

JOURNAL OF JOURNALISM,  
Thammasat University

# วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



วารสารศาสตร์ ฉบับ “โลกใบใหญ่ใบเดิม กลับไม่เคยต้องเหงาใจ แค่นั่นยังมีเธออยู่ตรงนี้”  
ปีที่ 16 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2566

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

กองบรรณาธิการ ประกอบด้วย  
ที่ปรึกษา

|                                                                                |                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| บรรณาธิการบริหาร<br>บรรณาธิการเล่ม<br>ผู้ช่วยบรรณาธิการ<br>กองบรรณาธิการบริหาร | รศ.อรรถัย ศรีสันติสุข<br>รศ.กิตติมา สุรสนธิ<br>รศ.กัลยากร วรกุลลัญจวิธานีย์<br>รศ.ดร.สมสุข หินวิมาน<br>ผศ.พรธนาดี ประสงค์<br>รศ.ดร.พีระ จิระโสภณ<br>รศ.ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์<br>รศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตรเจริญ | อดีตคณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>อดีตอาจารย์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>คณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>อดีตคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา<br>คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ<br>สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)<br>คณะนิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย<br>คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br>สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมแห่งเอเชีย ม.มหิดล<br>สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมแห่งเอเชีย ม.มหิดล<br>คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br>คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร ม.นเรศวร<br>คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ<br>สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)<br>คณะนิเทศศาสตร์ ม.กรุงเทพ<br>คณะการสื่อสารมวลชน ม.เชียงใหม่ |
|                                                                                | ศ.ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช<br>รศ.ดร.สราวุธ อนันตชาติ<br>รศ.ดวงพร คำคุณวัฒน์<br>รศ.ดร.นันทิยา ดวงภูมิเมศ<br>รศ.ดร.ธาดิเรก ใต้ฟ้าพูล<br>ผศ.ดร.วนาวลัย ดาดี<br>ผศ.ดร.วรัญญู ศรีจิต                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                | ผศ.ดร.อริชัย อรรถอุดม<br>ผศ.ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                |                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

กองบรรณาธิการบริหาร มีหน้าที่กำหนดรูปแบบวารสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์  
อำนวยความสะดวกในการจัดทำวารสารดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ควบคุม  
ดูแลกิจกรรมการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้

|                     |                                                                                                    |                                                                                                                                                      |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กองบรรณาธิการจัดการ | รศ.รุจน์ โกมลบุตร<br>รศ.ดร.นิธิดา แสงสิงแก้ว<br>รศ.ดร.กักร หลวยะพงศ์<br>ผศ.ดร.เกศราพร ทองพุ่มพุกษา | คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ. |
|                     |                                                                                                    |                                                                                                                                                      |
|                     |                                                                                                    |                                                                                                                                                      |
|                     |                                                                                                    |                                                                                                                                                      |

กองบรรณาธิการจัดการ มีหน้าที่ประสานงานสถาบันและหน่วยงานภายนอกในการ  
ส่งบทความ กำหนดรูปแบบการจัดทำบทความ ติดตามการจัดส่งบทความ ประสานงาน  
ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และพิจารณาคัดกรองบทความในเบื้องต้น

|                          |                                         |                                                                          |
|--------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| เจ้าหน้าที่กองบรรณาธิการ | น.ส.สมล สร้อยสุมาลี<br>น.ส.จารุณี สุขสม | คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ.<br>คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มธ. |
|                          |                                         |                                                                          |

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เลขที่ 99 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ 0-2696-6220

อีเมล oilsumol@hotmail.com

โทรสาร 0-2696-6218

เว็บไซต์ www.jc.ac.th

ปก: Ryo Yamashita <ryoyamashita.com>

ISSN: 0125-8192

ราคา: 120 บาท

**Journal of Journalism, Thammasat University**  
**Issue: "Communication in the Space of Mass Society"**  
**Vol.16 No.03 September-December 2023**

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

**The Editorial Team** includes:

**The Advisory Board**

|                                 |                                                                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Assoc. Prof. Oratai Srisantisuk | former dean, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University     |
| Assoc. Prof. Kitima Surasonthi  | former lecturer, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University |

**Administrative Editor**

|                                        |                                                                    |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Assoc. Prof. Kalyakorn Worakullattanee | Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|

**Journal Editor**

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

**Vice-Editor**

|                              |                                                                    |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Asst. Prof. Punwadee Prayong | Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------|

**The Administrative Editorial Board**

|                                              |                                                                                                                   |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Assoc. Prof. Pira Chirasopone, Ph.D.         | former dean, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University                                              |
| Assoc. Prof. Suchada Pongkittiwi boon, Ph.D. | Faculty of Humanities and Social Science, Burapha University                                                      |
| Assoc. Prof. Kullatip Satararuij, Ph.D.      | Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration |
| Prof. Pairoj Wilainuch, Ph.D.                | School of Communication Arts, University of the Thai Chamber of Commerce                                          |
| Assoc. Prof. Saravudh Anantachart, Ph.D.     | Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University                                                           |
| Assoc. Prof. Duangporn Kamnoonwatana         | Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University                                         |
| Assoc. Prof. Nuntiya Doungphummes, Ph.D.     | Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University                                         |
| Assoc. Prof. Tatri Taiphapoon, Ph.D.         | Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University                                                           |
| Asst. Prof. Wanawan Doherty, Ph.D.           | Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University                                            |
| Asst. Prof. Warat Karuchit, Ph.D.            | Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration |
| Asst. Prof. Arishai Akraodom, Ph.D.          | School of Communication Arts, Bangkok University                                                                  |
| Asst. Prof. Kwanfa Sripraphan, Ph.D.         | Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University                                                              |

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

**The Managerial Editorial Board**

|                                                  |                                                                    |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Assoc. Prof. Ruj Komonbut                        | Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University |
| Assoc. Prof. Nitida Sangsingkeo, Ph.D.           | Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University |
| Assoc. Prof. Kamjohn Louiyapong, Ph.D.           | Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University |
| Asst. Prof. Ketsaraporn Thongphumprueaksa, Ph.D. | Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University |

