม่ปล่อยปละละเลย เป็นต้น ทั้งนี้การนำเสนอประเด็นเด็กในเชิงลบและเด็ก (ผู้ถูกทำให้) แปลก ก็เพื่อให้สังคมตระหนัก และพยายามจัดระบบให้เด็กเหล่านั้นกลายเป็นเด็กดีที่สังคมต้องการ

หากพิจารณาถึง**ลักษณะของเด็ก** ส่วนใหญ่มักจะเป็นเด็กทุกเพศ เป็นชนชั้นล่างมากกว่าชนชั้นกลาง อาศัยในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด มีทั้งเด็กปกติ เด็กพิการ เด็กทอม และเด็กชาวเขา นั่นก็เท่ากับการแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของเด็กในสังคมไทย และการขยายการนิยามความหมายของเด็ก

เด็กส่วนใหญ่ในภาพยนตร์ มักจะมีอายุประมาณ 8-12 ปี ซึ่งหมายความว่า เป็นวัยที่เริ่มรู้ดีเสีย ทำให้สามารถเผชิญกับปัญหาครอบครัว และเข้ามาแก้ไขด้วยตนเองได้บ้างแล้ว แต่อาจมีบางเรื่องที่อายุอาจน้อยกว่า เช่น วัยหัวขบถลงไปเขาและเธอก็ยังต้องถูกลากให้ก้าวมาสู่ปัญหา โดยมักจะต้องมีผู้ใหญ่คอยช่วยเหลือหรือบางครั้งก็อาจแก้ไขไม่ได้

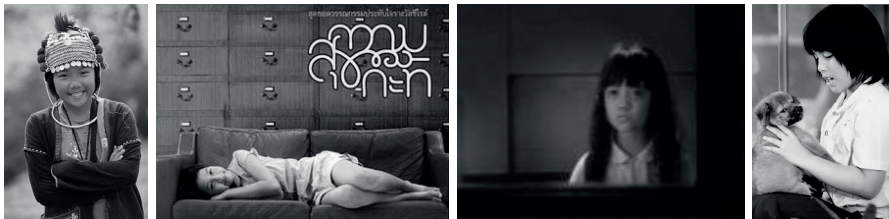
การประสบปัญหาของเด็ก เริ่มต้นจากปัญหาที่ไม่สลบซับซ้อนในสังคม ในทศวรรษที่ 2520 เป็นปัญหาเรื่องความยากจน ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *วัลลี ผีเสื้อและดอกไม้* ปัญหาสงคราม ใน *กัมพูชา* ต่อมาก็เริ่มซับซ้อนขึ้นในทศวรรษที่ 2530 เช่น ปัญหาภายนอกบ้าน คือ เด็กเป็นเหยื่อของสังคม ทั้งเพศ การถูกทารุณกรรม แรงงานเด็ก เด็กเร่ร่อน สถานสงเคราะห์เด็ก ดังปรากฏเด่นชัดในภาพยนตร์เรื่อง *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* รวมถึงการเริ่มหันมาสู่ปัญหาภายในบ้าน ความขัดแย้งของพ่อกับลูก ดังภาพยนตร์เรื่อง *นุกนุก* การหย่าร้าง ใน *รักแรกอุ้ม* ปัญหาเหล่านี้อันแล้วผลิดซ้ำในภาพยนตร์ในยุคหลังด้วย แสดงให้เห็นว่า ปัญหาแบบนี้ไม่ได้น้อยลงไป และในช่วงทศวรรษที่ 2540-2550 ปัญหาเด็กกับครอบครัวก็ยิ่งรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะปัญหาจากความรุนแรงภายในบ้านต่อเด็กหญิง ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง บุปผาราตรี 3.1 และ 3.2 ศพเด็ก 2002*

รวมถึงเริ่มนำเสนอปัญหาภายในบ้านแบบใหม่ๆ ขึ้นมา เช่น แม่เลี้ยงเดี่ยว ลูกถูกปล่อยปละ ในหนังเรื่อง ความสุขของกะทิ และ หมาเดี่ยวหัวเหลี่ยมหัวแหลม

จุดน่าสนใจคือ เด็กหญิงมักจะถูกระงับมากกว่าเด็กชาย บางทีก็ต้องตายหรือจบชีวิตลง ดังปรากฏใน *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* *ข่าวเหี้ยมหมู่บั้ง ศพเด็ก 2002* เด็กหญิงจึงต้องเปลี่ยนเป็นผู้กระทำที่เป็นผีเพื่อล้างแค้น ส่วนเด็กชายมักจะมีพฤติกรรมตรงข้าม คือ เป็นผู้กระทำ และบางครั้งก็กลายเป็นผู้ก่อความรุนแรงหรือปีศาจ ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *กัมพูชา* นั่นก็เท่ากับการตอกย้ำปัญหาของเด็กหญิงที่เป็นเหยื่อในสังคม แต่เด็กหญิงบางคนก็กลายเป็นผีเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาด้วย

เมื่อเทียบกับภาพยนตร์ต่างประเทศกับการนำเสนอภาพเด็กหญิง ก็จะพบภาพเด็กเปลือยหรือกึ่งเปลือยและการถูกผู้ชายจ้องมอง (Wojcik-Andrews, 2000: 151) แต่สำหรับกรณีของภาพยนตร์ไทยกลับไม่ได้นำเสนอภาพดังกล่าวให้เห็นเด่นชัด ด้านหนึ่งอาจเนื่องมาจากกฎหมายการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ในยุคนั้น ซึ่งตรงกันข้ามกับโลกความเป็นจริงที่ปรากฏการณ์โสเภณีเด็กลุลกลามไปทั่ว และนั่นจึงไม่ได้หมายความว่า เด็กหญิงไทยจะแตกต่างไปจากตะวันตก

ภาพที่ 7: ความน่ารักของตัวแสดงหญิงใน *อาชาผู้นำรัก* *ความสุขของกะทิ* *บุปผาราตรี* และ *ข่าวเหี้ยมหมู่บั้ง*



ภาพของเด็กหญิงในหนังไทยยังคงเน้นเด็กหญิงรูปร่างหน้าตาน่ารัก พิจารณาได้จากตัวละครเด็กหญิงทุกเรื่องจะต้องมีคุณสมบัติน่ารัก แม้กระทั่งภาพยนตร์เรื่อง *อาชาผู้นำรัก* ก็ยังเลือกเด็กหญิงชาวไสแทนเด็กหญิงชาวอาชา การเลือกเด็กหญิงน่ารักในภาพยนตร์ก็อาจสื่อความหมายของความปรารถนาทางเพศสำหรับผู้ชายได้เช่นกัน Wojcik-Andrews (2000: 152-153) เรียกปรากฏการณ์เด็กน่ารักที่แฝงนัยยะทางเพศในหนังว่า *perfect erotic child* ซึ่งอาจพิจารณาได้จากการให้ตัวละครเด็กหญิงนุ่งสั้น การใช้มุกล้อระดับต่ำ และการจับจ้องที่เด็กหญิง ดังปรากฏในหนังของดาราเด็กหญิงชื่อก้องโลก *Shirley Temple* นั่นก็อาจหมายความว่า เด็กหญิงก็ยังคงเป็นผู้ถูกระงับและเป็นเหยื่อแบบไม่รู้ตัว หรือหากมองโลกในแง่ดีก็คือเด็กหญิงเป็นจุดเริ่มต้นของการถูกจับจ้องมองก่อนที่จะเติบโตเป็นสาว

หากย้อนกลับไปในงานของ Cosbey (2010) ที่ศึกษาภาพยนตร์ครอบครัวของฮอลลีวูด ก็จะพบว่า ครอบครัวสหรัฐ ในภาพยนตร์มักจะพบกับปัญหาเรื่องเพศ สีมืด ชนชั้น และความรุนแรงทางเพศ สำหรับกรณีไทยจะพบว่า ประเด็นเรื่องสีผิวจะเป็นประเด็นที่ไม่ปรากฏอยู่ ส่วนนี้อาจอธิบายได้จากสภาพของสังคมแตกต่างกัน แต่สำหรับกรณีเรื่องเพศ ชนชั้น และความรุนแรงในบ้าน กลับเป็นประเด็นที่มีความร่วมกันทั้งสองชาติ ซึ่งนั่นอาจแสดงให้เห็นว่า ปัญหาครอบครัวบางส่วนเป็นสากล ส่วนหนึ่งเนื่องจากระบบชายเป็นใหญ่และระบบทุนนิยมที่ครอบงำทั่วโลก

เด็กทั้งหมดในภาพยนตร์ยังมีลักษณะตรงกันคือ มีความน่ารักในตอนต้น แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไปเด็กเหล่านี้มักจะเริ่มแข็งแกร่งมากขึ้น บางคนเปลี่ยนแปลงไปเป็นผี เช่น *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2 ศพเด็ก 2002* บ้างก็หันมาจับปืนและต่อสู้ เช่น *กัมพูชา* และ *ก้านกล้วย* นั่นก็เพราะเด็กเหล่านั้นต้องเผชิญต่อปัญหาครอบครัวและโลก จึงจำเป็นต้องทิ้งความน่ารักไว้เพียงสาออกไปให้เร็ว มิเช่นนั้น ก็ไม่สามารถเผชิญโลกได้โดยไว

ตัวร้ายที่เด็กพบเห็น เริ่มต้นจากภายในครอบครัวไปจนถึงสังคม และแม้กระทั่งประเทศเพื่อนบ้าน ดังปรากฏใน *ก้านกล้วย* และ *กัมพูชา* นอกจากนี้ เรายังเห็นภาพตัวร้ายบางตัว ก็คือเพื่อนในโรงเรียนอีกด้วย ดังปรากฏในหนังเรื่อง *ความสุขของกะทิ วัลลี ปุกปุย บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* ส่วนนี้อาจแสดงให้เห็นว่า ครอบครัวเพื่อนและสังคมกับเด็กไม่ได้สดใสสวยงาม ภาพยนตร์เด็กและครอบครัวจึงเป็นพื้นที่ที่ตอกย้ำให้เห็นปัญหาความขัดแย้งที่เด็กย่อมจะต้องพบเจอในอนาคต

อาวุธที่ปรากฏในหนังพบว่า เด็กส่วนใหญ่จะใช้ความน่ารักเป็นอาวุธในการป้องกันตัว รวมถึงอาวุธที่สังคมยอมรับคือ ความกตัญญู ความอดทน รักชาติ แต่ในบางครั้งภายใต้สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อาวุธนามธรรมดังกล่าวอาจสามารถแก้ไข ปัญหาได้ไม่มากนัก เด็กบางคนจึงต้องพัฒนาอาวุธขึ้นมาใหม่ เช่น ปืน มีด ไฟ เพื่อป้องกันตัว ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *กัมพูชา กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้ เอ่อเธอ* *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* และ *ศพเด็ก 2002*

จากที่ปรากฏคือ ภายในบ้านและภายนอกบ้าน แม้จะเป็นหนังเด็กกับครอบครัว เด็กก็ปรากฏตัวไม่ได้อยู่เฉพาะภายในบ้าน แต่อยู่ภายนอกบ้านด้วย ทั้งโรงเรียน และการเดินทางออกนอกบ้านสู่สังคม ตลอดจนพื้นที่สาธารณะ นั่นก็เพื่อให้เรียนรู้ และแก้ปัญหาชีวิตในอนาคต อีกทั้งยังทำให้เด็กได้ลิ้มรสการผจญภัยและความสนุกสนานจากโลกภายนอก

หนังเกือบทุกเรื่องเน้นเวลาในปัจจุบัน หรือการแสดงให้เห็นเด็กกับปัญหาในปัจจุบัน มีเพียงหนังเรื่อง *กัมพูชา* และ *ก้านกล้วย* ที่ย้อนกลับไปในอดีต แสดงให้เห็นปัญหาของเด็กในช่วงสงครามในอดีตที่ผ่านมา หนังยังเผยให้เห็นว่า หากเด็ก

ก้าวไปช่วย ก็จะสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ นอกจากการสอนประวัติศาสตร์ความทรงจำของชาติแล้ว นี้อาจมองได้ถึงการเรียกร้องเด็กให้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของชาติผ่านสายตาแบบผู้ชาย

ภาพยนตร์ทุกเรื่องมักจะเริ่มต้นด้วยมุมมองการมองโลกผ่านสายตาเด็ก ภาพช่วงแรกๆ จึงเน้นการมองโลกที่สวยงาม การใกล้ชิดกับธรรมชาติ ที่น่าสนใจคือ มักจะมีฉากที่เด็กตั้งข้อสังเกตหรือข้อสงสัยต่อประเด็นต่างๆ แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนไป การมองโลกของเด็กก็เริ่มเปลี่ยนไปสู่การเป็นผู้ใหญ่ แวตตาของเด็ก มุมมอง วิธีคิด เริ่มปรับเป็นการมองโลกแบบผู้ใหญ่ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง หนังสือและครอบครัว มักจะเป็นมุมมองของเด็กที่เริ่มเรียนรู้การเป็นผู้ใหญ่ หรืออาจมองได้ว่า เป็นมุมมองผู้ใหญ่ จุดที่น่าสนใจคือ หากพิจารณาด้วยทัศนคติรีนิยมก็จะพบว่า มุมมองผู้ใหญ่ นั้นค่อนข้างเป็นผู้ชาย ดังจะพบได้จากตัวละครเด็กหญิงที่มักจะน่ารัก สวย ถูกกระทำ รวมถึงการมอบบทบาทให้แม่เป็นผู้ดูแลลูก ส่วนเด็กผู้ชายก็จะเป็นผู้กระทำ

นั่นก็เท่ากับว่า มุมมองของหนังสือเด็กในกลุ่มนี้เป็นมุมมองของผู้ใหญ่มากกว่าเด็ก ด้านหนึ่งแม้จะมีลักษณะเป็นเด็กไร้เดียงสา แต่ก็มีการพัฒนากลายเป็นผู้ใหญ่ที่เข้มแข็ง ประหนึ่งหนังสือเหล่านี้คือการนำเสนอภาพที่ผู้ใหญ่ต้องการให้เด็กเป็น หรืออาจมองอีกมุมหนึ่งก็คือ ภาพที่ผู้ใหญ่ปัจจุบันได้ย้อนกลับไปในวัยเด็กนั่นเอง

โครงเรื่องมักจะเริ่มต้นจากภายในครอบครัวที่มีความสุข ลำดับถัดมาจึงเริ่มเกิดปัญหาในครอบครัว ทำให้เด็กเหล่านั้นก็ต้องแก้ไขปัญหา ทั้งด้วยตัวเด็กเองและคนอื่นเป็นผู้ช่วย เรื่องราวมักจะจบลงด้วยความสุข โดยเฉพาะเด็กเติบโตและอยู่ในครอบครัวที่อบอุ่น มีเพียงหนึ่งไม่กี่เรื่องที่จบลงด้วยความทุกข์ คือ เด็กตาย ได้แก่ *บุปผาราตรี 3.1* และ *ศพเด็ก 2002* และ *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง* นั่นก็คือ การทำทายนิยามเด็กคือความน่ารัก และครอบครัวคือความสุข

หากวิเคราะห์โครงเรื่องและภาพของเด็กเพิ่มเติม จะพบว่า เด็กเป็นสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ไม่ได้หยุดนิ่งในวัยน่ารัก แต่หมายถึงการปรับเปลี่ยนจากวัยเด็กสู่การเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งพร้อมเรียนรู้ต่อการแก้ไขปัญหาทั้งครอบครัวและสังคม

แก่นเรื่องที่พบในหนังสือเด็กและครอบครัว คือ ความกตัญญู ปัญหาของเด็ก ทั้งปัญหภายในบ้าน เช่น พ่อไม่รัก การทารุณกรรม การถูกทิ้ง ฯลฯ และปัญหาภายนอกบ้าน เช่น ความยากจน การถูกทารุณกรรมนอกบ้าน เด็กเร่ร่อน เด็กแปลกที่ไม่เคยปรากฏในอดีต ฯลฯ อีกทั้งการพูดถึงความกล้าหาญอดทนของเด็ก แก่นเรื่องดังกล่าวสร้างให้เกิดตระกูลหนังย่อย 3 ตระกูล

ภาษาหนัง ด้วยการเป็นหนังสือ เอกลักษณะสำคัญคือการเล่าเรื่องแบบง่ายๆ เรียงลำดับเหตุการณ์จากอดีตสู่ปัจจุบัน มีเพียงบางเรื่อง เช่น *บุปผาราตรี 3.1* และ *3.2* และ *ศพเด็ก 2002* ไม่ได้ลำดับเวลานั้นอาจเกิดจากการก้าวข้ามตระกูลหนังเด็ก

อย่างไรก็ดี หากเป็นหนังสือเด็กและครอบครัว ส่วนตอนต้นของเรื่องมักจะเน้น สีสันที่สวยงาม ภาพของเด็กมีความน่ารัก การใช้เพลงประกอบในหนังสือ *ก้านกล้วย* ดังเช่นเพลง *ก้านกล้วย* การสอนให้เด็กๆ อดทนผ่านเพลง เช่น เพลง *อย่ายอมแพ้* ในหนังสือ *เอ๋เอ๋เธอ* การใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ที่แทนความหมาย ดังปรากฏในหนังสือ *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* ที่แทนแม่มดในนิทานแม่เล่าในช่อง และปีศาจตาเดียวกับเฮีย รวมถึงอาจใช้เสียงบรรยายแบบเด็กๆ เพื่อเน้นบรรยากาศ ของความเป็นเด็ก และส่วนที่ขาดไม่ได้คือ การเน้นให้เด็กในเรื่องได้ผจญภัยออกไป ในโลกกว้าง ซึ่งก็ตอบสนองกับความต้องการของเด็ก

แต่เมื่อเด็กเผชิญปัญหา ก็จะพบภาพที่แสดงถึงความมีดม่น รวมถึงการใช้ภาพ สื่อความหมายเด็กในฐานะเหยื่อ ภาพเด็กร้องไห้ ถูกทารุณ หนังสือเรื่องก็แสดง ภาพของเด็กที่เปลี่ยนจากความหมองหม่นไปเป็นผู้ต่อสู้ไม่ยอมแพ้ กรณีหนึ่งดราม่า เช่น *วัลลี ผีเสื้อและดอกไม้* *ความสุขของกะทิ* และหนังสือเรื่องแสดงภาพเด็กให้ กลายเป็นปีศาจผู้กระทำ โหดร้าย ถูกรังแก บั่น ดังเห็นได้ชัดเมื่อเป็นหนังสือ *คือ บุปผาราตรี 3.1 และ 3.2 ศพเด็ก 2002* หนังสือสกราม เรื่อง *ก้านกล้วย* และ *กัมพูชา*

ด้วยการต้องสื่อให้เห็นความทุกข์ การต่อสู้ ภาพยนตร์จึงจำเป็นต้องนำเสนอ ภาพและฉากที่น่ากลัว ซึ่งอาจไม่เหมาะกับเด็ก เช่น ฉากการฆ่าฟัน การทารุณ กรรม แต่หากมองอีกด้าน ภาพดังกล่าวก็ช่วยทำให้เด็กได้เรียนรู้และเข้าใจสภาพ สังคมได้เช่นกัน และการกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมให้ช่วยเหลือเด็ก เพราะมีเช่นนั้น แล้วเด็กก็จะกลายเป็นปัญหาและอนาคตของชาติก็อาจจบสิ้นลง

จากการวิเคราะห์ภาพของเด็ก ลักษณะเด็ก ตัวร้าย อาวุธ ฉาก เวลา มุมมอง โครงเรื่อง แก่นเรื่อง และภาษาหนังสือเด็กและครอบครัว ทั้งหมดจะนำไปสู่ **อุดมการณ์** ที่พบในภาพยนตร์ดังนี้

อุดมการณ์หลักก็คือ **อุดมการณ์เด็ก** เด็กในที่นี้ไม่ใช่หมายถึงความน่ารักอย่าง เดียว แต่เป็นทั้งผู้ถูกกระทำและผู้กระทำ ในด้านแรก การถูกกระทำ เด็กคือผู้ถูก กระทำ ความรุนแรงจากครอบครัวและสังคม หรืออาจมองได้ว่า เด็กคือ เหยื่อ (victims) โดยเฉพาะเด็กผู้หญิงต้องประสบปัญหาเรื่องเพศ ดังปรากฏในภาพยนตร์ เรื่อง *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* *บุปผาราตรี 3.1 และ 3.2*

แต่ในเวลาเดียวกัน ความเป็นเหยื่อก็เป็นภาวะชั่วคราวเช่นกัน เพราะในช่วงหลัง หนังสือเริ่มนำเสนอให้เด็กกลุ่มนี้กลายเป็นผู้กระทำความรุนแรงตอบสนอง หรือที่เรียก ว่า “threat” หรือปีศาจ ดังปรากฏให้เห็นว่า ตัวละครเด็กจะหันมาพาดพิงกับผู้กระทำ ไม่เฉพาะเด็กชายเท่านั้น แต่เด็กหญิงก็กลายเป็นผู้กระทำหรือปีศาจได้เช่นกัน

Clark (2013) ตั้งข้อสังเกตว่า ไม่ว่าจะเป็นภาวะเหยื่อหรือผู้กระทำ ในที่สุด แล้ว ภาพยนตร์ก็ยังแฝงอุดมการณ์ที่ว่า สังคมควรจะหันเข้าไปช่วยดูแลเอาใจใส่เด็ก

กลุ่มนี้ด้วยเช่นกัน ในฉากสุดท้ายบางครั้งก็จะมีตัวละครผู้ใหญ่ช่วยเหลือ เช่น พ่อ แม่ ตำรวจ หรือการตั้งคำถามให้ผู้ชมหันมาช่วยเหลือ

เด็กจึงเป็นสภาวะ หาใช่เป็นสภาพที่หยุดนิ่ง มีการเปลี่ยนแปลง และภาพยนตร์ส่วนใหญ่ก็มักจะมองไปในทิศทางบวกว่า เด็กมักจะเติบโตและเรียนรู้เพื่อกลายเป็นผู้ใหญ่ มีภาพยนตร์เพียงไม่กี่เรื่องที่จบลงด้วยความตายของเด็ก ซึ่งเท่ากับการมองไปในทิศทางตรงกันข้าม

หากพิจารณาจากมุมมองของภาพยนตร์ ที่แม้จะมีลักษณะย้อนแย้ง ที่ในช่วงแรกเป็นมุมมองของเด็กที่อ่อนแอไร้เดียงสา แต่เมื่อเวลาผันผ่านกลับพบว่า เด็กเหล่านั้นกลายเป็นผู้ใหญ่ ทำให้เป็นมุมมองของผู้ใหญ่หรือสังคมที่มองเด็ก เท่ากับการตอกย้ำให้เห็นว่า เด็กที่น่าเสนอเป็นเด็กที่ผู้ใหญ่หรือสังคมต้องการให้เป็นเช่นนั้น

ยิ่งไปกว่านั้น ภาพยนตร์ยังแฝง**อุดมการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเด็ก** คือ เด็กที่ดีต้องกตัญญู อดทน กล้าหาญเพื่อชาติ ซึ่งนั้นก็เท่ากับการตอกย้ำอุดมการณ์ชาตินิยมแก่เด็ก อุดมการณ์ดังกล่าวเป็นอุดมการณ์ที่สังคมและชาติกำหนดขึ้นให้กับเด็ก ทว่าอุดมการณ์เหล่านี้ก็ถูกตั้งคำถามด้วยเช่นกัน ดังที่ปรากฏในข่าวต้นปี 2558 ที่สื่อมวลชนไทยนำเรื่องความกตัญญูของวัลลิมาล้อเลียนในรายการโทรทัศน์และรายการตลก และเกิดการฟ้องร้อง (กิเลน ประลองเชิง, 2558: 3) ทำให้เกิดข้อถกเถียงถึงการกลายเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงเต็มรูปแบบแล้ว ความกตัญญูยังคงเป็นสิ่งสำคัญในสังคมไทยอีกหรือไม่

อุดมการณ์ถัดมาคือ **อุดมการณ์ครอบครัว** ภาพยนตร์เผยให้เห็นว่า ครอบครัวเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างสังคมและสร้างเด็ก แม้จะเป็นสถาบันสำคัญแต่สถาบันนั้นกลับเป็นสถาบันที่เริ่มมีปัญหา ภาพยนตร์ทุกเรื่องจึงนำเสนอปัญหาของครอบครัว เช่น การกระทำทารุณกรรมต่อเด็ก ครอบครัวโบลี้งเดียว การหย่าร้าง ทั้งหมดนั้นมาจากสถาบันครอบครัวเริ่มแปรเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมอุตสาหกรรมและสังคมสมัยใหม่ การแปรเปลี่ยนดังกล่าวก็ส่งผลกระทบต่อเด็กอย่างรุนแรง และหากครอบครัวใดสามารถแก้ไขได้ ฉากจบก็จะเต็มไปด้วยความสุขสมหวัง

สำหรับประเด็นเรื่องครอบครัวสมัยใหม่ ภาพยนตร์เรื่อง *ความสุขของกะทิ* ถือได้ว่าเป็นภาพยนตร์ที่น่าเสนอภาพของครอบครัวแบบใหม่ที่ต่างไปจากตะวันตก งานของ Clark (2013) เผยให้เห็นว่า ในสังคมตะวันตกครอบครัวมีการเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวเดี่ยว (nuclear family) และก้าวไปสู่ครอบครัวแบบใหม่ (new family) เช่น ครอบครัวโบลี้งเดียว ครอบครัวคนพลัดถิ่น เป็นต้น แต่สำหรับกรณีของหนังเรื่องนี้กลับแสดงให้เห็นว่า ครอบครัวโบลี้งเดียวที่แม่ดูแลคนเดียวอาจไม่ใช่คำตอบ และบางทีการย้อนกลับไปสู่ครอบครัวขยายแบบเดิม (extended family) ในสังคมไทย คือ การมีตายาย คอยช่วยดูแล อาจเป็นคำตอบของครอบครัวไทยยุคใหม่

งานของ Clark (2013) ยังเสนอภาพของครอบครัวแบบใหม่ในหลากหลายประเด็น เช่น พ่อแม่ข้ามเพศ ลูกจากหลอดแก้ว ครอบครัวพลัดถิ่น ครอบครัวคนพิการ ทั้งหมดนี้ถือได้ว่าเป็นการปฏิเสธรุดมการณ์ครอบครัวในอุดมคติ (ideal family) ในสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมในตะวันตก และถือเป็นโชคดียิ่งที่หนังไทยในช่วงหลังเห็นตรงกันและนำเสนอภาพครอบครัวที่ไม่เคยมีมาก่อนในอดีต โดยเฉพาะครอบครัวคนพิการและเด็กทอมใน *เอ๋อเธอ* และครอบครัวเด็กชาวเขาใน *อาซั่วผู้นำรัก*

หากวิเคราะห์อุดมการณ์ครอบครัวด้วยแนวทางสตรีนิยมในหนังไทยกลุ่มนี้ ก็พบว่า หนังไทยส่วนใหญ่ก็ยังคงผลิตซ้ำวิถีคิดของสังคมชายเป็นใหญ่ในบ้าน อีกทั้งยังมอบบทบาทหน้าที่ให้สตรีในฐานะแม่คอยดูแลลูก และหากเธอไม่ทำหน้าที่ก็ย่อมส่งผลต่อการล่มสลาย หรือเกิดปัญหาของครอบครัว ตัวละครอีกกลุ่มที่ถูกกระทำในหนังก็คือ เด็กหญิง ที่มักนำเสนอความน่ารัก แต่หากมองในอีกด้านก็พบว่า ความน่ารักก็แฝงด้วยการปรารถนาทางเพศ กลายเป็นวัตถุทางเพศ ถูกแอบจ้องมอง และเป็นเหยื่อ ภาพดังกล่าวไม่ต่างไปจากหนังในสังคมตะวันตก (Wojcik-Andrews, 2000; Lebeau, 2008)

อุดมการณ์สุดท้าย คือ **การวิพากษ์สังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม** ที่สร้างบาดแผลและทำร้ายเด็ก หนังแฝงการวิพากษ์สังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมผ่านชนชั้นของตัวละคร เด็กส่วนใหญ่เป็นชนชั้นล่างและชนชั้นกลางที่ต้องประสบปัญหานานัปการ ภาพยนตร์หลายเรื่อง เช่น *กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้* *เอ๋อเธอ* *ข้าวเหนียวหมูปิ้ง* แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมที่ส่งผลร้ายแก่เด็ก ทั้งการใช้เด็กเป็นแรงงาน การทารุณกรรม โสเภณีเด็ก ความยากจนของเด็ก ปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่ต่างไปจากการศึกษาหนังเด็กในสังคมตะวันตก (Wojcik-Andrews, 2000) การนำเสนอภาพดังกล่าวก็อาจแสดงให้เห็นว่า สังคมไทยกำลังก้าวไปสู่สังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมเต็มตัว และนำไปสู่ปัญหาต่างๆ ที่กระทบต่อเด็ก หากผู้ใหญ่ไม่ระมัดระวังเด็กก็จะก้าวไปสู่ปัญหา เช่น เด็กเร่ร่อน แรงงานเด็ก โสเภณี

กล่าวโดยสรุป จากการวิเคราะห์การเล่าเรื่องผ่านตัวละคร ตัวร้าย อาวุธ ฉากเวลา มุมมอง โครงเรื่อง ภาษาหนัง และอุดมการณ์ พบว่า แม้จะเป็นหนังเด็กกับครอบครัว แต่ก็ยังเป็นภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นโดยผู้ใหญ่ ที่ย้อนการมองสู่วัยเด็กและครอบครัว ภาพยนตร์จึงเท่ากับเป็นเครื่องมืออันดีที่ทำให้เข้าใจชีวิตต่อเด็กและครอบครัว ซึ่งมาจากตัวผู้ใหญ่เอง และดูเหมือนว่ามักจะเป็นผู้ใหญ่ที่เป็นผู้ชาย

เด็กในทัศนะของผู้ใหญ่จึงมีลักษณะที่น่ารักในช่วงแรก โดยเฉพาะหน่าน่ารัก ต่อมาเด็กก็พัฒนาสู่การมีปัญหา และการเป็นเหยื่อ (victims) ทั้งภายในบ้านและนอกบ้าน แต่จุดที่เน้นคือ เหยื่อที่เป็นเด็กหญิง อย่างไรก็ตาม เด็กส่วนใหญ่

ก็สามารถก้าวไปสู่การเป็นผู้กระทำทั้งในลักษณะ active และผู้กระทำความรุนแรง ในลักษณะปัสสาวะ (threat) การกลายเป็นผู้กระทำนี้เองส่งผลทำให้เด็กเรียนรู้และก้าวสู่การเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ ทั้งครอบครัวและสังคม

น่าแปลกที่เป็นหนึ่งเด็กและครอบครัว แต่กลับไม่พบภาพของเด็กและครอบครัวที่มีความสุข นั่นก็เท่ากับว่า ภาพของเด็กกับครอบครัวที่มีสุขอาจไม่มีอยู่จริง เด็กทุกคนและครอบครัวก็ต้องประสบปัญหา หรืออาจมองได้อีกแง่มุมว่า ปัญหาทำให้เด็กเติบโตขึ้น กระนั้นก็ตาม ในฉากสุดท้ายของเรื่องก็มักจะนำไปสู่การคืนกลับของความสุขในครอบครัว ซึ่งอาจมองได้ว่าเป็นภาพฝันของครอบครัวที่สังคมต้องการ และการตอกย้ำอุดมการณ์ครอบครัวที่มีสุข

สิ่งสำคัญคือ สภาพเด็กยังเกี่ยวโยงกับสภาพครอบครัวและสังคมเป็นตัวกำหนด หลักฐานที่เห็นเด่นชัดก็คือ เด็กดีคือเด็กที่กตัญญู เด็กดีคือเด็กที่อดทนและกล้าหาญ สิ่งนี้เป็นนามธรรมที่สังคมต้องการให้เด็กเป็น

หากพิจารณาถึงพลังสร้างสรรค์ของหนึ่งเด็กกลุ่มนี้ เมื่อหนึ่งมุ่งกลุ่มเป้าหมายเด็ก หนึ่งเด็กจึงใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาษาแบบเด็กๆ เช่น การตุ๋น การเล่าเรื่องในจินตนาการ จุดที่สำคัญคือ การนำเสนอการผจญภัยให้กับเด็ก โดยเฉพาะการออกเดินทางไปในนอกบ้านการต่อสู้กับผู้ใหญ่ ซึ่งนั่นก็คือ การทำให้ภาพยนตร์มีความตื่นเต้นสนุกสนานในจินตนาการของเด็กและกลายเป็นหนึ่งเด็กที่แท้จริง แต่ในอีกด้านคือ หนึ่งเด็กกลุ่มนี้เริ่มให้เด็กได้ลิ้มลองรสชาติหนึ่งผู้ใหญ่ ทั้งแง่ของภาพเสียงเนื้อหาที่ดูเหมือนจะมีความรุนแรงมากขึ้น หนึ่งกลุ่มนี้จึงเริ่มเน้นปัญหาของครอบครัวและสังคมเพื่อให้เด็กได้เรียนรู้และเติบโตไปเพื่อกลายเป็นผู้ใหญ่ ความย้อนแย้งของการนำเสนอประเด็นดังกล่าว ตอกย้ำให้เห็นว่า หนึ่งเด็กกลุ่มนี้เป็นหนึ่งเด็กที่ผู้ใหญ่คิด ผู้ใหญ่ทำ และผู้ใหญ่ตระหนักต่อปัญหาของเด็กกับครอบครัว จึงต้องหาแนวทางป้องกันและสร้างสรรค์ให้เด็กและครอบครัวให้ความสนใจปัญหาผ่านหนึ่งเด็ก

ในเวลาเดียวกัน หนึ่งเด็กและครอบครัวก็ยังขยายไปสู่กลุ่มผู้ปกครองที่ชมภาพยนตร์ร่วมกับเด็ก ด้วยเหตุนี้ หนึ่งเด็กกลุ่มนี้จึงเหมาะกับการทำให้ผู้ปกครองเริ่มทบทวนหวาดคิดกับปัญหาครอบครัว และร่วมหันมาแก้ไขปัญหาครอบครัว ซึ่งนั่นก็เท่ากับกำลังตอกย้ำให้เห็นอุดมการณ์ที่เด็กยังคงต้องอยู่ภายใต้การดูแลของครอบครัวและสังคม

ในขณะที่เรามักได้ยินว่าครอบครัวในอุดมคติเป็นครอบครัวขนาดเล็ก (nuclear family) (Clark, 2013) อันประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก และความสุข ว่า หนึ่งเด็กและครอบครัวทั้งหมดนี้กลับไม่ได้นำเสนอภาพครอบครัวดังกล่าวเลย หรือหากมีก็แสดงให้เห็นว่า ครอบครัวแบบนี้กลับมีปัญหาไม่ใช่อุดมคติอย่างที่เราคิด ในระดับพื้นฐานคือการแสดงให้เห็นว่า แม้มีปัญหา ก็ยังสามารถผ่านไปได้ ดังเช่น ปุกปุย

รักแรกอุ้ม กาลครั้งหนึ่งเมื่อเช้านี้ แต่ในระดับปัญหาที่วิกฤติ อุตมการณ์ครอบครัว
ก็ไม่อาจแก้ไขได้ ดังปรากฏใน *บุปผาราตรี* 3.1 และ 3.2 รวมถึง *ศพเด็ก 2002*

สุดท้าย ภาพยนตร์ยังเริ่มนำเสนอภาพของครอบครัวแบบใหม่ ทั้งครอบครัว
หย่าร้าง ครอบครัวเลี้ยงเดี่ยว ครอบครัวของคนพิการ ครอบครัวชาวเขา นั่นก็เท่ากับ
เป็นการท้าทายนิยามครอบครัวแบบเดิมๆ ที่เป็นครอบครัวอุดมคติในสังคมทุนนิยม
อุตสาหกรรม เมื่อเป็นเช่นนี้ในอนาคตนิยามของครอบครัวก็อาจพัฒนาต่อไปได้อีก
เมื่อครอบครัวมีการเปลี่ยนแปลง เช่น กรณีการอุ้มบุญ ดังที่ปรากฏเป็นข่าวโด่งดัง
ในปี 2557 (*ไทยรัฐ*, 2557: 1)

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ (2557), “ทฤษฎีว่าด้วยเนื้อหา/สารและความหมาย”, ใน *ประมวลสาระ
ชุดวิชา ปรัชญาในทศตวรรษและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 7*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

กัจจกร หลุยยะพงศ์ (2544), “ครอบครัวกับความสัมพันธ์ที่ไม่มีวันเปลี่ยน”, ใน *กนกศักดิ์
แก้วเทพ (บก.), สตรีศึกษา 2: ผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ*, กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.

_____. (2556), “จาก ฝีเสื้อและดอกไม้ ถึง Tanah Surga...Katanya: หนังสือไทยและ
อินโดนีเซียความเหมือนที่แตกต่าง”, เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง *พลวัตแนวคิด
ชาตินิยมในอาเซียน: กรณีศึกษาอินโดนีเซียและมาเลเซียจากภาพยนตร์เรื่อง Tanah
Surga...Katanya* เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2556 ณ ห้อง Multimedia ศูนย์มานุษยวิทยา
สิรินธร (องค์การมหาชน).

_____. (2557ก), “ฝีเด็ก เด็กฝี และเด็กเห็นฝี ในหนัง(เด็ก)ไทย”, ใน *วารสารศาสตร์,
ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม)*.

_____. (2557ข), “เด็กและครอบครัวสมัยใหม่ในภาพยนตร์อาเซียน: *Ilo Ilo* และ
ความสุขของกะทิ”, เอกสารประกอบการสัมมนาเทศกาลภาพยนตร์อาเซียนเมื่อเราต้อง
รู้จักกัน เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2557 ณ ห้อง Multimedia ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร
(องค์การมหาชน).

_____. (2557ค), “หลากหลายมุมมองของกัมพูชาในภาพยนตร์กัมพูชาที่หลากหลาย”,
เอกสารประกอบการสัมมนาโครงการบริการทางวิชาการและศึกษานอกพื้นที่เกี่ยวกับ
ประเทศเพื่อนบ้านครั้งที่ 1 ประเทศเพื่อนบ้านในกระแสของการเปลี่ยนแปลง: กัมพูชา
จัดโดยสาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557
ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช จ.นนทบุรี.

กิเลน ประลองเชิง (2558), “อีกวันของวัลลี”, *ไทยรัฐ*, 16 มกราคม.

- ชาญชนะ หอมทรัพย์ (2554), “ความรุนแรงต่อเด็กบนจอเงิน: สนามอารมณ์ของผู้ใหญ่ในสังคมจริง”, *วารสารหนังไทย*, ฉบับที่ 15 (กันยายน).
- พอล ทัฟ (2557), เลี้ยงให้รุ่ง, กรุงเทพฯ: Open World.
- พูนสุข เวชวิฐาน (2557), *ทฤษฎีครอบครัวเบื้องต้น*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริรัตน์ แอดสกุล (2553), *สถาบันครอบครัว: พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลง*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556), *รายงานฉบับสมบูรณ์การสำรวจสถานการณ์เด็กและสตรีในประเทศไทย พ.ศ. 2555*, กรุงเทพฯ : มปท.
- “หนุ่มยุ่นน้ำเชื้ออัมบุญอยู่ของไทย” (2557), *ไทยรัฐ*, 8 สิงหาคม.
- อลิศรา พรหมโชติชัย (2557), “เด็ก รัฐ ประชาสังคม การก่อตัวและความเปลี่ยนแปลงของแนวนโยบายว่าด้วยเด็กในสังคมไทยก่อนการประกาศใช้พระราชบัญญัติเด็ก พ.ศ. 2546”, *รัฐศาสตร์สาร*, ปีที่ 35 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม).
- Clark, R. (2013), *Childhood in Society*, Los Angeles: Sage.
- Corsaro, W. (2015), *The Sociology of Childhood*, Los Angeles: Sage.
- Cosbey, J. (2010), “Reel Families: Family Life in Popular Films”, in Sutherland, J. and Feltey, K. (eds.), *Cinematic Sociology: Social Life in Film*, California: Pine Forge.
- Davies, M. (2010), *Children, Media and Culture*, Berkshire: Open University Press.
- James, A. and James, A. (2012), *Key Concepts in Childhood Studies*, Los Angeles: Sage.
- Kapur, J. (2005), *Conining Capital*, Rutgers: New Brunswick.
- Kramer, P. (2002), “The Best Disney Film Disney Never Made: Children’s Films and the Family Audience in American since the 1960s”, in Neale, S. (ed.), *Genre and Contemporary Hollywood*, London: BFI.
- Lebeau, V. (2008), *Childhood and Cinema*, London: Reaktion.
- Lury, K. (2010), *The Child in Film*, Rutgers: New Brunswick.
- Parke, R. (2013), *Future Families: Diverse Forms, Rich Possibilities*, Malaysia: Wiley Blackwell.
- Wojcik-Andrews, I. (2000), *Children’s Film*, New York: Garland.

นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียน

ญาณิศา บุญประสิทธิ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางการใช้สื่อนาฏศิลป์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่อาเซียนของกระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี และเพื่อศึกษาถึงเหตุผลที่กระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์เลือกใช้สื่อนาฏศิลป์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่อาเซียน ในช่วงเดือนมิถุนายน 2556 ถึง มิถุนายน 2557 โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ อันประกอบด้วยการศึกษาจากเอกสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนหน่วยงานที่มีส่วนในการจัดเตรียมชุดการแสดงในงานที่เลือกมาเป็นกรณีศึกษา อันได้แก่ ตัวแทนจากกระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์ จำนวน 15 คน

ผลการศึกษาพบว่า การใช้นาฏศิลป์เป็นสื่อเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียนนั้น จะต้องผ่านกระบวนการพิจารณาเลือกสรรชุดการแสดงให้มีความหลากหลายและเหมาะสมตามวาระโอกาสของงาน โดยทีมผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านนาฏศิลป์ จากกรณีศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ ทีมผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่ในการพิจารณาเลือกสรรชุดการแสดงคือ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และวิทยาลัยนาฏศิลป์ ซึ่งกลุ่มชุดการแสดงที่ได้รับการเลือกสรรมานั้น จะต้องสามารถถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมความเป็นไทยออกไปได้ อันเป็นการสื่อสารผ่านองค์ประกอบทางการแสดงต่างๆ อาทิ เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์การแสดง ดนตรี และลีลาท่าทางการแสดง โดยในแต่ละชุดการแสดงจะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นของตัวเอง จึงสามารถเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทยในแง่มุมที่ต่างกันออกไป

¹ อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หมายเหตุ บทความนี้ปรับปรุงขึ้นจากงานวิจัยเรื่อง นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียน ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากโครงการวิจัย กองทุนวิจัยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557.

นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้นาฏศิลป์อันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมมาเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์นั้น มีนัยยะที่สามารถสร้างอำนาจการต่อรองในระดับชาติให้เกิดขึ้นได้ อันเป็นการสร้างอำนาจการต่อรองในรูปแบบของความน่าเชื่อถือ โดยนำเสนอจุดยืนที่โดดเด่น ผ่านภาพลักษณ์ของศิลปะการแสดงที่มีความวิจิตรตระการตา องค์ประกอบการแสดงที่มีความประณีต ดังนั้นชุดการแสดงนาฏศิลป์ที่ถูกคัดสรรมาจัดแสดงภายในงาน จะต้องมียุคประกอบในการแสดง อาทิ เครื่องแต่งกาย เสียงดนตรี ที่สามารถสะท้อนถึงความวิจิตรงดงามและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของชาติไทยให้มีความโดดเด่นและน่าภาคภูมิใจ และในขณะเดียวกัน จะต้องมีการผสมผสานชุดการแสดงที่นำเสนอความเป็นพื้นบ้าน เพื่อสร้างบรรยากาศการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีความใกล้เคียงกันระหว่างประเทศสมาชิก อันจะนำมาซึ่งความรู้สึกเป็นกันเองและช่วยสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างชาติให้เกิดขึ้นได้

ผลการศึกษาข้างชี้ให้เห็นได้ว่า บทบาทและความสำคัญของนาฏศิลป์นั้นยังคงอยู่ แม้ว่ากาลเวลาจะล่วงเลยมาสู่ยุคสังคมออนไลน์ ด้วยเอกลักษณ์และคุณสมบัติเฉพาะตัวของสื่อนาฏศิลป์ ที่มีส่วนสำคัญในการเป็นแรงผลักดันที่ช่วยขับเคลื่อนความเป็นชาติให้ยังคงอยู่ในสังคมไทย ประกอบกับประเทศไทยจัดเป็นกลุ่มประเทศที่มีรากเหง้าทางวัฒนธรรม (high context culture) และมีกระบวนการส่งผ่านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น บริบทเหล่านี้ยิ่งส่งผลทำให้คนในสังคมให้คุณค่ากับวัฒนธรรม ประเพณีที่ได้รับการสืบทอดต่อกันมา ซึ่งในกระบวนการส่งผ่านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านชุดการแสดงนาฏศิลป์ที่พบเห็นในงานวิจัยชิ้นนี้นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 เป็นการอนุรักษ์สืบทอดชุดการแสดงแบบดั้งเดิม รูปแบบที่ 2 เป็นการดัดแปลงรูปแบบการเล่นพื้นบ้านและยกระดับให้มีความงดงามมีแบบแผนในการแสดงออก รูปแบบที่ 3 เป็นชุดการแสดงที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ อันแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมประเพณีเป็นสิ่งที่ถูกประดิษฐ์สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ได้เรื่อยๆ หากจะหยุดนิ่งแล้ว ถูกบันทึกสืบทอดต่อกันมาเพียงอย่างเดียว ซึ่งกระบวนการคิดและสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่นี้ทำขึ้นเพื่อให้นาฏศิลป์มีความสร้างสรรค์ แปลกใหม่ และน่าสนใจสำหรับผู้ชมในยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ดังนั้นหากพิจารณานาฏศิลป์ในบทบาทของการเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์แล้ว สามารถนับได้ว่านาฏศิลป์เป็นสื่ออีกหนึ่งประเภทที่สามารถถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมของชาติได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศดังเช่นจากกรณีศึกษา และจากงานวิจัยยังพบว่า นาฏศิลป์เป็นสื่อที่ต้องผ่านกระบวนการออกแบบและสร้างสรรค์ไม่ต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่นๆ กระบวนการสร้างสรรค์และปรับปรุงชุดการแสดง

นาฏศิลป์นี้จัดเป็นกระบวนการออกแบบและปรับปรุงสาร (message design) ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ในขณะที่กระบวนการคัดสรรชุดการแสดงเพื่อนำมาจัดแสดงภายในงานนั้น เป็นการพิจารณาแง่มุมและประเด็นเนื้อหาสาระที่ต้องการจะนำเสนอ กระบวนการเหล่านี้เป็นหนึ่งกระบวนการสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการวางแผนและให้ความสำคัญรวมทั้งการศึกษาทำความเข้าใจในพฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนไป เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนากระบวนการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

Abstract

The research *Thai Traditional Dance: A Media for Promoting and Disseminating Thai Culture in ASEAN Community* aims to study and compare the way in which the Thai Ministry of Culture and Chanthaburi Traditional Dancing College use Thai traditional dance to publicize and distribute Thai culture to ASEAN Community. Moreover, it analyzes the motivation driving the Ministry of Culture and Chanthaburi Traditional Dancing College to choose the traditional dance as a tool to publicize Thai culture during June 2013 to June 2014. This research is based on a qualitative method including a documentary review, an electronic media analysis, and an in-depth interview with experts and representatives from organizations that handle traditional performances. These informants are from the Ministry of Culture and Traditional Dancing College.

Result of the study shows that using Thai traditional dance to publicize and distribute Thai culture among ASEAN Community must have been considered and chosen by experts and professionals depending on variety and appropriateness of the occasion. According to the case study of this research, the expertise team who considered the properness of the performance is Bunditpatanasilpa Institute and Traditional Dancing College. The selected performance must be able to share and expose Thainess through performance features including costume, performance mechanisms, music, and dancing steps and styles. In this matter, each performance has its uniqueness and expresses Thainess in a different way. Additionally, the research found that using Thai traditional dance, which

is the cultural heritage, as a mechanism to advertise also provides a hidden agenda where the country is able to negotiate and exercise its power at the international level. This causes the well-equipped performance that is completely full of acting features including costume and music. The costume and music have to reflect the beauty and distinctiveness of Thai culture as well as encourage the country image. And at the same time, the performance must have also been mixed with the localness in order to create an exchange and learning of way of living and similar culture between member countries within ASEAN. As a result, this will build the sense of closeness and bring a positive relation between nations.

On the other hand, the research further pointed that Thai traditional dance still have an important role from time to time. With its unique identity and qualification, Thai traditional dance is another significant factor driving Thai identity. Since Thailand is a high context culture country and consists of cultural identity transferring process from generations to generations, it makes the people value their culture and tradition. Cultural identity transferring process through the case study of this research can be categorized into three types, that is, an original performance conservation, an applied local performance with more beauty and customization, and a new organized performance identifying that culture and tradition can always be created and shaped. The new idea and culture make Thai traditional dance more creative, new, and interesting to the audiences. Perhaps, Thai traditional dance is another tool that can entirely transfer and publicize national culture, particularly to publicize Thailand as the case study shows. The research also points out that Thai traditional dance has to be designed as well as acts as publicizing tools. The creating and developing process is considered as designing process and developing message to match the target audiences. This process is prominent in which the PR person needs to plan and gives the priority as well as study and understand the behavior and interest of diverse groups of target audience. The understandings will, therefore, benefit communication process improvement to the most effectiveness.

ที่มาและความสำคัญ

ปี 2558 เป็นช่วงเวลาที่ยุโรปประเทศสมาชิกของประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ไทย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไน เวียดนาม ลาว กัมพูชา และ เมียนมา อยู่ระหว่างดำเนินงานเพื่อจัดเตรียมแผนการพัฒนาและเตรียมความพร้อม ให้ทุกภาคส่วนเกิดความรู้ความเข้าใจถึงที่มา วัตถุประสงค์และประโยชน์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นจากแผนการรวมกลุ่มกันของกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน โดยในช่วงของการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะมีการรวมกลุ่มกันอย่างเป็นทางการนี้ นอกจากการเตรียมความพร้อมให้คนในชาติแล้ว ระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกด้วยกันเองก็เริ่มมีการศึกษา หาข้อมูล และทำความรู้จักประเทศสมาชิกอื่นๆ มากขึ้น ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การจัดงานประชุมในระดับกลุ่มผู้นำประเทศเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สถานะทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมร่วมกัน สำหรับประเทศไทยเอง ก็มีการเตรียมความพร้อม โดยหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง น้อมรับนโยบายการเตรียมความพร้อมมาจากรัฐบาล เพื่อนำมาวางแผนและ ปรับใช้นโยบายให้เข้ากับแผนการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งมีบทบาทหน้าที่และระดับการเตรียมความพร้อมที่แตกต่างกันไป

ท่ามกลางกระแสการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างๆ นี้เอง กระทรวงวัฒนธรรมนับได้ว่าเป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักที่รับบทบาทหน้าที่ในการจัดเตรียมความพร้อมให้แก่คนในชาติ และสานสร้างความสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมระหว่างชาติสมาชิก โดยมีแผนการดำเนินงาน ที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมอันหลากหลาย อาทิ การผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมระหว่างชาติสมาชิก เป็นต้น นอกจากนี้ กระทรวง วัฒนธรรมยังทำหน้าที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยให้สมาชิกในกลุ่ม อาเซียนได้รู้จัก อีกทั้งการวางแผนการสื่อสารเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ชาติไทย ไปสู่สากล โดยที่ผ่านมามหาวิทยาลัยวัฒนธรรมได้ร่วมมือกับหน่วยงานภายใต้การกำกับ ดูแล ได้แก่ กรมศิลปากร สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และวิทยาลัยนาฏศิลป์ในเครือ จัดกิจกรรมต่างๆ มากมายเพื่อเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มประเทศ สมาชิกในอาเซียน ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดทำสื่อเฉพาะกิจ การ จัดการแสดงเพื่อร่วมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งจากการตั้งข้อสังเกตพบว่า ท่ามกลางการจัดกิจกรรมอันหลากหลายนี้ นาฏศิลป์จัดเป็นหนึ่งในสื่อหลักที่ถูกนำ มาใช้เพื่อสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมอยู่บ่อยครั้ง ด้วยคุณลักษณะ เฉพาะตัวของสื่อนาฏศิลป์ที่สามารถส่งผ่านข้อมูลและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้ เป็นอย่างดี ผ่านองค์ประกอบทางการแสดง หรือที่เรียกว่า “นาฏยลักษณ์” อาทิ

เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประกอบการแสดง ดนตรี ประกอบกับการใช้ภาษาท่าทางของนาฏศิลป์ ที่ใช้สีหน้าและภาษากาย เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารและถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกไปยังผู้ดูผู้ชม ประกอบกับท่วงทำนองบทเพลงประกอบการแสดงที่แฝงเอกลักษณ์อย่างไทย องค์ประกอบทางการแสดงเหล่านี้เอง ที่เมื่อถูกนำมาถ่ายทอดร่วมกันใน 1 ชุดการแสดงแล้วนั้น นับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ตัวตนความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยการบอกเล่าอธิบายออกมาเป็นคำพูด นาฏศิลป์จึงเป็นสื่อที่สามารถถกกรอบอุปสรรคทางด้านภาษาออกไปได้เป็นอย่างดีเมื่อต้องมีการสื่อสารในระดับนานาชาติ

เอกลักษณ์และความน่าสนใจของนาฏศิลป์ในแง่มุมของการสื่อสารนี้เองที่เป็นจุดเริ่มต้นให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะทำศึกษานาฏศิลป์ในบทบาทของการเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย โดยได้หยิบยกงานอาเซียนสดุดีอัครศิลปิน งานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี ซึ่งจัดโดยกระทรวงวัฒนธรรมและงาน International Music and Dance 2013 ที่จัดขึ้นโดยวิทยาลัยนาฏศิลป์ จันทบุรี มาเป็นกรณีศึกษาถึงแนวทางการพิจารณาคัดเลือกชุดการแสดง ซึ่งแน่นอนว่าทั้ง 3 งานนี้ใช้การแสดงนาฏศิลป์เป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย รวมทั้งเพื่อสร้างบรรยากาศของงานให้ดูน่าสนใจ สนุกสนาน ครื้นเครง โดยแต่ละงานจะมีการเลือกใช้ชุดการแสดงนาฏศิลป์ที่มีความเหมือนและแตกต่างกันไป แต่มีเป้าหมายเดียวกันคือ เพื่อเป็นการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทยให้แก่บุคคลทั่วไปและสมาชิกอาเซียนที่มาร่วมงาน

ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงได้วางวัตถุประสงค์การวิจัยที่จะทำการศึกษาถึงแนวทางในการใช้นาฏศิลป์เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่ประชาคมอาเซียน ของกระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี โดยตั้งข้อสงสัยว่า ทั้งสองหน่วยงานมีแนวทางในการพิจารณาคัดเลือกชุดการแสดงเพื่อการสื่อสารวัฒนธรรมความเป็นไทยออกไปอย่างไร และเพราะเหตุใดจึงเลือกใช้สินาฏศิลป์เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร อีกทั้งเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการพิจารณาคัดเลือกชุดการแสดงของทั้งสองหน่วยงาน อันได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์ ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางในการใช้สินาฏศิลป์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่อาเซียนของกระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี

2. เพื่อศึกษาถึงเหตุผลที่กระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์เลือกใช้สื่อ นาฏศิลป์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่อาเซียน

ขอบเขตการศึกษา

เพื่อให้การหาคำตอบของประเด็นการวิจัยเรื่อง *นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียน* มีความรัดกุม ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย โดยพิจารณาด้านข้อมูลและศึกษากิจกรรม การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยโดยการใช้การแสดงนาฏศิลป์ ในเวทีที่มีการรวมกลุ่มกันของประเทศสมาชิกอาเซียน ณ ประเทศไทย ตั้งแต่ 3 ประเทศ ขึ้นไป ซึ่งจัดขึ้นโดย 2 องค์กร ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม และวิทยาลัยนาฏศิลป์ จันทบุรี ระหว่างเดือนมิถุนายน 2556 ถึงเดือนมิถุนายน 2557

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง *นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทย* ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบและแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

(1) ความหมายและบทบาทของนาฏศิลป์ไทย

ญานิศา บุญประสิทธิ์ (2556) ได้กล่าวถึงความหมายและบทบาทของ นาฏศิลป์ไทยไว้ว่า นาฏศิลป์เป็นศิลปะการแสดงโดยการร่ายรำเป็นรูปแบบของการแสดงที่พบได้ในทุกชาติทุกวัฒนธรรม และมีการสืบสานตกทอดมาตั้งแต่ยุคอดีต จนถึงปัจจุบันศิลปะการแสดงแขนงนี้ยังคงสามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป จากการถูกนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ และมีรูปแบบการแสดงที่มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ การแสดงนาฏศิลป์ไทยตามชนบะเรียบแบบแผนอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรม การแสดงนาฏศิลป์แบบประยุกต์ ที่นำกระแสวัฒนธรรมสมัยใหม่มาปรับให้เข้ากับรูปแบบการแสดงแบบนาฏศิลป์แบบดั้งเดิม เป็นต้น นอกจากนาฏศิลป์จะเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชาติแล้ว ยังมีบทบาทหน้าที่อื่นๆ ซึ่งน่าสนใจและมีความหลากหลายในการนำนาฏศิลป์ไปใช้ ดังที่สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2543) ได้กล่าวไว้ใน *นาฏศิลป์ปริทรรศน์* ว่า บทบาทของนาฏศิลป์ในที่นี้หมายถึง การพิจารณาว่านาฏศิลป์มีส่วนอย่างไรบ้างในชีวิตของมนุษย์ ทั้งที่เป็นกิจกรรมส่วนตัว และส่วนรวม ตั้งแต่อดีตมนุษย์ใช้นาฏศิลป์เป็นส่วนสำคัญของการดำเนินชีวิตทั้งในเวลาปกติและในโอกาสพิเศษอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถแยกลักษณะบทบาทของนาฏศิลป์ได้เป็น 12 ประเภท ได้แก่ บทบาทหน้าที่ในการสื่อสาร การสังสรรค์ การบันเทิงเพื่อคนอื่น พิธีกรรม การออกกำลังกาย การพ่อนรำในพิธีกรรม การเผยแพร่

เอกลักษณ์ การรักษาเอกลักษณ์ของชาติหรือชุมชน การสร้างสรรค์นาฏศิลป์ การศึกษาเครื่องอุปโภคเฉพาะชนชั้น และการบันเทิงเฉพาะตน

ทั้งนี้ แต่ละบทบาทของนาฏศิลป์ข้างต้นดังกล่าว ใช่ว่าต้องเลือกใช้นาฏศิลป์ ด้วยวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจงในบทบาทใดบทบาทหนึ่งเท่านั้น ด้วยบทบาท บางประการของนาฏศิลป์ยังไม่อาจแยกออกจากกันได้โดยเด็ดขาด และจากบทบาท ที่หลากหลายของนาฏศิลป์นี้เอง ที่ส่งผลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ยังคง พิจารณาเลือกใช้ชุดการแสดงนาฏศิลป์เป็นสื่อเพื่อนำเสนอคุณค่าและเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรมไทย ทั้งๆ ที่ปัจจุบันมีช่องทางในการสื่อสารอยู่มากมาย

(2) ความหมายและองค์ประกอบของนาฏยลักษณ์

ในส่วนของความหมายและองค์ประกอบของนาฏยลักษณ์นี้ สุรพล วิรุฬห์-รักษ์ (2543) ได้อธิบายไว้ใน *นาฏยศิลป์ปริทรรศน์* ว่า นาฏยลักษณ์หมายถึง ลักษณะของนาฏยศิลป์สกุลใดสกุลหนึ่งโดยเฉพาะ นาฏยลักษณ์เป็นเครื่องบ่งชี้ รูปแบบ โครงสร้าง เนื้อหา และวิธีการที่ทำให้เห็นความแตกต่างของการแสดงชุด ต่างๆ จึงสามารถแยกแยะและนำเอาลักษณะเฉพาะออกมาให้ปรากฏชัดเจน นาฏย-ลักษณ์ สามารถแบ่งการแสดงออกของนาฏยศิลป์ออกเป็น 4 ส่วนหลักๆ ได้แก่ เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์การแสดง ดนตรี การแสดง โดยแต่ละชุดการแสดงจะมี ลักษณะเฉพาะของนาฏยลักษณ์ที่แตกต่างกันไป ทำให้ง่ายต่อการจดจำ โดยผู้ชม สามารถพิจารณาจากลักษณะเฉพาะของเครื่องแต่งกาย รูปแบบการแสดง วัสดุ สี จากอุปกรณ์การแสดงต่างๆ รวมทั้งท่วงทำนองของดนตรีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ของแต่ละชุดการแสดง องค์ประกอบเหล่านี้เองที่ทำให้ชุดการแสดงของแต่ละชาติ มีความสวยงามโดดเด่นจากเอกลักษณ์เฉพาะตัว หากพิจารณาในแง่ของการสื่อสาร องค์ประกอบเหล่านี้เป็นสื่อที่บ่งบอกถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ที่ถูกถ่ายทอดบอกเล่าเรื่องราวผ่านนาฏยลักษณ์ออกมา

(3) แนวคิดเรื่องการประเพณีประดิษฐ์ (The Invention of Tradition)

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551) ได้อธิบายแนวทางใน การเลือกสรรของ อีริค ฮอบส์บอว์ม (Eric Hobsbawm) ไว้ใน *สายธารแห่งนักคิด ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา* ว่า ชาติเป็นรูปแบบหนึ่งของ ประเพณีประดิษฐ์ (invented tradition) ซึ่งเป็นอุดมการณ์ชุดหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้น และผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอยู่ในสังคมสมัยใหม่ โดยสังคมจะทำการเลือกสรรรูปแบบ วัฒนธรรม ประเพณี วัตถุ หรือพิธีกรรมบางอย่างจากสังคมอดีตมาสื่อสารและ ตีความใหม่ เพื่อเป้าหมายการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน (sense of belonging) เพื่อสร้างความชอบธรรมในอำนาจของชนชั้นปกครองและเพื่อถ่ายทอด อุดมการณ์ทางสังคมร่วมกัน ทั้งนี้โดยปกติแล้ว ความเป็นชาติจะได้รับการประดิษฐ์

ขึ้นโดยปัญญาชนของกลุ่มชนชั้นนำทางวัฒนธรรม (the cultural elite) เพื่อเป็นการควบคุมให้มวลชนเกิดสำนึกคล้อยตามความคิด โลกทัศน์ และอุดมการณ์ของคนกลุ่มนี้ มากกว่าจะเป็นความพยายามย้อนกลับไปค้นหาความหมายที่แท้จริงของประเพณีในแบบดั้งเดิม

กรอบแนวคิดเรื่องประเพณีประดิษฐ์ จะเป็นกรอบในงานวิจัยชิ้นนี้ ให้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาถึงที่มาและแนวคิดในการออกแบบชุดการแสดง รวมทั้งวัตถุประสงค์ที่อยู่เบื้องหลังการนำเอาชุดการแสดงต่างๆ มาใช้เพื่อการนำเสนอวัฒนธรรมไทยให้ปรากฏสู่สายตาประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน

(4) ทฤษฎีประเพณีแห่งการเลือกสรร (Tradition of Selection)

กระบวนการเลือกสรรชุดการแสดงใดๆ ก็ตาม มาใช้เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมต่อหน้าแขกบ้านแขกเมืองนั้น ชุดการแสดงเหล่านั้นจะต้องผ่านกระบวนการเลือกสรรมาแล้วเป็นอย่างดีว่า มีความสวยงามและเหมาะสมที่จะใช้แสดงต่อหน้าผู้ชมทั้งหลาย

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551) ได้อธิบายแนวคิดประเพณีในการเลือกสรรของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) ไว้ว่า ผู้คนในสังคมจะมีกระบวนการจัดระบบและจัดลำดับความสำคัญของวัฒนธรรมทั้งหลายไว้ และเนื่องจากในทุกวันและในชีวิตประจำวันของคนเรา มีวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลา หรือที่เรียกว่า “วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่” (lived culture) แต่ประเพณีในการเลือกสรรนี้เองที่จะทำหน้าที่คัดเลือกให้เฉพาะบางวัฒนธรรมเท่านั้นที่จะคงอยู่และสืบทอดต่อไป กลายเป็น “วัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้” (recorded culture) และที่สำคัญประเพณีในการเลือกสรรนี้มักมีผลประโยชน์บางอย่างแอบแฝงอยู่เบื้องหลังเสมอ เช่น ผลประโยชน์ทางชนชั้น ผลประโยชน์ทางสุนทรีย์ หรือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจการเมือง เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ วิลเลียมส์จึงได้ย้ำว่า ทุกครั้งที่เราวิเคราะห์กระบวนการผลิต/ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural production/reproduction) ที่ได้ผ่านประเพณีในการเลือกสรรมาแล้วนั้น ต้องถามเสมอว่า มีวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ถูกคัดเลือกเพื่อสืบทอดไว้และกระบวนการคัดเลือกล้วนทำอย่างไร และทำไมวัฒนธรรมดังกล่าวจึงได้ผ่านการผลิตซ้ำ

(5) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Public Relations)

วิรัช ลิธวิรัตน์กุล (2526) ได้กล่าวถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศไว้ว่า เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างสรรค์ความเข้าใจร่วมกัน ทั้งภายในประเทศและระดับระหว่างประเทศ โดยในการ

ดำเนินงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศนั้น มีลักษณะขอบข่ายงานที่หลากหลายซึ่งจำเป็นต้องใช้รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบันชาติ (image of nations) ซึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในระดับชาติได้นั้น ราฟ เทนซ์ และลิซ เยโอแมนส์ (Ralph Tench and Liz Yeomans, 2006) ได้อธิบายไว้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบันชาติ เป็นกระบวนการต้องอาศัยระยะเวลาในการปลูกฝังและบ่มเพาะให้เกิดขึ้น โดยอาศัยแผนการประชาสัมพันธ์และเนื้อหาในลักษณะชวนเชื่อและสร้างภาพลักษณ์อันดีให้เกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มนักลงทุน นักท่องเที่ยว รวมทั้งความเชื่อมั่นทางด้านนโยบายภาครัฐ ซึ่งรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศนั้นมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ด้าน ดังรายละเอียดในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1: รูปแบบการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ประเด็น	กิจกรรม การประชาสัมพันธ์ ระหว่างประเทศ	วัตถุประสงค์
ด้านการท่องเที่ยว	Destination Branding สร้างชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว	เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และกระตุ้นการท่องเที่ยว
นโยบายด้านเศรษฐกิจ	สร้างความเชื่อมั่นทางด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ	เพื่อดึงดูดนักลงทุน สร้างโอกาสด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
ด้านวัฒนธรรม	การสานสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรม	ส่งเสริมด้านการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภาษา การศึกษา เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้น
นโยบายด้านการต่างประเทศ	การทูตสาธารณะ	การสร้างความเข้าใจร่วมกันด้านนโยบาย เป้าหมาย
นโยบายด้านการทหาร	โฆษณาชวนเชื่อการบริหารจัดการการรับรู้	ความพยายามในการใช้อำนาจการบีบบังคับ การแสดงให้เห็นถึงพลังในการควบคุมดูแล

ทั้งนี้ หัวใจสำคัญของการสื่อสารระหว่างประเทศ ผู้ดำเนินงานจะต้องมีการเรียนรู้ทำความเข้าใจวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เราจะสื่อสารด้วย และควรจะต้องเป็นในรูปแบบการสื่อสารสองทางเสมอ เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของการสื่อสารภายใต้โครงการนั้นๆ และจากตารางจะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการยอมรับ ดังนั้น นาฏศิลป์ในฐานะที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม จึงนับได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารไม่น้อยไปกว่าสื่ออื่นๆ หากพิจารณาภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่เอกลักษณ์และความงดงามทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นของชาติไทย โดยแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศนี้เอง จะถูกใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์งานวิจัยชิ้นนี้ว่าวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญอย่างไรในการประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยให้กลุ่มเป้าหมายในระดับนานาชาติได้รับรู้

(6) วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

รूपนีย์ สังสทิวงศ์ (2552) ศึกษาเรื่อง *โซน: ศิลปะประจำชาติไทยและสื่อวัฒนธรรมในบริบทสังคมร่วมสมัย* เพื่อศึกษาพัฒนาการของการแสดงโซนในฐานะศิลปะประจำชาติและสื่อวัฒนธรรมไทย ที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาและความเปลี่ยนแปลงในบริบทสังคมร่วมสมัย โดยเป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง หนังสือตำราวิชาการคำบอกเล่า การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ สื่อนวัตกรรม วิดีทัศน์การแสดง และงานศิลปะที่เกี่ยวข้องทุกแขนง ดำเนินการโดยวิธีการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์อย่างเป็นระบบ มีผลการศึกษาที่พบว่าเนื่องจากโซนเป็นการแสดงขั้นสูงของไทย เมื่อสังคมก้าวเข้าสู่การพัฒนาเปลี่ยนแปลงโซนจึงต้องทำหน้าที่ทั้งในฐานะศิลปะประจำชาติและยอมรับการเปลี่ยนแปลงไปพร้อมๆ กับบริบทของสังคมร่วมสมัย และจากการแลกเปลี่ยนและหมุนเวียนของวัฒนธรรมจากบริบทสังคมร่วมสมัย ที่ส่งผลต่อรูปแบบการแสดงที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในด้านของกระบวนการเล่น องค์ประกอบ วัตถุประสงค์ของการจัดการแสดงและโอกาสในการแสดง และสืบเนื่องจากการที่โซนถือเป็นศิลปะทางการแสดงที่มีอิทธิพลต่อศิลปวัฒนธรรมของชาติหลากหลายแขนงด้วยกัน ภาครัฐจึงควรปลูกฝังให้เยาวชนคนไทยทุกคนได้ตระหนักว่าโซนเป็นศิลปะประจำชาติไทยและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีความงดงาม มีบทบาทต่อสังคมไทย และมีคุณค่าอย่างมหาศาล

ธรรมจักร พรหมพวย (2549) ทำวิจัยเรื่อง *การรับรู้เชิงสุนทรีย์และการตีความหมายภาษาท่ารำในนาฏศิลป์ไทย* โดยศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรมและกระบวนการสื่อความหมายของภาษาท่ารำ และวิธีการใช้ภาษาสำหรับการแสดงแต่ละประเภท รวมถึงศึกษาการรับรู้และทำความเข้าใจความหมายของภาษาท่ารำจากกลุ่มผู้ชม ณ โรงละครแห่งชาติ และโรงละครศศิการ์เดนที่

เรียเตอร์ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงเอกสารและการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเลือกใช้มุมมองทางความคิดทั้งจากสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่ออธิบายลักษณะของนาฏศิลป์ไทยและรูปแบบการสื่อสาร รวมทั้งสำรวจปฏิบัติการรับรู้และตีความหมายของกลุ่มผู้ชมประเภทต่างๆ ที่มีต่อภาษาท่ารำเมื่อชมนาฏศิลป์ไทย โดยใช้เครื่องมือการสังเกตการณ์ และจัดทำแบบสำรวจจากกลุ่มผู้ชมที่ชมการแสดง ณ โรงละครแห่งชาติ และโรงละครศศิการต์เดนทีเรียเตอร์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า ภาษาท่ารำมีลักษณะเชิงภาษาที่ถูกกำหนดด้วยไวยากรณ์วัฒนธรรมการชมการแสดงของคนไทยมีลักษณะปราศจากพิธีการ และผู้ชมมุ่งเน้นการได้เห็นทักษะและของผู้แสดงมากกว่าเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ส่วนในกระบวนการสื่อความหมายของนาฏศิลป์ไทยนั้น สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ วิธีถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ปรากฏเป็นกระบวนการถ่ายทอดท่ารำในการเรียนการสอน และวิธีถ่ายทอดในตัวของการแสดงที่มีกระบวนการสื่อสารที่ซับซ้อนกว่า การแสดงนาฏศิลป์นับเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันของผู้สร้างและผู้ชม เพื่อให้เกิดความสุขและความเข้าใจในการชมการแสดง ดังนั้นการชมนาฏศิลป์ไทยจึงต้องมองย้อนลึกไปถึงเบื้องหลังของการสร้างสรรค์ชุดการแสดงนั้นๆ ด้วยเสมอ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง *นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยบนเวทีประชาคมอาเซียน* เป็นการศึกษาถึงแนวทางในการใช้สื่อนาฏศิลป์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี โดยเปรียบเทียบถึงรูปแบบการใช้สื่อนาฏศิลป์ของทั้ง 2 องค์กรว่า มีการใช้นาฏศิลป์เป็นสื่อในรูปแบบที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร และเหตุใดองค์กรดังกล่าวจึงเลือกใช้สื่อนาฏศิลป์ ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) อันประกอบด้วยการศึกษาจากเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) เพื่อให้เข้าถึงรายละเอียดข้อมูลที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ตัวแทนจากกระทรวงวัฒนธรรม วิทยาลัยนาฏศิลป์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดเตรียมชุดการแสดงในงานอาเซียนร่วมใจเกิดไถ้องคราชีนิ งานอาเซียนสดุดีอัครศิลปิน และงาน International Music and Dance 2013 รวมทั้งการศึกษาจากเอกสารตำราทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง *นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียน* ดังที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลการศึกษาด้วยวิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (analytical description) โดยแบ่งการอภิปรายผลออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางในการใช้นาฏศิลป์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่อาเซียนของกระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์

งานวิจัยเรื่อง *นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียน* ได้ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงแนวทางในการใช้นาฏศิลป์เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยที่เป็นไปตามหลักและแนวทางในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ตามที่ราฟ เทนซ์ และลิช เยโอแมนส์ (Tench and Yeomans, 2006) ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศนั้นมีรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ด้านนโยบายทางเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม นโยบายด้านการต่างประเทศ และนโยบายด้านการทหาร เป็นต้น โดยผลจากการเก็บข้อมูลได้ชี้ให้เห็นได้ชัดว่าการหยิบยกประเด็นทางด้านศิลปวัฒนธรรมมาใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น จัดเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ได้รับการยอมรับในการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์ และสร้างจุดยืนที่โดดเด่นไม่เหมือนใครในระดับนานาชาติ ด้วยคุณสมบัติของวัฒนธรรมที่เป็นการนำเสนอผลผลิตความงดงามของศิลปะ ภูมิปัญญาประจำชาติ และกระบวนการในการส่งผ่านสารของสื่อเหล่านี้ เป็นวิธีการที่นุ่มนวลและมีศิลปะ เช่น การถ่ายทอดเอกลักษณ์และความงดงามผ่านงานจิตรกรรม สถาปัตยกรรม อาหาร ดนตรี และการแสดง เป็นต้น ทำให้ผู้รับสารไม่ว่าจะเป็นชนชาติไหน ใช้ภาษาอะไร ในการสื่อสารก็ตาม ก็สามารถเสพยอรรถรสของชิ้นงานได้ผ่านอวัจนภาษาต่างๆ ที่สื่อสารผ่านชิ้นงาน อาทิ การออกแบบ ท่วงทำนองเพลง เครื่องดนตรี สีสน การแต่งกาย ที่นำเสนอออกมา และประการสำคัญ สื่อเหล่านี้เป็นสื่อที่ช่วยสร้างสุนทรียะทางอารมณ์ สร้างบรรยากาศที่ดีให้กับงาน ดังนั้นกิจกรรมการสานสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่อาจเต็มไปด้วยข้อถกแถลงทางการเมือง เศรษฐกิจ การทหาร หากมีการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็น “จิ๊กซอร์” ตัวสำคัญในการสานสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นแล้วนั้น ย่อมสร้างบรรยากาศความเป็นมิตรให้เกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประชาคมอาเซียนที่มีความเชื่อมโยงและความ

คล้ายคลึงกันบางประการทางวัฒนธรรม ที่สามารถรับรู้ได้ผ่านจุดสัมผัส (touch point) ทางวัฒนธรรมต่างๆ และหนึ่งในนั้นคือ ศิลปะการแสดงนาฏศิลป์ หลายประเทศที่เป็นบ้านใกล้เรือนเคียงกับประเทศไทย อย่าง ลาว เมียนมา และกัมพูชา จะเห็นได้ชัดว่ามีศิลปะการแสดงนาฏศิลป์บางชุดที่คล้ายคลึงกับไทย ดังนั้นในกระบวนการเลือกชุดการแสดงเพื่อนำมาใช้จัดแสดงภายในงานสำคัญระดับประเทศนั้น จึงต้องเป็นไปเพื่อการแสดงความเป็นมิตร แสดงถึงสายสัมพันธ์ที่มีต่อกันและวัฒนธรรมที่มีร่วมกัน อันจะช่วยเสริมสร้างความประทับใจและภาพลักษณ์อันดีให้เกิดขึ้นกับชาติ มากกว่าการช่วงชิงพื้นที่ความสนใจและความโดดเด่นจากชาติอื่นๆ

1.1 เกณฑ์และความเหมาะสมในการเลือกชุดการแสดง

ในการพิจารณาเกณฑ์และความเหมาะสมของชุดการแสดงที่นำมาจัดแสดงภายในงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี และงานอาเซียนสุดดีศรีศิลปิน ที่จัดขึ้นโดยกระทรวงวัฒนธรรม และงาน International Music and Dance 2013 จัดขึ้นโดยวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรีนั้น จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีหน้าที่จัดเตรียมชุดการแสดงของทั้งสามงาน พบว่า มีแนวทางในการพิจารณาความเหมาะสมของชุดการแสดงที่คล้ายคลึงกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1.1 เกณฑ์และความเหมาะสมในการเลือกชุดการแสดงของกระทรวงวัฒนธรรม

กิจกรรมพิเศษของกระทรวงวัฒนธรรมที่ผู้วิจัยสนใจนำมาเป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ ประกอบไปด้วย 2 กิจกรรมได้แก่ งานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี และงานอาเซียนสุดดีศรีศิลปิน ทั้งสองงานนี้จัดขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคมและธันวาคม ปี 2556 ตามลำดับ โดยงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินีมีวัตถุประสงค์ในการจัดงานเพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ และงานอาเซียนสุดดีศรีศิลปินมีวัตถุประสงค์ในการจัดงานเพื่อเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ซึ่งกิจกรรมพิเศษทั้งสองงานนี้ได้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในงานมากมาย อาทิ การจัดแสดงนิทรรศการ การแสดงดนตรีและนาฏศิลป์เพื่อเฉลิมฉลองและเทิดทูนพระปรีชาสามารถของทั้งสองพระองค์ โดยที่ทั้งสองงานได้มีการเชิญตัวแทนจากประเทศสมาชิกในอาเซียนมาร่วมกิจกรรมต่างๆ ภายในงานด้วย รวมทั้งได้จัดให้มีการนำเอาชุดการแสดงนาฏศิลป์ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนมาจัดแสดงร่วมกัน เพื่อนำเสนอความงดงามของเครื่องแต่งกาย ภาษา และดนตรี และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมร่วมกัน โดยในการเตรียมความพร้อมในเรื่องชุดการแสดงนาฏศิลป์สำหรับทั้งสองงานนี้ กระทรวงวัฒนธรรมได้มอบหมายให้สำนักความสัมพันธ์

ต่างประเทศ ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแล ทำหน้าที่ในการประสานงานและจัดเตรียมชุดการแสดงสำหรับทั้งสองงาน โดยที่ทางสำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศเองก็ได้อาศัยเครือข่ายหน่วยงานอื่นๆ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน อันได้แก่ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และวิทยาลัยนาฏศิลป์ คอยให้ความช่วยเหลือในการจัดเตรียมชุดการแสดงที่เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ

ในกระบวนการพิจารณาจัดเตรียมชุดการแสดงนาฏศิลป์นั้น เกณฑ์สำคัญอันดับแรกที่ผู้จัดเตรียมคำนึงถึงคือ แก่น (theme) และโจทย์ของงาน ดารุณี ธรรมโพธิ์ดล ผู้อำนวยการกองความสัมพันธ์ต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม ได้ให้ความเห็นถึงเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของชุดการแสดงให้มีความเหมาะสมกับแก่นและสถานที่ในการแสดงไว้ว่า “ขึ้นอยู่กับธีมขึ้นอยู่กับงาน หมายถึงว่า ถ้าเป็นงานที่เป็นงานทางการ สมมติว่าเป็นการประชุมระดับผู้นำ สิ่งที่เราไปนำเสนอมันก็ต้องมีความคลาสสิก มีความเป็นนาฏศิลป์ชั้นสูง” (ดารุณี ธรรมโพธิ์ดล, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2557) ดังนั้น จากทัศนะที่ว่าแก่นและโจทย์ของงานคือหัวใจสำคัญในการจัดเตรียมชุดการแสดง ในงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี และอาเซียนสุดดี้อัครศิลปิน กระทรวงวัฒนธรรมจึงเลือกแก่นว่าด้วยงานเทศกาลเป็นหลัก เพื่อสร้างสีสันและบรรยากาศของงานให้สนุกสนาน สามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายของงานได้ อันได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไปและชาวต่างชาติ รวมทั้งตัวแทนของชาติอาเซียนที่มาร่วมในงาน โดยในการจัดเตรียมชุดการแสดงนี้ กระทรวงวัฒนธรรมมอบหมายให้สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และวิทยาลัยนาฏศิลป์ในเครือ เป็นฝ่ายรับผิดชอบ หลังจากที่ได้รับการมอบหมายบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในครั้งนี้แล้ว สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ก็ได้จัดเตรียมชุดการแสดงโดยพิจารณาความเหมาะสมตามโจทย์ของงานเช่นกัน ดังนั้นชุดการแสดงภายในงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี และอาเซียนสุดดี้อัครศิลปิน จึงแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ (1) ต้องมีกลุ่มชุดการแสดงที่มีความหมายเพื่อเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ (2) กลุ่มชุดการแสดงที่สื่อถึงความเป็นพื้นบ้าน เพื่อสร้างบรรยากาศความสนุกสนานภายในงาน และเพื่อสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มประเทศสมาชิก ดังนั้นจากการเก็บข้อมูลจึงสามารถสรุปได้ว่า แก่น โจทย์ และวาระโอกาสของงานเป็นเกณฑ์หลักที่นำมาใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกชุดการแสดงให้มีความเหมาะสมกับงาน โดยจะพิจารณาพร้อมกับบรรยากาศและกลุ่มเป้าหมายที่จะมาร่วมงานเป็นสำคัญ

1.1.2 เกณฑ์และความเหมาะสมในการเลือกชุดการแสดงของวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี

สำหรับการจัดชุดการแสดงภายในงาน International Music and Dance 2013 ผู้วิจัยพบว่า มีรายละเอียดในการจัดเตรียมชุดที่คล้ายคลึงกับงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินีและงานอาเซียนสตูดิโอครีเอทีฟ ซึ่งงาน International Music and Dance 2013 ที่จัดขึ้นโดยวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรีนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้นักเรียน/นักศึกษาสามารถพัฒนาศักยภาพด้านการแสดงออกทางด้านศิลปวัฒนธรรม และสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวิชาการและวิชาชีพ ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน และที่สำคัญ เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ ในกระบวนการจัดเตรียมชุดการแสดงสำหรับงาน International Music and Dance 2013 นั้น จะเน้นไปที่การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศไทย และชาติสมาชิกที่มาร่วมงานเป็นหลัก โดยมีนาฏศิลป์เป็นสื่อกลาง ทางวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี ได้จัดเตรียมชุดการแสดงนาฏศิลป์สำหรับใช้จัดแสดงภายในงานนี้ เป็นจำนวน 3 ชุด ได้แก่ การแสดงชุดเกรวีวิถีไทย กินรีร่อนออกชดชชาติรี และการแสดงโซนตอน “ยกรบ”

เกณฑ์ที่ถูกนำมาใช้เพื่อการพิจารณาคัดเลือกชุดการแสดงภายในงาน International Music and Dance 2013 คือ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทางวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรีมีความตั้งใจว่า ตัวแทนจากชาติสมาชิกประชาคมอาเซียนที่มาร่วมงานจะต้องสามารถเข้าถึงอรรถรสของการแสดงได้ แม้จะเป็นชาวต่างชาติต่างภาษาก็ตาม จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์สมเกียรติ ภูมิภักดิ์ รองผู้อำนวยการ วิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี ผู้ซึ่งเป็นหัวหน้าโครงการนี้ ได้ให้ความเห็นถึงแนวทางการคัดเลือกและจัดเตรียมชุดการแสดงภายในงานไว้ว่า “ตอนยกรบเป็นตอนหนึ่งที่ไม่มีความเจ๋ง เป็นบทที่ตีบทเป็นท่ารำ เป็นศิลปะการแสดงถึงลีลาและศิลปะการต่อสู้ และก็โชว์เรื่องเครื่องประดับเครื่องแต่งกาย โชว์เรื่องของกระบวนท่ารบต่างๆ” (สมเกียรติ ภูมิภักดิ์, สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2557) ดังนั้นด้วยลีลาการแสดงที่สามารถสื่อสารได้ด้วยท่าทางการแสดงออกของนักแสดงนั้น ทำให้การแสดงชุดนี้ชาวต่างชาติสามารถดูได้ โดยไม่ต้องตีความแปลภาษา นอกจากการแสดงโซนแล้ว ยังมีการแสดงอีก 2 ชุด ได้แก่ (1) การแสดงชุดเกรวีวิถีไทย เป็นชุดการแสดงที่ผู้จัดต้องการสร้างความรู้สึกสนุกสนาน และสร้างจุดร่วมทางวัฒนธรรมให้แก่ผู้ชมผ่านกลองอันเป็นองค์ประกอบหลักในการแสดง ดังคำสัมภาษณ์ว่า “ถามว่าแต่ละประเทศเขามีกลอง ฉะนั้นเวลาเขามานั่งดูเขาก็จะรู้สึกว่าการกลองนี้เหมือนบ้านเรา” (สมเกียรติ ภูมิภักดิ์, สัมภาษณ์,

3 พฤษภาคม 2557) และ (2) การแสดงกวีรื้อนอกชัตชาติรี ซึ่งได้รับเลือกให้จัดแสดงในงานครั้งนี้ด้วยเพื่อให้เห็นชาติสมาชิกเห็นถึงความหลากหลายและจินตนาการในการสร้างสรรค์ชุดการแสดงของคนไทย

1.2 การสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดง

สำหรับการสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดงนาฏศิลป์นั้น จากการเก็บข้อมูลพบว่า ในแต่ละชุดการแสดงนาฏศิลป์จะมีองค์ประกอบของชุดการแสดงที่สามารถนำเสนอวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทยออกไปได้ในลักษณะที่แตกต่างกัน อันเป็นการถ่ายทอดผ่านอากัปกิริยาท่ารำนองนักแสดงชุดเครื่องแต่งกาย ดนตรี และอุปกรณ์ประกอบการแสดง ซึ่งสามารถสรุปเป็นผลการศึกษาในประเด็นการสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดงได้ดังต่อไปนี้

1.2.1 การสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดงของกระทรวงวัฒนธรรม

การสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดงของกระทรวงวัฒนธรรมนั้น ประกอบด้วยเนื้อหาที่แฝงอยู่ในรูปแบบการแสดงที่หลากหลายซึ่งมีกระบวนการคัดเลือกและพิจารณาชุดการแสดงให้มีความเหมาะสมกับโจทย์และแก่นของงาน โดยมีสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และวิทยาลัยนาฏศิลป์ในเครือเป็นผู้ทำหน้าที่ในการพิจารณาคัดเลือกและจัดเตรียมชุดการแสดงที่เหมาะสม โดยภายในงานอาเซียนสตุติอัครศิลป์ และงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องคราชินีนั้น ได้มีการพิจารณาเลือกใช้ชุดการแสดงที่มีความหลากหลายเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ความเป็นไทยในแง่มุมที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากทุกชุดการแสดงสามารถสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยออกมาได้ในแง่มุมที่แตกต่างกันออกไป ดังตัวอย่างชุดการแสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2: แสดงการสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดงของกระทรวงวัฒนธรรม

งานอาเซียนร่วมใจเกิดไถ่องค์กราชน (จัดโดยกระทรวงวัฒนธรรม)	
ตัวอย่างชุดการแสดง	การสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดง
1. ชุดการแสดงไทยพระราชานิยม  ที่มา: http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=rouenrarai&month=06-12-2012&group=20&gblog=17	สื่อสารถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของไทย ว่าในยุคสมัยรัตนโกสินทร์ตอนปลาย เครื่องแต่งกายของสตรีไทยมีรายละเอียด พัฒนาการ และความงดงามอย่างไรบ้าง ในส่วนของท่ารำชุดการแสดงชุดไทยพระราชานิยมนี้ ก็ได้นำเสนอลีลา ท่าทางการเคลื่อนไหว อันอ่อนช้อยงดงาม อันเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่ไม่มีชาติใดเหมือน
2. ชุดการแสดงระบำปัทมชาติ  ที่มา: http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=angthong-college&group=1	นัยสำคัญของการแสดงชุดนี้อยู่ที่ดอกบัวหลวง เป็นตัวแทนที่สื่อถึงความดีงาม และมีการใช้จำนวนผู้แสดงที่เป็นจำนวนเลขมงคล 9 คน อันสื่อถึงองค์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถว่าทรงเป็นองค์พระราชนิโนรัชกาลที่ 9
3. ชุดระบำเกรวีไทย  ที่มา: ซีดีบันทึกการแสดงภายในงานอาเซียนร่วมใจเกิดไถ่องค์กราชน	สื่อสารให้เห็นถึงอีกแง่มุมของวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของประชาชนชาวไทย ได้เห็นลักษณะนิสัย ที่มีความสุขสนุกสนานรื่นเริง ผ่านการแสดงโดยมีกลองเป็นอุปกรณ์หลักในการแสดง นอกจากนี้ ยังเป็นการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์กลอง อันเป็นสินค้า OTOP ของอำเภอปากโมก จังหวัดอ่างทองไปในคราวเดียวกัน

งานอาเซียนสตูดิโอศิลปนิพนธ์ (จัดโดยกระทรวงวัฒนธรรม)	
ตัวอย่างชุดการแสดง	การสื่อสารวัฒนธรรม และความเป็นไทยผ่านชุดการแสดง
1. การแสดงชุดสักการะเทวราช  ที่มา: ภาพถ่ายโดยชาญชัย สอิ่งทอง	การสื่อสารของการแสดงชุดนี้เน้นนำเสนอความสวยงามของชุด รวมทั้งดนตรีที่ไพเราะและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อันเป็นการผสมผสานดนตรีแบบสมัยใหม่เข้าไป เพื่อสร้างความไพเราะและแสดงถึงความยิ่งใหญ่ และมีกลิ่นอายของความเป็นราชสำนักในยุคสมัยอยุธยา
2. ระบายแขกแดงเกี้ยววาทะ  ที่มา: http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=rouenrrai&month=02-2013&date=16&group=20&gblog=26	การแสดงชุดนี้มุ่งนำเสนอวัฒนธรรมพื้นบ้านทางภาคใต้ของไทย ผ่านชุดการแต่งกายได้ออกแบบขึ้นใหม่ โดยยึดลักษณะการแต่งกายของบุรุษและสตรีไทยมุสลิมภาคใต้ และท่วงท่าของดนตรีพื้นเมืองภาคใต้ที่ใช้ประกอบการแสดงลิเกป่า
3. ฟ้อนขันดอก  ที่มา: http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=rouenrrai&month=11-2011&date=29&group=16&gblog=17	การแสดงชุดนี้ต้องการนำเสนอวัฒนธรรมพื้นบ้านทางภาคเหนือของไทย โดยเป็นการนำเสนอผ่านเครื่องแต่งกายที่สวยงามและดนตรีอย่างชาวเหนือ รวมทั้งการใช้เนื้อเพลงเกี่ยวกับการสรรเสริญคุณพระรัตนตรัย สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมความเชื่อของคนไทย

นอกจากการแสดงที่ได้ยกตัวอย่างมาบางส่วนแล้ว ภายในงานอาเซียนสตูดิโอครีเอทีฟยังมีนักแสดงที่ชาติอื่นๆ จัดเตรียมมาร่วมแสดงด้วย ท่ามกลางการแสดงที่มาจากหลากหลายชาติและวัฒนธรรมนั้น ประเทศไทยนับว่ามีเอกลักษณ์ในการแสดงออกถึงความเป็นไทยที่ไม่เหมือนใคร ทั้งนี้ พหุลักษณ์กนิษฐบุตร หัวหน้าภาควิชานาฏศิลป์ศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ หนึ่งในทีมผู้จัดเตรียมชุดการแสดงภายในงานอาเซียนสตูดิโอครีเอทีฟ ได้ให้ความเห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุดการแสดงของไทยไว้ว่า ความเป็นอาเซียนของแต่ละชาติจะมีความสุนทรีย์ที่คล้ายๆ กัน แต่สำหรับประเทศไทยเรามีการสื่อสารวัฒนธรรมความเป็นไทยผ่านองค์ประกอบของชุดการแสดงทั้งสิ้น 3 จุดด้วยกัน ได้แก่ การสื่อสารผ่านเครื่องแต่งกาย ท่ารำ และการยืม ซึ่งการยืมเป็นการถ่ายทอดความอ่อนแอใจของนักแสดงที่ต้องสื่อสารผ่านออกมาทั้งรอยยิ้มและสายตา ให้คนดูสัมผัสได้ถึงรอยยิ้มและความอ่อนแอใจที่ได้แสดง ดังคำสัมภาษณ์ว่า “คือของชาวต่างชาติเขาจะเรียกว่า ภาษาตาเข้ามามีส่วนร่วม แต่ของไทย ยืมแล้วตาต้องยิ้มด้วย อย่างบางคนยิ้มแล้วตาไม่ยิ้ม มันมีความรู้สึกถ้ายิ้มแล้วมันเหมือนใจสู้ใจ มันยิ้มด้วยความอ่อนแอใจที่ฉันได้แสดง ยิ้มด้วยความชื่นใจที่ฉันได้เรียนทางสายนี้โดยไม่ได้มีการบังคับ” (พหุลักษณ์ กนิษฐบุตร, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2557) และในส่วนของท่านรำ สิ่งหนึ่งที่ชาติไทยทำได้และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวคือการจีบ หัวหน้าภาควิชานาฏศิลป์ได้กล่าวเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นว่า อย่างประเทศจีนจะมีการใช้ 2 นิ้วในการพ้อนรำ ส่วนลาวและกัมพูชามีการจีบเช่นเดียวกับเรา แต่ลักษณะการจีบจะไม่อ่อนแอใจอย่างของไทย อันสืบเนื่องมาจากการณีของชาติไทย นักแสดงถูกฝึกสอนมาตั้งแต่ยังเป็นเด็ก จึงทำให้มีเอกลักษณ์คือความอ่อนแอใจมากกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน (พหุลักษณ์ กนิษฐบุตร, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2557)

จากข้อมูลทั้งหมดจะเห็นว่า นาฏศิลป์ไทยเป็นสื่อที่มีช่องทางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทยออกไปได้ทั้งที่เป็นวันภาษาและอวัจนภาษา อาทิ การสื่อสารผ่านดนตรี ท่าทางการรำรำ การแต่งกาย โดยองค์ประกอบในการแสดงเหล่านี้เน้นย้ำบทบาทความสำคัญของนาฏศิลป์ในฐานะที่เป็นมรดกของชาติ และเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารถ่ายทอดภาพลักษณ์และวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

1.2.2 การสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดงวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี

ในงาน International Music and Dance 2013 ที่จัดขึ้นโดยวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี มีชุดการแสดงหลักๆ 3 ชุดด้วยกัน ได้แก่ การแสดงชุดเกร์

วิถีไทย การแสดงชุดกินรีร่อนออกซัดชาติรี และการแสดงโขน ตอน “ยกรบ” โดยแต่ละชุดการแสดงมีการสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยในแง่มุมที่แตกต่างกันไปดังนี้

ตารางที่ 3: ตารางแสดงการสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดงของวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี

งาน International Music and Dance 2013 (จัดโดยวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี)	
ตัวอย่างชุดการแสดง	การสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยผ่านชุดการแสดง
1. การแสดงโขน ตอน “ยกรบ”  ที่มา: http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=rouenrarai&month=07-2011&date=12&group=14&gblog=9	การแสดงโขน ตอน “ยกรบ” นั้นเป็นการแสดงให้เห็นถึงนาฏยกรรมชั้นสูงของคนไทย รายละเอียดของเครื่องแต่งกายที่มีความงดงามจากและลีลาการรำรำที่สง่าผ่าเผย
2. การแสดงชุดเกรวีวิถีไทย  ที่มา: http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=rouenrarai&month=01-2010&date=26&group=6&gblog=18	นำเสนอลักษณะนิสัย ความสนุกสนานของคนไทย รวมทั้งสะท้อนถึงวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนไทย รวมทั้งยังแสดงถึงวิถีชีวิตร่วมที่คล้ายคลึงกันระหว่างชนชาติต่างๆ ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนว่า มีกลองเป็นส่วนหนึ่งในสังคมเช่นเดียวกัน

งาน International Music and Dance 2013 (จัดโดยวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี)	
ตัวอย่างชุดการแสดง	การสื่อสารวัฒนธรรม และความเป็นไทยผ่านชุดการแสดง
3. การแสดงชุดกัณรีร่อนออกซัดชาตรี  ที่มา: https://sites.google.com/site/intichajiran-opakorn/rupphaph-mnorah	การแสดงชุดกัณรีร่อนออกซัดชาตรีนี้ เป็นการดัดแปลงเรื่องราวในบางส่วนจากวรรณกรรมออกมานำเสนอ อันเป็นการนำเสนอจินตนาการและความเชื่อของคนไทย อีกทั้งถ่ายทอดผ่านความพร้อมเพรียง ความแข็งแรงของท่ารำ

จากการแสดงทั้งสามชุดข้างต้นที่ได้รับการคัดเลือกมาจัดแสดงเพื่อสื่อสารวัฒนธรรมและความเป็นไทยของวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี จะเห็นว่าทางวิทยาลัยฯ ต้องการที่จะนำเสนอให้เห็นถึงรูปแบบการแสดงที่หลากหลายให้ตัวแทนจากประเทศสมาชิกอาเซียนได้รับรู้ ตีแต่นาฏยกรรมชั้นสูงของไทยอย่างโขน และได้เห็นการแสดงที่นำเสนอวิถีชีวิตลักษณะนิสัยของคนไทย อย่างระบำเกรวีไทย และได้เห็นถึงจินตนาการความงดงามในการออกแบบประดิษฐ์การแสดงที่มาจากวรรณกรรมอย่างกัณรีร่อนออกซัดชาตรี

ส่วนที่ 2 ศึกษาถึงเหตุผลที่กระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์เลือกใช้สื่อ นาฏศิลป์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่อาเซียน

จากศึกษาพบว่า บทบาทของนาฏศิลป์ได้ขยายบริบทจากการเป็นเพียงการละเล่น หรือเครื่องอุปโภคเฉพาะชนชั้น มาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารในระดับประเทศ อันสอดคล้องกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ที่สรุปโดยราฟ เทนซ์ และลิซ เยอแมนส์ (Tench and Yeomans, 2006) ว่า การสานสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรมจัดเป็นหนึ่งในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นการส่งเสริมด้านการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภาษาศาสตร์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้น เมื่อพิจารณานาฏศิลป์ในฐานะที่เป็นสื่อแล้วจะพบว่า นาฏศิลป์เป็นสื่อที่มีเอกลักษณ์และสามารถบรรจุเอกลักษณ์

และตัวตนทางวัฒนธรรมไว้ได้อย่างยอดเยี่ยม ไม่ว่าจะเป็นดนตรี ท่าทาง อากัปกริยา การแสดงออก ชุดเครื่องแต่งกาย ที่ร้อยเรียงในหนึ่งชุดการแสดง เพื่อนำเสนอถึงสุนทรียะและศิลปะการแสดงออกที่ถ่ายทอดตัวตนความเป็นชาติทางวัฒนธรรมได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ที่อาจมีข้อจำกัดในการนำเสนอ การออกแบบเนื้อหาสาระ การสร้างอรรถรส และการสร้างสรรค์ตัวสื่อให้มีมิติในการนำเสนอที่ครบถ้วนได้เช่น นานาศิลป์ จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านนาฏศิลป์นั้น สามารถรวบรวมผลการศึกษาในประเด็นของเหตุผลที่กระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์เลือกใช้สื่อนาฏศิลป์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่อาเซียนได้ดังต่อไปนี้

2.1 บทบาทหน้าที่ของนาฏศิลป์ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทย

ฉันทนา สันธนากร เอี่ยมสกุล อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของนาฏศิลป์ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไว้ว่า “นาฏศิลป์คือตัวแทนของความเป็นไทย ความเป็นเอกลักษณ์ของไทยจะต้องมีนาฏศิลป์ประจำชาติ ของแต่ละชาตินาฏศิลป์มีบทบาทสำคัญมากๆ ในการที่จะแสดงตัวตนของเราให้ชาวโลกได้รู้ว่าเราคือใคร” (ฉันทนา สันธนากร เอี่ยมสกุล, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2557) และฉันทนายังได้เน้นย้ำเพิ่มเติมว่า นาฏศิลป์เป็นการสื่อสารผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของการแสดง อาทิ การแต่งกาย ดนตรี “อย่างการแต่งกายก็ต้องเป็นการแต่งแบบไทย เพลงก็ต้องเป็นวงเครื่องหน้า วงปี่พาทย์ซึ่งแสดงออกถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน” (ฉันทนา สันธนากร เอี่ยมสกุล, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2557) ในด้านของตัวแทนศิลปินแห่งชาติ อย่างรัตนา พวงประยงค์ ได้ให้ความเห็นว่านาฏศิลป์เป็นตัวกลางในการเผยแพร่และถ่ายทอดวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น จากครูสู่ลูกศิษย์ อันเป็นการถ่ายทอดความมีประณีตศิลป์ของการแสดงออก อาทิ การแสดงอารมณ์ต่างๆ ที่นำเสนอผ่านท่ารำ เป็นต้น อีกทั้งนาฏศิลป์ยังเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงรากเหง้า และมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษได้สั่งสมมา ซึ่งนาฏศิลป์มีรูปแบบการแสดงออกที่มีความหลากหลาย (รัตนา พวงประยงค์, สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2557) ในขณะที่ ศุภชัย จันทรสวรรค์ คณบดีคณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้แลกเปลี่ยนมุมมองในประเด็นนี้ว่า ตัวนาฏศิลป์เองจัดเป็นสื่ออยู่แล้ว และเป็นสื่อที่มีรูปแบบของการแสดงศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย ตัวอย่างเช่น โขน เป็นนาฏศิลป์ที่เป็นแบบดั้งเดิม นำเสนอจารีตแบบราชสำนัก ส่วนการแสดงที่เป็นพื้นบ้านจะเป็นตัวที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น วิถีชีวิต ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมและประเพณี (ศุภชัย จันทรสวรรค์, สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2557)

ดังนั้น หากพิจารณานาฏศิลป์ในบทบาทการเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่า นาฏศิลป์ถูกใช้เป็นเครื่องมือส่งผ่านวัฒนธรรมมารุ่นสู่รุ่น ซึ่งได้มีการพัฒนามาจากการส่งผ่านในระดับชุมชนมาสู่การส่งผ่านในระดับประเทศ จากงานกิจกรรมพิเศษทั้งสามงานของกระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์ ที่ผู้วิจัยได้เลือกมาเป็นกรณีศึกษานั้น พบว่า ในแต่ละงานจะมีการพิจารณาคัดเลือก กลุ่มชุดการแสดงในหนึ่งงานให้มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถนำเสนอ วัฒนธรรมไทยได้ในหลายๆ แง่มุม อันเป็นการผสมผสานทั้งรูปแบบการแสดงแบบ ดั้งเดิม ที่สามารถสะท้อนถึงความวิจิตร ความงดงาม และความประณีตของไทย รวมทั้งรูปแบบการแสดงที่ถ่ายทอดความเป็นพื้นบ้าน เพื่อสร้างบรรยากาศความ สนุกสนานให้กับผู้ร่วมงานและสร้างความเป็นกันเองให้แก่กลุ่มตัวแทนจากประเทศ สมาชิกอาเซียนว่า เรามีความคล้ายคลึงกันทางวัฒนธรรม โดยทั้ง 3 งาน ถึงแม้ว่า จะเป็นการจัดงานโดยหน่วยงานที่ต่างกัน แต่ก็มีแง่มุมในการประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมไทยที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถสรุปออกมาเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 4: สรุปประเด็นในเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทยผ่านตัวอย่างชุด การแสดง

ประเด็น ในการประชาสัมพันธ์	ชุดการแสดง	กิจกรรมพิเศษ
- นำเสนอท่วงท่า ลีลาอ่อนช้อยอัน เป็นเอกลักษณ์ของคนไทย - แสดงให้เห็นถึงชุดเครื่องแต่งกาย แบบไทยที่เป็นเอกลักษณ์ - มีเนื้อหาการเกิดทูน และยกย่อง สถาบันพระมหากษัตริย์	- ชุดไทยพระราชนิยม - ชุดการแสดงระบำ บัทมชาติ - การแสดงชุดสักการะ เทวราช	- งานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้ องค์ราชัน - งานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้ องค์ราชินี
- นำเสนอวิถีชีวิตของคนไทย - นำเสนอลักษณะนิสัยที่รัก ความสนุกสนานของคนไทย - สร้างความเป็นมิตร ผ่านความคล้ายคลึงทาง วัฒนธรรมกับกลุ่มประเทศ สมาชิกอื่นๆ	- ระบำเกรวีวิถีไทย	- งานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้ องค์ราชัน - งาน International Music and Dance 2013

ประเด็น ในการประชาสัมพันธ์	ชุดการแสดง	กิจกรรมพิเศษ
- นำเสนอวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม - สะท้อนถึงความวิจิตร งดงาม - แบบราชสำนักของไทย - นำเสนอความเป็นนาฏย-กรรมชั้นสูงทางการแสดง	- โขน ตอน "ยกรบ"	- งาน International Music and Dance 2013

จากข้อมูลในตารางพบว่า ประเด็นในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านชุดการแสดงตัวอย่างนั้น มีเนื้อหาและประเด็นในการถ่ายทอดที่หลากหลาย ซึ่งผลการศึกษาพบว่าในหนึ่งงานกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการจัดงานโดยวิทยาลัยนาฏศิลป์หรือกระทรวงวัฒนธรรม กลุ่มชุดการแสดงนาฏศิลป์ที่ได้รับการคัดเลือกมานั้น จะต้องสามารถนำเสนอทั้งความสนุกสนาน รูปแบบวิถีชีวิต วัฒนธรรมความเป็นพื้นบ้าน ไปจนถึงรูปแบบนาฏศิลป์ที่ได้รับการขัดเกลาจากราชสำนักอย่างโขน ด้วยลักษณะของการนำเสนอตัวตนผ่านจุดสัมผัสทางการแสดง (touch point) อาทิ บทเพลง ชุดการแสดง ลีลาการ แสดงเช่นนี้ จัดเป็นลักษณะของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ซึ่งนับได้ว่าเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน ที่ประเทศต้องเร่งสานสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์อันดีให้เกิดขึ้นในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน

ในขณะเดียวกัน จากผลการศึกษาในส่วนของตัวอย่างชุดการแสดงนี้ ยังเป็นการเน้นย้ำให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของนาฏศิลป์ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทย ด้วยลักษณะของสื่อนาฏศิลป์ที่ควรรวมคุณลักษณะของการเป็นสื่ออวัจนภาษาและวัจนภาษา สามารถสื่อสารกลั่นกรองทางวัฒนธรรมได้ผ่านท่วงทำนองเพลง อากัปกริยาผู้แสดง ชุดเครื่องแต่งกาย สิ่งเหล่านี้สามารถส่งผ่านสารได้โดยไม่มีกรอบอุปสรรคในเรื่องของความแตกต่างทางด้านภาษา ทำให้นาฏศิลป์มีคุณสมบัติของความเป็นสากลที่ทุกชนชาติสามารถซึมซับได้ถึง ความงดงาม และเอกลักษณ์ของชาติที่นำเสนอ อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่ดีในการสร้างความ เป็นมิตรผ่านรอยยิ้ม ลีลาความสนุกสนานในชุดการแสดง จึงสามารถสะท้อนให้ เห็นได้ว่า นาฏศิลป์มีคุณสมบัติเหมาะสมในการเป็นช่องทางในการเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมของชาติ และควรได้รับการพัฒนาสืบทอด โดยหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องเพื่อการรักษาทำนุบำรุงให้นาฏศิลป์ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และคุณค่าที่ สืบทอดมาแต่อดีต

2.2 นาฏศิลป์ในบทบาทของวัฒนธรรมชาติ (National Culture)

ฉันทนา สันธนากร เอี่ยมสกุล อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้ความเห็นในเรื่องบทบาทของนาฏศิลป์ที่เป็นวัฒนธรรมชาติ (Nation Culture) ไว้ว่า นาฏศิลป์จัดได้ว่าเป็นตัวแทนของความเป็นคนไทย ความเป็นเอกลักษณ์ของไทยจะต้องมีนาฏศิลป์ประจำชาติ ในการแสดงตัวตนของเราให้ชาวโลกรู้ว่าเราคือใคร ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านเอกลักษณ์ของนาฏศิลป์ไทย ไม่ว่าจะเป็นโขน หรือนาฏศิลป์แนวประยุกต์สร้างสรรค์ในปัจจุบัน (ฉันทนา สันธนากร เอี่ยมสกุล, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2557) ส่วนรจนา พวงประยงค์ ตัวแทนศิลปินแห่งชาติและหนึ่งในผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ อธิบายเพิ่มเติมถึงบทบาทและความสำคัญของนาฏศิลป์ในประเด็นนี้ไว้ว่า ชาติไหนที่ไม่มีศิลปวัฒนธรรมชาตินั้นย่อมล่มจม เพราะมันไม่มีการแสดงออกเลยว่าอดีตเป็นมาอย่างไร เทือกเถาเหล่ากอเป็นมาอย่างไร (รจนา พวงประยงค์, สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2557)

ที่สำคัญ นาฏศิลป์ถือเป็นศูนย์รวมของศิลปะหลายแขนง (ศุภชัย จันทร-สุวรรณ, สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2557) อาทิ ดุริยางคศิลป์ คีตศิลป์ วิจิตรศิลป์ ทัศนศิลป์ ที่แสดงตัวตนของแต่ละชาติ ตัวอย่างเช่น เรื่องวิจิตรศิลป์ เรื่องเครื่องแต่งกาย กระบวนท่ารำ แสดงอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ความเป็นชาติได้อย่างชัดเจน ท่วงทำนองเพลงก็มีความแตกต่างกัน แต่ละประเทศจะมีเอกลักษณ์ในการแสดงออกที่แตกต่างกัน อันเป็นการนำเสนอตัวตนความเป็นชาติที่แตกต่างกันไป

ด้วยปัจจัยเหล่านี้ ทำให้การแสดงนาฏศิลป์ถูกใช้เป็นหนึ่งในเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และตัวตนให้กับชาติ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะการณ์ที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มประเทศสมาชิกในอาเซียนเช่นนี้ ทุกชาติย่อมต้องเร่งฟื้นฟู รวมทั้งผลิตและประดิษฐ์ผลงานทางวัฒนธรรมมานำเสนอกัน เพื่อสร้างพันธมิตรและสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันมากขึ้น รวมทั้งการสร้างโอกาสในการแปรผันวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้ประเทศสมาชิกได้มาท่องเที่ยวศึกษาวัฒนธรรมของกันและกัน อันเป็นอรรถประโยชน์ของวัฒนธรรมอีกประการหนึ่ง ที่จะมีส่วนช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับประเทศ

ในประเด็นเรื่องรายละเอียดความแตกต่างในการแสดงนาฏศิลป์ระหว่างไทยกับชาติสมาชิกอาเซียนอื่นๆ นั้น ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลในส่วนของเอกลักษณ์และความแตกต่างในการแสดงออกของชาติอาเซียนต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับไทยมาได้ดังต่อไปนี้ ยุทธนา วงศ์ชาลี นักแสดงในงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี ได้ให้ความเห็นว่า ระหว่างนาฏศิลป์ไทยกับนาฏศิลป์ของชาติอื่นๆ นับว่ามีความแตกต่างกัน อาทิ การใช้มือจีบ มือตั้งวง การก้าวเท้า (ยุทธนา วงศ์ชาลี, สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2557) ในส่วนของจังหวัดดนตรี จิรพัทธ์ พานพุด ตัวแทนนักแสดง

ในงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี กล่าวว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละชาติ รวมทั้งจังหวัดจะโคนในการแสดงที่แตกต่างกัน (จิรพัทธ์ พานพุด, สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2557) ในขณะที่ทรัพย์สกลิต สุกใส ตัวแทนนักแสดงในงานอาเซียนสดุดีอัครศิลปิน กล่าวถึงอารมณ์ความรู้สึกในการแสดงออกของแต่ละชาติว่า มีความแตกต่างกัน อย่างก็มพูชาต้องการสื่อถึงความนิ่ง ความสงบ ความสวยงามของร่างกายที่ถูกจำกัดกรอบ (ทรัพย์สกลิต สุกใส, สัมภาษณ์, 7 มิถุนายน 2557) ส่วน อรยา เพ็ชรเมณี ตัวแทนนักแสดงในงาน International Music and Dance 2013 ได้เล่าถึงประสบการณ์ในการร่วมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศไต้หวันว่า การแสดงของไทยจะเน้นความอ่อนช้อย สวยงาม ในขณะที่การแสดงของประเทศไต้หวันจะเน้นความเปล็ดเปล็นของผู้ชม ลักษณะการแสดงออกจึงเน้นที่ความสดใสของการแสดง มีการกระโดดบ้าง (อรยา เพ็ชรเมณี, สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2557) ในขณะที่ชฎาภา รัตนภรณ์ ตัวแทนนักแสดงอีกคนในงาน International Music and Dance 2013 ได้แลกเปลี่ยนความเห็นในการสัมภาษณ์ว่า การแสดงของประเทศตุรกีจะเน้นความพร้อมเพรียง จังหวัดการแสดงที่กระชับตามดนตรี (ชฎาภา รัตนภรณ์, สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2557)

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมาทั้งหมดนี้ แสดงให้เห็นว่า นาฏศิลป์เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดวัฒนธรรมความเป็นไทย โดยเป็นการสื่อสารผ่านองค์ประกอบทางการแสดงต่างๆ อาทิ ท่ารำ ชูต และอุปกรณ์ประกอบการแสดงดนตรี ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้สามารถถ่ายทอดความงดงามและเอกลักษณ์ของชาติออกมาได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นาฏศิลป์ยังคงเป็นสื่อที่ถูกหยิบมาใช้เพื่อสื่อสารวัฒนธรรมและตัวตนของแต่ละชาติได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย

สุจิตต์ วงษ์เทศ (2532) กล่าวว่า บรรดาการละเล่นไม่ว่าจะเป็นร้องรำทำเพลง หรือดนตรีนาฏศิลป์ ล้วนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ซึ่งนักปราชญ์ราชบัณฑิตและวิชาการมักจำแนกเป็นประเพณีที่แตกต่างกัน 2 ระดับได้แก่ ประเพณีราษฎร์ (little tradition) อันเป็นของชนชั้นต่ำ ได้แก่ ไฟว์ฟ้าเข้าไทและทาส ซึ่งจะมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามท้องถิ่นต่างๆ ที่มีสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน มีศูนย์กลางอยู่ที่วัด ชุมชน หรือหมู่บ้าน และประเพณีหลวง (great tradition) ซึ่งเป็นของชนชั้นสูง ได้แก่ เจ้านายเชื้อพระวงศ์และขุนนาง มีศูนย์กลางอยู่ที่วัง หรือในเมือง เมื่อนำมาวิเคราะห์เทียบเคียงกับกรณีศึกษาแล้ว จึงอาจกล่าวได้ว่า นาฏศิลป์ที่ถูกนำมาใช้ในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของไทยในปัจจุบันนั้น โดยส่วนใหญ่จัดเป็นประเพณีหลวง ที่มีหน่วยงานภาครัฐภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงวัฒนธรรม

อย่างสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์และวิทยาลัยนาฏศิลป์ เป็นผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดสร้างสรรค์ และคัดเลือกชุดการแสดงที่มีความเหมาะสม มานำเสนอทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งมีหน้าที่ขัดเกลาให้นาฏศิลป์มีความประณีตวิจิตรและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการเลือกสรรและบันทึกสืบทอด (recorded culture) มายังปัจจุบัน เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน

จากแนวคิดทฤษฎีประเพณีแห่งการเลือกสรร ที่ได้แสดงให้เห็นถึงกระบวนการบันทึกและถ่ายทอดทางวัฒนธรรม ที่ประเพณีและวัฒนธรรมบางอย่างได้รับการบันทึกและสืบทอดมาสู่คนรุ่นหลังนั้น สามารถนำมาเปรียบเทียบได้กับบทบาทหน้าที่ของกระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์ในปัจจุบัน ที่มีภาระหน้าที่ในการทำนุบำรุงและสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมไปสู่คนรุ่นหลัง และจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ในงานวิจัยชิ้นนี้ สะท้อนให้เห็นว่า หลักประเพณีในการเลือกสรรที่มีรอบความคิดเรื่องชาตินิยมแบบไทยกำกับไว้นั้น ส่งผลอย่างน้อย 2 ด้าน ต่อกระบวนการคัดกรองเลือกสรร อันได้แก่ (1) ทำให้เกิดการเลือกเฉพาะศิลปะชั้นสูงอย่างนาฏศิลป์ มาสื่อสารวัฒนธรรมความเป็นไทย เพราะสื่อดังกล่าวมีพลัง (authority) มากพอที่จะปะทะกับศิลปะของชาติอื่นๆ ที่อยู่ในภูมิภาคอาเซียนด้วยกัน และ (2) แม้จะมีการเลือกศิลปะชาวบ้านมาใช้ในการแสดง แต่ก็ต้องมีการแปลงสารให้ศิลปะดังกล่าวกลายสภาพเป็นศิลปะชั้นสูงก่อนการนำเสนอเพื่อสื่อสารความเป็นไทยออกไป

จากกรณีศึกษาที่ผู้วิจัยได้ยกมานั้น จะเห็นได้ว่า กระบวนการบันทึกและถ่ายทอดทางวัฒนธรรมผ่านชุดการแสดงนาฏศิลป์ของหน่วยงานทั้งสองมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ 3 รูปแบบดังต่อไปนี้

รูปแบบที่ 1 เป็นการอนุรักษ์สืบทอด ชุดการแสดงแบบดั้งเดิม ที่นำเสนอรูปแบบการแสดงชั้นสูง มีความวิจิตรงดงามแบบราชสำนัก อาทิ โขน

รูปแบบที่ 2 เป็นการดัดแปลงรูปแบบการละเล่นพื้นบ้าน โดยมีกระบวนการเลือกสรรชุดการแสดงพื้นบ้านที่ได้รับความนิยม มีเอกลักษณ์ และนำมาดัดแปลงและยกระดับให้มีความงดงาม และมีแบบแผนในการแสดงออกในลักษณะเดียวกับวัฒนธรรมชั้นสูง อาทิ การแสดงโนรา เป็นต้น

รูปแบบที่ 3 เป็นชุดการแสดงที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ ซึ่งในกระบวนการสร้างสรรค์ชุดการแสดงขึ้นมาใหม่นี้ ต้องผ่านกระบวนการออกแบบและตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยองค์ประกอบในการแสดงต้องสามารถถ่ายทอดความงดงาม และเอกลักษณ์ความเป็นไทยได้ ชุดที่ประดิษฐ์ขึ้นต้องมีความวิจิตรท่าทางการร่ายรำต้องอ่อนช้อยตามแบบฉบับนาฏศิลป์ไทย เป็นต้น

กระบวนการบันทึกและถ่ายทอดทางวัฒนธรรมทั้งสามรูปแบบที่ผู้วิจัยสรุปมานั้น สอดคล้องกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศแบบควบคุมรูปแบบ

การดำเนินงาน (centralisation) คือมีความพยายามในการนำเสนอความวิจิตร
งดงามของวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นการควบคุมการดำเนินงานโดยหน่วยงานภาครัฐ
ที่แปรผันบทบาทหน้าที่มาจากในอดีตที่เป็นราชสำนัก โดยเป็นการทำงานภายใต้
กรอบบทบาทหน้าที่ตนเองรับผิดชอบ จากกรณีศึกษาพบว่า ถึงแม้ด้วยรูปแบบของ
งานและชุดการแสดงของงานที่ยกมาเป็นกรณีศึกษาจะอยู่ภายใต้แก่นของความเป็น
พื้นบ้าน เพื่อสร้างบรรยากาศความสนุกสนานภายในงาน แต่ก็มีข้อสังเกตคือแก่น
ความเป็นพื้นบ้านที่กระทรวงวัฒนธรรมและวิทยาลัยนาฏศิลป์กำหนดขึ้นนั้น
เป็นบรรยากาศพื้นบ้านที่ล้นผ่านมาประดิษฐ์ให้มีความวิจิตรบรรจง ให้มีความ
งดงาม มีเอกลักษณ์ และไม่ธรรมดา ความพยายามในการประดิษฐ์ชุดการแสดง
นาฏศิลป์ให้มีความวิจิตรบรรจงนั้น นอกจากเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่วัฒนธรรม
ไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในสายตาของชาติสมาชิก และสร้างภาพลักษณ์อันดีให้กับชาติ
ไทยแล้ว ยังมีนัยยะอื่นๆ ที่แฝงอยู่ด้วย นั่นคือเป็นการแสดงถึงอำนาจ ความภาค
ภูมิใจ โดยมีวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือ ยิ่งชุดการแสดงสะท้อนถึงความวิจิตรตระการ
ตา มีความหรูหราไม่ธรรมดาเท่าใด ยิ่งเป็นการสร้างความภาคภูมิใจและอำนาจ
ที่มองไม่เห็นนี้ให้เกิดขึ้น อำนาจที่ว่าเป็นอำนาจในการสร้างจุดยืน (positioning)
ที่ดีท่ามกลางชาติสมาชิกอื่นๆ และเป็นการสร้างอำนาจในการต่อรองอยู่ในที่

นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มชุดการแสดงที่สะท้อนความเป็นพื้นบ้านและวิถีชีวิต ที่ถูก
หยิบมาใช้เป็นเครื่องมือในการสานความสัมพันธ์ระหว่างชาติภายในงานด้วยเช่น
เดียวกัน กลุ่มชุดการแสดงที่ถ่ายทอดความเป็นพื้นบ้าน และความหลากหลายทาง
วัฒนธรรม เป็นความพยายามในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิถีชีวิตความเป็น
อยู่ของคนในชาติให้ชาติกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนได้รับรู้ เป็นการสร้างเวทีเพื่อ
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ว่าแต่ละชาติว่า มีความเหมือนและต่างกันในการใดบ้าง
ในประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันจะนำมาซึ่งความรู้สึกร่วมกันเองและความใกล้ชิด
ชิด นับได้ว่าเป็นลักษณะของการใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มีความเหมาะสม
กับสถานการณ์การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศสมาชิก

ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีทางเลือกในการใช้สื่อที่หลากหลาย อันเนื่องมาจากความ
ก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้นักประชาสัมพันธ์สามารถวางแผนใช้ช่องทางการ
สื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ วิชยู
โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ เป็นต้น แต่ทว่าการศึกษาเลือกใช้นั้น
จำเป็นต้องคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อด้วย โดยที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำการ
คัดเลือกสื่อและสารให้มีความเหมาะสมกัน และในผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า
นาฏศิลป์เป็นหนึ่งในประเภทสื่อที่มีความเหมาะสมสำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์
วัฒนธรรมไทย ในบรรยากาศของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสานสร้างความสัมพันธ์

อันติระหว่างชาติสมาชิกอาเซียนเช่นนี้ ในส่วนของเนื้อหา (content) หรือชุดการ
แสดงที่เลือกมานั้น ก็จะต้องสามารถสื่อสารเนื้อหาและประเด็นอะไรบางอย่างออก
ไปได้ จึงเป็นที่มาของกระบวนการเลือกสรรเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ได้รับการ
บันทึกไว้ จากกรณีศึกษาผู้ที่รับบทบาทหน้าที่ในการเลือกสรรนี้คือ สถาบันบัณฑิต
พัฒนศิลป์และวิทยาลัยนาฏศิลป์ จะทำการคัดเลือกชุดการแสดงที่สามารถสื่อความ
หมาย และสะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเชื่อ ความศรัทธา และภาพลักษณ์อัน
ดีงามของชาติไทยแก่สายตาของสมาชิกในอาเซียนที่มาร่วมงาน กระบวนการนี้เป็น
หนึ่งในกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่นักประชาสัมพันธ์จำต้องมี
วัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อนำมาใช้ต่อยอดวางแผนกิจกรรมการสื่อสาร
รวมทั้งออกแบบเนื้อหาและวิธีการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

1. เพื่อให้เนื้อหาในงานวิจัยมีความลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษาถึงเนื้อหา
และความหมายของการแสดงแต่ละชุดที่ใช้ เพื่อให้ทราบถึงเนื้อหาที่
ประเทศไทยต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนว่า มีเนื้อหา
และภาพลักษณ์ที่ต้องการนำเสนออย่างไร
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับชาติที่มีการใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญ
ในการประชาสัมพันธ์ และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ อาทิ ประเทศเกาหลี
เพื่อให้เห็นถึงแนวทางการวางแผนการทำงาน เพื่อจะได้นำมาใช้เป็น
แนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของชาติไทย

อย่างไรก็ดี เนื่องจากข้อจำกัดหลายๆ ประการของงานวิจัยชิ้นนี้ จึงทำให้ยังไม่
เห็นถึงแนวทางในการใช้สื่อนาฏศิลป์ที่ชัดเจนมากเท่าใดนัก แต่ผู้วิจัยเชื่อว่า
งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับผู้สนใจจะศึกษาการใช้สื่อนาฏศิลป์เพื่อการ
ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศ ได้นำไปต่อยอดและพัฒนา
แนวทางการวิจัยต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2539), *สื่อส่องวัฒนธรรม*, กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551), *สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง
กับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
กิตติกรณ์ นพอุดมพันธ์ (2545), *Dance ระบาย รำ เต้น*, กรุงเทพฯ: โอเดียนสแควร์.