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

**Editorial Staff**

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

**Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University**

|                                                                     |                        |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 99 Moo 18 Paholyothin Rd., Khlongluang, Pathumthani 12121, Thailand |                        |
| Tel: +66 (0) 2696 6215                                              | Fax: +66 (0) 2696 6218 |
| email: oilsumol@hotmail.com                                         | Website: www.jc.ac.th  |

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

## สารบัญ

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| บทบรรณาธิการ                                                                                                             | 6   |
| การศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย<br>(อายุ 3-6 ปี)<br>ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์                    | 10  |
| Social Media Use in Negotiating Gender Identity among Young<br>Thai Women<br>Kamolmas Chanvised                          | 56  |
| อาชญากรเด็ก: จากบทบาทในซีรีส์สู่การสะท้อนความจริงในสังคม<br>คันธริรา ฉายาวงศ์                                            | 110 |
| ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย: การประกอบสร้างความหมายตัวละครชาย<br>ที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม<br>ธีระพล ศิริทัพ                | 158 |
| ทิศทางและการปรับตัวในยุคดิจิทัลของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย<br>ชาติธนรงค์ วิสุตกุล                                  | 208 |
| การเขียนบทออริจินัลซีรีส์และการปรับตัวของผู้เขียนบทไทย<br>ในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ<br>วรลักษณ์ กล้าสุคนธ์ | 250 |

ต้นแบบสื่อรับสมัครงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสรรหาและลดอัตรา 278  
การลาออกของพนักงานผ่านกระบวนการคิด เชิงออกแบบ:  
การศึกษาธุรกิจสื่อโฆษณา  
ศีล จิตต์มั่น  
วิเชียร ลัทธิพงษ์พันธ์

บรรณนิทัศน์: โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ 320  
ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ

ทัศนะหรือข้อคิดเห็นในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับนี้ เป็นของผู้เขียน  
แต่ละท่าน มิใช่ทัศนะหรือข้อคิดเห็นของกองบรรณาธิการ หรือของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้ประสงค์จะขอความช่วยเหลือจากวารสารฉบับนี้ไปเผยแพร่จะต้องได้รับ  
อนุญาตจากผู้เขียนตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์เสียก่อน

## บทบรรณาธิการ

“โลกใบใหญ่ใบเดิม กลับไม่เคยต้องเหงาใจ แค่นั้นนี่ยังมีเธออยู่ตรงนี้”

ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เริ่มก่อร่างและขยายตัวมานับแต่ศตวรรษที่ 19 ในโลกตะวันตก อันเป็นผลพวงต่อเนื่องมาจากยุคแห่งการปฏิวัติอุตสาหกรรม จนกลายเป็นวัตถุดิบที่นักทฤษฎีสังคมศาสตร์และสื่อสารศึกษาสนใจหาคำตอบเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันก็คือ ปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “สังคมมวลชน” (mass society) อันหมายถึงอารยธรรมสังคมที่เปลี่ยนผ่านจากวิถีการผลิตดั้งเดิม มาสู่อารยธรรมสังคมนรูปแบบใหม่ ที่ด้านหนึ่งก็ทันสมัยตามรอยระบบเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรม แต่อีกด้านหนึ่งกลับกลายเป็นสังคมที่มีการรวมตัวกันของปัจเจกบุคคลที่แตกต่างหลากหลาย ไร้ราก กระจายกระจัดกระจาย หรือแม้แต่แปลกแยกและไร้แรงเกาะเกี่ยว (alienated and atomised)

“คนเคยเหงา เคยรู้สึกเหวว่า เคยมองหาความรักนั้นมันอยู่ที่ใด โลกใบใหญ่เหลือเกิน มีผู้คนอยู่มากมาย แต่หัวใจมันกลับเหงาขึ้นทุกที...”

บทเพลง “มากกว่ารัก” ต้นฉบับที่ขับร้องโดย พีท พล และคัฟเวอร์ใหม่โดย ไรส ศรินทิพย์ ดูจะสื่อสารอารมณ์ความรู้สึกของผู้คนที่อยู่ในสังคมมวลชนแบบนี้ได้อย่างชัดเจน ทั้งความรู้สึกเหงา ความเหวว่า ไร้ซึ่งความรัก และสายสัมพันธ์ แม้จะอยู่ในโลกที่หลอมรวมผู้คนมากมายเอาไว้ด้วยกัน

“...แต่เมื่อฉันได้พบกับเธอ สิ่งเธอให้ฉันไม่รู้มันคืออะไร โลกใบใหญ่ใบเดิม กลับไม่เคยต้องเหงาใจ แค่นั้นนี่ยังมีเธออยู่ตรงนี้...”

แต่อย่างไรก็ดี สองศตวรรษผ่านไป ในบรรยากาศแห่งสังคมมวลชนเช่นนี้ นักทฤษฎีสังคมศาสตร์บางคนก็เริ่มตั้งข้อสังเกตว่า ตัวแปรสำคัญที่เอื้อให้ปัจเจกบุคคล (หรือแม้แต่สถาบันต่างๆ) ปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงได้ก็คือ การทำหน้าที่ของสื่อและการสื่อสาร ซึ่งในทางกลับกัน หากการสื่อสารทำหน้าที่ผิดพลาด และปัจเจกบุคคลมีอาจปรับปรนรับสภาพกับความแปลกแยกดังกล่าวได้แล้ว คนคนนั้นก็จะเป็นกลุ่มผู้เปี่ยงเบน (deviance) ที่ลุกขึ้นมาทำลาย หรือแม้กระทั่งต่อต้านกับ “โลกใบใหญ่ใบเดิมๆ” ที่มนุษยชาติกำลัง

เผชิญหน้าต่อความแปลกแยกกับตนเองและโลกรอบตัว

ด้วยเหตุฉะนี้ วารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* ฉบับนี้จึงมีชื่อว่า “โลกใบใหญ่ใบเดิม กลับไม่เคยต้องเหงาใจ แค่นั่นยังมีเธออยู่ตรงนี้” จึงมุ่งเน้นเจาะลึกให้เห็นถึงบทบาท และศักยภาพของสื่อและการสื่อสาร อันมีผลต่อการปรับตัวของปัจเจกบุคคลในสภาวะแปลกแยกแตกต่างของสังคมมวลชน