ฉันทนา เอี่ยมสกุล (2545), *นาฏลีลาอาเซียน*, กรุงเทพฯ: เอ็ม.ที.เพรส.
ญานิศา บุญประสิทธิ์ (2557), “นาฏศิลป์ สื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเป็นไทย”,
วารสารศาสตร์, ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน).
รฐาปณีย์ สังสิทธิวงศ์ (2552), *โฉมหน้า : ศิลปะประจำชาติไทยและสื่อวัฒนธรรมในบริบทสังคมร่วมสมัย*, กรุงเทพฯ: สาขาศิลปวัฒนธรรมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ธรรมจักร พรหมพ้วย (2549), *การรับรู้เชิงสุนทรีย์และตีความหมายภาษาท่ารำในนาฏย-ศิลป์ไทย*, กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ภัทรวดี ภูษารมย์ (2550), *วัฒนธรรมบันเทิงในชาติไทย*, นนทบุรี: มติชน.
เรณู โกสินานนท์ (2545), *นาฏศิลป์ไทย*, กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
วิรัช ลภรัตนกุล (2526), *การประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ*, กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
สุจิตต์ วงษ์เทศ (2532), *ร้องรำทำเพลง*, กรุงเทพฯ: พิชณศ.
สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2543), *นาฏยศิลป์ปริทรรศน์*, กรุงเทพฯ: คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Tench, R. and Yeomans, L. (2006), *Exploring Public Relations*, Spain: Matau-cromo Artes Graficas.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข่าวโครงการอบรมอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ การเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 11 เมษายน 2557 จาก <http://www.mfa.go.th/asean/th/news/2352/36779>

คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี (2554) (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 11 เมษายน 2557 จาก http://www.cabinet.thaigov.go.th/bb_main31.html

แนวนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม (นายสนธยา คุณปลื้ม) (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 12 มิถุนายน 2558 จาก www.ocac.go.th/document/.../information_2716.pdf
ภาพชุดการแสดงไทยพระราชนิยม (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 13 มิถุนายน 2558 จาก <http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=rouenrarai&month=06-12-2012&group=20&gblog=17>

ภาพชุดการแสดงไทยพระราชนิยม (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 13 มิถุนายน 2558 จาก <http://www.dek-d.com/board/view/1999610/>

ชุดการแสดงระบำปัทมาชาติ (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 24 ตุลาคม 2558 จาก <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=angthong-college&group=1>

ภาพระบำแขกแดงเกี้ยวหาหยี (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 24 ตุลาคม 2558 จาก <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=rouenrarai&month=02-2013&date=16&group=20&gblog=26>

ภาพพ่อนขันดอก (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 13 มิถุนายน 2558 จาก <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=rouenrurai&month=11-2011&date=29&group=16&gblog=17>

ภาพการแสดงโขนตอนยกรบ (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 13 มิถุนายน 2558 จาก <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=rouenrurai&month=07-2011&date=12&group=14&gblog=9>

ภาพเครื่องแต่งกายของกินรี (ออนไลน์), สืบค้นวันที่ 24 ตุลาคม 2558 จาก <https://sites.google.com/site/intichajiranopakorn/rupthaph-mnorah>

สัมภาษณ์

จารุชา จันทสิโร, รองผู้อำนวยการฝ่ายศิลปวัฒนธรรม วิทยาลัยนาฏศิลป์อ่างทอง, สัมภาษณ์, 17 กรกฎาคม 2557.

จินตนา สายทองคำ, รองคณบดีฝ่ายวิชาการและศิลปวัฒนธรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์, สัมภาษณ์, 7 มิถุนายน 2557.

จิรพัทธ์ พานพุด, นักแสดงในงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี, สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2557.

ฉันทนา สันธนากร เอี่ยมสกุล, อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2557.

ชฎาภา รัตนภรณ์, นักแสดงในงาน International Music and Dance 2013, สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2557.

คารุณี ธรรมโพธิ์ดล, ผู้อำนวยการความสัมพันธ์ต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2557.

ทวีทรัพย์ สุกใส, นักแสดงในงานอาเซียนสวดดี้อัครศิลปิน, สัมภาษณ์, 7 มิถุนายน 2557.

นิภา ไสภาสัมฤทธิ์, รองอธิการบดีฝ่ายศิลปวัฒนธรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2557.

พหลยุทธ กนิษฐบุตร, หัวหน้าภาควิชานาฏศิลป์ศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2557.

ยุทธนา วงศ์ชาลี, นักแสดงในงานอาเซียนร่วมใจเทิดไท้องค์ราชินี, สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2557.

รัตนา พวงประยงค์, ศิลปินแห่งชาติ, สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2557.

ศุภชัย จันทร์สุวรรณ, คณบดีคณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์, สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2557.

สมเกียรติ ภูมิภักดิ์, รองผู้อำนวยการวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี, สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2557.

อรยา เพ็ชรเมณี, นักแสดงในงาน International Music and Dance 2013, สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2557.

อรุณษา อินทรสุขศรี, ผู้อำนวยการกลุ่มความร่วมมือพหุภาคี สำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2557.

โครงสร้างการเล่าเรื่องและการประกอบสร้างความหมาย สื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ไทย

สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์¹

บทคัดย่อ

สื่อการแสดงพื้นบ้านเป็นสื่อของชุมชน เมื่อถูกนำมาผลิตผ่านสื่อสมัยใหม่ เช่น ภาพยนตร์ จะมีโครงสร้างการเล่าเรื่องและการประกอบสร้างความหมายเช่นไร การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎาภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน พบว่า (1) การเล่าเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ไทยมีจุดจบแบบโศกนาฏกรรม (2) การเล่าเรื่องสะท้อนถึงอำนาจของผู้ชายชนชั้นกลางในเรื่องเล่า (3) การเล่าเรื่องแบบย้อนอดีตในภาพยนตร์ไทยนอกจากเพื่อสร้างความมั่นใจในอัตลักษณ์ของตนแล้วยังเป็นการตอบสนองอารมณ์โหยหาอดีต (4) ภาพยนตร์ประกอบสร้างมายาคติเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมไทยที่รัฐจะต้องเข้าไปกำกับ ควบคุม ดูแล และ (5) การเล่าเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ไทยเป็นการเล่าที่กดทับศักยภาพของชุมชน ทั้งในมิติการต่อรองและการต่อสู้กับอำนาจในเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจการเมือง (6) ภาพยนตร์ประกอบสร้างมายาคติเรื่องวัฒนธรรมไทย

Abstract

This study explores the narrative structure and meaning construction of folk media in Thai films. The textual analysis of Thai films in which folk media were portrayed found that: (1) the narration of folk media in Thai films was ended up with a tragedy; (2) the narration reflected a patriarchal power of middle-class men; (3) in addition to serving as constructing a confidence of self-identity, the flashback narration also responded to a nostalgic sensation among film producers and audiences; (4) myths were constructed through Thai films that folk media, as a part of Thai

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
หมายเหตุ: บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง โครงสร้างการเล่าเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้านและการถอดรหัสของผู้รับสารในภาพยนตร์ไทย ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

culture, were required to be regulated, controlled, and monitored by the Thai state; (5) the narration of folk media in Thai films was portrayed in ways to suppress local community's capacity in negotiating with and resisting against dominant economic and political powers and; (6) Thai films constructed the myth of "Thai culture".

บทนำ

สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่มีความหลากหลาย เนื่องจากเกิดขึ้นและเติบโตเพื่อรองรับกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ในกระบวนการผลิต ขนาดของการผลิต การแพร่กระจายและการบริโภคสื่อพื้นบ้าน จึงจำกัดอยู่เฉพาะในระดับชุมชนท้องถิ่น (สมสุข หินวิมาน, 2548: 32-34)

ส่วนสื่อมวลชนรวมถึงสื่อภาพยนตร์จะมีคุณลักษณะที่ตรงข้ามกัน คือ เกิดขึ้นและเติบโตเพื่อรองรับวิถีชีวิตมวลชนจำนวนมาก กระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรม ขนาดการผลิตสูง การแพร่กระจายและการบริโภคครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างกว่า การที่ภาพยนตร์นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านมาผลิตซ้ำแท้จริงแล้วก็มิใช่เรื่องใหม่ เพราะในทัศนะของ Raymond Williams ภาพยนตร์นั้นก็มิใช่สื่อใหม่เสียทีเดียว หากแต่มีร่องรอยของสื่อเก่า หรืออาจจะกล่าวว่า ในขณะที่ภาพยนตร์เกิดขึ้นมานั้นนั้น แต่ก็ใหม่เพียงรูปแบบ ทว่ายังต้องอาศัยเนื้อหาจากสื่อพื้นบ้านในการนำเสนอ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544: 450-452)

ภาพยนตร์จัดได้ว่าเป็นหนึ่งในสื่อมวลชนที่มีคุณลักษณะพิเศษด้าน "ภาพและเสียง" ตลอดจนมี "ความก้ำกึ่งระหว่างสื่อเก่ากับสื่อใหม่" กล่าวคือ มีการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง การแสดง และเนื้อหาจากสื่อในอดีต อาทิ ลิเก นิทาน และการละคร ผสมกับสื่อใหม่ คือ เทคนิคของกล้องและการตัดต่อภาพ (กำจร หลุยยะพงศ์, 2548: 2) แต่หากพิจารณาอีกมุมหนึ่ง เมื่อภาพยนตร์เป็นสื่อ "ภาพและเสียง" เมื่อผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน คุณลักษณะของภาพยนตร์ย่อมมีผลต่อการสื่อสารความหมายด้วย เพราะปกติแล้ว การเปิดรับชมสื่อพื้นบ้านใช้ประสาทสัมผัสที่มากกว่า 2 ด้าน กล่าวคือ ใช้สัมผัสทั้งรูป รส กลิ่น เสียง กายสัมผัส หรือแม้แต่สัมผัสที่หกซึ่งเป็นสัมผัสเหนือธรรมชาติ การที่ภาพยนตร์มีเพียง "ภาพและเสียง" จึงอาจเป็นการลดทอนสัมผัสและสุนทรียะของการรับชมสื่อพื้นบ้านไปด้วย ส่วนขั้นตอนการผลิต ภาพยนตร์ใช้เทคนิคการผสมระหว่าง "ความจริงกับจินตนาการ" กล่าวคือ มีการใช้ตัวละคร ฉาก หรือเหตุการณ์จริงมาผสมกับจินตนาการหรือทัศนคติของผู้สร้างภาพยนตร์ ที่สอดแทรกลงไปทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ ซึ่งทำให้นิเวศภาพยนตร์เป็นประหนึ่งเรื่องจริงบนความฝันหรือความฝันบนเรื่องจริง

การศึกษาภาพยนตร์เดิมส่วนใหญ่จะอาศัยแนวทางของทฤษฎีภาพสะท้อน (reflection theory) ที่มองสื่อว่าทำหน้าที่ประจักษ์ “กระจกส่องสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม” ดังนั้นวิธีการที่จะมองเห็นความเป็นจริงของสังคม นอกจากการเข้าไปสัมผัสด้วยตนเองที่มีข้อจำกัดด้านระยะทางและเวลาแล้ว อีกวิธีการหนึ่งคือการดูภาพที่ปรากฏผ่านสื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2548ก: 311) อย่างไรก็ตาม การศึกษาสื่อตามแนวทางทฤษฎีภาพสะท้อนมักถูกตั้งคำถามอยู่ตลอดว่า ความเป็นจริงในสื่อ ซึ่งรวมถึงสื่อภาพยนตร์ บิดเบือนจากความเป็นจริงในสังคมมากน้อยเพียงใด

จากข้อถกเถียงถึงทฤษฎีภาพสะท้อนที่กล่าวว่า ภาพยนตร์มิได้สะท้อนความเป็นจริงออกมาทั้งหมด จึงทำให้เกิดทฤษฎีใหม่ที่มาโต้แย้งความเป็นจริงในภาพยนตร์ นั่นคือ ทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (social construction of reality) ที่เชื่อว่า มนุษย์เป็นผู้สร้างสังคมขึ้น แล้วกำหนดความหมายของสิ่งต่างๆ ในสังคมนั้นตามที่ตนเห็นสมควร เท่ากับว่าความหมายของสิ่งต่างๆ ในสังคม วัฒนธรรม รวมทั้ง “ความเป็นจริง” มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ก่อนแล้ว แต่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างมา ด้วยเหตุนี้ “ความเป็นจริง” ต่างๆ จึงสามารถถูกถอดความหมายเดิม (deconstruct) หรือสร้างเป็นความหมายใหม่ (reconstruct) ได้อยู่ตลอดเวลา (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2526: 148) แต่ยุคปัจจุบัน ในแวดวงวิชาการเริ่มมีมุมมองว่า ภาพยนตร์ไม่ได้มีลักษณะสะท้อน (reflect) หรือประกอบสร้าง (construct) อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เป็นทั้งสองอย่างคือ มีทั้งการสะท้อนภาพและประกอบสร้างไปพร้อมๆ กัน ดังเช่นที่ปรากฏในงานของชิตชัญญ์ กิจวิสาละ และกาญจนา แก้วเทพ (2554) ที่ศึกษาความหมายของการขัดแย้งอำนาจของสังคมผ่านการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ไทย

บทความวิจัยชิ้นนี้มุ่งเสนอมุมมองต่อสื่อพื้นบ้านในโลกภาพยนตร์ที่มักถูกมองข้ามและไม่นำมาตั้งคำถามมากนัก หากผู้สร้างภาพยนตร์ในฐานะผู้กำกับทิศทางความหมายได้ตระหนักในการค้นคว้าข้อมูลที่ถูกต้องและลึกซึ้งแล้ว จะเปิดมุมมองในการสร้างสรรค์เนื้อหาภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านได้อย่างมีคุณค่าที่แท้จริงต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อวิเคราะห์การประกอบสร้างสื่อการแสดงพื้นบ้านผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ภาพยนตร์ไทยที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ต้องเป็นภาพยนตร์ที่ออกฉายตามโรงภาพยนตร์ตั้งแต่ปี 2466 -2555 และมีรายชื่ออยู่ในสารานุกรมเสรีวิกิพีเดียเท่านั้น

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้เป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องนี้

1. แนวคิดการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ (Film Narration)

กระบวนทัศน์ใหม่ของการเล่าเรื่องสนใจการประกอบสร้างความหมายให้กับสิ่งต่างๆ เป็นการก้าวข้ามจากการศึกษาเนื้อหาไปสู่ความสนใจโครงสร้างของการเล่าเรื่อง (structure) และวิธีการเล่าเรื่อง (process) ของสื่อแต่ละชนิดผ่าน (ก) องค์ประกอบของการเล่าเรื่อง ได้แก่ ตัวละคร โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ช่วงเวลา สถานที่ ฉาก เครื่องแต่งกายและปมขัดแย้ง (ข) ตรรกะภายในเรื่องเล่า ได้แก่ พัฒนาการของเรื่องและจุดยืนของผู้เล่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2553: 271-308)

2. แนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding and Decoding)

Stuart Hall (1999 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2544: 291-294) พัฒนาแนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการถอดรหัส โดยเริ่มจาก (ก) ขั้นตอนการสร้างความหมายที่ผู้ผลิตได้ “คัดเลือก” วัตถุดิบบางอย่างเท่านั้นมานำเสนอ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ความรู้ความเข้าใจเรื่องโลกของผู้ผลิต ความรู้ในการผลิต เทคนิคในการผลิต อุดมการณ์วิชาชีพที่ถูกปลูกฝัง ข้อกำหนดจากสถาบัน ความคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร เป็นต้น (ข) ขั้นตอนการผลิต คือ กระบวนการเปลี่ยนแปลง “ความเป็นจริง” ที่เป็นโลก 3 มิติ ซึ่งมีความหมายอันหลากหลาย (polysemy) ให้แปรปรวนมาอยู่ในสื่อแบบต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ ซึ่งเป็นโลก 2 มิติที่ไม่สามารถบรรจุความเป็นจริงในโลก 3 มิติได้หมด และ (ค) ขั้นตอนการถอดรหัส เป็นขั้นที่ผู้ชมรับรู้ “วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้ว” ซึ่งมีความหมายของผู้ผลิตบรรจุใส่มาแล้ว จุดยืนของ Hall ให้ความสำคัญต่อผู้ส่งสารและผู้รับสารในฐานะของ “ผู้สร้างความหมาย” (meaning generator) อย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากความหมายมิได้ถูกสร้างในขั้นตอนของผู้ผลิตเท่านั้น หากแต่ถูกสร้างในขั้นตอนของผู้รับสารด้วย

3. แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Production and Reproduction)

แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมของสำนักเบอร์มิงแฮมอธิบายว่า ในกระบวนการผลิตวัฒนธรรมนั้น เพื่อเป็นหลักประกันความต่อเนื่องยืนยาวของวัฒนธรรม ต้องมีกระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด (reproduction) โดยกระบวนการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับประเพณีการเลือกสรร (tradition of selection) กล่าวคือ ในทุกชีวิตประจำวัน มีวัฒนธรรมที่ถูกสร้างใหม่ตลอดเวลา แต่ผู้คนจะมีกระบวนการจัดระบบและจัดลำดับความสำคัญของวัฒนธรรมเพื่อคัดเลือกให้วัฒนธรรมบางอย่างเท่านั้นที่จะผลิตซ้ำให้มีชีวิตยืนยาว ซึ่งประเพณีการเลือกสรรนี้มักมีผลประโยชน์บางอย่างแอบแฝงเสมอ เช่น ผลประโยชน์ทางชนชั้น ผลประโยชน์

ทางสุนทรียะ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจการเมือง ผลประโยชน์ทางเพศ เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2545)

4. แนวคิดเรื่องการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality)

แนวคิดเรื่องการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม เป็นแนวคิดของสำนักปรากฏการณ์วิทยา (phenomenology) ที่สนใจวิธีการที่คนมีประสบการณ์กับโลก มีการรับรู้และมีสำนึกกับโลก

Alfred Schutz (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2544: 238) เสนอแนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคมไว้ว่า “โลกที่แวดล้อมตัวบุคคลนั้นมีอยู่ 2 โลก โลกแรกเป็นโลกทางกายภาพ (physical world) อันได้แก่ วัตถุ สิ่งของ บุคคล บรรยากาศด้านกายภาพทั้งหลายที่แวดล้อมบุคคล ส่วนอีกโลกหนึ่ง มีชื่อเรียกหลายอย่าง เช่น โลกทางสังคม (social world) สิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (symbolic environment) หรือความเป็นจริงทางสังคม (social reality) โลกนี้เกิดจากการทำงานของสถาบันต่างๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา ที่ทำงาน รัฐและสื่อมวลชน เป็นต้น”

5. แนวคิดและทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology)

ทฤษฎีสัญวิทยานี้ให้กำเนิดโดยแฟร์ดินองด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure, 1857-1913) นักภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างชาวสวิตเซอร์แลนด์ โดยจำแนกระบบสัญญาณออกเป็น 2 ส่วน คือ

- (1) ตัวหมาย หรือรูปลักษณะทางสัญญาณ (signifier) คือ สิ่งที่ปรากฏให้เห็น เป็นเครื่องหมาย หรือลักษณะเชิงรูปธรรมที่รับรู้ได้ทางเสียงและภาพ
- (2) ความหมายของสัญญาณ (signified) หรือตัวที่ถูกให้ความหมาย เป็นแนวคิดเชิงนามธรรมของผู้สร้างความหมาย ผู้อ่าน หรือผู้ชม เป็นความหมายที่ถูกสร้างขึ้นและเชื่อมโยงลงไปอีกชั้นหนึ่ง

Roland Barthes (1967) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับความหมายทั้งสองแบบ ว่าไม่มีการใช้สัญญาณครั้งไหนที่จะมีเพียงความขึ้นเดียว คือ ความหมายโดยอรรถ (denotative meaning) เพราะหลังจากความหมายโดยนัยตัวแรกถูกสร้างขึ้นมา ความหมายนั้นก็จะเป็นรูปสัญญาณ/ความหมาย (signifier) แล้วสร้างความหมายโดยนัย (connotative meaning) ตัวที่สองต่อไปเรื่อยๆ เป็นสายโซ่แห่งความหมาย (chain of meaning) โดยเรียกความหมายโดยอรรถว่า first order และเรียกความหมายโดยนัยว่า second order และใน second order นี้เองที่ Barthes เรียกว่า มายาคติ (myth)

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ในการวิเคราะห์ตัวบทภาพยนตร์ (textual analysis) โดยเลือกภาพยนตร์แบบเจาะจง (purposive sampling) คือ เป็นภาพยนตร์เกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านที่ออกฉายตั้งแต่ปี 2466-2555 และมีรายชื่ออยู่ในสารานุกรมเสรี วิกีพีเดียเท่านั้น โดยพิจารณาจากชื่อเรื่องที่มีชื่อสื่อการแสดงพื้นบ้านต่างๆ อยู่ในชื่อเรื่อง และนำมาตรวจสอบเนื้อหาว่าเกี่ยวข้องกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน

ผู้วิจัยได้ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ตัวบททั้งหมด 10 เรื่อง ได้แก่ ดอกคูณเสียงแคน (2517) ลำตัดรำตะ (2525) ซอสามสาย (2531) ลำเพลินเพลงรัก (2536) หมอลำพ่อลูกอ่อน (2537) ท่อนแขนนางรำ (เป็นหนึ่งในภาพยนตร์ชุดเรื่อง ผีสามบาท ฉายปี 2544) ครูแกล่ แกร่งรักแรงอาถรรพ์ (2547) โหมโรง (2547) เบิงมาง กลองผีหนังมนุษย์ (2550) และ คนโชน (2554)

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้แนวทางการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) หรือ “ภาพยนตร์” โดยใช้ทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม แนวคิดการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ อันได้แก่ องค์ประกอบของเรื่องเล่า (ตัวละคร โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ช่วงเวลา สถานที่ ฉาก เครื่องแต่งกาย ปมขัดแย้ง) และตรรกะภายในเรื่องเล่า (พัฒนาการของเรื่องเล่าและจุดยืนของผู้เล่า) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยใคร่ขอสรุปผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1: แสดงเพศของตัวละครหลักของภาพยนตร์ไทยเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน

เพศ	ดอกคูณเสียงแคน (2517)	ลำตัดรำตะ (2525)	ซอสามสาย (2531)	ลำเพลิน เพลงรัก (2536)	หมอลำพ่อลูกอ่อน (2537)	ท่อนแขนนางรำ (2544)	โหมโรง (2547)	ครูแกล่ แกร่งรักแรงอาถรรพ์ (2547)	เบิงมาง กลองผีหนังมนุษย์ (2550)	คนโชน (2554)
ชาย	X	X	X	X	X		X	X		X
หญิง	X					X			X	

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ตัวละครหลักของภาพยนตร์ไทยเกี่ยวกับสื่อการแสดงผลบ้านทั้งยุคแรกและยุคที่สอง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (8 ใน 10 เรื่อง) ส่วนตัวละครหลักที่เป็นเพศหญิงนั้นมีเพียงแค่ 3 ใน 10 เรื่อง คือ จากภาพยนตร์เรื่อง *ดอกคูณเสียงแคน* ซึ่งภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวมีตัวละครเอกทั้งชาย คือ ตัวพระที่ชื่อ “แคน” และตัวละครเอกที่เป็นหญิง คือ “ดอกคูณ” ส่วนภาพยนตร์เรื่อง *ท่อนแขนนางรำ* นำเสนอชีวิตของนางรำวงปี่พาทย์ คือ “ผกา” ที่ถูกตัดแขนและช้อนไว้ในกลอง ส่วนอีกเรื่องหนึ่งคือ *เบิ่งมาง กลองผีหนังมนุษย์* ที่นำเสนอชีวิตของนางรำวงปี่พาทย์ คือ “ทิพย์” ที่ยอมสละผิวหนังตนเองเพื่อทำเบิ่งมาง

ตารางที่ 2: แสดงฉากของภาพยนตร์ไทยเกี่ยวกับสื่อการแสดงผลบ้าน

ฉาก	ดอกคูณเสียงแคน (2517)	ลำตัดรำตะ (2525)	ขอสามสาย (2531)	ลำเพลิน เพลงรัก (2536)	หมอลำพ่ออุ้มกอน (2537)	ท่อนแขนนางรำ (2544)	โหมโรง (2547)	ครูแก แร่รัก แร่อาภรรพ์ (2547)	เบิ่งมาง กลองผีหนังมนุษย์ (2550)	คนโชน (2554)
ยุคเดียวกับการสร้างภาพยนตร์	X	X	X	X	X	X	X			
ย้อนอดีต						X	X	X	X	X

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ฉากในภาพยนตร์ไทยที่เกี่ยวกับสื่อการแสดงผลบ้านในยุคแรกจะเป็นฉากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกับที่สร้างภาพยนตร์ทั้งสิ้น คือ เป็นฉากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปี 2517, 2525, 2531, 2536 และ 2537

ในยุคที่สอง ภาพยนตร์จะเล่าเรื่องฉากเหตุการณ์ที่ย้อนไปในอดีต คือ ไม่ได้เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในยุคเดียวกับที่มีการผลิตภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ได้แก่ *ท่อนแขนนางรำ* เล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปี 2460 *โหมโรง* เล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปี 2429 และ 2485 *ครูแก* เล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 ถึงรัชกาลที่ 5 *เบิ่งมาง กลองผีหนังมนุษย์* เล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปี 2364 และ *คนโชน* เล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปี 2508

ตารางที่ 3: แสดงโครงสร้างการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ไทยเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน

โครงสร้าง การเล่าเรื่อง	ดอกคูณเสียงแคน (2517)	ลำตัดรำตะ (2525)	ซอสามสาย (2531)	ลำเพลิน เพลงรัก (2536)	หมอลำพ่อลูกอ่อน (2537)	ท่อนแขนนางรำ (2544)	โหมโรง (2547)	ครูแก่ แร้งรัก แรงอาถรรพ์ (2547)	เปิงมาง กลองผีหนังมนุษย์ (2550)	คนโขน (2554)
การเปิดตัว (Exposition)	X									
- การต่อสู้										
- สื่อการแสดง พื้นบ้าน		X	X	X						
- หมู่บ้านชนบท					X					
- ความน่ากลัว						X			X	
- ให้ความรู้							X	X		X
ฉากจบ (Closure)										
- โศกนาฏกรรมหรือ การตายของศิลปิน	X				X	X	X	X	X	X
- สุชนาฏกรรม		X	X	X						

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า การเปิดตัวในโครงสร้างการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ไทยเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านในยุคแรกส่วนใหญ่จะเปิดตัวด้วยสื่อการแสดงพื้นบ้านตามที่ปรากฏในชื่อภาพยนตร์ (3 ใน 5 เรื่อง) ได้แก่ ลำตัดรำตะ (2525) ที่เปิดฉากด้วยการแสดงลำตัด เรื่อง ซอสามสาย (2531) เปิดฉากด้วยภาพที่ศิลปินกำลังทำซอ และเรื่อง ลำเพลินเพลงรัก (2536) ที่เปิดตัวโดยให้ตัวละครเอกร้องเพลงลำเพลิน

ยุคที่สอง การเปิดตัวในโครงสร้างการเล่าเรื่องส่วนใหญ่จะเปิดตัวด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน (3 ใน 5 เรื่อง) ได้แก่ โหมโรง ที่เปิดตัวด้วยการแนะนำให้ผู้ชมรู้จักศิลปินที่เป็นตัวเอกของเรื่องคือ หลวงประดิษฐไพเราะ สำหรับภาพยนตร์เรื่อง ครูแก่ แร้งรักแรงอาถรรพ์ เปิดตัวด้วยการแนะนำให้รู้จักสื่อการแสดงพื้นบ้านหนังตะลุง และ คนโขน ที่เปิดตัวเป็นภาพวาดเรื่องราวเกี่ยวกับ

เรื่อง *รามเกียรติ์* ซึ่งเป็นเนื้อเรื่องที่นิยมนำมาเล่นโขน ในขณะที่ยกย่องอีก 2 เรื่อง เปิดตัวด้วยความน่ากลัว คือ ภาพยนตร์เรื่อง *ท่อนแขนนางรำ* และ *เบ็งบางกลองผีหนังมนุษย์* ซึ่งการเปิดเรื่องด้วยความน่ากลัวนี้ ไม่ปรากฏในยุคแรกมาก่อน ส่วนฉากจบในภาพยนตร์ยุคแรก ส่วนใหญ่จบแบบโศกนาฏกรรมของศิลปิน คือ ศิลปินตายหรือผิดหวัง ภาพยนตร์ที่ศิลปินพบกับความผิดหวัง คือ *ขอสามสาย* ส่วนเรื่องอื่น ฉากจบจะเป็นฉากที่ศิลปินที่เป็นตัวเอกเสียชีวิตทั้งสิ้น โดยในยุคแรกนั้น ยังมีฉากจบแบบสุขนานุกรมแบบความรักหนุ่มสาวอยู่ด้วย (2 ใน 5 เรื่อง) แต่หากเป็นยุคที่สอง ฉากจบจะเป็นฉากการตายของศิลปินทั้งสิ้น

ตารางที่ 4: แสดงความหมายที่ถูกประกอบสร้างผ่านภาพยนตร์ไทยเกี่ยวกับการแสดงพื้นบ้าน

ความหมาย	ดอกคูณเสียดน (2517)	ลำดัดรำตะ (2525)	ขอสามสาย (2531)	ลำเพลิน เพลงรัก (2536)	หมอลำพ่อลูกอ่อน (2537)	ท่อนแขนนางรำ (2544)	โหมโรง (2547)	ครูแก่ แกร่งรัก แกร่งอารมณ์ (2547)	เบ็งบาง กลองผีหนังมนุษย์ (2550)	คนโขน (2554)
วิถีชีวิตชาวบ้าน	X	X		X	X					
อาชีพศิลปิน ไม่สามารถ สร้างความร่ำรวยได้/ เด่นกินรำกิน	X		X			X		X		
การสืบทอดดนตรี ในครอบครัว	X		X			X	X	X	X	X
การเกื้อหนุนกัน ระหว่างสื่อพื้นบ้าน		X				X		X		X
ความศักดิ์สิทธิ์/ การเคารพครู						X		X	X	X
ผู้ชายมีบทบาทหลัก ในการสืบทอด							X			
ความเซย์ ลำสมัย							X			

การสืบทอดต้อง ผสมผสานของใหม่ กับของเก่า							X			
เป็นรากฐานของการ พัฒนาประเทศ							X			
ความสามารถ รอบด้านของศิลปิน			X			X		X	X	

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ความหมายเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านที่ถูกประกอบสร้างในภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ คือ การสืบทอดสื่อการแสดงพื้นบ้าน เป็นการสืบทอดในครอบครัว (7 ใน 10 เรื่อง) โดยภาพยนตร์นำเสนอให้เห็นว่า ศิลปินที่มีความสามารถเป็นที่ยอมรับนับถือนั้น เป็นเพราะได้รับการถ่ายทอดและฝึกปรือฝีมือมาจากครอบครัว ตั้งแต่ภาพยนตร์เรื่องแรก แคนและดอกคูณจากภาพยนตร์เรื่อง *ดอกคูณเสียงแคน* (2517) ได้รับการฝึกสอนการร้องหมอลำหรือการเล่นเครื่องดนตรีต่างๆ จากพ่อ หรือสร (หลวงประดิษฐไพเราะ) ก็มีบิดาซึ่งเป็นครูสอนดนตรีไทยเป็นครูคนแรกในภาพยนตร์เรื่อง *ไหมโรง* เป็นต้น

หากเปรียบเทียบการประกอบสร้างระหว่างสองยุค ยุคแรก ภาพยนตร์ประกอบสร้างความหมายของสื่อการแสดงพื้นบ้านในฐานะสื่อที่อยู่ในวิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นสื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคย (4 ใน 5 เรื่อง) ในขณะที่ยุคสอง ภาพยนตร์จะประกอบสร้างความหมายเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านในประเด็นการสืบทอดในครอบครัวทั้งหมด และการให้ความสำคัญแก่ผู้ชายในการสืบทอดสื่อการแสดงพื้นบ้านทั้ง 5 เรื่อง ส่วนความหมายที่ถูกประกอบสร้างถัดมาคือ การให้ความเคารพครูและความศักดิ์สิทธิ์ของสื่อการแสดงพื้นบ้าน (4 ใน 5 เรื่อง)

สรุปและอภิปรายผล

1. อำนาจของผู้ชายชนชั้นกลางในเรื่องเล่าและการเล่าเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้าน

เมื่อพิจารณาจากผู้ผลิตภาพยนตร์เกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านซึ่งเป็นผู้ชายทั้งหมดแล้ว ตัวละครหลักในภาพยนตร์ที่เล่าล้วนแต่ให้ความสำคัญกับบทบาทของตัวละครหลักที่เป็นเพศชายซึ่งเป็นศิลปินและเป็นเจ้าของคณะสื่อการแสดงพื้นบ้านที่ผู้ผลิตเพศชายมอบอำนาจหรือบทบาทหลักให้แก่เพศชายมากกว่าเพศหญิงในการสืบทอดสื่อการแสดงพื้นบ้าน (ดังตารางผลการวิจัยที่ 1)

หนังสือ *ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน* ของกาญจนา แก้วเทพ (2543) กล่าวว่า ภาพยนตร์ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตของผู้ชาย วิธีการเล่าเรื่องในหนังกระแส

หลักต่างๆ มักออกมาจากมุมมองของผู้ชาย ทั้งบทพูด มุมกล้อง เส้นเรื่อง สิ่งเหล่านี้มีส่วนสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้หญิง ดังคำกล่าวที่ว่า “โลกของภาพยนตร์เป็นโลกที่มองผ่านจากสายตาผู้ชายมาเป็นเวลานานแสนนานแล้ว” และ “โลกที่มองผ่านสายตาผู้หญิง” เป็นสิ่งที่ไม่ค่อยจะมีอยู่ในที่ที่มันควรจะอยู่ เพราะโลกที่มองผ่านสายตาผู้หญิงถูกนิยามว่าเป็นสิ่งที่ไม่ควรมาอยู่ในภาพยนตร์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 235)

ดังนั้น เมื่อผู้สร้างภาพยนตร์ล้วนแต่เป็นเพศชายที่มาจากชนชั้นกลาง (middle class) ซึ่งสอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2539) ได้ตั้งข้อสังเกตต่อสังคมไทยว่า แวดวงคนทำสื่อร่วมสมัยของไทย โดยเฉพาะสื่อมวลชน มีแนวโน้มเป็นคนชนชั้นกลาง มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการควบคุมกลไกทางอุดมการณ์ในสังคมไทย ปัจจุบันอย่างกว้างขวาง เรื่องราวต่างๆ ที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนมีความโน้มเอียงที่จะถูกเล่าผ่านมุมมองของคนชั้นกลางรุ่นใหม่ที่ทำหน้าที่ผลิตสัญลักษณ์ออกสู่สาธารณะ

2. การเล่าเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้านแบบย้อนอดีตกับอัตลักษณ์ความเป็นไทย

การเล่าเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้านจากยุคแรกที่เกิดขึ้นในยุคเดียวกับที่สร้างภาพยนตร์ มาสู่ยุคที่สองที่เป็นการเล่าเหตุการณ์ย้อนอดีต (ดังตารางผลการวิจัยที่ 2) หากพิจารณาจากทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นช่วงที่สังคมไทยโหยหาอดีต ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการโหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัยนั้นเป็นพื้นฐานสำคัญในการก่อร่างสร้างความเป็นตัวตน (selfness) โดยเฉพาะวงโลกาภิวัตน์ซึ่งอิทธิพลจากโลกภายนอกถาโถมเข้ามา จึงส่งผลต่อตัวตนหรืออัตลักษณ์ของกลุ่มคน การพยายามย้อนคืนไปสู่อดีตที่ตนเชื่อว่ารุ่งเรือง มั่นคง จะช่วยสร้างความมั่นคงทางอัตลักษณ์เพื่อสร้างความมั่นใจต่อไปในอนาคต ดังที่พัฒนา กิตติอาษา (2546: 20-23) กล่าวถึงการเมืองเรื่องอัตลักษณ์ โดยเฉพาะอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับการรู้สึกสูญเสีย ความลี้เหลสลับต่อความจริงแท้ของอดีต ภาวะขาดความมั่นใจต่ออนาคต และภาวะสับสนวุ่นวายในช่วงเปลี่ยนผ่านทางประวัติศาสตร์ เมื่อใดก็ตามที่ความเชื่อและคุณค่าที่มีต่ออดีตและความภาคภูมิใจในความเป็นตัวของตัวเองถูกตั้งคำถามหรือท้าทาย เมื่อนั้นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ครั้งหนึ่งเชื่อมั่นมั่นคงหรือยืนยันไม่มีวันเปลี่ยนแปลง ก็จะเริ่มสั่นคลอน (พัฒนา กิตติอาษา, 2546: 20-23)

ในแง่มุมนี้ การสร้างและการชมภาพยนตร์แบบย้อนอดีตเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน ย่อมมีส่วนช่วยทำให้คนในสังคมไทยมีความมั่นใจในตัวตนหรืออัตลักษณ์ของตนท่ามกลางกระแสถาโถมของวัฒนธรรมตะวันตกที่ไหลบ่ามา

3. จากสุนทราภรณ์สู่โศกนาฏกรรมของการเล่าเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ไทย

Fisher (1978 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2553: 265-269) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ประการหนึ่งของเรื่องเล่าคือ การประกอบสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับ

สิ่งต่างๆ คำว่า “การเล่าเรื่อง” เป็นการกระทำเชิงสัญลักษณ์ ที่มีความหมายสำหรับ ผู้ที่มีชีวิตอยู่หรืออาศัยอยู่ในเรื่องเล่า นั้น ไม่ว่าผู้อาศัยจะเป็นผู้สร้างเรื่องเล่า เป็น ผู้ฟัง หรือเป็นผู้ตีความเรื่องเล่า นั้นก็ตาม เรื่องเล่าจึงเป็นตัวกำหนดวิถีทางที่เราจะ มีชีวิตอยู่ในเรื่องเล่า

ในขณะที่จิรบุญย์ ทศนบรรจง (2533) ศึกษาเรื่องเล่าของวัยรุ่นไทยผ่าน ภาพยนตร์ไทย ปัญหาของวัยรุ่นไทยที่ถูกนำเสนอผ่านภาพยนตร์มักเป็นเรื่องความ รัก ถึงแม้ว่าวัยรุ่นไทยจะเผชิญปัญหาอย่างไร แต่ตอนสุดท้ายของเรื่องมักจะจบอย่าง สมหวังเสมอ ซึ่งเมื่อวัยรุ่นไทยได้ชมภาพยนตร์ย่อมเข้าใจว่า ปัญหาความรักเป็น เรื่องธรรมดาของวัยรุ่น แต่ถึงจะมีปัญหาอย่างไร ตอนจบในชีวิตของพวกเขา ก็จะ พบความสุข ซึ่งแตกต่างจากการนำเสนอปัญหาของศิลปินหรือสื่อการแสดงพื้นบ้าน ที่มักจะนำเสนอจุดจบหรือความตายของศิลปินพื้นบ้าน ซึ่งเป็นโศกนาฏกรรมที่เรา ต้องร่วมไว้อาลัย (ดังตารางผลการวิจัยที่ 3)

งานของจิตติขวัญ กิจวิสาละ และกาญจนา แก้วเทพ (2554: 259-261) ที่ ศึกษาการเล่าเรื่องบุคคลที่ขัดแย้งอำนาจของสังคมในภาพยนตร์ไทยที่ตอนจบมักจะ พบกับความตาย หากการเป็นศิลปินพื้นบ้านคือการทำงานที่เป็นการทวนกระแส สังคม หรืออีกนัยหนึ่งคือ แม้ไม่ได้ขัดแย้งแต่ก็ไม่ได้ทำตามอำนาจหลักหรือ กระแสหลักของสังคม จึงต้องพบจุดจบคือความตายหรือความไม่สมหวังนั่นเอง

4. การประกอบสร้างเรื่องเล่าสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ไทยเพื่อ ตอบสนองอารมณ์โหยหาอดีตแบบชนชั้นกลาง

ในสื่อภาพยนตร์ อำนาจที่สำคัญที่สุด คือ อำนาจของผู้เล่าเรื่อง (narrator) ใน การกำหนดมุมมอง/จุดยืน (standpoint) และในการทำงานภาพยนตร์ เป้าหมาย สำคัญของภาพยนตร์คือ ผู้ดูหรือผู้ชม เมื่อผู้ชมเดินเข้าโรงภาพยนตร์ จึงเสมือนการ เดินทางเข้าสู่กระบวนการในการถ่ายทอดมุมมอง จุดยืน หรืออุดมการณ์ที่เกี่ยวกับ เรื่องนั้นๆ (จิตติขวัญ กิจวิสาละ และกาญจนา แก้วเทพ, 2554: 290-291)

เครื่องมือตามทฤษฎีการเล่าเรื่อง ได้แก่ โครงเรื่อง การสร้างบุคลิกตัวละคร แก่นเรื่อง ฯลฯ เหล่านี้มีได้เป็นเครื่องมือที่ถูกใช้เพื่อสร้างสรรค์ศิลปะภาพยนตร์ เท่านั้น แต่ถูกใช้ในมิติของอำนาจซึ่งเป็นมิติที่สำคัญ ตั้งแต่การกำหนดว่าเรื่องอะไร ควรถูกเล่าในภาพยนตร์ และควรจะถูกเล่าอย่างไร ดังนั้น ผู้สร้างเรื่องราวบนโลก ภาพยนตร์จึงกำลังสถาปนาอำนาจบางอย่างเหนือเรื่องเล่า นั้น ด้วยการวางแผนวิธี คิดของผู้คน (mental framework) ต่อสื่อการแสดงพื้นบ้าน

แนวคิดเรื่องการทำให้อาณาจักรเป็นธรรมชาติ ในยุคที่ชนชั้นกระฎุมพีมีอำนาจกำกับ ควบคุมกลไกทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของสังคมนั้น คุณค่า/บรรทัดฐานแบบ กระฎุมพีจะแผ่ซ่านไปทุกช่องทางสื่อสาร และที่สำคัญ กระบวนการทำให้

วัฒนธรรมดูราวกับเป็นธรรมชาติ (naturalisation) จะถูกกำกับไว้ด้วยอำนาจของชนชั้นกระฎุมพี (Barthes, 1967 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: 426 -427) ซึ่งคล้ายกับกรณีของภาพยนตร์ไทยที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน ที่แม้จะมีฉากหลังเป็นฉากในชนบทหรือเป็นสื่อของชาวบ้าน แต่คุณค่า/ความหมายที่ปรากฏในภาพยนตร์ กลับเป็นไปตามอุดมคติแบบชนชั้นกลาง/กระฎุมพี อาทิ การเสนอสนิยมความรักแบบโรแมนติกของตัวเอก การมองชนบทและการมองสื่อการแสดงพื้นบ้านด้วยอารมณ์ถวิลหาอดีตแบบชนชั้นกลาง เป็นต้น

การประกอบสร้างสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ไทย พบว่า ในระดับของการเข้ารหัส “สื่อการแสดงพื้นบ้าน” ในตัวบทภาพยนตร์ภายใต้องค์ประกอบของแก่นเรื่อง/โครงเรื่อง ตัวละคร ฉาก และเทคนิคภาพยนตร์ ความหมายของสื่อการแสดงพื้นบ้านได้ถูกผลิตผ่านจุดยืนของ “ชนชั้นกลางในสังคมไทย” ที่สร้างให้ “สื่อการแสดงพื้นบ้าน” เป็นพื้นที่ของการหวนคืนสู่อดีตอันรุ่งโรจน์ที่ผ่านพ้นไปแล้ว เหลือเพียงซากในอดีตที่ให้หวนรำลึกถึง และบางครั้งภาพดังกล่าวก็อาจกลายเป็นเงาที่ตามมาหลอกหลอน

5. ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือของอำนาจในการกดทับศักยภาพของชุมชนนำเสนอมิติที่หยุดนิ่งมากกว่าการวิพากษ์

ภาพยนตร์ในฐานะสื่อมวลชนหนึ่งมีประโยชน์ในการเผยแพร่สื่อการแสดงพื้นบ้านให้เข้าถึงคนจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันก็ผลิตความหมายในมุมมองแบบชนชั้นกลางเข้าไปด้วย โดยเฉพาะความหมายที่สัมพันธ์อยู่กับอดีต อีกความหมายหนึ่งคือ เชย ไม่ทันสมัย โดยเฉพาะการที่ภาพยนตร์ประกอบสร้างสื่อการแสดงพื้นบ้านในยุคอดีตยุคหนึ่งและแซ่แข็งช่วงเวลานั้น จึงมองไม่เห็นมิติของการปรับเปลี่ยนสื่อการแสดงพื้นบ้าน แม้ว่าภาพยนตร์บางเรื่อง อาทิ โหมโรง จะพยายามนำเสนอการเปลี่ยนผ่านของยุคสมัยที่ส่งผลต่อสื่อการแสดงพื้นบ้าน แต่การปรับตัวที่ปรากฏก็เป็นไปในลักษณะของการตั้งรับที่ศิลปินในฐานะปัจเจกพยายามต่อรองและต่อสู้กับปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านการเมืองซึ่งไม่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่องอื่น

สิ่งที่ขาดหายไปในภาพยนตร์ คือ การวิพากษ์หรือการตั้งคำถามกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน ในแง่ของการทำบทบาทหน้าที่ เช่น ที่ภาพยนตร์ไทยตั้งคำถามเรื่องการแก้บน ในภาพยนตร์เรื่อง ตั้งวง (2556) ที่ตั้งคำถามถึงการแก้บนในสังคมสมัยใหม่ และการใช้สื่อการแสดงพื้นบ้านเป็นสิ่งแก้บนเมื่อเราประสบความสำเร็จ

กระบวนทัศน์ใหม่ของศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง (narratology) คือ การประกอบสร้างความจริงซึ่งเป็นความจริงเชิงอัตวิสัย (subjective reality) ที่มีความหมายต่อมนุษย์ในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ต่างๆ ดังนั้น เมื่อผนวกกับแนวคิดเรื่องอำนาจของ Michel Foucault การศึกษาในกระบวนทัศน์ใหม่จึงตั้งคำถามว่า “ใคร

เป็นผู้ที่มีอำนาจในการประกอบสร้างความเป็นจริงหรือความหมายของความเป็นจริง" การเล่าเรื่องจึงมีพลังที่สามารถจะ "สร้างความหมาย" (construct) "รื้อถอนความหมาย" (deconstruct) และ "ใส่ความหมายใหม่เข้าไป" (reconstruct) ให้แก่บรรดาสัญลักษณ์ต่างๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2553: 248-251) ถ้าในนิยามของศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องแบบใหม่นี้ หมายความว่า ด้วยพลังอำนาจของเรื่องเล่าของภาพยนตร์ย่อมที่จะทั้งสร้างความหมายหรือใส่ความหมายใหม่ให้แก่สื่อการแสดงพื้นบ้านได้ ดังนั้น การจะประกอบสร้างความหมายสื่อการแสดงพื้นบ้านเช่นใด ขึ้นอยู่กับชีวิตคนและผลประโยชน์ของผู้สร้างภาพยนตร์ที่เป็นชนชั้นกลางนั่นเอง แม้ว่าในภาพยนตร์บางเรื่อง เช่น *ครูแก้ว* ที่เปิดพื้นที่ให้ศิลปินท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งสะท้อนอยู่ในโครงเรื่อง วิธีการนำเสนอตลอดจนภาษาถิ่นที่ใช้ในหนัง หากแต่อำนาจในการต่อรองสุดท้ายก็ยังคงเป็นของผู้ผลิตหรือนายทุนที่เป็นชนชั้นกลางอยู่นั่นเอง

เมื่อพิจารณาอำนาจในเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองตามทัศนะของ Foucault ดังที่กมลศักดิ์ ตรีครุฑพันธ์ (2550) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างรัฐกับชุมชนว่า เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เสมอภาค ชุมชนต้องเป็นฝ่ายตั้งรับกับผลกระทบจากการดำเนินนโยบายดังกล่าว แม้ว่าจะอ้างดังกล่าวจะศึกษาในมิติของการดำเนินนโยบายด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อชุมชน โดยวิเคราะห์จากกรณีคุมอุตสาหกรรมมาบตาพุด แต่ในการดำเนินนโยบายทางด้านวัฒนธรรมก็ไม่แตกต่างกัน ที่ชุมชนหรือศิลปินต้องเป็นฝ่ายตั้งรับกับการดำเนินนโยบายของรัฐที่บางครั้งดำเนินนโยบายโดยละเอียดหรือไม่ได้ให้ความสำคัญในมุมมองของชุมชน ดังเช่นที่ปรากฏชัดเจนในภาพยนตร์เรื่อง *โหมโรง* ที่เล่าถึงอำนาจในเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองที่มีผลต่อสื่อการแสดงพื้นบ้าน เป็นการเล่าที่กดทับศักยภาพในการต่อรองและต่อสู้ของชุมชน แม้ว่าศิลปินอย่างหลวงประดิษฐไพเราะจะพยายามต่อสู้/ต่อรองกับอำนาจดังกล่าว แต่ก็เป็นการต่อสู้ในระดับปัจเจก

6. ภาพยนตร์ประกอบสร้างมายาคติเรื่อง "วัฒนธรรมไทย"

ภาพยนตร์ได้สร้างความหมายของสื่อการแสดงพื้นบ้านเป็น 2 ระดับ ระดับแรกได้แก่ ความหมายโดยตรงตามตัวบทคือ สื่อการแสดงพื้นบ้านนั้นๆ และระดับที่สองคือ ความหมายที่ซ่อนอยู่ที่สะท้อนอยู่ในบทบาทหน้าที่ต่างๆ สื่อพื้นบ้านเท่ากับวัฒนธรรมไทย เป็นรากฐานของการพัฒนา ฯลฯ

สื่อการแสดงพื้นบ้าน (folk media) จากวิถีชาวบ้านกลายเป็น "วัฒนธรรมไทย" ซึ่งเป็นความหมายระดับที่สองตามแนวคิดของ Barthes ซึ่งความหมายระดับนี้มีความสำคัญ เพราะมันนำไปสู่การสร้างมายาคติ (myth) เกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมของไทย ที่รัฐส่วนกลางจะเข้าไปกำกับ ควบคุม

ดูแลผ่านกลไกของรัฐ โดยเฉพาะกลไกที่สำคัญ คือ กระทรวงวัฒนธรรมที่บทบาทหนึ่งก็พยายามที่จะอนุรักษ์สื่อการแสดงพื้นบ้านเอาไว้ แต่เป็นการอนุรักษ์ในลักษณะที่ “แซ่แข็ง” สื่อการแสดงพื้นบ้านเอาไว้ การพยายามดึงเอาสื่อการแสดงพื้นบ้านมาอยู่ภายใต้การกำกับของรัฐ ยิ่งทำให้สื่อการแสดงพื้นบ้านห่างจากชาวบ้านออกไป ดังจะเห็นได้จากร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ที่กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรมร่างและเผยแพร่ในปี 2556 (www.siamese-heritage.org/pdf/Draft_ICH_Law.pdf) เนื้อหาในร่างฉบับดังกล่าว แม้จะจัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำรงอยู่ของสื่อการแสดงพื้นบ้านซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ตามร่างฉบับนี้ แต่เนื้อหาที่ปรากฏในร่างก็แสดงให้เห็นถึงการที่รัฐจะเข้ามากำกับ ดูแล และเนื้อหาบางส่วนก็อาจจะไม่เอื้อต่อการเปิดอิสระทางความคิดในการทำงานของศิลปินสื่อการแสดงพื้นบ้าน เช่น การยื่นคำขอต่อนายทะเบียนเพื่อขอขึ้นทะเบียนมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ต่ออธิบดีกรมส่งเสริมวัฒนธรรมซึ่งเป็นนายทะเบียน การนำมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ไปใช้ จะดัดแปลงหรือบิดเบือนให้แตกต่างไปจากสาระสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้มิได้ เว้นแต่จะได้ระบุถึงแหล่งที่มาและแสดงถึงการประยุกต์หรือสร้างองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติมจากสาระสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้นั้น หรือการห้ามผู้ใดนำมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ที่ขึ้นทะเบียนแล้วไปเผยแพร่เพื่อวัตถุประสงค์อันมีลักษณะเป็นการหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์กระหนาบกระเทือนต่อศาสนา กระหนาบต่อความมั่นคงของประเทศ หรือเป็นไปในทางที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือทำให้เกิดความเสื่อมเสียแก่มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เป็นต้น

7. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้าน

สำหรับกรณีของภาพยนตร์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน จะเห็นรูปแบบของความสัมพันธ์อยู่ 2 รูปแบบ คือ (ก) สื่อมวลชน เช่น ภาพยนตร์หยิบเอาสื่อการแสดงพื้นบ้านมาเสนอ ดังเช่นข้อสังเกตของ Raymond Williams ว่า สื่อสมัยใหม่นั้นมีแต่ “ตัวสื่อ” และอาศัยการหยิบยืมองค์ประกอบจากสื่อพื้นบ้าน เช่น ตัวละคร วิธีการเล่าเรื่อง เนื้อหา และกระแสความคิด (stream of consciousness) ในสื่อการแสดงพื้นบ้าน (กาญจนา แก้วเทพ, 2544: 450-452) ซึ่งกลวิธีตามที่ Williams ยกมานั้น เป็นการหยิบยืมองค์ประกอบมาใช้แบบแนบเนียน ซึ่งแตกต่างจากการนำเสนอสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ไทย ที่ผู้สื่อการแสดงพื้นบ้านให้โดดเด่นขึ้นมา และ (ข) สื่อการแสดงพื้นบ้านใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางส่งเสริม เนื่องจากศักยภาพของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นสื่อที่แพร่หลาย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง อันเป็นข้อจำกัดของสื่อพื้นบ้าน

หากพิจารณาจากภาพยนตร์ที่นำเสนอเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน แม้ว่าจะไม่ได้เกิดจากความตั้งใจของศิลปินในการที่จะนำสื่อมวลชนมาใช้ในการส่งเสริมสื่อการแสดงพื้นบ้าน แต่การที่ภาพยนตร์นำเสนอสื่อการแสดงพื้นบ้านมาเป็นจุดขายในภาพยนตร์ ย่อมเป็นการส่งเสริมสื่อการแสดงพื้นบ้านในแง่ของการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ชมที่เป็นชนชั้นกลางที่เริ่มเห็นห้วงชุมชนและเห็นห้วงสื่อการแสดงพื้นบ้าน ปรากฏการณ์ที่สื่อภาพยนตร์นำเสนอสื่อการแสดงพื้นบ้านมาเสนอ และก่อให้เกิดปรากฏการณ์คนในสังคมหันมาสนใจสื่อการแสดงพื้นบ้านจำนวนมากคือ ภาพยนตร์ *โหมโรง* ที่นำเสนอการเล่นระนาดเอก จนก่อให้เกิดกระแสความสนใจการเล่นดนตรีไทยจำนวนมาก และเกิดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับดนตรีไทยมากมาย เช่น โครงการ “โหมรักโหมโรง” ที่จัดโดยมูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) ร่วมกับ ออนอาร์ต แกลอรี และองค์กรพันธมิตรในงานมีการจัดกิจกรรมต่างๆ มากมาย (www.oknation.net)

ในด้านหนึ่ง แม้สื่อพื้นบ้านที่ภาพยนตร์มักจะนำเสนอหามาผลิตซ้ำ ไม่ว่าจะเป็นสื่อพื้นบ้านแบบ “folk culture” อย่าง *ครูแก* หรือสื่อพื้นบ้านแบบ “high culture” เช่น ในภาพยนตร์เรื่อง *โหมโรง* หรือ *คนโขง* ก็ตาม แต่สื่อพื้นบ้านที่ถูกนำมาผลิตซ้ำล้วนเป็นวัฒนธรรมแนวประชานิยม (popular culture) ทั้งสิ้น เช่น โขน กลอง ระนาด นาฏศิลป์ หนังตะลุง หมอลำ ฯลฯ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า สื่อภาพยนตร์เป็นสื่อที่ผลิตและเผยแพร่ในวงกว้างระดับมวลชน รวมทั้งการเป็นสื่อในเชิงธุรกิจของภาพยนตร์ที่มุ่งเน้นยอดขายเพื่อการสร้างผลกำไรเป็นหลัก ด้วยผลประโยชน์ทางด้านนิติเศรษฐกิจจึงส่งผลต่อการเลือกสรรสื่อพื้นบ้านเพื่อมาผลิตซ้ำในสื่อภาพยนตร์ เมื่อเป็นเช่นนั้นสื่อพื้นบ้านที่เป็นสื่อเล็กๆ อยู่ในท้องถิ่น ไม่ได้แพร่หลายในวงกว้างย่อมถูกมองข้ามจากการผลิตภาพยนตร์ในเชิงธุรกิจ หากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องจะนำสื่อภาพยนตร์มาใช้ในการส่งเสริมสื่อพื้นบ้าน ควรจะนำเสนอสื่อเล็กๆ ที่อยู่นอกสายตา โดยผ่านระบบและกลไกของของภาครัฐในการสนับสนุนผู้สร้างภาพยนตร์หลายๆ กลุ่มในการผลิตภาพยนตร์ที่นำเสนอสื่อเล็กๆ ที่กระจัดกระจายอยู่ในชุมชนต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยชิ้นนี้เน้นศึกษาวิเคราะห์จากตัวบทภาพยนตร์ที่ผู้ผลิตเป็นคนอกและดำเนินการผลิตภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยเชิงทดลองผลิตภาพยนตร์เกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน ที่นำเอาผู้ผลิตและศิลปินมาทดลองทำงานร่วมกัน เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์กระบวนการทำงานนั้นออกมาอันจะนำไปสู่องค์ความรู้ในการนำสื่อมวลชนมาใช้ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สื่อพื้นบ้าน

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรเป็นการวิจัยเชิงทดลองให้ชุมชนมีโอกาสผลิตภาพยนตร์ ที่เล่าเรื่องราวเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านในมุมมองของชาวบ้านที่ไม่ใช่ชนชั้นกลาง เพื่อที่คนในสังคมจะได้รู้จักและเข้าใจสื่อการแสดงพื้นบ้านในมุมมองของชาวบ้านที่เป็นคนใน มิใช่จากมุมมองของชนชั้นกลางที่เป็นคนนอก

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

1. การนำเสนอสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ ชาติความหลากหลาย ทั้งในแง่ของมุมมองที่เป็นมุมมองเฉพาะผู้ชายชนชั้นกลาง ที่เล่าเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์ในลักษณะที่เชิดชู และหยุดนิ่ง (conservative) ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงวัฒนธรรม และผู้ผลิตภาพยนตร์ ควรส่งเสริมการสร้างภาพยนตร์ที่นำเสนอสื่อการแสดงพื้นบ้านในลักษณะที่ให้เห็นพลวัตรหรือการปรับตัวผ่านช่วงเวลา ดังเช่น ภาพยนตร์เรื่อง โหมโรง รวมทั้งการนำเสนอในเชิงวิพากษ์เพื่อการตั้งคำถามเกี่ยวกับการดำรงอยู่ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง ตั้งวง ที่ตั้งคำถามเกี่ยวกับการแก่งแย่งและใช้สื่อการแสดงพื้นบ้านคือ การรำโดยนำไปแก่งแย่ง

2. การผลิตภาพยนตร์เกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน คือ การประสานกันเรื่องสื่อการแสดงพื้นบ้านและสื่อภาพยนตร์ที่เป็นสื่อมวลชน ดังนั้น ในกระบวนการผลิตจึงต้องมีการประสานกัน ศิลปินมีความรู้เกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้าน ในขณะที่ผู้ผลิตจะมีความรู้เรื่องเทคนิคในการผลิตภาพยนตร์ แม้ว่าในภาพยนตร์ที่ศึกษาหลายเรื่องจะเปิดโอกาสให้ศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม แต่อำนาจในการต่อรองก็ยังคงเป็นของผู้ผลิตเป็นหลักกว่าจะมีเนื้อหาเช่นใด ในขณะที่หลายๆ ฝ่ายเรียกร้องว่า เมื่อผู้ผลิตจะผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน ควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน แต่ในขณะเดียวกัน ฟากของศิลปินหากทำงานร่วมกับผู้ผลิต หากมีความรู้ความเข้าใจ ทั้งเรื่องข้อดีและข้อจำกัดของสื่อภาพยนตร์ด้วยแล้ว จะทำให้การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านในภาพยนตร์มีความแหลมคมและรอบด้านมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กมลศักดิ์ ตรีศุภพันธ์ (2550), *การศึกษาความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างรัฐ ชุมชน และกลุ่มผลประโยชน์: กรณีศึกษานิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด อำเภอเมือง จังหวัดระยอง*, วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ (2539), *สื่อสองวัฒนธรรม*, กรุงเทพฯ: มุลนิธิภูมิปัญญา.
- _____. (2543), *ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2544), *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*, กรุงเทพฯ: เอ็ดสันทเพรสโปรดักส์.
- _____. (2545), *เมื่อสื่อสองและสร้างวัฒนธรรม*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศาลาแดง.
- _____. (2548), "กลุ่มทฤษฎีว่าด้วยเนื้อหา/สาร และความหมาย", ใน *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญา นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2553), *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551), *สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์ (2548), "ผู้คนบนผืนลุ่มแม่น้ำโขงในแผ่นหนัง", *วารสารนิเทศศาสตร์*, มีนาคม-เมษายน.
- ขจิตขวัญ กิจวิศาละ และกาญจนา แก้วเทพ (2554), "ความหมายของการขัดขึ้นอำนาจของสังคมผ่านการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ไทยระหว่าง พ.ศ. 2513-2550", ในกาญจนา แก้วเทพ และคณะ (บก.), *สื่อเก่า-สื่อใหม่ สัญญา อัตลักษณ์ อุดมการณ์*, กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- พัฒนา กิตติอาษา (2546), *มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- สมสุข หินวิมาน (2548), "สื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข: แนวคิดและความหมาย", ในกาญจนา แก้วเทพ (บก.), *สื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข*, กรุงเทพฯ: โครงการสื่อพื้นบ้านเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพชุมชน (สพส.).
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526), *สังคมวิทยาปัญหาสังคม*, กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.

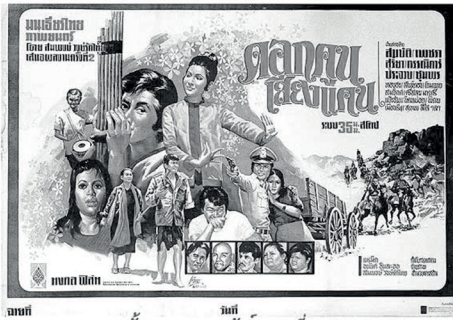
ภาคผนวก ก

ภาพยนตร์	เรื่องย่อ
ดอกคูณเสียงแคน (2517)	การต่อสู้ชีวิตของสองหนุ่มสาวในคณะหมอลำ วันหนึ่งคณะหมอลำถูกโจรปล้น แคน (พระเอก) ยิ่งหัวหน้าโจรเสียชีวิตจึงต้องหนีมาต่อYMวายที่กรุงเทพฯ ส่วนแม่ที่ตาบอดและพี่ชายที่แขนขาดต้องเร่ร้องเพลงหมอลำแลกเงิน ในขณะที่ดอกคูณ (นางเอก) ตามมาให้ความช่วยเหลือแคน ในวันที่แคนตกอับถึงที่สุด ดอกคูณต้องขายตัวเพื่อหาเงินมาเลี้ยงดูแคน แคนกลับมาฆ่าเจ้าหน้าที่ยึดบ้านของตน ตำรวจตามล่าทั้งแคนและดอกคูณจึงยอมตายพร้อมกัน
ลำตัดรำตะ (2525)	เรื่องราวของพี่น้องฝาแฝด ลำเรียงแฝดพี่มีความสามารถในการเล่นลำตัด แต่สำราญ แฝดน้องมีความสามารถในการเล่นตะกร้อ เมื่อแฝดพี่ถูกฆ่าตาย สำราญแฝดน้องจึงปลอมตัวมาเป็นแฝดพี่รับเล่นลำตัด พร้อมทั้งสืบหาผู้ที่ฆ่าพี่ชายของตน โดยได้นำผิงนางเอกลำตัดให้ความช่วยเหลือ
ขอสามสาย (2531)	ครูสอนดนตรีไทยมีลูกชาย 3 คน ที่มีนิสัยแตกต่างกัน พี่ชายคนโตเป็นนักดนตรีในผับ นิสัยเจ้าชู้ ลูกชายคนกลางมีนิสัยเกรง ลูกคนเล็กซึ่งพิการ แต่จิตใจดีรับสืบทอดการสอนดนตรีไทย ความขัดแย้งเกิดขึ้นเมื่อแชนมาเรียนดนตรีไทย และโดนลูกชายคนกลางปล้ำจนท้อง แต่ในที่สุดก็ยอมรับเป็นพ่อของเด็กในท้อง
ลำเพลินเพลงรัก (2536)	หวน ชายหนุ่มที่มีความสามารถด้านการร้องหมอลำหลงรักลูกสาวผู้ใหญ่อื่น แต่ถูกกีดกัน เพราะความยากจน หวนจึงต้องพิสูจน์ตัวเองเพื่อให้ผู้ใหญ่อื่นยอมรับ
หมอลำพ่อลูกอ่อน (2537)	คม หนุ่มกรรมกรรักกับ รุ่ง ลูกสาวผู้ใหญ่บ้านจนพากันหนีไปอยู่ด้วยกัน จนรุ่งตั้งท้อง ด้วยความจนไม่มีเงินที่จะพาเมียไปโรงพยาบาล คมจึงมาหาพ่อตาเพื่อขอเงินแต่โดนปฏิเสธจึงปล้นและฆ่าพ่อตาย แต่พอกลับมา ปรากฏว่าเมียตายแล้วหรือแต่ลูกชาย จึงต้องนำลูกชายไปฝากเลี้ยง ส่วนตัวเองหนีการตามล่าของคนรักเก่าของรุ่ง โดยหาเลี้ยงชีพด้วยการเร่ขายยาโดยการร้องเพลงหมอลำเชิญชวนคนจนท้ายที่สุดโดนจับติดคุก
ท่อนแขนนางรำ (2544)	เจียบ หญิงสาวค้าของเก่าได้กลองเก่าใบหนึ่งที่มีวิญญาณของผกา นางรำประจำคณะวงปีพาทย์สิงสถิตอยู่ในกลอง เนื่องจากโดนโหดบุตรชายหน้าตาอัปลักษณ์ของเจ้าของคณะปีพาทย์ที่แอบหลงรัก แต่ไม่สมหวังในรักจึงตัดแขนผกาใส่ไว้ในกลอง วิญญาณผกาจึงสิงอยู่ในกลองเพื่อรอวันที่จะพบพ่อน ชายคนรัก

ภาพยนตร์	เรื่องย่อ
โหมโรง (2547)	เค้าโครงเรื่องจากประวัติหลวงประดิษฐไพเราะ ตั้งแต่ยังเป็นเด็กที่ฝึกดนตรีที่บ้านอัมพวา จนได้เข้ามาอยู่ในกรุงด้วยการชุบเลี้ยงของเจ้านายพระองค์หนึ่ง ได้พัฒนาฝีมือจนสามารถชนะการประลองกับขุนอิน จนมีฝีมือเป็นที่ยอมรับ จนมาถึงยุคเปลี่ยนแปลงการปกครองและท่านผู้นำต้องการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย โดยพยายามควบคุมและจำกัดวัฒนธรรมรวมถึงสื่อการแสดงพื้นบ้าน ท่านจึงพยายามชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาประเทศให้ทันสมัยต้องไม่หลงลืมรากเหง้าหรือวัฒนธรรมของตน
ครูแกล แกร่งรัก แรงอารมณ์ (2547)	แกล นายหนึ่งตะลึงรักกับ พยอม ลูกสาวเศรษฐี แต่โดนกีดกัน พยอมจึงหนีตามแกล เมื่อถูกจับและถูกบังคับให้แต่งงาน พยอมจึงฆ่าตัวตาย แกลจึงตัดหนังเท้าของพยอมมาทำเป็นรูปหนังตะลุง ภายหลังจากที่แกลเสียชีวิต ได้สั่งเสียลูกศิษย์ให้ตัดหนังเท้าตัวเองมาทำเป็นรูปหนังตะลุงเช่นกัน
เปิงมาง กลองผีหนังมนุษย์ (2550)	เบื้องหลังการสร้างและความศักดิ์สิทธิ์ของกลองเปิงมาง ที่สร้างด้วยการเสียดสีชีวิตของทิพย์ นางรำคณะเปิงมาง เพื่อที่จะอุทิศตัวในการดูแลคณะเปิงมางของพ่อ ทำให้วิญญาณต้องถูกกักขังอยู่ในกลองเพื่อรอผู้มาปลดปล่อยวิญญาณ
คนโขน (2554)	การแข่งขันชิงดีชิงเด่นระหว่างโขน 2 คณะ โดยครูเสกต้องการให้คณะโขนของตนเป็นที่หนึ่งเหนือกว่าครูหยด ครูหยดได้รำไพ นางรำในคณะเป็นเมีย ซึ่งต่อมาเป็นชู้กับชาต เด็กในคณะโขน ซึ่งแท้จริงแล้วก็คือลูกของครูหยดนั่นเอง ภายหลังเมื่อครูหยดเสียชีวิต ชาตจึงมาสืบทอดโขนต่อจากพ่อ

ภาคผนวก ข

ตัวอย่างใบปิดของภาพยนตร์ที่ใช้ในการศึกษา

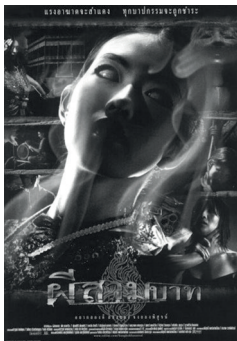


ฉายครั้งแรก 15 กุมภาพันธ์ 2517 ที่ เพชรราชมาร

ดอกคุณเสียงแคน



ลำตัดรำตะ



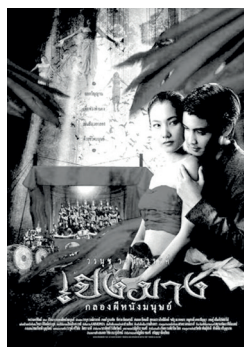
ท่อนแขนนางรำ



โหมโรง



ครูแก็ แรงรักแรงอาถรรพ์



เปิงมาง กลองผีหนังมนุษย์



คนไขน

การวิเคราะห์อัตลักษณ์ความเป็นชาติ และความเป็นภูมิภาคของกลุ่มประเทศอาเซียน: ศึกษากรณีเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community มนต์ศักดิ์ ชัยวีระเดช¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์อัตลักษณ์ความเป็นชาติและความเป็นภูมิภาคของกลุ่มประเทศอาเซียน: ศึกษากรณีเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community มาจากคำถามนำวิจัยที่ว่า “การประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นหนึ่งเดียวของอาเซียนบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจะเกิดขึ้นได้หรือไม่ อย่างไร” โดยงานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งศึกษาอัตลักษณ์และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่สามารถเลื่อนไหลได้ (identity as a process of production) โดยเลือกศึกษาบนพื้นที่โลกเสมือน (virtual sphere) คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community โดยมีเครื่องหมายบ่งบอกอัตลักษณ์ (identity maker) 3 ส่วนที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดผล ดังนี้ (1) หน้าที่ของเนื้อหาที่นำเสนอ 6 มิติ ได้แก่ การให้ข้อมูลทั่วไป การให้ข้อมูลการศึกษา การสะท้อนประเด็นสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมสัมพันธภาพ การนำเสนอข่าวสารทางธุรกิจ และการเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม (2) การไหลเลื่อนของการทำหน้าที่ของเนื้อหาภายใต้ 4 เหตุการณ์ ได้แก่ ตัวแทนของเหตุการณ์สำคัญทั่วไป 2 เหตุการณ์ ประกอบด้วย เหตุการณ์กีฬาซีเกมส์ 2014 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และเหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ และตัวแทนของเหตุการณ์ภัยพิบัติ 2 เหตุการณ์ ประกอบด้วย เหตุการณ์วาตภัยจากไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เที่ยวบินที่เอ็มเอส 370 เพื่ออธิบาย (3) ความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ที่หลากหลาย (identities) ของแต่ละประเทศ กับอัตลักษณ์แบบเป็นหนึ่งเดียว (identity) ของภูมิภาคประชาคมอาเซียนตอนนโยบายการสร้างอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวบนพื้นที่โลกเสมือนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

จากข้อค้นพบสรุปว่า อัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาค หรืออัตลักษณ์อาเซียนสามารถเกิดขึ้นได้จริง แต่ดำรงไปพร้อมกับอัตลักษณ์ความเป็นชาติที่ยังคงทำงาน

¹ อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาการโฆษณา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หมายเหตุ บทความนี้ปรับปรุงขึ้นจากงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์อัตลักษณ์ความเป็นชาติและความเป็นภูมิภาคของกลุ่มประเทศอาเซียน: ศึกษากรณีเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากโครงการวิจัย กองทุนวิจัยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2557.

ควบคู่กันไป แต่เป็นรูปแบบที่ค่อยเป็นค่อยไป และปรับเปลี่ยนตามบทบาทที่แต่ละประเทศให้น้ำหนักไว้ตรงอัตลักษณ์ใดภายใต้บริบทไหน เนื่องจากอัตลักษณ์มีความไหลลื่นและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทและสถานการณ์ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ การใช้อัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาคเป็นการลดทอนแรงเสียดทาน และลดการปะทะจากการแข่งขันระหว่างกัน จึงเป็นกลไกสำคัญในการทำงานร่วมกัน สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจได้ทำหน้าที่ลดความสำคัญของพรมแดนทางกายภาพลง (deterritorialization) เพื่อสร้างจัดระบบอาณาเขตทางพื้นที่ใหม่ (reterritorialization) กระบวนการดังกล่าวจึงมีผลต่อการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ให้สอดคล้องกับเงื่อนไขที่เหมาะสมกับช่วงเวลาและสถานการณ์นั้นๆ “อัตลักษณ์อาเซียน” จะเกิดขึ้นได้จริงหรือไม่ จึงขึ้นอยู่กับว่าชาวอาเซียนจะสามารถยอมรับความแตกต่างของกันและกัน และเข้าใจได้ว่าความแตกต่างคือความกลมกลืนที่เป็นอัตลักษณ์อาเซียนที่อยู่ในรูปแบบของความเป็นพหุวัฒนธรรม (multiculturalism) ที่ต้องอาศัยและขับเคลื่อนไปด้วยกัน

Abstract

While ASEAN Community will officially emerge in 2020, with the ASEAN Economic Community (AEC) becoming the goal of regional economic integration under the motto “one vision, one identity, one community”. Among the diversity of ASEAN member countries, this research questions how ASEAN member countries transform to be one regional identity while they still have their own national identity. The ASEAN Community Facebook fanpage is a virtual community pilot model which reflects the similarity and difference of contexts through content seeding from administrators between national and regional identity. The researcher uses a qualitative research methodology including a content analysis and a data collection from administrators seeding content on the ASEAN Community's Fanpage on Facebook. The identity is examined through 6 functional dimensions according to the information providing policy of the page which are business, education, culture, environment and relations under four events which related and linked to the interests of ASEAN Community. It comes to conclusion that that regional identity or ASEAN identity can actually occur simultaneously with national identity because the identity is fluid, being adjusted to a context and a situation accordingly to bring benefits. Using

regional identity can reduce tensions and avoid confrontations from the competition in the region. Therefore, it is the essential mechanism for cooperation. ASEAN identity may be defined just as an imagined community which is not established to destroy the national identity; it is used just to create limited boundary from one place to another. To define one's identity, it depends on the interaction or communication with other people.

Identity made people feel that they belong in the same group with other people (self-ascription) and others must feel the same way (ascription by others). An individual can have multiple identities in different dimensions, but to select which identity one must use relies on political, economic, social, cultural benefits which that a person wants to negotiate and achieve.

ที่มาและความสำคัญ

หากมองย้อนกลับไปที่จุดเริ่มต้นของการรวมตัวเพื่อจัดตั้งภูมิภาคแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป้าประสงค์หลักที่สำคัญก็คือ การสร้างความแข็งแกร่งต่อการรุกรานของมหาอำนาจในช่วงสงครามเย็น เมื่อประเทศมหาอำนาจอย่างสหรัฐอเมริกา จีน รัสเซีย ญี่ปุ่น หรือแม้แต่อินเดีย ต่างต้องการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การรวมตัวจึงเป็นหนทางในการต่อรองกับอำนาจและรักษาดุลยภาพระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนกับมหาอำนาจ พิชญ์ สุวรรณะชฎ (2540) มองว่า การจัดตั้งประชาคมอาเซียนเป็นผลมาจากความหวังร่วมกันของสมาชิกผู้ก่อตั้งโดยอาศัยองค์กรที่จัดตั้งขึ้นมานั้นเป็นเครื่องค้ำประกันความมั่นคงของแต่ละประเทศภายใต้สถานการณ์ที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้กำลังอยู่ท่ามกลางความขัดแย้งทางด้านอุดมการณ์ระหว่างมหาอำนาจ ดังนั้นการรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงของแต่ละประเทศจึงต้องสร้างให้ภูมิภาคแห่งนี้มีเสถียรภาพและพึ่งพาตนเองได้ เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองและถ่วงดุลระหว่างประเทศมหาอำนาจเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ จึงจำเป็นต้องจัดโครงสร้างองค์กรให้เป็นไปอย่างหลวมๆ และยืดหยุ่นได้ รวมถึงไม่เข้าไปแทรกแซงกิจการภายในของแต่ละประเทศจึงดูเป็นแนวทางที่ทำให้อาเซียนถือกำเนิดขึ้นและประคองตัวเองให้เกิดการพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง

Jones (2004) อ้างถึงวิสัยทัศน์ของประชาคมอาเซียน 2020 ที่พูดถึงพัฒนาการของประชาคมอาเซียน โดยหนึ่งในหัวข้อได้มีการกล่าวถึงการรวมตัวเป็นอัตลักษณ์หนึ่งเดียวแห่งประชาคมอาเซียน ซึ่ง Jones ได้ตั้งข้อสงสัยว่าอะไรคืออัตลักษณ์แห่งความเป็นประชาคมอาเซียน จากคำขวัญที่กำหนดไว้ว่า “one vision,

one identity, one community” หากหมายความว่าถึงลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่มีความคล้ายคลึงกัน อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน การที่มีรูปแบบวัฒนธรรมที่สอดคล้องกัน อาเซียนคงต้องปรับความเข้าใจให้กับประชาชนในชาติของตัวเองว่า มีความตระหนักรู้และมีความเข้าใจในเรื่องอัตลักษณ์อาเซียนมากขึ้นเพียงใดท่ามกลางบริบทความแตกต่างทางด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม สังคม อันเป็นอัตลักษณ์ที่สั่งสมกันมานานของแต่ละประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

Jones (2004) กล่าวเพิ่มว่า นี่อาจจะเป็นโอกาสของประชาคมอาเซียนในการปรับรูปแบบพหุวัฒนธรรมเข้ากับวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อเชื่อมโยงให้ภูมิภาคมีความเชื่อมโยงและมีสัมพันธภาพระหว่างกันมากขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัดบางอย่าง ที่แต่ละประเทศจะต้องจัดการในเรื่องความสับสนและขอบข่ายของอัตลักษณ์อาเซียนกับการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับประเทศนั้นๆ ตรงจุดนี้เองสะท้อนให้เห็นได้ว่า ความเป็นพลเมืองจึงขึ้นอยู่กับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมของพลเมือง และอัตลักษณ์ของชาตินั้นๆ ก็ขึ้นอยู่กับรัฐบาลของประเทศนั้นๆ ดังนั้นการสร้างอัตลักษณ์อาเซียนให้เกิดขึ้นไปในทิศทางเดียวกันและมีอยู่จริงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในความต้องการจึงต้องมองทั้งทางด้านการเมือง สังคม และวัฒนธรรม หากมองตามความเป็นจริงจะพบว่า แต่ละประเทศเองยังคงมีวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ที่หลากหลาย ผู้นำและประชาชนในแต่ละประเทศจึงต้องประเมินแนวคิดทางด้านอัตลักษณ์อาเซียนบนรากฐานเดิมที่มีอยู่เดิม เพื่อที่จะปรับไปสู่อัตลักษณ์อาเซียนที่เกิดขึ้นจากการยอมรับความหลากหลายและความแตกต่างของกันและกัน

ด้วยสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นชุมชนเสมือนที่แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ อันเป็นตัวแทนแห่งชนชาติในโลกเสมือนที่ช่วยดำรงอัตลักษณ์ของความเป็นชาติในโลกแห่งความเป็นจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zulfikar (2013) ที่มองว่าสื่อสังคมออนไลน์มีประสิทธิภาพในการสร้างการตระหนักรู้ ความเข้าใจให้กับชุมชนอาเซียนในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความเป็นไป รวมถึงทำความเข้าใจให้คนแต่ละประเทศยอมรับในความเหมือน อันเป็นที่มาแห่งอัตลักษณ์ของอาเซียน งานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการศึกษารูปแบบการนำเสนออัตลักษณ์ของแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียน และรูปแบบการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาคของประชาคมอาเซียน โดยศึกษาจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community ซึ่งเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งในสังคมเสมือนท่ามกลางความแตกต่างทางด้านอัตลักษณ์ของแต่ละประเทศ ในกระบวนการสื่อสารผ่านภาพและเนื้อหา ทั้งผู้ส่งสารที่เป็นผู้รับผิดชอบเนื้อหาและผู้รับสารที่เป็นสมาชิกแฟนเพจในการสร้างอัตลักษณ์แห่งความเป็นชาติของแต่ละประเทศ จะมีความสอดคล้องหรือแตกต่างกับอัตลักษณ์แห่งความเป็นภูมิภาคอาเซียน ข้อมูลดังกล่าวช่วยสะท้อนภาพการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนที่จะเกิดขึ้น

ในอนาคตอันใกล้ได้ชัดเจนขึ้นว่า จะเป็นไปในทิศทางใดและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และนโยบายที่ต้องการสร้างให้ประชาคมอาเซียนมีอัตลักษณ์ร่วมเพียงหนึ่งเดียวให้เกิดขึ้นจริงได้หรือไม่ อย่างไร

คำถามวิจัย

การประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นหนึ่งเดียวของอาเซียนบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจะเกิดขึ้นได้หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบอัตลักษณ์ของแต่ละประเทศในประชาคมอาเซียนผ่านการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community
2. เพื่อทราบอัตลักษณ์ของภูมิภาคประชาคมอาเซียนผ่านการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ของแต่ละประเทศกับอัตลักษณ์ของภูมิภาคประชาคมอาเซียนต่อนโยบายการสร้างอัตลักษณ์อาเซียนเพียงหนึ่งเดียว

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community² เฉพาะรูปแบบการนำเสนอส่วนที่เป็นตัวอักษรและภาพเท่านั้น โดยเกณฑ์ในการเลือกแฟนเพจ ASEAN Community ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาสามารถเป็นตัวแทนพื้นที่สะท้อนอัตลักษณ์อาเซียน ดังนี้

- (1) เป็นแฟนเพจของภาคประชาชน พิจารณาจากนโยบายการก่อตั้งเพจ
- (2) พบการมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนเพจจากประเทศในประชาคมอาเซียนอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากสถิติการไลก์เวียนของผู้ใช้งาน
- (3) การนำเสนอเนื้อหามาจากตัวแทนประเทศในประชาคมอาเซียน พิจารณาจากผู้นำเสนอเนื้อหา (post) สถานะในแฟนเพจ
- (4) ยอดผู้กดชื่นชอบ (like) ในลำดับที่ 1-5 ของแฟนเพจที่เกี่ยวข้องกับอาเซียน ซึ่งในวันที่ทำการเก็บข้อมูล มีจำนวนสมาชิกเข้ามากดชื่นชอบ (like) เป็นจำนวน 250,890 ราย (ข้อมูล ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2556)

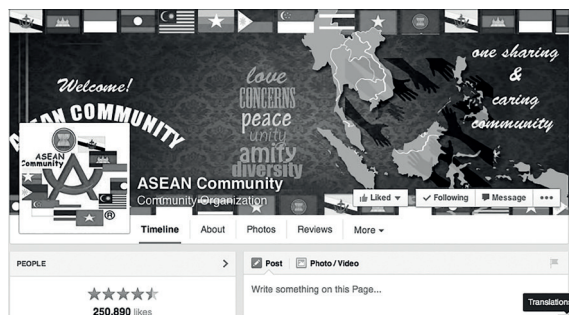
จากการพิจารณาคุณลักษณะตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษา

² แฟนเพจเปลี่ยนชื่อจาก ASEAN Community (2011) เป็น ASEAN Youth Organization (2015).

เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community ด้วยมีคุณลักษณะครบทั้ง 4 ประการ โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community เป็นชุมชนสื่อออนไลน์ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เยาวชนอาเซียนรวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลประเทศของตน ก่อนที่จะรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนในปี ค.ศ. 2020 ตามวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้ว่า “one vision, one identity, one community” โดยนักศึกษาไทยเป็นผู้ริเริ่มสร้างแฟนเพจนี้ขึ้นมาจากคำแนะนำของอาจารย์ แต่ได้มีการปรับแนวคิดที่ว่าไม่มีใครเป็นเจ้าของแฟนเพจนี้ เพราะแฟนเพจนี้ทุกคนในประชาคมอาเซียนต่างมีสิทธิด้วยกันทุกคน จึงมีการปรับให้ผู้ดูแลแฟนเพจมาจาก 10 ประเทศอาเซียนเป็นผู้รับผิดชอบเนื้อหาในการนำเสนอเนื้อหา (content) ลงบนหน้าแฟนเพจ ซึ่งในขณะที่ยังดำเนินงานวิจัยมีสมาชิกเข้ามาคลิกชอบ (like) แฟนเพจเป็นจำนวน 250,890 ราย และมีผู้รับผิดชอบเนื้อหา (administrator) จำนวน 50 คนมาจากทุกประเทศในประชาคมอาเซียน (ข้อมูล ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2556) ภายใต้แนวคิดความเท่าเทียม เสรีภาพ ตามสิทธิขั้นพื้นฐาน ข้อมูลจึงไม่ได้เป็นของประเทศใด ประเทศหนึ่ง แต่เป็นการกระจายอย่างเท่าเทียมกัน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

- (1) ให้ข้อมูลข่าวสารทุกชาติพันธุ์เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน
- (2) สร้างสัมพันธภาพระหว่างประชาคมอาเซียนและนอกประชาคมอาเซียน
- (3) ให้คนแต่ละประเทศในประชาคมอาเซียนใกล้ชิดกันมากขึ้น
- (4) เตรียมตัวก่อนการเข้าสู่การเปิดประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการใน ค.ศ. 2020
- (5) สนับสนุนการทำงานของรัฐบาลด้วยการเสริมสร้างความเข้าใจในเรื่องการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี ค.ศ. 2020

ภาพที่ 1: หน้าแฟนเพจเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community (2556)

เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community ได้นิยามตัวเองว่า “one caring and sharing community” โดยแฟนเพจนี้จะมีการหมุนเวียนการนำเสนอเนื้อหาจากแต่ละประเทศ ดังนี้

- วันจันทร์ นำเสนอเนื้อหาโดยเนการาบรูไนดารุสซาลามและราชอาณาจักรกัมพูชา
- วันอังคาร นำเสนอเนื้อหาโดยสาธารณรัฐอินโดนีเซียและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- วันพุธ นำเสนอเนื้อหาโดยมาเลเซียและสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา
- วันพฤหัสบดี นำเสนอเนื้อหาโดยสาธารณรัฐฟิลิปปินส์และสาธารณรัฐสิงคโปร์
- วันศุกร์ นำเสนอเนื้อหาโดยราชอาณาจักรไทยและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม
- ส่วนวันเสาร์และวันอาทิตย์ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนโดยสิบประเทศอาเซียน

ภาพที่ 2: แสดงรายละเอียดการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละวันจากแต่ละประเทศอาเซียนบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community (2556)

แผนภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย



นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1) อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะกลุ่มที่แสดงให้เห็นรูปแบบความสอดคล้องคล้ายคลึงกันในกลุ่ม ชุมชน หรือสังคมนั้นๆ ซึ่งอัตลักษณ์อาเซียนมีหลายระดับ ตามรูปแบบของผู้สร้างสารที่อาจเป็นทั้งผู้นำประเทศ ประชาชนภายในประเทศ หรือกลุ่มคนในแต่ละประเทศ ซึ่งมีที่มา แบบแผน ค่านิยม วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องดูบริบทอื่นร่วมด้วย เนื่องจากบริบททางสังคมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ (Kasama, 2011) และหากนำนิยามอัตลักษณ์ของ ศราณี เวศยาสิรินทร์ (2554) มาพิจารณาประกอบจะพบว่า อัตลักษณ์มีคุณสมบัติ 2 ประการ คือ (1) อัตลักษณ์มีหลายมิติ (2) อัตลักษณ์มีพลวัตหรือเลื่อนไหลเปลี่ยนไปตามสถานการณ์

โดยงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาอัตลักษณ์ในมิติของกระบวนการเกิดอัตลักษณ์ที่สามารถเลื่อนไหลได้ (identity as a process หรือ identity as a production) โดยเลือกศึกษาบนพื้นที่โลกเสมือน (virtual sphere) คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community โดยมีเครื่องหมายบ่งบอกอัตลักษณ์ (identity maker) 3 ส่วนที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดผล ดังนี้ (1) หน้าที่ของเนื้อหาที่นำเสนอ 6 มิติ ได้แก่ การให้ข้อมูลทั่วไป การให้ข้อมูลการศึกษา การสะท้อนประเด็นสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมสัมพันธภาพ การนำเสนอข่าวสารทางธุรกิจ และการเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม (2) การไหลเลื่อนของการทำหน้าที่ของเนื้อหาภายใต้ 4 เหตุการณ์ ได้แก่ ตัวแทนของเหตุการณ์สำคัญทั่วไป 2 เหตุการณ์ ประกอบด้วยเหตุการณ์กีฬาซีเกมส์ 2014 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และเหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ และตัวแทนของเหตุการณ์ภัยพิบัติ 2 เหตุการณ์ ประกอบด้วยเหตุการณ์วาตภัยจากไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เที่ยวบินที่ เอ็มเอช 370 (3) ความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ที่หลากหลาย (identities) ของแต่ละประเทศ กับอัตลักษณ์แบบหนึ่งเดียว (identity) ของภูมิภาคประชาคมอาเซียน ต่อนโยบายการสร้างอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวบนพื้นที่โลกเสมือน เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

2) หน้าที่ของเนื้อหาที่นำเสนอ หมายถึง หน้าที่ของเนื้อหาที่นำเสนอ 6 มิติ ได้แก่ ข้อมูล, การศึกษา, สิ่งแวดล้อม, สัมพันธภาพ, ธุรกิจ และวัฒนธรรม (www.aseancommunity.org, 2556) โดยแต่ละหน้าที่มีขอบเขตการพิจารณาดังนี้

- การส่งเสริมสัมพันธภาพ หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาใดๆ ที่ก่อให้เกิดความผูกพันเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันระหว่างประเทศ หรือระหว่างกลุ่มประชาคมอาเซียน ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ
- การเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับระบบความรู้ ความคิด ความเข้าใจ ความเชื่อ (cognition/knowledge/belief system) รวมถึงระบบการประพฤติปฏิบัติ ธรรมเนียมประเพณี (cognition/performance/traditions) เฉพาะของประเทศนั้นๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)
- การสะท้อนประเด็นสิ่งแวดล้อม หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาที่ก่อให้เกิดการตระหนักรู้เรื่องประเภทของสิ่งแวดล้อม ซึ่งตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (natural environment) สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า อากาศ ดิน น้ำ มนุษย์ สิ่งเหล่านี้

ต้องอาศัยสิ่งแวดล้อมอื่นประกอบ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อยคือ

1.1 สิ่งที่มีชีวิต (biotic environment) หรือที่เรียกว่า สิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ (biological environment) เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีคุณสมบัติเฉพาะตัวของสิ่งที่มีชีวิต เช่น พืช สัตว์ มนุษย์ เป็นต้น

1.2 สิ่งที่ไม่มีชีวิต (abiotic environment) หรือสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งอาจจะมองเห็นหรือมองไม่เห็น เช่น แร่ธาตุ อากาศ เสียง เป็นต้น

2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (man-made environment) ได้จากทรัพยากรดั้งเดิม แล้วมนุษย์เป็นผู้ดัดแปลง เช่น ถนน บ้านเมือง ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมเป็นนามธรรม (abstract หรือ social environment) เช่น วัฒนธรรม ประเพณี การเมือง ศาสนา กฎหมาย ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกพิจารณาการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติในการวิเคราะห์เท่านั้น

- การนำเสนอข่าวสารทางธุรกิจ หมายถึง การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการค้า การตลาด การลงทุนเฉพาะของประเทศนั้นๆ
- การให้ข้อมูลทางการศึกษา หมายถึง การให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับการศึกษาเฉพาะของประเทศนั้นๆ
- การให้ข้อมูลทั่วไป หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการแจ้งให้ทราบในประเด็นที่นอกเหนือจากหำมิติในข้างต้น โดยมีวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารเพื่อต้องการให้เกิดการรับรู้เท่านั้น

3) ประชาคมอาเซียน หมายถึง กลุ่มสิบประเทศประชาคมอาเซียน ได้แก่ เนการาบรูไนดารุสซาลาม ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มาเลเซีย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐสิงคโปร์ ราชอาณาจักรไทย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

4) เฟซบุ๊กแฟนเพจ หมายถึง พื้นที่หรือเพจที่องค์กรสร้างขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมโดยให้บุคคลที่สนใจเข้ามาคลิกลูก (like) เป็นสมาชิกเพจเข้ามาติดตามข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะเจาะจงไปที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community เท่านั้น

5) นโยบายการสร้างอาเซียนเป็นหนึ่งเดียว หมายถึง วิสัยทัศน์ของประชาคมอาเซียนในปี ค.ศ. 2020 ที่กล่าวถึงการรวมตัวเป็นอัตลักษณ์หนึ่งเดียวแห่งประชาคมอาเซียน จากคำขวัญที่กำหนดไว้ว่า “one vision, one identity, one community”

หรือ “หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งอัตลักษณ์ หนึ่งประชาคม” (Jones, 2004) ภายใต้กฎบัตรสมาคมแห่งประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ระบุไว้ในหมวด 1 ความมุ่งประสงค์และหลักการ ข้อ 14 ระบุว่า เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ของอาเซียนโดยผ่านการส่งเสริมความสำนึกถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมรดกของภูมิภาคและหมวด 11 อัตลักษณ์และสัญลักษณ์ ข้อ 35 อัตลักษณ์ของอาเซียน ระบุว่าอาเซียนต้องส่งเสริมอัตลักษณ์ร่วมกันของตนและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในหมู่ประชาชนของตน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและคุณค่าร่วมกันของอาเซียน (สำนักความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ, สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2554)

6) หน้าที่ของการนำเสนอเนื้อหา หมายถึง แนวทางการนำเสนอเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community โดยศึกษาเฉพาะเนื้อหาสาระที่เป็นข้อความตัวอักษร และรูปภาพ ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาจาก 2 มิติ ได้แก่ (1) มิติหน้าที่ของเนื้อหาที่นำเสนอ 6 มิติ ได้แก่ การให้ข้อมูลทั่วไป การให้ข้อมูลการศึกษา การสะท้อนประเด็นสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมสัมพันธภาพ การนำเสนอข่าวสารทางธุรกิจ และการเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม (2) มิติการไหลเลื่อนของการทำหน้าที่ของเนื้อหาภายใต้ 4 เหตุการณ์ พิจารณาการเลื่อนไหลของอัตลักษณ์จากเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูล โดยทุกมิติจะวิเคราะห์ผ่าน 4 เหตุการณ์ที่เลือกแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นตัวแทนของสภาพเหตุการณ์สำคัญทั่วไป 2 เหตุการณ์ประกอบด้วยเหตุการณ์กีฬาซีเกมส์ 2014 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และเหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ และตัวแทนของเหตุการณ์ภัยพิบัติ 2 เหตุการณ์ ประกอบด้วยเหตุการณ์วาตภัยจากไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เที่ยวบินที่เอ็มเอส 370 โดยในทุกมิติจะเป็นการศึกษาตามช่วงเวลาที่ผู้วิจัยระบุไว้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของแต่ละเหตุการณ์

7) ผู้รับผิดชอบเนื้อหา (administartor) หมายถึง บุคคลผู้คัดเลือก ออกแบบ และนำเสนอเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community จากสิบประเทศอาเซียนที่ได้รับการคัดเลือกให้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจดังกล่าว

8) สมาชิกแฟนเพจ หมายถึง บุคคลที่สนใจในเนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community โดยกดถูกใจ (like) เพื่อติดตามเนื้อหาในแฟนเพจอย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ (1) เพื่อทราบอัตลักษณ์ของแต่ละประเทศประชาคมอาเซียนผ่านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community (2) เพื่อทราบอัตลักษณ์ของภูมิภาคประชาคมอาเซียนผ่านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ

ASEAN Community และ (3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ของแต่ละประเทศกับอัตลักษณ์ของภูมิภาคประชาคมอาเซียนต่อนโยบายการสร้างอัตลักษณ์อาเซียนเพียงหนึ่งเดียว การนำเสนอผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษาผ่านเครื่องหมายบ่งบอกอัตลักษณ์ (identity maker) 3 ส่วนที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดผล ดังนี้

- (1) หน้าที่ของเนื้อหาที่นำเสนอ 6 มิติ ได้แก่ การให้ข้อมูลทั่วไป การให้ข้อมูลการศึกษา การสะท้อนประเด็นสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมสัมพันธภาพ การนำเสนอข่าวสารทางธุรกิจ และการเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม
- (2) การไหลเลื่อนของการทำหน้าที่ของเนื้อหาภายใต้ 4 เหตุการณ์
- (3) ความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ที่หลากหลาย (identities) ของแต่ละประเทศ กับอัตลักษณ์ที่เป็นหนึ่งเดียว (identity) ของภูมิภาคประชาคมอาเซียน ต่อนโยบายการสร้างอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวบนพื้นที่โลกเสมือนเพชบุรีกแฟนเพจ ASEAN Community

(1) หน้าที่ของเนื้อหาที่นำเสนอ 6 มิติ

หากพิจารณาตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์หน้าที่ของเนื้อหาที่นำเสนอ ผลการศึกษาแยกตามเหตุการณ์ได้ดังนี้

ก. เหตุการณ์วาทภัยจากไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (ช่วงเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 16-24 พฤศจิกายน 2556) จากข้อมูลการนำเสนอเนื้อหาของผู้รับผิดชอบเนื้อหา หรือแอดมินของแต่ละประเทศ สรุปรายละเอียดการนำเสนอเนื้อหาเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1: แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงเหตุการณ์วาทภัยจากไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน โดยนำเสนอในมิติต่างๆ ระหว่างวันที่ 16-24 พฤศจิกายน 2556

ประเทศ ที่นำเสนอเนื้อหา	หน้าที่ของเนื้อหาที่ลงผ่านเพชบุรีกแฟนเพจ ASEAN Community						รวม
	ข้อมูล	วัฒนธรรม	สัมพันธภาพ	ธุรกิจ	การศึกษา	สิ่งแวดล้อม	
บรูไน	3	-	-	-	-	-	3
กัมพูชา	3	7	-	1	-	-	11

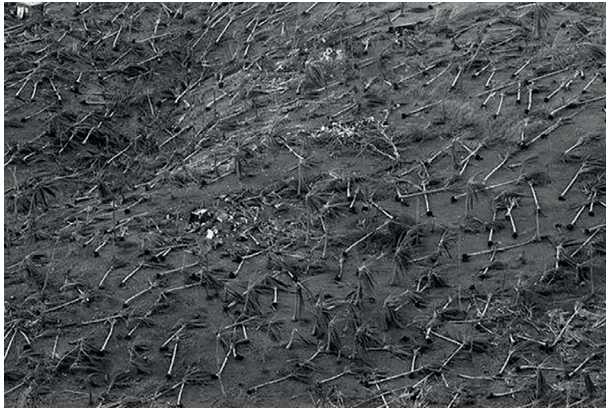
ประเทศ ที่นำเสนอเนื้อหา	หน้าที่ของเนื้อหาที่ลงผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community						รวม
	ข้อมูล	วัฒนธรรม	สัมพันธภาพ	ธุรกิจ	การศึกษา	สิ่งแวดล้อม	
อินโดนีเซีย	17	16	-	3	2	2	40
ลาว	3	-	-	-	-	1	4
มาเลเซีย	12	7	1	-	1	-	21
เมียนมา	9	7	-	-	-	-	16
ฟิลิปปินส์	62	4	11	1	-	-	78
สิงคโปร์	-	-	-	-	-	-	0
ไทย	13	6	6	-	-	-	25
เวียดนาม	14	13	1	1	-	-	29
อาเซียน	14	-	15	-	-	-	29
รวม	150	60	34	6	3	3	256

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า การนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นมิติของเนื้อหาประเภทข้อมูลทั่วไปวัฒนธรรมและสัมพันธภาพ ซึ่งมีจำนวน 150, 60 และ 34 เนื้อหาตามลำดับ โดยประเทศฟิลิปปินส์นำเสนอเนื้อหามากที่สุด จำนวน 78 เนื้อหา ในมิติของเนื้อหาประเภทข้อมูลนั้น นอกจากสะท้อนสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้นๆ เช่น กรณีเหตุการณ์วาตภัยจากไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน จะปรากฏการแจ้งข่าวสาร การระดมทุน รวมไปถึงการนำเสนอการเข้ามาช่วยเหลือของประเทศอาเซียน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รายละเอียดกิจกรรม เทศกาล ข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์กับสมาชิกแฟนเพจที่อยู่ในประเทศอื่น รูปแบบของแฟนเพจจึงเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน จากการนำเสนอข้อมูลพบข้อสังเกตตามเกณฑ์การวิเคราะห์ดังนี้

1) เนื้อหาที่นำเสนอส่วนใหญ่จัดอยู่ในมิติการนำเสนอข้อมูลทั่วไป ซึ่งการให้ข้อมูลของผู้รับผิดชอบเนื้อหา หรือแอดมิน ทำหน้าที่นำเสนอประเทศของตนเพื่อให้ประเทศอื่นๆ ได้รับทราบเนื้อหาในประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับประเทศนั้น ตัวอย่างเช่น สถานที่สำคัญในประเทศ การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว เป็นต้น รวมถึงกำหนดเนื้อหาในการนำเสนอไปยังสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจได้เช่นเดียวกัน

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาจึงเป็นไปในทิศทางบวกต่อประเทศนั้นๆ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศของตนเองไปยังกลุ่มคนประเทศอื่นๆ

ภาพที่ 3: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาที่นำเสนอในบทบาทหน้าที่การให้ข้อมูลทั่วไปในช่วงเหตุการณ์ไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน ลงเนื้อหาวันที่ 16 พฤศจิกายน 2556



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

เนื้อหา: Coconut trees in Guiuan, Eastern Samar, Philippines, see how strong super typhoon #haiyan is? #YolandaPH by: Laurence "Lorie" (Admin Pilipinas) 523 people like, 249 share
(คำแปล: ต้นมะพร้าวในเมืองกีวาน อีสเทิร์น ซามาร์ ฟิlippินส์ ดูพลังของไต้ฝุ่นว่าแรงขนาดไหน)

2) ในส่วนเนื้อหาทางด้านการเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบแต่ละประเทศต่างนำเสนอเนื้อหาเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมของตนเอง ดังที่ Borivath Kem (2557) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากราชอาณาจักรกัมพูชา กล่าวว่า การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอาเซียนทำให้เราได้เรียนรู้มากกว่าแค่ประเทศของเรา เราได้รู้เกี่ยวกับความเป็นภูมิภาค และประเทศอื่น ทำให้รู้ว่าอาเซียนคือความหลากหลาย พวกเรามีทั้งพุทธ มุสลิม คริสต์ มีเชื้อชาติที่หลากหลาย แต่เราก็มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน การนำเสนอประเด็นอาเซียนจึงเป็นการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของแฟนเพจที่ผู้ก่อตั้งต้องการ การเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ ส่งผลให้สมาชิกจากประเทศต่างๆ เห็นว่าบางวัฒนธรรมมีความคล้ายคลึงและเชื่อมโยงกัน หน้าที่การเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรมจึงเป็นการสร้างความเข้าใจให้สมาชิกอาเซียนได้เห็นความเหมือนในความแตกต่างหลากหลายทางเชื้อชาติ

ภาพที่ 4: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาที่นำเสนอในบทบาทหน้าที่การเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรมในช่วงเหตุการณ์ไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน ลงเนื้อหาวันที่ 19 พฤศจิกายน 2556



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

เนื้อหา: "Indonesian Traditional Cakes"

In Indonesia you'll be amazed with our various cakes that can be found easily in traditional market across the country from coconut cakes to cassava cakes, locals call it Jajanan Pasar or Traditional Market delicacy because most of them can be found easily in traditional markets.

~ Jay Indonesia 307 people like, 28 share

(คำแปล: เค้กต้นตำรับแบบอินโดนีเซีย ที่อินโดนีเซียคุณจะได้พบกับเค้กหลากหลายชนิดที่หาได้ง่ายๆ ในตลาดทั่วไป จากเค้กมะพร้าว ไปจนถึงเค้กมันสำปะหลัง ภาษาถิ่นเรียกว่า จาจันัน ปาซาร์ หรือตลาดท้องถิ่นที่หาขนมทุกประเภทได้ในตลาดนี้)

3) ส่วนประเด็นการส่งเสริมสัมพันธภาพนั้น ไม่เพียงแต่ผู้รับผิดชอบเนื้อหา หรือแอดมิน จากสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมสัมพันธภาพในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติเท่านั้น แต่ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากประเทศอื่นๆ ก็มีส่วนร่วมในการนำเสนอเช่นกัน เหตุการณ์ไต้ฝุ่นไห่เยี่ยนสะท้อนบทบาทสำคัญของหน้าที่การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว โดยนำเสนอเนื้อหาที่ประเทศอื่นๆ ในอาเซียนให้ความช่วยเหลือประเทศฟิลิปปินส์ จากข้อมูลพบว่า มี 4 ประเทศอย่างประเทศฟิลิปปินส์จำนวน 11 เนื้อหา ประเทศไทย จำนวน 6 เนื้อหา ประเทศมาเลเซีย จำนวน 1 เนื้อหา และประเทศเวียดนาม จำนวน 1 เนื้อหาที่นำเสนอเนื้อหาการส่งเสริมสัมพันธภาพ แต่อย่างไรก็ตาม มีผู้รับผิดชอบเนื้อหา หรือแอดมิน ที่นำเสนอเนื้อหาผ่านการระบุแหล่งที่มาว่าจากอาเซียนมีจำนวน 5 เนื้อหา โดยเนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นการพูดถึงข้อดีของการรวมเป็นประชาคมอาเซียน รวมถึงการที่อาเซียนได้ร่วมกันช่วยเหลือประเทศฟิลิปปินส์ที่ประสบปัญหาภัยพิบัติตามตัวอย่างดังนี้

ภาพที่ 5: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาที่นำเสนอในบทบาทหน้าที่การส่งเสริมสัมพันธภาพในช่วงเหตุการณ์ไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน ลงเนื้อหาวันที่ 16 พฤศจิกายน 2556



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

เนื้อหา: #ASEANers ASEAN Community Page invites you to send your photos showing solidarity to the Philippine typhoon victims, a photo at your school with your friends. Just send it and we will upload it (Please tell us also in which ASEAN nation you are from) || WE ARE 1 REGION, ONE COMMUNITY, 1 ASEAN BY 2015! — with Ali Taylor II.

300 people like, 48 share

(คำแปล: ทางเพจชวนคุณส่งรูปแสดงให้เห็นความเป็นหนึ่งเดียวกันไปยังผู้ประสพภัยจากพายุไต้ฝุ่นที่ฟิลิปปินส์ และระบุว่ามีมาจากประเทศอะไร เราคือภูมิภาคเดียวกัน ชุมชนเดียวกัน อาเซียนร่วมกัน)

เนื้อหาที่นำเสนอเป็นการหยิบยกประเด็นการรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน การสร้างความตื่นตัวให้เห็นความสำคัญของการเปิดประชาคมอาเซียน อีกจุดหนึ่งที่มีความสำคัญคือ การเห็นความร่วมมือในการช่วยเหลือกันและกันของประชาคมอาเซียน แหล่งข้อมูลส่วนใหญ่มาจากผู้รับผิดชอบเนื้อหา หรือแอดมินที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียน ศรันย์ ไพบุญย์ (2557) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากราชอาณาจักรไทย ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาผ่านเฟซบุ๊กว่า ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน การช่วยเหลือกัน เห็นได้จากกรณีพายุไต้ฝุ่นที่เข้าประเทศฟิลิปปินส์ ทีมผู้รับผิดชอบเนื้อหาได้วางแผนกำหนดเป็นประเด็นการช่วยเหลือตลอดทั้งสัปดาห์ เพราะเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community เป็นเสมือนสื่อกลาง เป็นเหมือนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการระดมความช่วยเหลือ เช่น การนำเสนอเนื้อหาของเพจไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่มีกำลังในการให้การช่วยเหลือ หรือแม้กระทั่งผู้รับผิดชอบเนื้อหาบริจาคเงินแล้วนำเรื่องราวมานำเสนอในเพจ สมาชิกก็จะเข้ามากดชอบ (like) พร้อมกดติดตามข่าวสารทางเพจอย่างต่อเนื่อง ไม่จำกัดเฉพาะเนื้อหาการนำเสนอเนื้อหาในมิติอื่นๆ เท่านั้น

ข. เหตุการณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ 2014 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา (ช่วงเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 7-15 ธันวาคม 2556) ข้อมูลการนำเสนอเนื้อหาของผู้รับผิดชอบเนื้อหาหรือแอดมินของแต่ละประเทศ สรุปรายละเอียดการนำเสนอเนื้อหาเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 2: แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงเหตุการณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ 2014 โดยนำเสนอในมิติต่างๆ ระหว่างวันที่ 7-15 ธันวาคม 2556

ประเทศ ที่นำเสนอ เนื้อหา	หน้าที่ของเนื้อหาที่ลงผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community						รวม
	ข้อมูล	วัฒนธรรม	สัมพันธภาพ	ธุรกิจ	การศึกษา	สิ่งแวดล้อม	
บรูไน	-	-	1	-	-	-	1
กัมพูชา	10	2	-	-	-	-	12
อินโดนีเซีย	15	8	-	1	-	1	25
ลาว	6	3	-	-	-	-	9
มาเลเซีย	19	8	-	-	1	-	28
เมียนมา	24	5	-	1	-	-	30
ฟิลิปปินส์	32	18	1	3	1	1	56
สิงคโปร์	-	-	-	-	-	-	0
ไทย	47	3	1	3	6	1	61
เวียดนาม	18	12	-	-	2	-	32
อาเซียน	3	-	-	-	-	-	3
รวม	174	59	3	8	10	3	257

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาประเภทข้อมูล วัฒนธรรม และการศึกษา (สามอันดับสูงสุด) ซึ่งมีจำนวน 174, 59 และ 10 เนื้อหาตามลำดับ จากข้อมูลพบว่า ในมิติเนื้อหาประเภทข้อมูลนั้นมีการนำเสนอมากที่สุด เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ซึ่งแต่ละประเทศต่างนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกีฬาซีเกมส์ ดังนั้น ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจึงมีนโยบายสนับสนุนการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกีฬาซีเกมส์ ถือว่าเป็นประเด็นอาเซียนในการสร้างกระแสความเป็นประชาคมอาเซียนร่วมกัน จุดนี้จึงถือเป็นการตอบวัตถุประสงค์การสร้างความสัมพันธ์อันดีให้แก่สมาชิกในอาเซียน อีกทั้งกีฬา

ซีเกมส์ถือเป็นเหตุการณ์สำคัญทั่วไปที่แตกต่างจากกรณีภัยพิบัติ สมาชิกแฟนเพจ จึงมองการนำเสนอดังกล่าวเป็นเพียงการให้ข้อมูลในรูปแบบหนึ่งเท่านั้น Borivath Kem (2557) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากราชอาณาจักรกัมพูชา มองว่า กิจกรรมดังกล่าวช่วยสร้างความสามัคคีให้คนในอาเซียน ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจึงนำเสนอเนื้อหาได้อย่างอิสระ เพราะถือเป็นการให้ข้อมูลแก่คนทั้งอาเซียน ไม่เฉพาะแค่คนในประเทศ เพื่อแสดงให้เห็นถึงสปิริตของการทำงานร่วมกันในการนำเสนอประเด็นดังกล่าว จากการนำเสนอข้อมูลพบข้อสังเกตตามเกณฑ์การวิเคราะห์ดังนี้

1) เนื้อหาที่นำเสนอส่วนใหญ่จัดอยู่ในหน้าที่การนำเสนอข้อมูลทั่วไป ผู้รับผิดชอบเนื้อหาแต่ละประเทศนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬาซีเกมส์ ผู้วิจัยพบว่า การนำเสนอประเด็นกีฬาซีเกมส์มี 2 กรณี คือ (1) เป็นการนำเสนอในนามของประเทศเมียนมาเจ้าภาพ ซึ่งจะมาจากประเทศเมียนมาในฐานะเจ้าของเนื้อหาหลัก กับ (2) การนำเสนอในความเป็นกีฬาของประชาคมอาเซียนที่ทุกประเทศมีบทบาททัดเทียมกัน ทั้งในการมีส่วนร่วมในการแข่งขันและการเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจซึ่งคาบเกี่ยวกัน จึงครอบคลุมไปถึงการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ที่ทุกประเทศมีส่วนร่วม จึงสามารถหยิบยกประเด็นดังกล่าวมาใช้ในการเชื่อมโยงเข้ากับความเป็นอาเซียนได้โดยไม่ถูกมองว่าเนื้อหานี้เป็นของประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่ทั้งนี้ต้องไม่ลืมที่จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างประชาคมอาเซียนทั้งสิบประเทศด้วยเช่นเดียวกัน

ภาพที่ 6: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาที่นำเสนอในบทบาทหน้าที่การให้ข้อมูลทั่วไปในช่วงเหตุการณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ 2014 ลงเนื้อหาวันที่ 15 ธันวาคม 2556

MEDAL TALLY			
			
Country	Gold	Silver	Bronze
 Thailand	42	36	38
 Myanmar	36	30	33
 Vietnam	35	32	40
 Indonesia	31	46	42
 Malaysia	21	15	37
 Singapore	15	12	21
 Philippines	10	13	21
 Cambodia	4	7	12
 Laos	2	5	18
 Brunei	1	1	4
 Timor-Leste	0	0	1
Last Updated - 15/12/2013 4:35 PM			

ที่มา: แฟนบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

เนื้อหา: SEA Games Update: Medal Tally at 15/12/2013 4:35 PM, Booth, Thailand
592 people like, 74 share (คำแปล: รายงานความคืบหน้าข่าวเหรียญซีเกมส์)

จากข้อมูลพบว่า ผู้รับผิดชอบเนื้อหาแนะนำเสนอเนื้อหากีฬาซีเกมส์ที่อยู่ในความสนใจของสมาชิกอาเซียนเป็นหลัก Vibol Chea (2557) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากราชอาณาจักรกัมพูชา มองว่า การส่งเสริมให้เกิดประชาคมอาเซียนนั้นเป็นประโยชน์ การสร้างความน่าเชื่อถือผ่านกีฬาเป็นการดึงศักยภาพให้คนเห็นว่าเราพร้อม ซึ่งจะทำให้คนอาเซียนมีงานทำ และบริษัทท้องถิ่นก็จะเติบโตตามไปด้วย นี่จึงเป็นอีกเหตุผลสำคัญของการรวมตัวเพื่อสร้างประชาคมอาเซียน ผู้รับผิดชอบเนื้อหาแต่ละประเทศจึงนำเสนอเนื้อหาซีเกมส์ได้อย่างเป็นอิสระในมุมมองของตน แต่ก็ต้องอยู่ภายใต้นโยบายหลักของแฟนเพจ ส่วน Nguyen Hoang Minh Dang (2557) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม มองว่า บทบาทหลักของผู้รับผิดชอบเนื้อหาต้องสอดคล้องกับจุดยืนหลักของแฟนเพจที่ตั้งขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน รวมถึงการสร้างสัมพันธภาพ ซึ่งผู้รับผิดชอบเนื้อหาต้องช่วยกันนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้ในประเด็นอาเซียน ดังนั้น การสนับสนุนประเด็นอาเซียนจึงเป็นการเผยแพร่กิจกรรมของประชาคมอาเซียน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้คนในอาเซียนเข้าใจมากขึ้น ภายใต้วัตถุประสงค์หลักของการจัดการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ที่มีความชัดเจนว่า เป็นการเสริมสร้างความสามัคคีของประเทศอาเซียน ดังนั้น แนวคิดนี้จึงเป็นจุดยืนของผู้รับผิดชอบเนื้อหาหรือแอดมินด้วยเช่นกัน

2) การนำเสนอเนื้อหาในบทบาทหน้าที่ของการส่งเสริมความเข้าใจทางวัฒนธรรม เนื้อหาส่วนใหญ่ต้องการนำเสนอให้เห็นความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากแต่ละประเทศยังคงทำหน้าที่ในบทบาทการนำเสนอมิติอื่นๆ นอกจากการนำเสนอเนื้อหาประเด็นการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ดังตัวอย่าง

ภาพที่ 7: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาที่นำเสนอในบทบาทหน้าที่การส่งเสริมความเข้าใจทางวัฒนธรรมในช่วงการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ 2014 ลงเนื้อหาวันที่ 10 ธันวาคม 2556



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

เนื้อหา: An old painting of Balinese women in the past with the traditional clothes - Denpasar, Bali, Indonesia Unity in Diversity
~ Jay Indonesia — with Ratry Saysana.
140 People like, 2 share
(คำแปล: ภาพวาดโบราณของสตรีบาหลีนในอดีตในชุดเสื้อผ้าพื้นเมือง)

การนำเสนอเนื้อหาถือเป็นเรื่องปกติที่ผู้รับผิดชอบเนื้อหาแต่ละประเทศต้องทำ อันเป็นไปตามนโยบายที่ให้ผู้รับผิดชอบเนื้อหาคัดสรรเนื้อหาได้ด้วยตัวเอง Aye Moe Chit (2557) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา กล่าวถึงวิธีการคัดเลือกเนื้อหาว่า จะพูดคุยกันในทีมเพื่อจัดสรรหมวดหมู่เนื้อหาตามความสนใจ ซึ่งแต่ละคนจะนำเสนอเนื้อหาไม่ซ้ำกัน รวมไปถึงการจัดสรรช่วงเวลาการนำเสนอที่แตกต่างกันด้วย โดยเฉพาะวัฒนธรรมเมียนมา หรือชีวิตของคนเมียนมา เราต้องการสื่อสารให้ทุกคนเมียนมาและคนจากประเทศอื่นได้เข้าถึงวัฒนธรรมของเรา

ค. เหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เที่ยวบินที่เอ็มเอช 370 (ช่วงเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 8-16 มีนาคม 2557) จากข้อมูลสรุปรายละเอียดการนำเสนอเนื้อหาเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 3: แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เอ็มเอช 370 โดยนำเสนอในมิติต่างๆ ระหว่างวันที่ 8-16 มีนาคม พ.ศ. 2557

ประเทศที่นำเสนอเนื้อหา	หน้าที่ของเนื้อหาที่ลงผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community						รวม
	ข้อมูล	วัฒนธรรม	สัมพันธภาพ	ธุรกิจ	การศึกษา	สิ่งแวดล้อม	
บรูไน	-	-	-	-	-	-	0
กัมพูชา	12	2	-	-	2	-	16
อินโดนีเซีย	13	3	-	-	-	1	17
ลาว	5	2	-	-	-	-	7
มาเลเซีย	17	2	-	-	-	-	19
เมียนมา	51	12	3	-	-	-	66
ฟิลิปปินส์	37	-	1	1	-	-	39
สิงคโปร์	1	-	-	-	-	-	1
ไทย	30	7	-	-	-	-	37
เวียดนาม	9	5	-	-	-	-	14

อาเซียน	8	-	-	1	-	-	9
รวม	183	33	4	2	2	1	225

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า เนื้อหาส่วนใหญ่ที่นำเสนอเป็นมิติของเนื้อหาประเภทข้อมูล วัฒนธรรม และสัมพันธภาพ (สามอันดับสูงสุด) ซึ่งมีจำนวน 183, 33 และ 4 เนื้อหาตามลำดับ โดยพบการนำเสนอเนื้อหาประเภทข้อมูลมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงเกิดเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เอ็มเอช 370 ซึ่งแต่ละประเทศต่างติดตามข่าวสารและเอาใจช่วยให้มาเลเซียผ่าวิกฤตินี้ได้ ดังนั้น ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจึงช่วยสนับสนุนการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับเอ็มเอช 370 เช่นเดียวกับการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ จากการนำเสนอข้อมูลพบข้อสังเกตตามเกณฑ์การวิเคราะห์ดังนี้

1) จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นการนำเสนอของผู้รับผิดชอบเนื้อหาในการทำหน้าที่นำเสนอเนื้อหาข้อมูลทั่วไปเป็นหลัก โดยประเทศของตนเอง เพื่อให้ประเทศอื่นๆ ได้รับทราบเนื้อหาประเด็นต่างๆ อย่างกรณีเอ็มเอช 370 เป็นอีกกรณีที่น่าสนใจ แฟนเพจต้องการทราบและติดตามความคืบหน้า ดังนั้นผู้รับผิดชอบเนื้อหาจึงต้องนำเสนอข่าวสารและความเป็นไปอย่างทันทีทันใด อีกทั้งเนื้อหาดังกล่าวยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ การนำเสนอเนื้อหาจึงมาจากแหล่งข่าวที่นำเสนอในช่วงเวลานั้นๆ ดังนี้

ภาพที่ 8: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การให้ข้อมูลทั่วไปในเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ MH370 ลงเนื้อหาวันที่ 8 มีนาคม 2557



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

2) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาของแต่ละประเทศ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรมเป็นเนื้อหารองลงมา จากข้อมูลพบการนำเสนอเนื้อหาผ่านผู้รับผิดชอบเนื้อหาไม่มากนัก อาจเป็นเพราะเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เอ็มเอช 370 นำมาสู่การติดตามข่าวสารของสมาชิกแฟนเพจ

เป็นหลัก การนำเสนอเนื้อหาในบทบาทหน้าที่อื่นจึงเป็นประเด็นรองจากการติดตาม
ข่าวสารหลัก ดังตัวอย่างการนำเสนอเรื่องเหรียญที่ระลึกของกัมพูชาต่อไปนี้

ภาพที่ 9: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม
เรื่องเหรียญที่ระลึกของกัมพูชาในช่วงเหตุการณ์มาเลเชียแอร์ไลน์ เอ็มเอช 370
ลงเนื้อหาวันที่ 10 มีนาคม 2557



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

เนื้อหา: In 1994, with the restoration of the Kingdom of Cambodia and the return of
peace after decades of war, Cambodia issued its first coins for circulation in
15 years. The four coin set consists of the steel 50, 100 and 200 Riels coins.
5 share 97 like

(คำแปล: ในปี ค.ศ. 1994 การบูรณะปฏิสังขรณ์ราชอาณาจักรกัมพูชากลับเข้าสู่ช่วง
สุขสงบหลังจากสงครามนานเกือบทศวรรษ กัมพูชาได้ผลิตเหรียญขึ้นอีกครั้งหลังจาก
ผ่านมา 15 ปี หนึ่งในชุดประกอบไปด้วย 4 เหรียญ มี 50, 100, 200 และ 500 เรียล)

ภาพที่ 10: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การส่งเสริมสัมพันธภาพในช่วง
เหตุการณ์มาเลเชียแอร์ไลน์ เอ็มเอช 370 ลงเนื้อหาวันที่ 15 มีนาคม 2557

**Volunteers
Needed!**



ASEAN Community - Cambodia is now recruiting!

ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

3) บทบาทหน้าที่ของเนื้อหาที่มีต่อการส่งเสริมสัมพันธภาพในสถานการณ์
มาเลเชียแอร์ไลน์ เอ็มเอช 370 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุน

ตลอดจนช่วยเหลือประเทศที่ประสบอุบัติภัยจากการนำเสนอเนื้อหาจากผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากประเทศต่างๆ ดังตัวอย่างในภาพที่ 10 (หน้าที่แล้ว)

เนื้อหาที่นำเสนอเป็นการหยิบยกประเด็นการรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน การสร้างการตื่นตัวให้เห็นความสำคัญของการเปิดประชาคมอาเซียน อีกจุดหนึ่งที่มีความสำคัญคือ การเห็นความร่วมมือในการช่วยเหลือกันและกันของประชาคมอาเซียน การนำเสนอข้อมูลเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกระแสเป็นระยะๆ

สิ่งที่ผู้รับผิดชอบเนื้อหาแนะนำเสนอเป็นการให้ข้อมูลแก่สมาชิกเพื่อติดตามความเป็นไปของประเทศเพื่อนบ้านที่ประสบเหตุการณ์ดังกล่าว ศรัณย์ ไพบูลย์ (2557) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากราชอาณาจักรไทย กล่าวเสริมว่า การโพสต์เนื้อหาเป็นสิทธิ์ของผู้รับผิดชอบเนื้อหาที่จะนำเสนอ แต่ต้องควบคุมการแสดงความคิดเห็นให้ได้ด้วยเช่นกัน เนื่องจากลักษณะของสื่อออนไลน์ต้องระวังการแบ่งปัน (share) เนื้อหาที่ผู้รับผิดชอบนำเสนอออกไป การเปิดประชาคมอาเซียนดูเหมือนเป็นวัตถุประสงค์สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อให้สิบประเทศอาเซียนเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งได้วางหน้าที่บทบาทหลักในการดึงกลุ่มประเทศอาเซียนให้เข้ามาสนใจปัญหาของประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังประสบ โดยการชี้จุดว่าเพราะเราคือประชาคมเดียวกัน

ง. เหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ (ช่วงเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 11-17 เมษายน 2557) จากข้อมูลสรุปรายละเอียดการนำเสนอเนื้อหาเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 4: แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงเหตุการณ์สงกรานต์โดยนำเสนอในมิติต่างๆ ระหว่างวันที่ 11-17 เมษายน พ.ศ. 2557

ประเทศที่นำเสนอเนื้อหา	หน้าที่ของเนื้อหาที่ลงผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community						รวม
	ข้อมูล	วัฒนธรรม	สัมพันธภาพ	ธุรกิจ	การศึกษา	สิ่งแวดล้อม	
บรูไน	-	-	-	-	-	-	0
กัมพูชา	1	11	-	-	-	-	12
อินโดนีเซีย	4	1	-	-	-	1	6
ลาว	-	2	-	-	-	-	2
มาเลเซีย	6	6	-	-	-	1	13
เมียนมา	15	25	-	-	-	-	40
ฟิลิปปินส์	14	6	-	-	-	-	20
สิงคโปร์	1	-	-	-	-	-	1

ประเทศ ที่นำเสนอ เนื้อหา	หน้าที่ของเนื้อหาที่ลงผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community						รวม
	ข้อมูล	วัฒนธรรม	สัมพันธ์ภาพ	ธุรกิจ	การศึกษา	สิ่งแวดล้อม	
ไทย	47	18	1	1	-	-	68
เวียดนาม	8	-	-	-	-	-	9
อาเซียน	6	-	-	-	-	-	6
รวม	102	69	1	1	0	2	177

จากตารางที่ 4 จะเห็นว่า การนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นมิติของเนื้อหาประเภทข้อมูล วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (สามอันดับสูงสุด) ซึ่งมีจำนวน 102, 69 และ 2 เนื้อหาตามลำดับ โดยพบการนำเสนอมิติเนื้อหาประเภทข้อมูลมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงของการเฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ ประเทศที่มีประเพณีดังกล่าว จึงขอพื้นที่นำเสนอเนื้อหานี้ ถือเป็นให้ข้อมูลและเชิญชวนให้สมาชิกอาเซียนเข้าใจ ประเพณีและวัฒนธรรมที่เหมือนกันในแถบอาเซียน สังเกตเห็นได้ว่าประเทศไทย และเมียนม่านำเสนอเนื้อหาวันสงกรานต์มากที่สุด เนื่องจากเป็นประเพณีในประเทศของตน จากการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวพบข้อสังเกตตามเกณฑ์การวิเคราะห์ดังนี้

1) การนำเสนอข้อมูลทั่วไปมาจากการนำเสนอของแต่ละประเทศนั้นๆ ซึ่งสะท้อนมิติการนำเสนอเนื้อหาตามนโยบายของเพจ นอกเหนือจากการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเพณีสงกรานต์

ภาพที่ 11: ตัวอย่างภาพและเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การให้ข้อมูลทั่วไป เหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ ลงเนื้อหาวันที่ 11 เมษายน 2557



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

เนื้อหา: “Happy New Year “ Let’s celebrate! One Vision, One Identity, One Community

- Cambodia 14-15-16 April 2014

- Laos 14-15-16 April 2014

- Myanmar 12-17 April 2014

- Thailand 13-14-15 April 2014

by Jomie , AC-Thailand

(คำแปล: สวัสดีปีใหม่ มาร่วมเฉลิมฉลองกัน! หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งอัตลักษณ์ หนึ่งชุมชน)

จากข้อมูลพบว่า แต่ละประเทศนำเสนอเนื้อหาของประเทศตนร่วมไปกับการนำเสนอเนื้อหาของสงกรานต์ เนื่องจากสงกรานต์เป็นประเพณีที่สืบทอดมานาน และเป็นประเพณีที่สมาชิกอาเซียนรู้จักดี จึงเป็นการส่งเสริมประเพณีที่มีขนบธรรมที่ใกล้เคียงกันให้สมาชิกในประเทศอาเซียนได้รู้จัก

2) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาแต่ละประเทศนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมสัมพันธภาพระหว่างสิบประเทศอาเซียน ผู้วิจัยพบว่า การนำเสนอประเด็นวันสงกรานต์เป็นประเพณีที่มีความเชื่อมโยงกับประเทศอาเซียน ดังนั้นการนำเสนอภาพจึงเป็นการแสดงถึงขนบธรรมเนียมที่มีความคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ ศรันย์ ไพบุญย์ (2557) ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากราชอาณาจักรไทย มองว่า ผู้รับผิดชอบเนื้อหาสามารถแจ้งขอนำเสนอเนื้อหาแก่ผู้รับผิดชอบเนื้อหาประเทศอื่นได้ เพื่อขอนำเสนอเนื้อหาในวันสำคัญ ซึ่งอาจตรงกับวันที่ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจากประเทศอื่นนำเสนอ

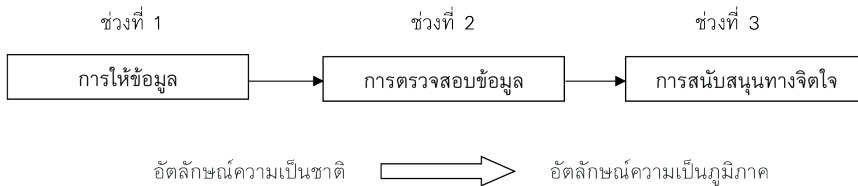
ภาพที่ 12: ตัวอย่างภาพเนื้อหาเกี่ยวกับมรดกวัฒนธรรมในเรื่องประเพณีสงกรานต์ ลงเนื้อหาวันที่ 11 เมษายน 2557



ที่มา: เฟซบุ๊กแฟนเพจ ASEAN Community

เพื่อปลูกใจให้คนในชาติที่ประสบเหตุการณ์ไต้ฝุ่นคินมิซวัญและกำลังใจในการดำรงชีวิตอีกครั้ง การนำเสนอเนื้อหาจึงปรับบทบาทเป็นการสร้างความรู้สึกร่วมของคนในชาติในการร่วมกันฟันฝ่าอุปสรรค เพราะมีอัตลักษณ์ความเป็นชาติคือเป็นประเทศที่มีนักสู้ที่ไม่ยอมแพ้แก่ภัยพิบัติ เป็นการสร้างจุดร่วมในการเสริมสร้างพลังและกำลังใจเผชิญอุปสรรคร่วมกัน ซึ่งรูปแบบการไหลลื่นของเนื้อหาดังกล่าวยังมีความสอดคล้องกับเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เอ็มเอช 370 แต่มีโครงสร้างที่แตกต่างกันคือ

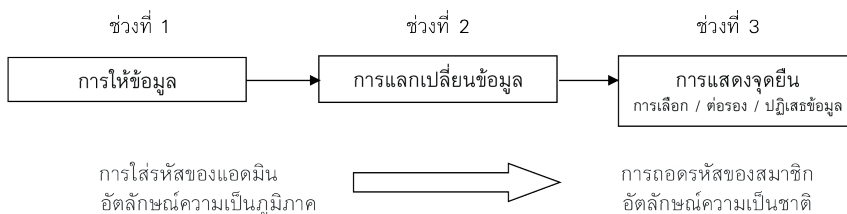
แผนภาพที่ 3: แสดงการไหลลื่นของเนื้อหาจากเหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เอ็มเอช 370



จากแผนภาพสะท้อนให้เห็นการไหลลื่นของเนื้อหาที่แบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงเช่นกัน คือ ช่วงแรกจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นข่าวสารจากแหล่งข่าวต่างๆ เพื่อนำเสนอข้อเท็จจริงให้สมาชิกแฟนเพจได้ติดตามข่าวสาร การนำเสนอข่าวสารมีผลตอบรับในประเด็นการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา เนื่องจากเหตุการณ์ดังกล่าวยังคงมีความคลุมเครือ การเรียกร้องเนื้อหาที่มีความถูกต้องจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสถานการณ์ลักษณะนี้ ดังนั้นสมาชิกจึงป้อนข้อมูลกลับด้วยข้อมูลอีกชุด เพราะตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ และเรียกร้องให้ผู้รับผิดชอบเนื้อหา นำเสนอข้อมูลบนพื้นฐานของความถูกต้อง ก่อนเข้าสู่ช่วงที่สาม คือการสนับสนุนให้กำลังใจ โดยใช้บทบาทการเป็นพลเมืองอาเซียนสนับสนุนประเด็นดังกล่าว

ส่วนสถานการณ์ที่เป็นเหตุการณ์สำคัญทั่วไป เช่น เหตุการณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์และการเฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ สมาชิกแฟนเพจนำข้อเท็จจริงมาเสนอเพื่อไม่เห็นด้วยกับผู้รับผิดชอบเนื้อหา พร้อมเสนอแนะกลับอย่างทันทีทันใด ตรงจุดนี้แสดงให้เห็นถึงการต่อรองเนื้อหากับผู้รับผิดชอบเนื้อหาเพื่อแสดงจุดยืนของสมาชิกแฟนเพจที่เป็นผู้รับสารเช่นเดียวกัน ในรูปแบบของสื่อออนไลน์การแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างมาสู่การพูดคุยในเชิงชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองกัน ทั้งนี้ อาจไม่ใช่แนวทางการแก้ไขปัญหา แต่สมาชิกได้แสดงจุดยืนทางความคิดที่เห็นต่างจากผู้รับผิดชอบเนื้อหาได้เช่นเดียวกัน

แผนภาพที่ 4: แสดงการไหลลื่นของเนื้อหาจากเหตุการณ์การแข่งขันกีฬาสีเกมส์ และเหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์

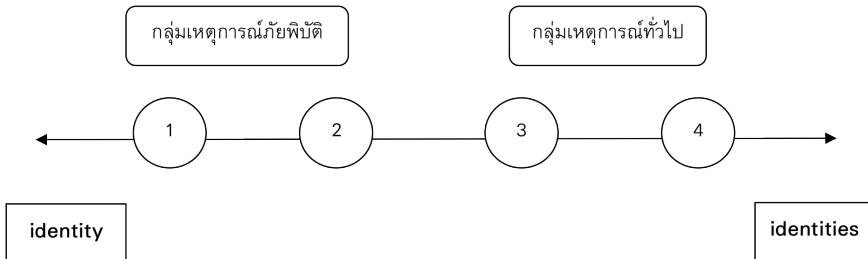


จากแผนภาพสะท้อนให้เห็นการไหลลื่นของเนื้อหาที่แบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง ช่วงแรกเป็นการนำเสนอข้อมูลของผู้รับผิดชอบเนื้อหา ช่วงที่สองเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้รับผิดชอบเนื้อหา กับสมาชิกแฟนเพจ ซึ่งจะนำมาสู่ในช่วงสุดท้าย คือการเลือกรับเนื้อหา ตีกรอบ หรือปฏิเสธเนื้อหานั้นๆ เช่น ประเด็นการเลือกกีฬา ท้องถิ่นของเมียนมาบรรจุเข้าไปในกีฬาสีเกมส์ หรือการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อการจัดงานเฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ที่มีรูปแบบเปลี่ยนไปในปัจจุบัน เป็นต้น เพื่อแสดงจุดยืนของสมาชิกแฟนเพจกับการเลือกรับเนื้อหาต่างๆ

(3) ความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ที่หลากหลาย (identities) ของแต่ละประเทศ กับอัตลักษณ์แบบหนึ่งเดียว (identity) ของภูมิภาคประชาคมอาเซียน ต่อนโยบายการสร้างอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวนบนพื้นที่โลกเสมือน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ ASEAN Community

จากผลการศึกษาที่แสดงในส่วนที่ (1) ซึ่งเป็นการศึกษาหน้าที่ของเนื้อหา ที่นำเสนอ 6 มิติ ได้แก่ การให้ข้อมูลทั่วไป การให้ข้อมูลการศึกษา การสะท้อนประเด็นสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมสัมพันธภาพ การนำเสนอข่าวสารทางธุรกิจ และการเสริมสร้างความเข้าใจทางด้านวัฒนธรรม และ (2) ศึกษาการไหลลื่นของการทำหน้าที่ของเนื้อหาภายใต้ 4 เหตุการณ์ ทำให้เห็นระดับการเลื่อนไหลของอัตลักษณ์บนพื้นที่เฟซบุ๊ก ASEAN Community ใน 2 มิติ คือ อัตลักษณ์แบบหนึ่งเดียว (identity) และอัตลักษณ์แบบหลากหลาย (identities) ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบได้ดังแผนภาพที่ 5

แผนภาพที่ 5: การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ที่หลากหลาย (identities) ของแต่ละประเทศกับอัตลักษณ์แบบหนึ่งเดียว (identity) ของภูมิภาคประชาคมอาเซียน



หมายเหตุ

หมายเลข 1 เหตุการณ์วาตภัยจากไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน สาธารณรัฐฟิลิปปินส์

หมายเลข 2 เหตุการณ์มาเลเซียแอร์ไลน์ เที่ยวบินที่เอ็มเอช 370

หมายเลข 3 เหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์

หมายเลข 4 เหตุการณ์กีฬาซีเกมส์ 2014 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

จากข้อค้นพบ สรุปได้ว่า เหตุการณ์ทางสังคมเป็นตัวแปรต้นที่กำหนดการเลื่อนไหลของอัตลักษณ์ กล่าวคือ หากแบ่งเหตุการณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเหตุการณ์สำคัญทั่วไป 2 เหตุการณ์ คือ เหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ และเหตุการณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ 2014 และกลุ่มเหตุการณ์ภัยพิบัติ 2 เหตุการณ์ จะพบความแตกต่างของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ระหว่าง 2 กลุ่ม กล่าวคือ ในช่วงเหตุการณ์สำคัญทั่วไป 2 เหตุการณ์ อัตลักษณ์ของประชาคมอาเซียนจะเป็นอัตลักษณ์ที่มีความหลากหลาย (identities) ตามที่มา แบบแผนค่านิยม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของแต่ละชาติในอาเซียน ขณะที่ในช่วงเหตุการณ์ภัยพิบัติ 2 เหตุการณ์ ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์จะเลื่อนไหลจากอัตลักษณ์แบบหลากหลาย ไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ที่เข้าใกล้ความเป็นหนึ่งเดียว (identity) ตามแนวนโยบายสะท้อนคำขวัญที่ว่า “one vision, one unity, one identity” โดยเนื้อหาที่นำเสนอผ่านเฟซบุ๊ก ASEAN Community

เมื่อพิจารณาข้อมูลโดยใช้การเปรียบเทียบระดับเหตุการณ์ต่อเหตุการณ์ พบความแตกต่างของระดับความเข้มข้นในการไหลเลื่อนของอัตลักษณ์ด้วยเช่นกัน ดังกรณีเหตุการณ์สำคัญทั่วไปเมื่อเปรียบเทียบกันพบว่า ในช่วงการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ซึ่งเป่าประสงค์ทางการ (official objective) เป็นไปเพื่อใช้กีฬาในการสร้างความสามัคคี แต่ในนัยสำคัญที่ผูกติดมากับการมหกรรมกีฬาซีเกมส์คือ “การแข่งขัน” ดังนั้นเมื่อมีการแข่งขันเกิดขึ้น จึงมีการประเด็นเรื่องของผลประโยชน์

ระหว่างชาติต่างๆ เข้ามาเป็นเงื่อนไขที่ทำให้ในช่วงการแข่งขันกีฬาซีเกมส์เป็นช่วงที่อัตลักษณ์เป็นไปในทางหลากหลาย (identities) ยึดความเป็นชาติ มากกว่าความเป็นภูมิภาค ในขณะที่เหตุการณ์เฉลิมฉลองวันมหาสงกรานต์ซึ่งแม้จะเป็นประเพณีเฉพาะของบางประเทศในประชาคมอาเซียน แต่เมื่อพิจารณาถึงลงไปถึงรากของประเพณีดังกล่าว จะพบว่า สงกรานต์นั้น เป็นประเพณีขึ้นปีใหม่ร่วมกันในกลุ่มชาติพันธุ์ ทำให้ในประชาคมอาเซียนมีประเทศที่พื้นฐานทางวัฒนธรรมประเพณีร่วมกันอยู่ ทำให้อัตลักษณ์ที่หลากหลายมีความเข้มข้นและแตกต่างกันน้อยกว่าในช่วงเหตุการณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์

ส่วนการเปรียบเทียบการเคลื่อนไหวของอัตลักษณ์ระหว่างเหตุการณ์วาทภัยจากไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และเหตุการณ์มาเลเชียแอร์ไลน์ เที่ยวบินที่เอ็มเอช 370 ซึ่งเข้าใกล้อัตลักษณ์ความเป็นหนึ่งเดียวนั้น ก็พบระดับของความเข้มข้นที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ทั้งสองเหตุการณ์เป็นเหตุการณ์ภัยพิบัติและอุบัติเหตุที่ทำให้คนในประชาคมอาเซียนผนึกกำลังร่วมแรงร่วมใจกันให้ความช่วยเหลือ แสดงพลังความเป็นพี่น้องอาเซียนที่ช่วยกันประคับประคองเมื่อมีภัย แต่ทั้งนี้เหตุการณ์วาทภัยไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน เป็นภัยพิบัติที่เกิดจากธรรมชาติที่เกิดขึ้นในเชิงประจักษ์ ข้องกัขาหรือการตั้งข้อสงสัยเรื่องผลประโยชน์แอบแฝง จึงน้อยกว่าเหตุการณ์เครื่องบินของมาเลเชียแอร์ไลน์ เที่ยวบินเอ็มเอช 370 ตก ซึ่งเป็นเหตุการณ์ร้ายที่มีความเกี่ยวข้องกับนโยบายทางการเมือง การทหาร และความมั่นคงระหว่างประเทศ ทำให้ระดับความเข้มข้นของอัตลักษณ์ความเป็นหนึ่งเดียวน้อยกว่าเหตุการณ์วาทภัยไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน เนื่องจากต้องมีกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริบทของอัตลักษณ์ใดในการสื่อสาร แต่ระดับความเข้มข้นของอัตลักษณ์ความเป็นหนึ่งเดียวในแบบฉบับอาเซียนยังสะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์ของการรวมตัวด้วยเช่นกัน การช่วยเหลือประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ได้รับภัยพิบัติเป็นการแสดงให้เห็นว่า ในท่าทีของการพึ่งพาอาศัยกันนั้น แต่ละประเทศต่างต้องการแรงสนับสนุนเมื่อเกิดภัยพิบัติด้วยเช่นเดียวกัน หากประเทศใดไม่แสดงจุดยืนทางอัตลักษณ์ความเป็นหนึ่งดังกล่าว อาจส่งผลกระทบเมื่อประเทศตนเองต้องเผชิญภัยพิบัติบ้างในอนาคต

กล่าวโดยสรุป อัตลักษณ์อาเซียนมีความเคลื่อนไหวไปตามบริบทของเหตุการณ์ ทั้งในลักษณะความแตกต่างเชิงประเภทของเหตุการณ์ (difference in kind) คือ เหตุการณ์ภัยพิบัติและเหตุการณ์สำคัญทั่วไป อีกทั้งยังมีความแตกต่างในระดับ (difference in degree) ของความเข้มข้นของแต่ละเหตุการณ์ใน 4 ประเด็นที่เกิดขึ้นอีกด้วย

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นชาติและความเป็นภูมิภาคบนพื้นที่โลกเสมือน ผู้วิจัยถอดคุณลักษณะของอัตลักษณ์เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างได้ดังนี้

ตารางที่ 5: แสดงจุดแข็งและจุดอ่อนระหว่างอัตลักษณ์ความเป็นชาติและความเป็นภูมิภาค

จุดแข็งของอัตลักษณ์ความเป็นชาติ	จุดแข็งของอัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาค
• อัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร • ความภูมิใจในอัตลักษณ์ความเป็นชาติ • ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (cultural heterogeneity)	• การแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ระหว่างกัน • การสนับสนุนระหว่างกันนำมาสู่อำนาจในการต่อรองและผลประโยชน์ร่วมกัน • การสร้างสัมพันธ์ภาพเป็นชุมชนกลุ่มใหม่
จุดอ่อนของอัตลักษณ์ความเป็นชาติ	จุดอ่อนของอัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาค
• การแข่งขันระหว่างกันของแต่ละประเทศ • ความรู้สึกเป็นเจ้าของในอัตลักษณ์ดั้งเดิม	• ความไม่ชัดเจนในอัตลักษณ์ร่วม • อุปสรรคทางด้านการสื่อสาร ภาษา ทัศนคติ มุมมอง และวิถีคิด • การเป็นแบบแผนวัฒนธรรมเดียวกัน (cultural homogeneity)

ด้วยมุมมองในเรื่องจุดแข็งจุดอ่อนของอัตลักษณ์ความเป็นชาติและความเป็นภูมิภาคนี้นำมาสู่บทสรุปใน 3 ประเด็นด้วยกัน ดังนี้

(1) ความเป็นอัตลักษณ์

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ทั้งอัตลักษณ์แห่งความเป็นชาติและอัตลักษณ์แห่งความเป็นภูมิภาคนั้นมีแนวโน้มจะยังคงขับเคลื่อนเชื่อมโยงไปด้วยกัน จากข้อมูลพบว่า ในเหตุการณ์สำคัญทั่วไป อัตลักษณ์ความเป็นชาติจะมีบทบาทหลักในการนำเสนอภาพของแต่ละประเทศผ่านมิติทั้งหก ในขณะเดียวกัน ถ้าเป็นกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติ อัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาคหรืออาเซียนจะกลายเป็นบทบาทหลักในการเชื่อมโยงแต่ละประเทศเข้าหากันเพื่อแก้ไขสถานการณ์ร่วมกัน ลักษณะการสั่นไหวของอัตลักษณ์จะปรับเปลี่ยนไปตามบริบทที่สอดคล้องกับอุดมการณ์ทางความคิดที่ถูกจิตรกรรมขึ้นมา โดยวางคู่ขนานและสามารถปรับเปลี่ยนได้ ดังนั้นอัตลักษณ์จึงสั่นไหว (fluid identity) ไปตามบริบทเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มคน หรือแม้กระทั่งประเทศ ไม่น่าแปลกใจหากอัตลักษณ์ความเป็นชาติแข็งแกร่งในยามที่บ้านเมืองสงบสุข และหากเกิดเหตุเภทภัยทางธรรมชาติ อัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาคจะมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงแต่ละประเทศเข้ามาสนับสนุนเกื้อกูลกัน จุดนี้เองที่สอดคล้องกับอภินิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) มองว่าอัตลักษณ์คือสิ่งที่เกิดขึ้นใน

กระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หรืออีกนัยหนึ่ง สังคมและปัจเจกบุคคลเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ สังคมเกิดจากการผสมผสานของตัวตนเชิงจิต (mental selves) ของคนหลายคนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวเราเองพัฒนาขึ้นมาจากปฏิกิริยาของเราต่อความเห็นของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับตัวเรา ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกบางอย่างที่มีต่อตนเอง เช่น ความภาคภูมิใจหรือความรู้สึกต่ำต้อย ผู้วิจัยมองว่า รูปแบบโครงสร้างของการก่อตัวของอัตลักษณ์สามารถปรับเปลี่ยนบริบทได้ตามบทบาทที่เปลี่ยนไปและสะท้อนถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับเช่นกัน การไหลลื่นของอัตลักษณ์ในโลกเสมือนนี้จึงเป็นการขับเคลื่อนของการสร้างอัตลักษณ์จากเนื้อหา ที่นับว่ามีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนและกำหนดแนวคิดทัศนคติของสมาชิกในชุมชนออนไลน์ สังเกตได้ว่าลักษณะการวางเนื้อหา (content) มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ให้กับประเทศของตัวเองได้เช่นเดียวกัน จากข้อมูลพบว่า เนื้อหาส่วนใหญ่พูดถึงมิติของข้อมูลและวัฒนธรรมในเชิงการท่องเที่ยว ภาพสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ รวมถึงการสอดแทรกวัฒนธรรมประเพณีที่ชักชวนให้ผู้คนจากต่างประเทศเข้ามาสัมผัสประสบการณ์ในประเทศของตน ในขณะเดียวกัน การนำเสนอเนื้อหาที่ชักชวนให้แต่ละประเทศรวมตัวช่วยเหลือประเทศที่ประสบภัยพิบัติ ก็สร้างพลังในการรวมกลุ่มในบทบาทความเป็นชาวอาเซียนในการฝ่าวิกฤติไปด้วยกัน ด้วยรูปแบบของชุมชนออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์สำคัญที่เรียกว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบทันทีทันใด ลักษณะของอัตลักษณ์ที่มีความหลากหลายอยู่แล้วจะเกิดการปะทะกันทางวัฒนธรรมได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม จะเห็นได้ว่าการก่อรูปของอัตลักษณ์ความเป็นชาติและความเป็นภูมิภาคจึงมีความคาบเกี่ยวกัน

ในขณะเดียวกัน อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) กล่าวเสริมว่า การเปิดกว้างในระบบโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดอัตลักษณ์อีกประเภทหนึ่งที่เรียกว่า “substantive identity” เป็นอัตลักษณ์ที่นิยามตนกับระบบคุณค่าบางอย่าง เช่น คุณค่าทางศาสนา ความเป็นชาติพันธุ์ หรือหลักการทางสิ่งแวดล้อมนิยม เช่น กลุ่ม ASEAN Football Fanpage กลุ่ม ASEAN Youth Movement กลุ่ม ASEAN Peoples’ Forum กลุ่ม ASEAN Youth Friendship Network กลุ่ม ASEAN Cultural Exchange เป็นต้น กลุ่มเหล่านี้ใช้รูปแบบความสนใจเฉพาะตัวเป็นตัวกำหนดอัตลักษณ์แทนการจัดกลุ่มหรือรวมตัวในรูปแบบเดิม ซึ่งการนิยามกับระบบคุณค่าดังกล่าวเป็นได้ทั้งอัตลักษณ์ทางปัจเจกและอัตลักษณ์ทางสังคม และขยายไปเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม เช่น กลุ่มการเรียกร้องอิสรภาพของกลุ่มชาติพันธุ์ ขบวนการของกลุ่มศาสนาใหม่ๆ เป็นต้น ผู้วิจัยมองว่า นี่คือการปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ที่ใช้เนื้อหาในการสร้างอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป การกำหนดอัตลักษณ์จะเริ่ม

ฉีกจากการสร้างภาพแบบสามัญทัศน์ (stereotype) ที่มองว่า อัตลักษณ์อาเซียนต้องเป็นการจัดลำดับช่วงชั้นทางสังคม หรือ “segmentary identity” ที่นิยามอัตลักษณ์ตามรูปแบบของรัฐที่กำหนดมา การสร้างภาพอัตลักษณ์อาจเป็นจินตภาพที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงก็เป็นได้ จุดนี้เองผู้วิจัยมองว่าเป็นพัฒนาการที่สำคัญที่น่าจับตามอง ความคล่องตัวเลื่อนไหลดังกล่าวแสดงถึงอำนาจในการยึดครองพื้นที่ในการสร้างความหมายที่ต้องต่อสู้ช่วงชิงที่จะยอมรับ ต่อรอง หรือปฏิเสธ ซึ่งตรงจุดนี้จะนำมาสู่การค่อยๆ ปรับอัตลักษณ์จากการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่ไม่ยึดติดไปกับการครอบนโยบายของผู้มีอำนาจ แต่จะปรับเปลี่ยนและผสมผสานไปได้เรื่อยๆ

(2) ชุมชนจินตกรรมบนโลกเสมือนกับการสร้างอัตลักษณ์

หากพิจารณาเส้นแบ่งเขตแดนทางความคิด เรากำลังอยู่ในบทบาทที่ถูกจินตกรรมซ้อนทับถึงการมีอยู่ของชุมชนในระหว่างความเป็นชาติกับความเป็นภูมิภาค ภาพที่ซ้อนทับนั้นเชื่อมโยงให้เห็นสัมพันธ์ภาพระหว่างกันบนสื่อออนไลน์ที่เชื่อมโยงกลุ่มคนเป็นจำนวนมากสามารถเข้ามาอยู่ร่วมกันเป็นชุมชนใหม่บนโลกเสมือน เป็นชุมชนที่เปลี่ยนรูปแบบจากการกำหนดคุณลักษณะทางกายภาพมาสู่รูปแบบทางความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิตแทน ซึ่งรูปแบบดังกล่าวแตกต่างการสร้างอัตลักษณ์แบบผูกมัดที่ติดตัวมาจากสีผิว เพศ เชื้อชาติ อันเป็นสิ่งที่เราเลือกไม่ได้ด้วยเพราะเป็น “ความผูกพันทางธรรมชาติ” (natural ties)

ในขณะที่คุณสมบัติของสื่อออนไลน์จะลดกรอบทางกายภาพที่ชัดให้จางลงเส้นเขตแดนของแต่ละประเทศไม่ได้เป็นอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารอีกต่อไป แต่อัตลักษณ์ของความเป็นชุมชนกลับเข้มข้นขึ้น แต่เป็นไปในรูปแบบของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (culture identity) นั้นแสดงให้เห็นว่า เรายังคงต้องมีอัตลักษณ์ร่วมในการสร้างความเหมือนและความต่าง เพื่อที่จะทำให้รู้ว่าเราสังกัดกลุ่มใด ชุมชนจินตกรรมที่ดูเหมือนว่าเส้นแบ่งเขตแดน (territory) ยังคงไม่หายไปในโลกเสมือน แต่จะเป็นการเปลี่ยนผ่านไปสู่การกำหนดเส้นแบ่งเขตแดนจากทางกายภาพในรูปแบบลักษณะภูมิประเทศไปสู่การกำหนดอัตลักษณ์ทางสังคมหรือวัฒนธรรมแทน ซึ่งเป็นการประกอบสร้างความเหมือน (similarity) ในเชิงความคิดแทนที่ถูกสร้างให้เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (cultural Identity) แต่จุดที่น่าสนใจคือ ตัว c เล็กที่เป็นวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ที่มีความแข็งแกร่งกว่าวัฒนธรรมภูมิภาค หรือตัว C ใหญ่ ซึ่งต้องการแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของวัฒนธรรมย่อยของแต่ละประเทศ การประกอบสร้างประชาคมอาเซียนตามนโยบายของรัฐบาลแต่ละประเทศที่ถูกกำหนดวางเป็นกรอบข้อตกลงที่ชัดเจนว่าเป็น “ประชาคมอาเซียน” (ASEAN Community) แต่ในอีกมุมหนึ่งต้องไม่ลืมว่า โดยสัมพันธ์ภาพในการรวมกลุ่มนั้นเป็นพื้นฐานของการอยู่ร่วมกันในการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ ประเด็นนี้มีความ

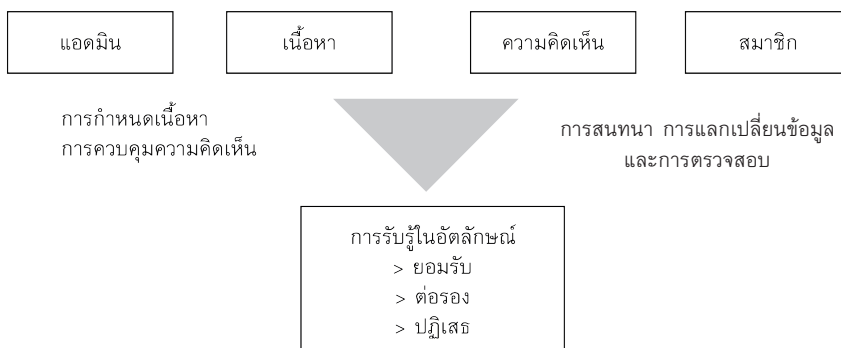
น่าสนใจตรงที่ว่า คำว่า “ประชาคมอาเซียน” (ASEAN Community) กับ “ประชาสังคมอาเซียน” (ASEAN community) มีความแตกต่างกัน “ประชาคมอาเซียน” ประกอบไปด้วยประชาคมสามเสาหลัก คือ การเมืองและความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคมและวัฒนธรรม ประชาคมอาเซียนเป็นผลผลิตของกระบวนการรัฐบาลที่เกิดขึ้นจากการเจรจาของผู้มีรัฐ มีการจัดทำข้อตกลงหรือสัญญาที่เป็นทางการเพื่อกำกับการรวมกลุ่ม แต่ในความเป็นจริงเรามี “ประชาสังคมอาเซียน” ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการมาอย่างยาวนาน (ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ ใน พิเชฐ สายพันธ์ และปิยณัฐ สร้อยคำ, 2557) ดังนั้นรูปแบบการสร้างประชาคมอาเซียนจึงเป็นการประกอบสร้างที่แทรกขึ้นมาใหม่ ความคิดเรื่องอาเซียนเป็นนวัตกรรมที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ ถึงแม้ว่าแต่ละประเทศจะมีวัฒนธรรมบางอย่างร่วมกันก็ตาม แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าจะมีมุมมองทางความคิด ทัศนคติเหมือนกัน ผู้วิจัยมองว่า ชุมชนจินตกรรมในโลกเสมือนอาจจะเป็นพื้นที่ทดลองในการตรวจสอบความเป็นไปได้ของการรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียนในโลกทางกายภาพ

(3) รูปแบบชุมชนออนไลน์ต่อการสร้างอัตลักษณ์

เพชบุ๊คแฟนเพจทำให้เกิดปรากฏการณ์การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งเป็นกลไกในการแสดงความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างอิสระบนพื้นที่สาธารณะ การสื่อสารจึงเป็นมากกว่าเครื่องมือในการถ่ายทอดวัฒนธรรม แต่การสื่อสารเป็นวัฒนธรรมในแง่ที่เป็นผู้สร้างสรรค์ การถ่ายทอด การสืบทอด และการดัดแปลง สื่อใหม่ที่เกิดขึ้นจึงถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง

ดังนั้นความสำคัญจึงอยู่ที่กระบวนการผลิตวัฒนธรรม (cultural production) เนื่องจากผู้รับสื่อใหม่นั้นไม่ได้เป็นฝ่ายรับแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีลักษณะตอบสนอง และสามารถสร้างเนื้อหาแลกเปลี่ยนกลับไปยังผู้ส่งสารได้เช่นเดียวกัน

แผนภาพที่ 6: รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารในพื้นที่ชุมชนออนไลน์



ผู้วิจัยมองว่าชุมชนออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะที่ผู้รับผิดชอบเนื้อหา หรือ แอดมิน และสมาชิกแฟนเพจเป็นได้ทั้งผู้รับสาร (sender) และผู้ส่งสาร (receiver) ในคราวเดียวกัน ผู้รับผิดชอบเนื้อหาจึงมีบทบาทเป็นทั้งผู้กำหนดเนื้อหา (agenda setting) และผู้ควบคุมหรือตัวกรองความคิดเห็น (gatekeeper) จุดนี้คือข้อดีของโลกเสมือนที่เปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนเนื้อหาเข้ามาสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้ชุมชน สิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยค้นพบคือ ผู้รับผิดชอบเนื้อหา กับสมาชิกแฟนเพจจะมีการรับรู้ในอัตลักษณ์ใน 3 รูปแบบด้วยกันคือ (1) ยอมรับ (2) ต่อรอง และ (3) ปฏิเสธ กระบวนการดังกล่าวเป็นกลไกในการวางบทบาทของอัตลักษณ์ที่พร้อมปรับเปลี่ยนได้อย่างต่อเนื่องและไม่หยุดนิ่ง ดังที่อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546) กล่าวว่า การไม่อาจหยุดนิ่งตายตัวของอัตลักษณ์จึงหมายถึงกระบวนการที่ปัจเจกต่อรอง ตั้งคำถาม หรือปฏิเสธตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมที่ถูกยึดเยียดมาไว้ การปฏิเสธอาจไม่จำเป็นต้องหมายถึงการต่อต้านตรงๆ หรือสร้างอัตลักษณ์ตรงข้ามขึ้นมา บางทีเป็นการ “เล่น” กับขีดจำกัดที่ถูกตีกรอบไว้ โดยพลิกสร้างนัยความหมายใหม่ขึ้นแทน สิ่งเหล่านี้เองจึงเป็นพลวัตของการขับเคลื่อนต่อรองกันระหว่างความเป็นอัตลักษณ์ ความเป็นชาติที่มีรูปแบบความเป็นท้องถิ่น (localization) ที่ปะทะกับอัตลักษณ์ ความเป็นภูมิภาคหรือรูปแบบโลกาภิวัตน์ (globalization) จะเห็นได้ว่าสื่อใหม่อย่าง เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดโอกาสให้กลุ่มคนในชุมชนหรือสมาชิกได้ทำหน้าที่เชื่อมโยงทั้งผู้ส่งสารกับผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารกับผู้รับสาร และผู้รับสารกับผู้รับสารในการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องจากสารสนเทศ (information) เป็นความรู้ (knowledge) ด้วยชุมชนเสมือนในโลกออนไลน์เป็นการสร้างความผูกพัน (attachment) ในการแลกเปลี่ยนอัตลักษณ์ในตัวตน (personal identity) ไปสู่อัตลักษณ์ของกลุ่ม (collective identity) ชุมชนเสมือนจึงเป็นพลวัตที่ขับเคลื่อนอัตลักษณ์ที่หมุนเวียนและปรับเปลี่ยนไปได้อย่างต่อเนื่องจนกว่าคนในชุมชนจะรู้สึกปลอดภัยและลงตัวกับอัตลักษณ์นั้นๆ

จากข้อค้นพบมาสู่บทสรุปว่า อัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาคหรืออัตลักษณ์อาเซียนนั้นสามารถเกิดขึ้นได้จริง แต่ดำรงควบคู่ไปกับอัตลักษณ์ความเป็นชาติที่ยังคงทำงานควบคู่กันไป แต่เป็นรูปแบบที่ค่อยเป็นค่อยไป และปรับเปลี่ยนตามบทบาทของแต่ละประเทศให้น้ำหนักไว้ตรงอัตลักษณ์ใด ภายใต้บริบทไหน เนื่องจากอัตลักษณ์มีความไหลลื่นและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทและสถานการณ์ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ การใช้อัตลักษณ์ความเป็นภูมิภาคเป็นการลดทอนแรงเสียดทาน และลดการปะทะจากการแข่งขันระหว่างกัน จึงเป็นกลไกสำคัญในการทำงานร่วมกัน คำว่าอัตลักษณ์อาเซียนอาจเป็นเพียงคำนิยามว่า “ชุมชนจินตกรรม” (imagined community) ที่สร้างขึ้นไม่ได้ต้องการทลายอัตลักษณ์

ความเป็นชาติแต่อย่างใด เป็นเพียงการสร้างขอบเขตจำกัด (limited) จากเขตแดนหนึ่งไปยังอีกเขตแดนหนึ่ง เป็นการเปลี่ยนผ่านเขตแดนในเชิงกายภาพมาสู่โลกเสมือนที่ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดความเหมือนและความแตกต่าง ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชนพลเมืองต้องทำความเข้าใจในข้อจำกัดนี้ Wise (2008: 15) กล่าวว่า โลกาวัดันทำให้มิติของอัตลักษณ์เกิดการเปลี่ยนแปลงและลื่นไหลได้ตลอดเวลา สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจได้ทำหน้าที่ลดความสำคัญของพรมแดนทางกายภาพลง (deterritorialization) เพื่อสร้างจัดระบบอาณาเขตทางพื้นที่ใหม่ (reterritorialization) กระบวนการดังกล่าวจึงมีผลต่อการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ให้สอดคล้องกับเงื่อนไขที่เหมาะสมกับช่วงเวลาและสถานการณ์นั้นๆ สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนจุดยืนที่เหมือนกันหรือจุดยืนที่ต้องต่อรอง แม้กระทั้งการไม่ยอมรับจุดยืนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารด้วยคุณลักษณะที่บุคคลหนึ่งสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการนำเสนอเนื้อหาและแสดงความคิดเห็นได้ในคราวเดียวกัน (user-generated content) สอดคล้องกับ Chris Barker (2000 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: 688) ที่ได้ตั้งข้อสังเกตในเรื่องอัตลักษณ์ของคนเราว่า เป็นสิ่งที่ไม่ได้ติดตัวมาแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นมาจากสังคมในภายหลัง การที่เราจะนิยามตัวตนจึงขึ้นอยู่กับเรามีปฏิสัมพันธ์หรือการสื่อสารกับคนอื่น อัตลักษณ์จะทำให้เรารู้สึกเป็นพวกเดียวกันกับคนอื่น (self-ascription) และในอีกด้านหนึ่งคนอื่นจะต้องรู้สึกเช่นเดียวกับเราด้วย (ascription by others) คนๆ หนึ่งจะมีอัตลักษณ์ในหลายมิติ แต่คนๆ นั้นจะเลือกใช้อัตลักษณ์ใดนั้น ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ทางการเมือง/เศรษฐกิจ/สังคม/วัฒนธรรมของคนกลุ่มนั้นที่ต้องต่อรองช่วงชิงมา ดังนั้นความสำคัญของคำถามที่ว่า “อัตลักษณ์อาเซียน” จะเกิดขึ้นได้จริงหรือไม่ จึงอยู่ตรงที่ว่าชาวอาเซียนจะสามารถยอมรับความแตกต่างของกันและกัน และเข้าใจได้ว่าความแตกต่างคือความกลมกลืนที่เป็นอัตลักษณ์อาเซียนที่อยู่ในรูปแบบของความเป็นพหุวัฒนธรรม (multiculturalism) ที่ต้องอาศัยและขับเคลื่อนไปด้วยกัน ซึ่ง Verkuyten (2014) สนับสนุนความคิดที่ว่า อัตลักษณ์ไม่ได้อยู่นิ่งตายตัว แต่เป็นการประกอบสร้างทางสังคม (socially constructed) ซึ่งแนวคิดนี้ถูกนำมาใช้ในการวางรูปแบบให้เห็นถึงสัมพันธ์ภาพทางสังคม (social relationship) ซึ่งเป็นผลผลิตจากกระบวนการทางสังคมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและไม่มีวันสิ้นสุด

ผู้วิจัยมองว่า จุดยืนของคำว่า “ประชาคมอาเซียน” มีความสัมพันธ์กันกับผลประโยชน์ของคนในแต่ละประเทศ และผลประโยชน์ของแต่ละประเทศเป็นหลัก หากต้องการให้ “ประชาคมอาเซียน” เกิดขึ้นและแข็งแกร่ง คงต้องอาศัยการทำความเข้าใจในมิติทางวัฒนธรรมที่มากขึ้นกว่าเดิม เราพยายามจัดตั้งด้วยการพุ่งเป้าไปที่

ปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ แต่หลงลืมไปว่ารูปแบบการใช้ชีวิตของคนอาเซียน นั้นเป็น “ประชาสังคม” ที่เกิดขึ้นมาอย่างยาวนาน ดังที่ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ (ใน พิเชฐ สายพันธ์ และปิยณัฐ สร้อยคำ, 2557) กล่าวไว้ว่า “ประชาคมอาเซียน” และ “ประชาสังคมอาเซียน” ล้วนมีผลต่อพัฒนาการและการขับเคลื่อนระหว่างกัน จึงมีความจำเป็นที่ต้องจัดการให้ทั้งประชาคมและประชาสังคมสามารถดำเนินการ ร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำให้ประชาสังคม ซึ่งเป็นชุมชนของคนกลุ่มย่อยๆ สามารถผลักดันการรับรู้ ความคิด และความเชื่อ นำไปสู่การสร้างประชาคมอาเซียน ที่เป็นการปฏิบัติการระหว่างรัฐเพียงเท่านั้น

สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า ความหลากหลายของผู้คนและวัฒนธรรมใน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นอัตลักษณ์ที่สั่งสมมายาวนาน เป็นอัตลักษณ์ที่แข็งแกร่ง ที่ทำให้คนแต่ละประเทศรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของแต่ละประเทศเป็นอย่างไร การสลาย อัตลักษณ์ความเป็นชาติเพื่อยอมรับอัตลักษณ์ความเป็นอาเซียนอาจยังดูเป็นเรื่อง ยาก หากผู้นำรัฐไม่เข้าใจในธรรมชาติของความเป็นอาเซียนที่แท้จริง จริงๆ แล้ว ความแตกต่างหลากหลายของอัตลักษณ์อาจจะไม่ใช่ประเด็นสำคัญ แต่ความเข้าใจ ในความหลากหลายต่างหากคือหัวใจของการสร้างประชาคมอาเซียนที่ไม่ได้วางกฎ เกณฑ์จากผู้นำรัฐเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการทำความเข้าใจในความแตกต่าง หลากหลายของชุมชนกลุ่มย่อยในอาเซียน การเปิดพื้นที่สาธารณะบนสื่อออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจ ผู้วิจัยมองว่าเป็นรูปแบบปรากฏการณ์สำคัญในการดึงคน แต่ละประเทศให้เข้ามาเรียนรู้ รับข้อมูลความแตกต่างหลากหลายในเชื้อชาติและ วัฒนธรรมเหล่านี้ เพื่อเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และทำความเข้าใจใน บทบาทของ “ความเหมือน” และ “ความต่าง” เพื่อสร้างการยอมรับและหาจุดยืน ร่วมกัน พื้นที่สาธารณะที่ตรงจุดนี้เป็นโอกาสที่ให้ประชากรอาเซียนได้ทบทวนตัวเอง “เรามองตัวเองอย่างไร” ในฐานะที่เป็นพลเมืองของแต่ละประเทศ “คนอื่นมอง เราอย่างไร” ในฐานะคนนอกประชาคมอาเซียนมองเข้ามา และ “เรามองพวกเรา อย่างไร” ในฐานะที่พลเมืองแต่ละประเทศมองความเป็นอาเซียนร่วมกัน เพื่อจะนำ ไปสู่ “การมองซึ่งกันและกัน” ดังนั้นพื้นที่ชุมชนออนไลน์นี้จะต้องมีการปรับเปลี่ยน ตัวเองไปจนกว่าชุมชนจะรู้สึกลงตัวกับพื้นที่และสร้างอัตลักษณ์ร่วมที่มาจากวิถีของ คนในชุมชนจริงๆ จนกลายเป็นอัตลักษณ์ชุมชน (community identity) ซึ่งสะท้อน ผ่านชุมชนจินตกรรมได้เช่นกันว่าคำว่าประชาคมอาเซียนในโลกทางกายภาพนั้นจะ ขับเคลื่อนไปในทิศทางใด

ข้อเสนอแนะ

- 1) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาเนื้อหาที่นำเสนอผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ แต่สิ่งหนึ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้วิจัยค้นพบจากการศึกษาประเด็นนี้ คือ ความเป็นปัจเจกภาพของผู้รับผิดชอบเนื้อหาแต่ละคนเป็นเรื่องกระบวนการสร้างความหมายทางสังคมให้แก่อัตลักษณ์ได้เช่นกัน เนื่องจากผู้รับผิดชอบเนื้อหาหรือแอดมินมีผลต่อการคัดเลือกเนื้อหา ซึ่งจัดเป็นกระบวนการทางสังคมในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ได้ ผู้วิจัยมองว่าสามารถศึกษาต่อยอดในเชิงลึกได้ต่อไปในอนาคต
- 2) การศึกษาวิจัยดังกล่าวมีข้อจำกัดในการศึกษา โดยเลือกเฉพาะเหตุการณ์สำคัญที่เชื่อมโยงกับการรับรู้ของประชาคมอาเซียน แต่สิ่งหนึ่งที่มีความสนใจคือ มิติทางวัฒนธรรมที่สอดแทรกผ่านการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยมองว่า อาจจะเป็นประเด็นหลักในการเลือกวิเคราะห์ด้วยมุมมองทางด้านวัฒนธรรมเป็นมุมมองที่มีความน่าสนใจและมีหลายมิติในการศึกษาเรียนรู้
- 3) ศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างการเกิดอัตลักษณ์อาเซียนระหว่างชุมชนกายภาพและชุมชนออนไลน์ การนำเสนอเนื้อหาของผู้รับผิดชอบเนื้อหาหรือแอดมิน เป็นเพียงบริบทหนึ่งที่สะท้อนต่อชุมชนออนไลน์ชุมชนหนึ่ง ผู้วิจัยมองว่าหากมีการศึกษาต่อเนื่อง เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างประชาคมอาเซียนในชุมชนออนไลน์และประชาคมอาเซียนในชุมชนทางกายภาพ น่าจะได้เนื้อหาหรือผลสะท้อนที่มีต่อการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ (2554), *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555), *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551), *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- เบน แอนเดอร์สัน (2552), *ชุมชนจินตกรรม: บทสะท้อนว่าด้วยกำเนิดและการแพร่ขยายของชาตินิยม*, แปลโดย ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

พินิจ สุวรรณะชญ (2540), *สามทศวรรษอาเซียน*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิเชฐ สายพันธ์ และปิยนัฐ สร้อยคำ (2557), *ชุดความรู้อาเซียน "จากคนสู่ประชาคม เรียนรู้อาเซียนในมิติวัฒนธรรม" ภาค 1 กระบวนทัศน์สองอาเซียน*, กรุงเทพฯ: หินหยางการพิมพ์.