ใน “โลกใบใหญ่เหลือเกิน มีผู้คนอยู่มากมาย” นั้น คนกลุ่มแรกๆ ที่นักสื่อสารศึกษาสนใจวิเคราะห์ภาพการต่อสู้ปรับตัวของเธอและเขาเหล่านั้นก็คือ บรรดาเด็กและเยาวชน (ที่บ่อยครั้งมักถูกจินตกรรมไปว่า “อ่อนแอและเปราะบาง”) บทความกลุ่มแรกของเล่มวารสารฉบับนี้จึงชวนกันตั้งคำถามต่อสภาพการณ์ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน โดยเริ่มต้นจากบทความของ ระวีวรรณ ทริพย์อินทร์ ที่ออกแบบโครงการนาร่องเพื่อพัฒนาและจัดทำหลักสูตรการสร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสมกับพัฒนาการเด็กปฐมวัย 3-6 ปี ด้วยการทดลองผลิตรายการโทรทัศน์ต้นแบบ และการทำบททดสอบกับผู้ชมวัยเยาว์ ผู้เขียนได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่ตอบโจทย์การปรับตัวของเด็กปฐมวัย เพื่อนำร่องไปสู่การออกแบบสื่อที่เหมาะสมกับมนุษย์ตัวเล็กๆ ผู้ได้ชื่อว่าเป็น “ผ้าขาวอันบริสุทธิ์” ของสังคมต่อไป

หากวิกฤติอัตลักษณ์และตัวตนเป็นปัญหาหลักของกลุ่มเยาวชน โดยเฉพาะวัยรุ่นเพศหญิงด้วยแล้ว กมลมาศ ชาญวิเศษ ได้ใช้เครื่องมือชาติพันธุ์วรรณนาออนไลน์ (online ethnography) มาวิเคราะห์และเผยให้เห็นว่า ในท่ามกลางวาทกรรมหลักที่กำหนดกดทับการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ทางเพศของเยาวชนอยู่นั้น สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ที่วัยรุ่นหญิงจากหลากหลายชนชั้นได้เลือกมาปะทะประสาน ทั้งปรับตัว ต่อรอง หรือต่อต้านวาทกรรมครอบงำอย่างเข้มข้น ในบริบทแห่งชีวิตประจำวันของพวกเขา

จากนั้น บทความอีกสองเรื่องถัดมาได้เลือกกรณีศึกษาเยาวชนที่มีคุณลักษณะแตกต่างออกไป นั่นคือ กลุ่มผู้ที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐาน (deviance) หรือผู้อยู่ในสภาวะที่ต่อต้าน (resistance) ต่อระบอบสังคมใหญ่อย่าง “สุดลึ้มที่มประตุ” กันเลยทีเดียว โดยในบทความเรื่องแรกนั้น คันธรีรา ฉายาวงศ์ ได้วิเคราะห์

บทบาทของซีรีส์เกาหลีและซีรีส์ไทยกับการสะท้อนภาพของ “อาชญากรเด็ก” ผู้ยืนอยู่นอกกรอบ นอกอาณาเขตของกฎเกณฑ์ทางสังคม ภายใต้สภาวะที่ตัวละครเด็กมีอาจปรับตัวจากการถูกระงับทางสังคม พวกเขาได้เลือกลุกขึ้นมาต่อสู้ และแสดงออกซึ่งความสามารถที่เกินวัย จนนำไปสู่การตั้งคำถามต่อสถาบันกฎหมาย ที่อาจไม่เท่าทันกับความเปลี่ยนแปลงของปัญหาอาชญากรรมเด็ก ซึ่งดำรงอยู่ในโลกจริง

กับอีกบทความถัดมาของ ธีระพล ศิริทัพ ที่เลือกศึกษาภาพตัวแทนในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ของไทย และความหมายของตัวละครพระเอกวัยรุ่นที่เป็นนักแสดงอัมพาต ผู้หันไปเลือกยืนอยู่นอกอาณาบริเวณของบรรทัดฐานทางสังคม ผู้เขียนไม่เพียงชี้ให้เห็นกลวิธีการสื่อสารอันหลากหลายเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับอุดมการณ์แบบ “สีเทา” ที่ซ่อนซุกอยู่ในตัวละครเปี่ยมเบนกลุ่มนี้เท่านั้น หากแต่การศึกษาในมิติของผู้รับสารวัยรุ่นที่มีประสบการณ์เคยเป็นนักแสดงอัมพาต “เสียงจริงตัวจริง” ก็พบว่า คนกลุ่มนี้เลือกที่จะต่อรองความหมาย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ และจุดยืนในสังคมของพวกเขาบนโลกแห่งความจริงที่ต่างไปจากภาพบนจอแห่งโลกแฟนตาซี

นอกจากการปรับตัวของกลุ่มคนเล็กๆ อย่างเด็กและเยาวชนท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงแล้ว บรรดากลุ่มคนทำสื่อเองก็คือตัวอย่างของการต่อสู้เพื่อดำรงตนในสภาวะอันผันแปรในโลกวิชาชีพการผลิตสื่อเช่นกัน ดังที่เราสัมผัสได้จากบทความที่เหลืออีกสามเรื่อง เริ่มจากบทความวิจัยของ ชาตินรงค์ วิสูตรกุล ซึ่งหยิบยกกรณีของสื่อมวลชนที่เจาะกลุ่มเฉพาะอย่างหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย กับทิศทางและการปรับตัวในยุคความเปลี่ยนแปลงแห่งเทคโนโลยีดิจิทัล จากในยุคที่หนังสือพิมพ์จีนเคยเฟื่องฟูในประเทศไทยหลายทศวรรษก่อน จนปัจจุบันทยอยปิดกิจการเหลือเพียงไม่กี่ชื่อฉบับเท่านั้น ที่ยังวางจำหน่ายเป็นเล่มกระดาษ ผู้เขียนได้เก็บข้อมูลอย่างรอบด้าน และอธิบายถึงตัวแปรต่างๆ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและการเมืองที่ส่งผลต่อการดำรงอยู่ของสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าว รวมทั้งเสนอแนะแนวโน้มที่หนังสือพิมพ์จีนควรขยายฐานผู้อ่านคนไทยเชื้อสายจีนรุ่นใหม่ และขยายการสื่อสารไปสู่แพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ในอนาคต



ตามมาด้วยบทความวิจัยของ วรลักษณ์ กล้าสุคนธ์ ที่เลือกศึกษาการปรับตัวของผู้เขียนบท (scriptwriter) ของไทย ในบริบทการเข้ามาของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิงจากต่างประเทศ จากการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างผู้เขียนบทจำนวนหนึ่ง ผู้เขียนได้สกัดตัวแปรหลักๆ ที่เอื้อให้ผู้เขียนบทออริจินัลซีรีส์ชาวไทยต้องปรับตัวในการทำงานที่ควรมีความเป็นสากล และเข้าใจเงื่อนไขการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมให้มากขึ้น ก่อนจะปิดท้ายกับบทความวิจัยของ ศील จิตต์มั่น และวิเชียร ลัทธิพงษ์พันธ์ ที่สนใจพัฒนาต้นแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการสรรหาและลดอัตราการลาออกของบุคลากรในธุรกิจโฆษณา ทั้งนี้ ด้วยเงื่อนไขที่อุตสาหกรรมโฆษณาปัจจุบันมีอัตราส่วนการลาออกและเปลี่ยนงานมากขึ้นเรื่อยๆ การออกแบบสารตั้งแต่ขั้นตอนการรับสมัครงานจึงเป็นช่องทางที่มีความสำคัญ ที่จะดึงดูดบุคลากรให้เข้าสู่องค์กรวิชาชีพ และเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีประโยชน์สูงสุดต่อตนเองและองค์กรสื่อ

จากวลีที่ว่า “โลกใบใหญ่ใบเดิม กลับไม่เคยต้องเหงาใจ แค่นั่นนี่ยังมีเรอยู่ตรงนี้” วารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับสีม่วงลาเวนเดอร์เล่มนี้ได้ชี้ชวนให้เห็นทิศทางของการสื่อสารในการต่อสู้และปรับตัวของกลุ่มคนที่แปลกแยกหลากหลาย ตลอดจนการปรับตัวของกลุ่มคนทำงานสื่อในหลายแขนง รวมถึงชี้เป็นนัยให้เห็นเส้นทางที่รอคอยการศึกษาวิจัยและต่อยอดองค์ความรู้ออกไป เพื่อให้ “โลกใบใหญ่ใบนี้” ขับเคลื่อนด้วยการสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์และ “ไม่ต้องเหงาใจ” กันอีกต่อไป

สมสุข หินวิมาน

บรรณาธิการ

# การศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-6 ปี)

ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-6 ปี) ภายใต้โครงการวิจัยการพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านสื่อและภาควิชาการนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและจัดทำหลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อเป็นโครงการนำร่องการอบรมพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี และเพื่อทดลองผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับการพัฒนาการเด็กปฐมวัย การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการที่หลากหลาย ตั้งแต่การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) การสังเกต (observation) และการทดลอง (experiment) ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กปฐมวัยด้วย ทั้งนี้ การวิจัยสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์คือ ได้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี โดยหลักสูตรมีระยะเวลาการอบรม 1 วัน เนื้อหาครอบคลุมด้านพัฒนาการเด็ก ผลกระทบของสื่อต่อเด็กปฐมวัย การผลิตสื่อและดนตรีเพื่อเด็กปฐมวัย โดยได้นำร่องการใช้หลักสูตรแก่ทีมผู้ผลิตจำนวน 20 คน และจากการประเมินผลการอบรมพบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจในภาพรวมของการจัดอบรมในระดับพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ คือ 4.57) สำหรับการทดลองผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กปฐมวัยนั้นได้รายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับเด็กปฐมวัยในช่วง 3-6 ปี จำนวน 2 รายการ ได้แก่ รายการ *Flowers Power* ความยาว 5 นาที จำนวน 2 ตอน และรายการ *Sound to Song*

\* วันที่รับบทความ 27 เมษายน 2566; วันที่แก้ไขบทความ 23 พฤษภาคม 2566; วันที่ตอบรับบทความ 30 พฤษภาคม 2566

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ความยาว 5 นาที จำนวน 2 ตอน โดยผลการการทำ audience testing พบว่า เด็กในช่วงอายุ 3-4 ปี มีความชื่นชอบ มีความสนุกสนาน และเข้าใจเนื้อหาของ รายการ *Sound to Song* ที่ใช้เพลงและดนตรี ประกอบการเคลื่อนไหวได้ชัดเจนกว่า รายการ *Flowers Power* ซึ่งเป็นรายการที่สร้างเป็นเรื่องราวของสถานการณ์ต่างๆ ที่ตัวละครต้องพบเจอ ส่วนเด็กปฐมวัยช่วง 4-6 ปี นั้น จะชื่นชอบรายการ *Flowers Power* มากกว่า โดยเด็กๆ ระบุว่า เพราะมีเรื่องราวน่าติดตามมากกว่า

**คำสำคัญ:** สื่อสำหรับเด็กปฐมวัย เด็กปฐมวัย รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กปฐมวัย

# The Research and Media Personnel Potential Development for Early Childhood (Aged 3-6 Years)

Raweewan Sap-in<sup>2</sup>

## Abstract

The objectives of the research and media personnel potential development for early childhood (aged 3-6 years), under the human resource development in media and academic research project, are to develop and establish an introductory training course as a pilot project to develop the capacity of media producers for early childhood (aged 3-6 years), and to experiment and create suitable early childhood TV development programs. This study employs qualitative research methods by collecting data through a range of techniques including focus group discussion, observation and experimental production of television shows for pre-school children. This allows the research paper to achieve its primary purpose: to create an introductory training course to enhance the capacity of media producers for pre-school children (ages 3-6 years). This curriculum is delivered over the course of a day, covering child development content, the influence of media on early childhood development, media production and music in early childhood development. A team of 20 producers participated in this pilot study. Evaluations showed that participants were holistically satisfied with the curriculum at the most satisfied level (with the mean level of satisfaction at 4.57). A total of 2 programs, for pre-school school children ages 3-6 years, were produced