ยศ สันตสมบัติ (2551), *อำนาจ พื้นที่ และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์: การเมืองวัฒนธรรมของชาติในสังคมไทย เล่ม 1*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

เวเธอร์บี, โด널ด์ อี. (2556), *อาเซียน ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้*, แปลโดย เกียรติชัย พงษ์พาณิชย์, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.

ศรณิ เวศยาสิรินทร์ (2554), *การสร้างอัตลักษณ์คนใต้ผ่านหนังตะลุง*, โครงร่างดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ภาษาอังกฤษ

Acharya, A. (2005), "Do Norms and Identity Matter?: Community and Power in Southeast Asia's Regional Order", *The Pacific Review*, Vol.18 No.1 (March): 95-118.

Albarran, A. (2013), *The Social Media Industries*, New York: Routledge.

Chan, B. (2006), "Virtual Communities and Chinese National Identity", *Journal of Chinese Overseas*, Vol.2 No.1 (May): 1-32.

Chen, G. (2012), "The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context", *Journal of China Media Research*, Vol.8 No.2: 1-10.

Jenkins, R. (2008), *Social Identity*, Abingdon: Routledge.

Jones, M. (2004), "Forging the ASEAN Identity: The Challenge to Construct a Shared Destiny", *Contemporary Southeast Asia*, Vol.26 No.1: 140-154.

Jones, S. (1995), *CyberSociety: Computer-Mediated Communication and Community*, Thousand Oaks: Sage.

Jonsson, K. (2010), "Unity-in-Diversity? Regional Identity Building in South East Asia", *Centre for East and South-East Asian Studies*, Lund University, Sweden.

Kahn, J. (1998), *Southeast Asian Identities: Culture and the Politics of Representation in Indonesia, Malaysia, Singapore and Thailand*, Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

Meikle, G. and Young, S. (2012), *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*, New York: Palgrave Macmillan.

Nur-Muhammad, R. et al. (2013), "Uyghur Facebook Use and Diasporic Identity Construction", *IAMCR 2013 Conference Dublin*, 25-29 June.

Ren, Y., et al. (2007), "Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities", *Organization Studies*, Vol.28: 377.

- Verkuyten, M. (2014), *Identity and Cultural Diversity: What Social Psychology Can Teach Us*, Abingdon: Routledge.
- Vidhayasai, K. (2011), *ASEAN Identity: Unity in Diversity*, Bangkok: Faculty of Political Science, Thammasat University.
- Wilson, R. et al. (2013), "A Review of Facebook Research in the Social Science", *Perspectives on Psychological Science*, Vol.7: 203.
- Wise, J. (2008), *Cultural Globalization: A User's Guide*, Malden: Blackwell.
- Zulfikar, A. (2015), *The Role of Social Media as the Catalyst of ASEAN Community 2015 Integration*, Language, Communication and Social Media (unpublished paper).

สัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบเนื้อหา/แอดมินของแฟนเพจ ASEAN Community

- ศรันย์ ไพบุญย์, ราชอาณาจักรไทย, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2557.
- Aye Moe Chit, สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2557.
- Borivath Kem, ราชอาณาจักรกัมพูชา, สัมภาษณ์, 24 กรกฎาคม 2557.
- Khiang Min Than, สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา, สัมภาษณ์, 11 สิงหาคม 2557.
- Nguyen Hoang Minh Dang, สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2557.
- Vibol Chea, ราชอาณาจักรกัมพูชา, สัมภาษณ์, 24 กรกฎาคม 2557.

กุหลาบแวร์ซายส์ (La Rose de Versailles): การแหกกฎทางเพศ ชนชั้น และอำนาจการปกครอง ที่ตรึงใจผู้อ่านทั่วโลกกว่า 4 ทศวรรษ

การ์ตูนญี่ปุ่น (comic book) ที่ได้รับการกล่าวขวัญถึงไปทั่วโลกมากกว่า 40 ปี ได้รับการแปลเป็นภาษาต่างประเทศหลายภาษา และเล่าขานเรื่องราวข้ามสื่อ (transmedia) ที่หลากหลายมาจนปัจจุบัน จะเป็นหนังสือการ์ตูนธรรมดาได้อย่างไร

ภาพที่ 1: หนังสือการ์ตูนเรื่อง กุหลาบแวร์ซายส์ ฉบับภาษาญี่ปุ่น



ชื่อที่ดังไกลไปถึงอีกซีกโลก

ย้อนกลับไปในปี 2515 นิตยสาร มาร์กาเร็ต ของสำนักพิมพ์ชูเอฉะ (Shueisha) ของญี่ปุ่นได้ตีพิมพ์การ์ตูนอิงประวัติศาสตร์เรื่องยาวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก (love interest) เรื่อง กุหลาบแวร์ซายส์ (La Rose de Versailles) ของริโยโกะ อิเคดะ (Riyoko Ikeda) ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูงในทันทีที่วางจำหน่าย ได้รับการตอบรับจากนักอ่านชาวญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก อีก 2 ปีต่อมา มีการรวมเล่มเป็นหนังสือการ์ตูนจำนวน 10 เล่ม และนำเสนอในรูปแบบของละครเวที (stage play) ด้วย ความนิยมอย่างถล่มทลายในญี่ปุ่นทำให้ กุหลาบแวร์ซายส์ ได้รับการนำมาดัดแปลงเนื้อหาบางส่วนเพื่อผลิตเป็นภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์ (animation) โดยบริษัทโตเกียวมูฟวี่ (Tokyo Movie) จำนวน 40 ตอน ออกอากาศทางช่อง นิปปอนทีวี (Nippon TV) ระหว่างปี 2522 ถึง 2523 และประสบความสำเร็จอย่าง

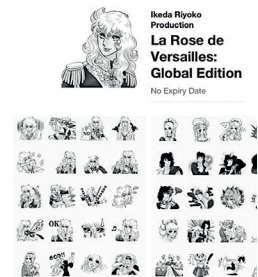
¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สูงอีกเช่นกัน ต่อมา ในปี 2526 *กุหลาบแวร์ซายส์* ได้รับการแปลเป็นภาษาอังกฤษ และเป็นการ์ตูนญี่ปุ่นเรื่องแรกที่ถูกจัดจำหน่ายในอเมริกาเหนือ จากนั้น ทั้งหนังสือ การ์ตูนและภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์เรื่องนี้ก็โด่งดังและสร้างความประทับใจให้ผู้อ่านผู้ชมทั่วโลก และแม้ว่าภาพยนตร์ *เลดี้ ออสการ์ (Lady Oscar)* ที่สร้างขึ้นในภายหลังจะถ่ายทำในสถานที่จริงและใช้นักแสดงชาวตะวันตกจะไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากบทภาพยนตร์แตกต่างจากการ์ตูนต้นฉบับมาก แต่ก็ถือเป็นอีกหนึ่งผลงานที่สะท้อนว่า *กุหลาบแวร์ซายส์* ดังไกลไปถึงอีกฝั่งหนึ่งของโลกเลยทีเดียว

เรื่องราวถูกเล่าข้ามสื่อที่หลากหลาย...ข้ามเวลามาถึงปัจจุบัน

ไม่เฉพาะหนังสือการ์ตูน (comic book) ละครเวที (stage play) ภาพยนตร์ การ์ตูนทางโทรทัศน์ (animation) และภาพยนตร์ (movie) เท่านั้น แต่เรื่องราวของ *กุหลาบแวร์ซายส์* ยังบอกเล่าข้ามสื่อ (transmedia) ต่างๆ ที่หลากหลายตามมาอีกมากมาย ทั้งภาพวาด หนังสือนิทานสำหรับเด็ก ตุ๊กตา ของใช้ ของที่ระลึก คลิปวิดีโอ เรื่องสั้นที่แต่งขึ้นใหม่จากโครงเรื่องเดิมตามจินตนาการของผู้อ่าน (fan fiction) การแต่งตัวเลียนแบบตัวละคร (costume play/cosplay) ของกลุ่มแฟนคลับ (fan club) ทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศ ที่ยังคงมีให้เห็นในปัจจุบัน และยังไม่มิตำว่าที่จะหยุดนิ่งหรือเลือนหายไปตามกาลเวลา เห็นได้ชัดจากการจัดงานครบ 40 ปี *กุหลาบแวร์ซายส์* ที่พิพิธภัณฑ์ศิลปะโซโกะ (Sogo Museum of Arts) ในเมืองโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น เมื่อปี 2556 ได้รับความสนใจจากชาวญี่ปุ่นและสื่อมวลชนต่างประเทศอย่างล้นหลาม และที่สำคัญ การสื่อสารเรื่องราวของ *กุหลาบแวร์ซายส์* ก็ยังส่งผ่านช่องทางการของสื่อที่หลากหลายและทันสมัยเป็นระยะในปัจจุบัน ทั้งวัน น้าอุ่นเอดิชั่น *กุหลาบแวร์ซายส์* เกมปาจิงโกะ (Pachinko) รวมถึงสติ๊กเกอร์ไลน์ในเวอร์ชันสากล (global edition) ด้วย คำถามที่ชวนสนทนาก็คือ มีอะไรใน *กุหลาบแวร์ซายส์* ที่ทำให้เรื่องราวนี้ส่งผ่านกาลเวลามาจนถึงนาฬิกานี้ได้

ภาพที่ 2: หนังสือนิทานสำหรับเด็ก และสติ๊กเกอร์ไลน์ เอดิชั่น *กุหลาบแวร์ซายส์*



เนื้อหาเข้มข้น การนำเสนอดึงดูดใจ

ริโยโกะ อิเคดะ (Riyoko Ikeda) วางโครงเรื่อง (plot) ที่แปลกใหม่ เต็มไปด้วยความขัดแย้ง (conflict) ที่คาดไม่ถึง แต่สมเหตุสมผล ทั้งในแง่ของเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ในช่วงปฏิวัติฝรั่งเศส (The French Revolution) ที่เป็นฉากหลังของเรื่อง นิสัยใจของตัวละคร (character) ที่มีทั้งข้อดีข้อด้อยเหมือนคนทั่วไป ตอนย่อยแต่ละตอนมีการปูพื้น (set up) สถานการณ์ขัดแย้ง (conflict) จุดสุดขั้น (climax) และคลี่คลาย (resolution) ที่แบ่งสัดส่วนได้อย่างลงตัว สร้างสถานการณ์ได้น่าสนใจทุกตอน เรื่องราวมีหลายแง่มุม ทั้งความสวยงาม น่ารัก ความตื่นเต้น ตึงเครียด หดหู่ และอีกheim แต่รักษาแก่น (theme) ของเรื่องไว้ได้อย่างมีเอกภาพ

ด้านการนำเสนอ ผู้เขียนดูจะรู้ใจผู้ฟังด้วยกันเป็นอย่างดี จึงออกแบบตัวละครและวาดภาพลายเส้นได้อย่างสวยงาม ทั้งดวงตา รูปร่าง เสื้อผ้า ท่วงท่าการเคลื่อนไหว เป็นตัวแทนของบุคลิกภาพแบบพิเศษที่ต้องตาตรึงใจผู้พบเห็น โดยเฉพาะผู้อ่านสตรี แม้ภาพนั้นจะมีสัดส่วนที่ผิดเพี้ยนไปจากความจริงตามแนวทางการเขียนการ์ตูนแบบญี่ปุ่น เช่น มีดวงตากกลมโตเป็นประกาย และช่วงขาเรียวยาวกว่าปกติ แต่รูปลักษณ์เช่นนี้กลับสื่อสารไปถึงอารมณ์ของผู้อ่านได้อย่างลึกซึ้ง ในลักษณะชวนฝัน (fantasy) เป็นการนำพาผู้อ่านให้หนี (escape) โลกของความจริงไปชั่วขณะ เมื่อผนวกเข้ากับภาพเชิงสัญลักษณ์ (symbolic images) ที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ในเรื่องแล้ว ตัวละครเอกของเรื่องที่มีบุคลิกภาพแบบในอุดมคติของผู้หญิงส่วนใหญ่ อย่าง “ออสการ์” “อังเดร” “แฟร์ซง” และพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” ที่แม้เป็นเพียงแคภาพวาด ก็สามารถทำให้ผู้คนในโลกแห่งความจริงหลงใหลได้อย่างไม่น่าเชื่อ

เรื่องราวที่เต็มไปด้วยความขัดแย้ง...ทว่าลงตัว

เรื่องราวของการ์ตูนเรื่องนี้ เต็มไปด้วยความขัดแย้ง (conflict) ในหลายประเด็น ซึ่งบางประเด็นก็มีความขัดแย้งซ้อนกันอยู่หลายชั้น ดังนี้

1. ร่างบอบบางในชุดทหารที่งามสง่า: “ออสการ์ ฟรังซ์ว็ล เดอ จาร์เจ” คือบุตรสาวของนายพล “จาร์เจ” ที่ถูกเลี้ยงดูมาอย่างผู้ชาย เพื่อให้เติบโตในเส้นทางของนายทหาร ถือเป็นความขัดแย้งหลักของเรื่องในด้านความรัก (love interest) แทนที่หญิงสาวใบหน้านางงามอย่าง “ออสการ์” จะได้สวมใส่ชุดราตรี ได้แต่งงาน และมีลูกเหมือนผู้หญิงทั่วไป แต่เธอกลับต้องสวมชุดทหาร ต้องขี่ม้า ยิงปืน ฟันดาบ เสียชีวิตในสนามรบ เพื่อแสดงออกซึ่งความนับถือในตัวพ่อของเธอ และไม่สามารถเปิดเผยความเป็นหญิงต่อ “แฟร์ซง” ทหารหนุ่มชาวสวิสเดนที่เธอมีใจให้ในช่วงแรกได้ อย่างไรก็ตาม ภายใต้ชุดทหารที่สง่างามดูชายชาตรีนั้น ก็ซ่อนความอ่อนโยนและอ่อนไหว ในฐานะผู้หญิงคนหนึ่งไว้ภายในด้วยเช่นกัน

2. **ผู้นำทัพที่เป็นผู้หญิง:** ช่วงแรกของเรื่อง “ออสการ์” เป็นหัวหน้ากองทหารรักษาพระองค์ ต้องวางแผน ออกคำสั่งให้ผู้ชายหลายสิบคนปฏิบัติหน้าที่ในการปกป้องพระนางมารี อังตัวเน็ต ด้วยความกล้าหาญและเด็ดเดี่ยว ในช่วงท้ายเรื่อง เธอต้องเป็นหัวหน้ากองทหารราบที่ไม่ได้รับการยอมรับเนื่องจากเป็นหญิง แต่สิ่งที่ทำให้ทหารทุกนายยอมรับในตัวเธอไม่ใช่ฝีมือในการต่อสู้ แต่กลับเป็นความอ่อนโยน ความนับถือในความเป็นมนุษย์ที่มีให้ลูกน้องทุกคนด้วยความจริงใจ และในที่สุด “ออสการ์” ก็ขึ้นมาทำหน้าที่ปลุกกระสุนปืนต่อสู้กับอีกฝ่ายจนเสียชีวิตในสนามรบ

3. **ความรักต่างชนชั้น:** ในท้ายที่สุด “ออสการ์” บุตรีขุนนางผู้สูงศักดิ์ กลับได้พบรักแท้กับ “อังเดร” เพื่อนชายที่โตมาด้วยกัน แต่เป็นแค่คนเลี้ยงม้าผู้ต่ำต้อย ในคฤหาสน์จาร์เจ และเป็นผู้โต้แย้งกับบัญชาของเธอในกองทหารราบด้วย อย่างไรก็ตาม “อังเดร” ผู้ต่ำต้อยนี้ก็อยู่เคียงข้าง ช่วยเหลือ ปกป้อง “ออสการ์” ผู้มีฝีมือ เก่งกว่า สุภาพบุรุษที่สุกกว่า และมุ่งปกป้องผู้อื่นจากสถานการณ์คับขัน ได้ทุกครั้ง

4. **การทำผิดต่อจารีตประเพณี:** ความรักของ “ออสการ์” กับ “อังเดร” ไม่ได้รับการยอมรับจากผู้เป็นพ่อ แต่ทั้งสองก็ได้เสียกันโดยไม่มีพิธีแต่งงาน ในภายหลัง “ออสการ์” ยังละทิ้ง “ยศถาบรรดาศักดิ์” ของตน เพื่อร่วมต่อสู้กับ “อังเดร” และประชาชนชาวฝรั่งเศสด้วย นอกจากนี้ ยังมีเรื่องการลักลอบคบหากันระหว่างพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” ราชนิฝรั่งเศสกับท่านเคานต์ “แฟร์ซอง” ทหารหนุ่มรูปงามชาวสวีเดน ซึ่งถือเป็นการทำผิดทางจารีตที่รื้อนแรงมากอีกประการหนึ่ง

5. **คู่สมรสที่ไม่สมกัน:** พระสิริโฉมที่งดงาม สดใส ของพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” มีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับพระวรกายที่อ้วนเตี้ยของ “พระเจ้าหลุยส์ที่ 16” ขณะที่ท่านเคานต์ “แฟร์ซอง” มีรูปลักษณะที่งดงามราวเทพบุตร

6. **บทบาทกับวัยไม่สอดคล้องกัน:** ด้วยวัยเพียง 11 ปี พระนาง “มารี อังตัวเน็ต” ต้องจากพระมารดาและถิ่นกำเนิดที่ออสเตรีย มาอภิเษกสมรสกับพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 แบบคลุมถุงชน

7. **ช่องว่างระหว่างชนชั้น:** ความหรูหราฟุ้งเฟ้อของพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” และขุนนางในพระราชวังแวร์ซายส์ กับความอดอยากยากแค้นของประชาชนฝรั่งเศส

8. **ผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครอง:** ความขัดแย้งระหว่างราชินีฝรั่งเศสและขุนนางชั้นสูงกับประชาชน ที่สะสมเรื่อยมา จนมาปะทุในช่วงท้ายของเรื่อง ถือเป็นการขัดแย้งสำคัญของแกนเรื่องที่น่าไปสู่การแก้ไขปัญหาด้วยการปฏิวัติ (revolution)

การปฏิวัติฝรั่งเศส: ฉากยิ่งใหญ่ อลังการของเรื่อง

ตัวเอกของเรื่องมีชีวิตอยู่ในช่วงปี ค.ศ. 1755 ถึง 1793 ซึ่งครอบคลุมช่วงเวลาของการปฏิวัติฝรั่งเศส (The French Revolution) ที่เกิดขึ้นจริงในปี ค.ศ. 1789

การนำเหตุการณ์ปฏวัติตั้งกล่าวมาเป็นฉากหลักของเรื่องถือเป็นจุดแข็งที่ทำให้ผู้อ่านได้สัมผัสถึงเรื่องราวที่น่าสนใจหลายข้อ ดังนี้

1. *ความงดงามหรูหราแบบพาฝัน (fantasy)*: ฉากของเรื่องในช่วงต้นแสดง ความรุ่งโรจน์ของฝรั่งเศสในรัชสมัยพระเจ้าหลุยส์ที่ 15 โดยนำเสนอผ่านอำนาจในการปกครองของพระมหากษัตริย์ กองทัพทหาร และบรรดาเหล่าขุนนางที่แต่งกายด้วยชุดหรูหรา งามสง่า รวมถึงพระราชวังแวร์ซายส์ ที่วิจิตรงดงามตระการตาไม่ต่างกับเทพนิยายหรือนิทานพื้นบ้านของไทยที่มักนำเราไปสู่โลกของเจ้าชายเจ้าหญิง ที่มีรูปแบบชีวิตสวยหรูอย่างที่มนุษย์ธรรมดาไม่อาจสัมผัสได้ในชีวิตจริง

2. *การเมืองการปกครองกับภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ*: ฉากของเรื่องในช่วงกลางและช่วงท้าย ชี้ให้เห็นความอดอยากแร้นแค้นของประชาชนชาวฝรั่งเศสที่เป็นผลพวงจากการปกครองที่ไม่มีประสิทธิภาพ ประชาชนต้องเสียภาษีให้ผู้ปกครองในอัตราสูง ต้องทนใช้ชีวิตที่ลำบากแสนสาหัสโดยไม่สามารถเรียกร้องอะไรได้ ในขณะที่พระนาง “มารี อังตัวเน็ต” และขุนนางใช้เงินในท้องพระคลังอย่างสุรุ่ยสุร่าย รวมถึงพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 ที่ไม่สามารถแก้ไขวิกฤติของประเทศให้ดีขึ้นได้ ประเด็นทางการเมืองและภาวะความไม่เป็นธรรมที่ประชาชนประสบนี้เป็นเรื่องราวร่วมสมัยที่ยังคงพบเห็นได้ในหลายสังคม ทำให้ผู้อ่านมีอารมณ์ร่วมไปกับตัวละครในเรื่องได้ไม่ยาก

3. *พลังของประชาชน*: จุดสุดขั้น (climax) ของเรื่องก็คือ การลุกฮือขึ้นต่อต้านการปกครองระบอบกษัตริย์ของประชาชนด้วยการนำของโรเบสปีแอร์ (Maximilien de Robespierre) และกลุ่มปัญญาชนที่ค่อยๆ เผยแพร่แนวคิดเรื่องเสรีภาพ เสมอภาพ และภราดรภาพ ไปสู่ประชาชนชาวฝรั่งเศส จนก่อตัวเป็นแรงขับเคลื่อนในการรวมพลังโค่นล้มอำนาจที่ยิ่งใหญ่จนสำเร็จได้ “อังเดร” ที่เคยยอม “ออสการ์” ก็เลือกอยู่ฝ่ายประชาชน ส่วน “ออสการ์” ก็หันหลังให้ผู้เป็นพ่อที่จงรักภักดีต่อราชวงศ์อย่างมั่นคง และกล่าวลาเพื่อนรักอย่างพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” ที่ตนเคยปกป้องในฐานะทหารองครักษ์มายาวนาน เพื่อไปร่วมต่อสู้กับอังเดรและประชาชนด้วย ฉากการต่อสู้ของชาวฝรั่งเศส ที่มักถูกยกย่องว่าเป็นการปฏิวัติประชาธิปไตยครั้งแรกของโลกสมัยใหม่ที่ทรงพลังนี้สร้างความอึกเขมให้ผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

4. *ราชินีฝรั่งเศสถูกลงโทษด้วยการ “บั่นคอ”*: การดึงผู้ที่สูงศักดิ์อย่างพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” และราชวงศ์มาสู่จุดที่ต่ำสุด ณ เครื่องประหาร “กิโยติน” ท่ามกลางเสียงตะโกนด่าทอของประชาชน ถือเป็นการหักมุมที่ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้อ่านอย่างมาก หลายคนรู้สึกหดหู่ สะเทือนใจไปกับชีวิตที่พลิกผันของพระนาง ยิ่งตระหนักว่าทรงเป็นบุคคลที่เคยมีชีวิตอยู่จริงในประวัติศาสตร์ ก็ยิ่งมีอารมณ์ร่วมมากยิ่งขึ้น

กลิ่นอายของรสนิยมแบบรักเพศเดียวกัน

การ์ตูนญี่ปุ่นจำนวนมากไม่น้อยมีเรื่องเพศ (sex) เป็นองค์ประกอบสำคัญของโครงเรื่อง (plot) *กุหลาบแวร์ซายส์* ก็เช่นกัน แม้สาระสำคัญของเรื่องเป็นความรักระหว่างชายหญิง แต่ริโยโกะ อิเคดะ (Riyoko Ikeda) ก็ได้แฝงรสนิยมทางเพศแบบที่คอกการ์ตูนชาวญี่ปุ่นนิยมเรียกกันว่า “ยูริ” (yuri) หรือหญิงรักหญิงไว้ตลอดทั้งเรื่อง ที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ การให้ “ออสการ์” ซึ่งเป็นผู้หญิงมาแต่งกายเป็นชายสวมบทบาทของทหารที่เข้มแข็ง เก่งกาจ กล้าหาญ เด็ดเดี่ยว มีท่วงท่าสง่างามราวกับเทพบุตร แต่มีจิตใจอ่อนโยนจนเป็นที่หลงใหล ชื่นชมของตัวละครที่เป็นหญิงสาวเกือบทุกตัวในเรื่องมาประกบคู่กับตัวละครหญิงที่มีความเป็นผู้หญิงมากกว่า ทั้งฉากเต้นรำกับพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” ฉากที่ต้องโอบกอด “โรซารี” เด็กสาวผู้บอบบาง และฉากจุมพิตหญิงสาวในงานหาคู่ให้ออสการ์ เพื่อประชดพ้อและแขกที่มาร่วมงาน นอกจากนี้ ยังมีภาพความสัมพันธ์ประเภท “ยาโอโย” (yaoi) แบบชายรักชายอยู่ด้วย แต่ไม่ชัดเจนเท่ากับแบบยูริ (yuri) เห็นได้จากฉากที่ “ออสการ์” ในชุดทหารที่มีรูปลักษณ์กระเดียดมาทางเพศชายมากกว่าเพศหญิงมาอยู่ใกล้ชิดตัวละครชายอื่นๆ ที่มีความเป็นชายมากกว่า ทั้ง “อังเดร” “โจโรเดล” และ “อลัน” ความสัมพันธ์ในสองลักษณะนี้ถือเป็นเรื่องราวที่ฉีกแนว ไม่ซ้ำซากจำเจดึงดูดให้ผู้อ่านและผู้ชมติดตามความคืบหน้าของตัวละครไปตลอดเรื่อง

ภาพที่ 3: ตัวอย่างภาพที่แฝงนัยความสัมพันธ์แบบยูริ (yuri) หรือหญิงรักหญิง ของตัวละครในภาพยนตร์แอนิเมชันและหนังสือการ์ตูนเรื่อง *กุหลาบแวร์ซายส์*



สตรีนิยม (feminism) ที่กลมกล่อม

อาจกล่าวได้ว่า ริโยโกะ อิเคดะ (Riyoko Ikeda) ซึ่งเป็นผู้หญิง ได้ตั้งใจใส่แนวคิดเรื่องสตรีนิยม (feminism) เข้าไปในเรื่องนี้อย่างเต็มที่ เธอได้สร้างให้ตัวละครหญิงมีบทบาทมากกว่าตัวละครชายอย่างมาก ทั้งในแง่สีสันของตัวละครและความถี่ในการปรากฏตัว ไม่ว่าจะเป็นตัวละครเอกของเรื่องอย่าง “ออสการ์” สาวสวยในคราบบุรุษผู้เก่งกาจ พระนาง “มารี อังตัวเน็ต” เจ้าหญิงโฉมงามผู้อ่อน

ต่อโลก แม้กระทั่งตัวร้ายของเรื่องในตอนย่อยแต่ละตอนก็เป็นผู้หญิงเกือบทั้งหมด ได้แก่ มาตาม “คูร์บารี” สนมเอกคนโปรดผู้กุมหัวใจพระเจ้าหลุยส์ที่ 15 มาตาม “โพลิกแนค” พระสหายผู้ครอบงำพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” และชักนำให้ลุ่มหลงในอบายมุข “แจน เดอ ลาม็อด” ผู้เฝ้าหาชีวิตที่หรูหราและริษยาราชีนีฝรั่งเศส

ตัวละครหญิงทุกตัวมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่เหมือนกันก็คือการไม่ยอมจำนนต่อสิ่งที่ตนคิดว่าอยู่ยุดิธรรม มีความกล้าหาญที่จะลุกขึ้นสู้เพื่อสิ่งที่ตนพึงได้รับ แม้จะเป็นสิ่งที่ผิดจารีต (tradition) และบรรทัดฐาน (norm) ของสังคมยุคนั้น “ออสการ์” ชื่อสัตย์ต่อหัวใจตัวเอง เลือกเพศวิถี (sexuality) ที่เธออยากเป็น เธอกล้าสวมชุดราตรีเพื่อให้ได้เด่นรำกับผู้ชายที่เธอแอบมีใจให้ ยอมได้เสียกับ “อังเดร” ผู้ชายดื้อด้อยที่เป็นรักแท้ ละทิ้ง “ยศถาบรรดาศักดิ์” ยอมสูญเสียพ่อและเพื่อนอย่าง พระนาง “มารี อังตัวเน็ต” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงการปกครองที่เชื่อว่าจะทำให้เพื่อนร่วมชาติมีชีวิตที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ได้ พระนาง “มารี อังตัวเน็ต” ก็ละเมิดจารีตอย่างร้ายแรงด้วยการแอบคบหากับ “แฟร์ซง” ผู้ชายที่เธอรัก และเลือกใช้ชีวิตที่หรูหราเพื่อชดเชยความเหงาให้ตัวเอง “โรซารี” ยอมเสี่ยงเข้ามาแก้แค้นแทนแม่ที่ถูกกรณมาของขุนนางชนตายถึงพระราชวังแวร์ซายส์ ส่วน “แจน เดอ ลาม็อด” ก็กล้าเป็นปฏิปักษ์กับราชินีฝรั่งเศสเพื่อถืบทัวเองจากความร่ำร้นแค้น

สิ่งที่น่าสนใจอีกประการก็คือ ผู้เขียนนำความกล้าหาญ ความเป็นผู้นำ ไหวพริบ ปฏิภาณ ฝีมือการต่อสู้ ซึ่งมักถูกนำเสนอว่าเป็นคุณลักษณะเด่นของเพศชายมาโดยตลอด มาใส่ไว้ในตัวละครเอกหญิง ขณะที่ตัวละครชายกลายเป็นผู้ตามและถูกครอบงำอย่างชัดเจนในหลายกรณี เช่น พระจักรพรรดินี “เทเรซ่า” แห่งออสเตรีย พระมารดาของพระนาง “มารี อังตัวเน็ต” เป็นผู้นำประเทศที่มีวิสัยทัศน์ยาวไกล ส่งพระธิดาอันเป็นที่รักไปเป็นพระชายาของมกุฎราชกุมารฝรั่งเศสเพื่อขอสงบศึก “มาตามคูร์บารี” โสเภณีชั้นสูงที่กลายมาเป็นสนมเอกคนโปรด และมีอิทธิพลต่อพระเจ้าหลุยส์ที่ 15 อย่างมาก “ออสการ์” หัวหน้ากองทหารรักษาพระองค์ที่พันดาบและยิงปืนชนะผู้ชายทุกครั้งที่มีการประลองฝีมือ มีอำนาจเหนือผู้ชายที่มาหลงรักเธอ ทั้งในเรื่องงานและความรัก “แจน เดอ ลาม็อด” หญิงสาวกร้านโลกที่สามารถบงการสามีของเธอให้ทำทุกสิ่งตามต้องการได้ อย่างไรก็ตาม ริโยโกะ อิเคดะ (Riyoko Ikeda) ก็ไม่ได้ละทิ้งสิ่งที่มักถูกนำเสนอว่าเป็นคุณลักษณะเด่นของผู้หญิงไปจากตัวละครหญิงของเธอ เธอยังคงสร้างให้ตัวละครเอกที่เป็นหญิงมีรูปลักษณ์ที่งดงาม น่ารัก บอบบาง และอ่อนโยนอย่างมาก ในขณะเดียวกัน คุณลักษณะเหล่านี้ก็นำไปใส่ไว้กับตัวละครเอกที่เป็นผู้ชายด้วยเช่นกัน ทั้ง “อังเดร” “แฟร์ซง” “อลัน” และ “โจโรเดล” ต่างก็มีรูปลักษณ์ที่งดงาม มีความอ่อนโยนต่อตัวละครหญิงในเรื่องทั้งสิ้น

ดูเหมือนริโยโกะ อิเคดะ (Riyoko Ikeda) พยายามสื่อสารกับผู้อ่านว่า ทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างก็มีคุณลักษณะเด่นทั้งสองด้านพร้อมๆ กันได้ ผู้หญิงสามารถเป็นผู้นำได้ ผู้ชายก็อ่อนโยนอ่อนไหวได้เช่นกัน ผู้หญิงเก่งไม่ได้ต้องการเหนือกว่า แต่ต้องการการยอมรับนับถือ เหมือนอย่างที่เราให้ความนับถือเพศชาย และความนับถือที่ขึ้นอยู่ของคุณลักษณะทางจิตใจเป็นสำคัญ ดังประโยคที่ “ออสการ์” พูดกับ “อังเดร” ในหนังสือการ์ตูนว่า “ความเชี่ยวชาญทางทหารนะ ไม่ใช่ความเป็นชายหรอกนะ ความอบอุ่นและใจดีของเพศชายต่างหาก ถึงจะดูเป็นผู้ชายที่พึ่งพาได้อย่างอบอุ่นใจ...”

มีการตุนไม้ก็เรื่องที่สนุกและสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของผู้อ่านไปพร้อมกันได้ด้วย *กุหลาบแวร์ซายส์* ถือเป็นหนึ่งในนั้น หากเมื่อ 31 ปีก่อนไม่ได้เสพการ์ตูนเรื่องนี้ ผู้เขียนก็คงพัฒนาตัวเองไปตามแบบฉบับของซิลเดอเรลลา หรือไม่ก็เจ้าหญิงในเทพนิยายองค์ใดองค์หนึ่งเป็นแน่

บรรณานุกรม

- ริโยโกะ อิเคดะ (2525), *กุหลาบแวร์ซายส์ 1-6*, กรุงเทพฯ: สยามอินเตอร์คอมมิก.
_____. (2554), *กุหลาบแวร์ซายส์* (ซีดี-รอม), ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน, โตเกียวมูฟวี่.
เด็กที่รอคอย (2558), *กุหลาบแวร์ซายส์ Thai Fan Club*, สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2558
จาก <https://www.facebook.com/กุหลาบแวร์ซายส์-Thai-Fanclub-1120530367963097/timeline/>



สมัครสมาชิกวารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”

ข้าพเจ้า นาย นาง นางสาว _____
(ชื่อ-นามสกุล)

ประสงค์จะ ☐ สมัครสมาชิก “วารสารศาสตร์” ตั้งแต่เล่มที่ _____
☐ ต่ออายุสมาชิก เลขที่สมาชิก _____
☐ เปลี่ยนที่อยู่การจัดส่ง

โดยชำระเงินค่าสมาชิก

☐ จำนวน 320 บาท (วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์” 3 เล่ม รวมค่าจัดส่ง)
เข้าบัญชี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาย่อยท่าพระจันทร์
เลขที่บัญชี 114-205215-5

สถานที่จัดส่ง

☐ บ้าน ที่อยู่ _____

โทรศัพท์ _____ โทรศัพท์มือถือ _____

☐ ที่ทำงาน ที่อยู่ _____

โทรศัพท์ _____ โทรศัพท์มือถือ _____

กรุณากรอรายละเอียดพร้อมส่งหลักฐานการชำระเงิน

ส่งกลับมายัง ฝ่ายสมาชิก “วารสารศาสตร์”

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
เลขที่ 99 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121
โทรสาร 02-696-6218
อีเมลล์ oilsumol@hotmail.com



การส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”

คุณลักษณะของบทความ

- เป็นบทความที่มีคุณลักษณะตามเกณฑ์ของ อ.ก.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งได้แก่
 1. บทความวิเคราะห์วิจัย (Research Article)
 2. เอกสารกรณีศึกษา (Case Material)
 3. บทความสำรวจวิจัย (Survey Article)
 4. บทความวิจารณ์ (Review Article)
 5. บทความทางวิชาการ (Theoretical Article)
 6. รายงานสำรวจ (Survey Report)ทั้งนี้ ไม่รวมงานวิทยานิพนธ์ บทความประเภทงานแปล และเอกสารประกอบคำบรรยาย
- ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างรอการพิจารณาจากสำนักพิมพ์อื่น
- หากเป็นงานวิจัยดีเด่นที่เคยตีพิมพ์มาก่อนแล้ว ต้องมีการนำมาวิเคราะห์ด้วยมุมมองใหม่ นำเสนอข้อมูลใหม่โดยได้รับอนุญาตจากผู้เขียน
- ผู้เขียนหรือผู้เขียนร่วมได้รับอนุญาตให้ตีพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลในวารสารวิชาการ
- ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือ การอ่านเพื่อรับแก้ไขจากบรรณาธิการ หรือบรรณาธิการรับเชิญ ตามกำหนดเวลาของกองบรรณาธิการ

การส่งต้นฉบับเนื้อหา

- เนื้อหาจัดพิมพ์ด้วยอักษร Cordia New ขนาด 15 pt
- ความยาว 15-20 หน้าขนาด A4 พร้อมจัดเรียงภาพประกอบสีขาวดำลงในไฟล์ Microsoft Words
- จัดต้นฉบับเป็นเอกสารเวิร์ดส (นามสกุล .doc, .docx, .rtf, txt) ไม่รับเอกสาร .pdf
- ส่งพร้อมบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งประวัติสั้นๆ ของผู้เขียน
- ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ และจัดส่งต้นฉบับภายในระยะเวลาที่กำหนด
- ส่งต้นฉบับพร้อมแยกไฟล์ภาพประกอบ (เช่น ภาพประกอบ ตาราง แผนภูมิ) ที่ครบถ้วนในแผ่นดิสก์หรือแผ่นซีดีทางไปรษณีย์หรืออีเมลยังกองบรรณาธิการ

การส่งไฟล์ภาพประกอบ

- o แยกไฟล์ภาพคุณภาพดีจากเนื้อหา
- o ความละเอียดไฟล์ภาพอย่างน้อย 300 dpi
- o ขนาดของไฟล์ภาพไม่ควรเกิน 1 M
- o นามสกุลไฟล์ .tif หรือ .jpg
- o ปรับโหมดไฟล์ภาพเป็นขาวดำ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

99 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ 02-696-6267 อีเมล jaruneejc@gmail.com

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