---

<sup>2</sup> Assistant Professor, The College of Innovation, Thammasat University

from this study: *Flowers Power* (with a duration of 5 minutes and 2 episodes) and *Sound to Song* (with a duration of 5 minutes and 2 episodes). Results of audience testing revealed that children ages 3-4 years enjoyed and were able to better understand the content of the *Sound to Song* program, which utilized songs and music in movement, than the *Flowers Power* program, which revolved around a variety of scenarios that the television characters encountered. Conversely, children aged 4-6 years preferred the *Flowers Power* program over *Sound to Song*, indicating that the storyline was more engaging.

**Keywords:** media, early childhood, early childhood TV programs

## บทนำ: ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากสภาพสังคมและความเจริญทางด้านเทคโนโลยีนั้น มีผลอย่างยิ่งกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน และเป็นที่ยอมรับกันว่า สื่อต่างๆ ยังคงมีอิทธิพลต่อการรับรู้และส่งผลต่อพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน จากการศึกษาของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน ได้กล่าวถึงผลกระทบของสื่อต่อเด็กและเยาวชนไว้ว่า เนื้อหาของสื่อที่ไม่เหมาะสมจะส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนในหลายด้าน ทั้งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าว เรียนรู้เรื่องเพศผิดเพี้ยนและไม่สมวัย เกิดค่านิยมเรื่องวัตถุส่งผลต่อการรับรู้ตนเอง (ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์, 2560) แต่ในขณะเดียวกันนั้น สื่อมวลชนก็สามารถสร้างให้เกิดผลกระทบทางบวกให้เกิดขึ้นแก่เด็กและเยาวชนได้เช่นกัน ดังเช่น การศึกษาอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนในทางบวก จากบทสังเคราะห์เรื่องสื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2548) ระบุว่า สื่อมีผลอย่างมากต่อการศึกษาและการเรียนรู้ ทั้งการศึกษาในระบบ นอกระบบ และการศึกษาตลอดชีวิต และสื่อยังมีอิทธิพลในการส่งเสริมพฤติกรรมสร้างสรรค์ของสังคมเด็ก (pro-social behavior) ได้แก่ ความช่วยเหลือเกื้อกูล ความเป็นมิตร การควบคุมตัวเอง ความอดทนอดกลั้น และการไม่ประพฤติดีกด้วย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สังคมจะต้องให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะกับสื่อเพื่อเด็กปฐมวัย ซึ่งในช่วงวัยนี้ถือเป็นช่วงวัยที่สำคัญมากที่สุดในการพัฒนาสู่ความเป็นมนุษย์

เด็กในช่วงอายุ 3-6 ปี เป็นช่วงวัยที่สมองพัฒนาได้สูงที่สุด โดยเฉพาะทักษะสมองส่วนหน้า หรือที่เราเรียกว่า executive function หรือ EF ซึ่งเปรียบเสมือน CEO ของสมอง โดยมีอัตราการพัฒนาสูงกว่าทุกช่วงวัยในช่วง 3-6 ปี เพราะฉะนั้นสมองที่กำลังพัฒนาได้ดีก็เป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาไปตลอดชีวิตมนุษย์ การพัฒนาของ EF คือตัวบ่งชี้เฉพาะอุปนิสัยที่จะทำให้คนคนหนึ่งมีทักษะในชีวิตอย่างไรด้วย ที่จะส่งผลให้คนเราประสบความสำเร็จในชีวิต เช่น จะเป็นคนที่มีความยับยั้งชั่งใจ มีความสามารถในการยืดหยุ่น ปรับตัวมากน้อยแค่ไหน ล้วนมีรากฐานมาจากการพัฒนาทักษะสมองในวัยเด็ก ดังนั้น ในช่วงปฐมวัยเป็น

พื้นฐานสำคัญของการมีทักษะชีวิต ในศตวรรษที่ 21 งานวิจัยของ James J. Heckman ผู้ที่ได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ ก็พูดถึงการลงทุนในช่วงปฐมวัยไว้ว่า ถ้าเราลงทุนในช่วงปฐมวัย ผลตอบแทนสูงกว่าทุกช่วงวัย โดยให้อัตราผลตอบแทนสูงถึง 6 เท่าตัวของการลงทุน เพราะเป็นช่วงสำคัญที่เด็กจะสร้างความมั่นคงทางอารมณ์ความภูมิใจในตนเอง (ธิดา พิทักษ์สันติสุข, 2563)

ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2556 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีข้อกำหนดว่า ช่องโทรทัศน์ทุกช่องจะต้องมีรายการสำหรับเด็กที่มีเนื้อหาเหมาะสมและไม่เป็นภัยต่อการพัฒนาทั้งสติปัญญา อารมณ์ และสังคมของเด็กและเยาวชน อย่างน้อย 60 นาที ในช่วง 16.00-18.00 น. ของทุกวัน และ 06.00-10.00 น. ในวันเสาร์และอาทิตย์ แต่ในบริบทการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในธุรกิจสื่อของประเทศไทยนั้น ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการธุรกิจสื่อต่างมุ่งแข่งขันเพื่อแย่งชิงผู้ชมที่มีกำลังซื้อเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้สนับสนุนรายการมากกว่าตอบสนองต่อกลุ่มผู้ชมที่มีกำลังซื้อน้อยอย่างกลุ่มเด็กและเยาวชน ต่อมา พ.ศ. 2557 ประเทศไทยเปลี่ยนผ่านการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์มาสู่ระบบดิจิทัล ส่งผลให้มีช่องโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเป็น 48 ช่อง มีการกำหนดรายการหมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว แต่มีผลการศึกษานำเสนอโดยมูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 ระบุว่า พบเนื้อหารายการช่องโทรทัศน์ดิจิทัลสำหรับเด็กเยาวชนและครอบครัวรวม 3 ช่อง และพบรายการสำหรับเด็กเล็กเพียง 4 รายการ ต่อมาวันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ มีแถลงสรุปการขอคืนใบอนุญาตของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล รวม 7 ช่อง โดยมีช่อง 3 Family และ MCOT Family ซึ่งทำให้ช่องสำหรับเด็กและครอบครัวหายไปทั้งหมด เพราะก่อนหน้านี้ช่อง LOCA ของ ThaiTV ก็ได้ยุติการออกอากาศไปในปี พ.ศ. 2558 (เดอะ สแตนดาร์ด, 2562) ทั้งนี้ แม้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจะหายไป ความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กไทยยังคงมีอยู่ โดยสะท้อนจากผลการสำรวจจากไทยพีบีเอส ปี 2561 พบว่า เด็กจำนวนมากยังคงรับชมสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก โดยเฉพาะเด็กอายุ 3-5 ปี

ที่รับสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็น 30% สื่อหนังสือเป็นอันดับสองคิดเป็น 21% และยูทูบ 19% (มรรยาท อัครจันทโชติ อ้างถึงใน ดนยา วสุวัต, 2563) และจากการศึกษาเพื่อสร้างรูปแบบ และเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เพื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในเด็กช่วงอายุ 3-6 ปี ผลการสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้ปกครองเด็กอายุ 3-6 ปี ในกลุ่มอายุ 20-29 ปี และอายุ 30-40 ปี จำนวน 12 คน พบว่า ผู้ปกครองยังมีความต้องการรายการสำหรับเด็กเล็ก มีการเปิดรับ สื่อทางโทรทัศน์บ้าง แต่ก็อนุญาตให้เด็กชมรายการสำหรับเด็กผ่านแท็บเล็ต สมาร์ทโฟน โดยดูผ่านช่องทางยูทูบในช่วงเวลาที่เหมาะสมแตกต่างกันไป และมี สิ่งที่ต้องระวังสำหรับการเลือกรับชมสื่อของเด็กเล็กคือ ความรุนแรง คำหยาบคาย พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมซึ่งต้องระวังเด็กลอกเลียนแบบ (ดนยา วสุวัต, 2561) ประกอบกับสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมปัจจุบัน พ่อแม่อยู่กับลูกน้อยลง เด็กอยู่กับ สื่อมากขึ้น สื่อต้องทำหน้าที่ช่วยสอนและดูแลพัฒนาศักยภาพของเด็กด้วย ประกอบกับในปัจจุบันพบว่า สื่อสำหรับเด็กปฐมวัยที่มีความเหมาะสมกับช่วงวัย สื่อหลักคือหนังสือแต่ในขณะที่มีสื่ออื่นๆ อาทิ วิทยุ และโทรทัศน์ หรือรายการบน YouTube ที่จัดเป็น video content หรือสื่อประเภทจอ (screen media) เป็น สื่อที่เด็กๆ เปิดรับมากเช่นกัน โดยสมาคมกุมารแพทย์สหรัฐอเมริกา แนะนำว่า เด็กอายุ 0 ถึง 2 ปี ไม่ควรเปิดรับสื่อประเภทจอ และจากการศึกษาจากข้อมูล ทำให้อธิบายได้ว่า เด็กอายุ 3-6 ปี สามารถเปิดรับสื่อประเภทจอได้ แต่ควรจำกัด ระยะเวลาการรับชม เป็นรายการที่มีเนื้อหาที่ดี และผลดีอย่างมีคุณภาพด้วยความละเอียดอ่อนต่อการผลิตสื่อและความเข้าใจอย่างรอบด้านของพัฒนาการเด็ก อีกทั้งสื่อสำหรับเด็กนั้นต้องประยุกต์และผสมผสานองค์ความรู้หลายด้าน อาทิ เทคนิคการผลิตทุกกระบวนการการเข้าใจและเรียนรู้ของเด็ก รวมถึงพัฒนาการเด็ก เพื่อสร้างสรรค์สื่อที่ส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านต่างๆ ได้จริง โดยสอดคล้อง กับธรรมชาติของการเรียนรู้ ดังนั้น หากต้องการพัฒนาสื่อสำหรับเด็กจึงควร ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กเสียก่อน

ดังนั้น ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน



กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งมีการกิจและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อ และผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะทำการศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อ โดยเฉพาะผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย จึงจัดทำโครงการการศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-6 ปี) นี้ขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็ก โดยการพัฒนาและจัดทำหลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี และนาร่องการใช้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นสำหรับพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย ตลอดจนเพื่อทดลองผลิตรายการโทรทัศน์ต้นแบบ ที่สอดคล้องกับการเรียนรู้และพัฒนาการของเด็กปฐมวัยเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสื่อเพื่อเด็กปฐมวัยต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ได้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี ที่มีความเหมาะสมกับพัฒนาการเด็ก
2. เพื่อนาร่องการใช้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี
3. เพื่อผลิตรายการโทรทัศน์ต้นแบบที่สอดคล้องกับการเรียนรู้และพัฒนาการของเด็กปฐมวัย 3-6 ปี 2 รายการ

### วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-6 ปี) มีลักษณะการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการที่หลากหลาย ตั้งแต่การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) การสังเกต (observation) และการทดลอง (experimental method) ประกอบ เป็นกระบวนการย่อยในการศึกษาวิจัย โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาและจัดทำ

หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี ที่มีความเหมาะสมกับพัฒนาการเด็ก และการนำร่องการใช้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นสำหรับพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ตลอดจนมีการทดลองผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับพัฒนาการเด็กปฐมวัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินโครงการศึกษาวิจัย ดังแผนภาพต่อไปนี้

**ภาพที่ 1** แสดงขั้นตอนของโครงการการศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-6 ปี)

ขั้นตอนโครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-6 ปี)



โดยมีรายละเอียดวิธีการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

## 1. ขั้นตอนการระดมความคิดเห็น (Focus Group)

การระดมความคิดเห็นนี้เพื่อการพัฒนาหลักสูตรการอบรมเบื้องต้นสำหรับพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (3-6 ปี) และเพื่อนำองค์ความรู้มาเป็นแนวทางในการผลิตรายการที่เหมาะสมกับพัฒนาการเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-6 ปี โดยมีผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 10 คน ประกอบด้วย

**1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก** ได้แก่ แพทย์ด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัย นักวิจัยและนักการศึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กปฐมวัย และนักการศึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กปฐมวัย จำนวน 5 คน

**1.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสำหรับเด็กและผู้ผลิตสื่อเด็ก** ได้แก่ นักวิชาการด้านสื่อสำหรับเด็ก และผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย จำนวน 5 คน

โดยใช้แนวคำถามการสนทนากลุ่ม เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended question) เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมประเด็นที่ต้องการแนวคำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัยและสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย เช่น คำถามด้านพัฒนาการของเด็กปฐมวัย (ช่วงอายุ 3-6 ปี) เนื้อหาและรูปแบบบทกวี การนำเสนอของสื่อที่เหมาะสมกับพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย และข้อเสนอแนะในการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กปฐมวัย

## 2. ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์โครงการฯ และการรับสมัครผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยและการคัดเลือก

เนื่องจากการศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-6 ปี) นั้น มีการผลิตสื่อเพื่อเด็กปฐมวัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ดังนั้น การรับสมัครและคัดเลือกผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยจึงมีรูปแบบการทำงานมีขั้นตอนและมีความแตกต่างจากการงานผลิตสื่อโดยทั่วไป โดยเริ่มต้นที่ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์โครงการฯ และการรับสมัครผู้ผลิตสื่อหน้าใหม่ที่ยังไม่เคยมีผลงานด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย แต่มีความตั้งใจและมีความปรารถนาที่จะผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยต่อไปในอนาคต โดยโครงการฯ ได้ประชาสัมพันธ์รับสมัครผู้ผลิตที่ต้องการเข้าร่วมโครงการผ่านทางเฟซบุ๊กเพจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งมีผู้ผลิตสนใจสมัครเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 46 ทีม โดยในรอบแรกมีการคัดเลือกจาก 46 ทีม เหลือ 22 ทีม โดยพิจารณาจากการตอบคำถามและผลงานที่ผ่านมาของทีมผู้เข้าสมัคร ทั้งนี้ คณะกรรมการในรอบแรกประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กและตัวแทนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และผู้วิจัยรวมทั้งสิ้น 5 คน จากนั้นมีการคัดเลือกรอบที่ 2 จาก 22 ทีม ให้เหลือ 10 ทีม เพื่อส่งตัวแทนทีมละ 2 คน เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี โดยเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกคือ พิจารณาจากการนำเสนอผลงาน และการตอบคำถามของทีมผู้ผลิต โดยมีคณะกรรมการจากทั้งจากผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก

ผู้ผลิตที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตสื่อเด็กและนักวิชาการด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็ก  
ปฐมวัยร่วมเป็นคณะกรรมการ รวมทั้งสิ้น 6 คน

### 3. ขั้นตอนการอบรมเชิงปฏิบัติการและการคัดเลือกผู้ผลิตเพื่อการทดลอง ผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย

ทีมผู้ผลิตทั้งสิ้น 10 ทีม ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมการอบรมจะได้สิทธิ  
ในการส่งตัวแทนในการเข้าอบรมทีมละ 2 คน ดังนั้นรวมผู้เข้าอบรมทั้งสิ้น 20 คน  
ที่จะได้เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคน  
ด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี ในวันเสาร์ที่ 27 มิถุนายน 2563  
ซึ่งได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กปฐมวัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อเพื่อเด็ก  
ปฐมวัย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ด้านเนื้อหา (content) และกลวิธีการนำเสนอ  
(format) ที่ถูกต้องเหมาะสมน่าสนใจสำหรับการรับรู้และพัฒนาการของ  
เด็กปฐมวัย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยในขั้นตอนต่อไป  
ทั้งนี้ หลังจากการอบรมผู้ผลิตที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกได้เข้ารับการอบรม  
เป็นจำนวน 10 ทีม แล้ว เมื่อได้รับการอบรมแล้ว ให้โจทย์ให้ผู้ผลิตคิดสร้างสรรค์สื่อ  
video เด็กปฐมวัย โดยต้องจัดทำการนำเสนอ storyboard และโครงร่างรายการ  
(program proposal) อีกครั้ง เพื่อคัดเลือกให้เหลือเพียง 2 ทีมสุดท้ายที่จะได้  
รับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อทดลองผลิตรายการจริง  
โดยมีคณะกรรมการจากทั้งผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก ผู้เชี่ยวชาญด้าน  
การผลิตสื่อเด็ก และนักวิชาการด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย ร่วมเป็นคณะกรรมการ  
รวมทั้งสิ้น 6 คน

### 4. ขั้นตอนการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย

เมื่อได้ทีมผู้ผลิตสื่อ 2 ทีมจากการนำเสนอโครงร่างรายการแล้ว  
ขั้นตอนต่อมาคือ กระบวนการพัฒนาและผลิตรายการ ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกัน  
ระหว่างสหวิชาชีพ ซึ่งได้แก่ ทีมผู้ผลิตสื่อ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก  
นักวิชาการด้านพัฒนาการเด็ก ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย

และผู้วิจัย โดยมีการร่วมกันพัฒนารายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต (pre-production) กระบวนการผลิต (production) ตลอดจนถึงกระบวนการหลังการผลิต (post-production) จนรายการเสร็จสมบูรณ์

## 5. ขั้นตอน Audience Testing

ผู้วิจัยได้นำรายการต้นแบบที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วไปให้เด็กปฐมวัย กลุ่มเป้าหมายได้รับชม เพื่อการสังเกต (observation) ผลตอบรับจากผู้ชม กลุ่มเป้าหมายคือ นักเรียนในชั้นอนุบาล 1-3 ในช่วงอายุ 3-6 ปี รวมจำนวน 116 คน ทั้งนี้ มีการแบ่งช่วงอายุย่อยหลักพัฒนาการเด็กปฐมวัย เป็น 2 กลุ่มอายุคือ 3-4 ปี จำนวน 62 คน และอายุ 4-5 ปี จำนวน 54 คน โดยการกระจายของลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งแบ่งเป็นโรงเรียนในเขตกรุงเทพฯ 2 โรงเรียน และต่างจังหวัด 2 โรงเรียน รวมทั้งหมด 4 แห่ง ดังต่อไปนี้

- โรงเรียนเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 2 โรงเรียนนั้น แบ่งเป็นโรงเรียนเอกชน 1 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนก้องฟ้าวัฒนาวิทย์ และโรงเรียนของรัฐในชุมชน 1 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนวัดดอนเมือง (ทหารอากาศอุทิศ)
- โรงเรียนในต่างจังหวัด จำนวน 2 โรงเรียน โดยแบ่งเป็นโรงเรียนในเขตเมือง 1 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนเทศบาล 4 วัดมหาธาตุวรวิหาร จังหวัดราชบุรี และโรงเรียนในเขตนอกเมือง ได้แก่ โรงเรียนชุมชนวัดคูบัว ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

## 6. ขั้นตอนสรุปผลการศึกษาและถอดบทเรียน

เมื่อได้ข้อมูลจากการระดมความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เรียบเรียง และสังเคราะห์เป็นเนื้อหาและหลักสูตรเบื้องต้นในการอบรมพัฒนาผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย และนำมาเป็นกรอบแนวทางในการผลิตสื่อต้นแบบ 2 รายการ จากนั้นมีการสรุปถอดบทเรียนจากการทดลองผลิตสื่อปฐมวัยในครั้งนี้ แล้วนำเสนอโดยการบรรยายและ

พรรณนา (descriptive) ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมและสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-6 ปี) ภายใต้โครงการวิจัยการพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านสื่อและภาควิชาการในครั้งนี้ พบผลวิจัยตามกรอบวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

### (1) หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี ที่มีความเหมาะสมกับพัฒนาการเด็ก

ผลสรุปจัดสนทนากลุ่ม (focus group) ระดมความรู้ในการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย ช่วงอายุ 3-6 ปี จากผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กปฐมวัย ระดมความรู้ด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัย จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านเด็กปฐมวัยไว้ ได้แก่ กุมารแพทย์ นักวิจัยและนักการศึกษาด้านเด็ก ผู้ผลิตสื่อเพื่อเด็กปฐมวัย และนักวิชาการด้านการผลิตสื่อเด็ก สามารถสรุปสาระสำคัญเพื่อนำไปสู่หลักสูตรการอบรมเบื้องต้น เพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี ที่มีความเหมาะสมกับพัฒนาการเด็กและสถานการณ์การทำงานสื่อในปัจจุบัน เป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ประเด็นลักษณะเนื้อหาและทักษะที่สำคัญที่ควรนำมาผลิตสื่อ
2. ประเด็นลักษณะการรูปแบบการนำเสนอที่ควรสิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ (do and don't)
3. ประเด็นเทคนิค (tips) สำหรับผู้ผลิตหน้าใหม่ในการผลิตรายการเด็กปฐมวัย

โดยมีสาระสำคัญในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

### 1. ประเด็นลักษณะเนื้อหาและทักษะที่สำคัญที่ควรนำมาผลิตสื่อ

การนำเสนอเนื้อหาควรตั้งอยู่บนแก่นสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. กระตุ้นจินตนาการ และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์
2. พัฒนาทักษะทางสังคม (social skills)
3. นำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนและเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของเด็กๆ ได้

4. ส่งเสริมการเข้าใจและภูมิใจในความเป็นตัวเอง (self-esteem)
5. สอดแทรกบริบทแวดล้อมให้เหมาะสมกับสังคมไทย

## 2. ประเด็นลักษณะรูปแบบการนำเสนอควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ

### (Do and Don't)

การนำเสนอสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยต้องเข้าใจวิธีการและหลักการในนำเสนอให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัยเพราะหากเนื้อหาดีมีประโยชน์ แต่การนำเสนอไม่สามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับเด็กปฐมวัยก็เท่ากับเป็นการสื่อสารที่ไม่ประสบผลสำเร็จ โดยการนำเสนอต้องใช้แนวทางจิตวิทยาเชิงบวก (positive psychology) ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงสิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ (do and don't) ดังต่อไปนี้

#### 2.1 สิ่งที่ต้องปฏิบัติ (Do)

(1) สื่อสารประเด็นใจความสำคัญเพียงประเด็นเดียวและต้องไม่ยาวจนเกินไป (ความยาวที่เหมาะสมคือ 2-10 นาที โดยจำนวนนาทีที่แนะนำที่เหมาะสมอาจจะคำนวณจากอายุได้คร่าวๆ เช่น อายุ 3 ปี ไม่ควรเกิน 3 นาที หรืออายุ 4 ปี ไม่ควรเกิน 4 นาที เป็นต้น)

(2) มีลักษณะเป็นสื่อที่สร้างการมีปฏิสัมพันธ์ (interactive) หรือเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (two-way communication)

(3) ต้องมีความสนุกสนาน ซึ่งความสนุกนั้นมักเกิดจากการเปิดโอกาสให้เด็กได้มีส่วนร่วม และมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ

(4) สื่อต้องสร้างการมีส่วนร่วม หรือการเรียนรู้ผ่านการเล่น (learning through play) ไม่จูงใจสอนจนเกินไป

(5) กระตุ้นจินตนาการ

(6) การนำเสนอควรจะต้องมีคาแรคเตอร์ที่เป็นเอกลักษณ์ น่าจดจำ

(7) ตัวละครไม่เยอะ แต่ว่าคาแรคเตอร์ของแต่ละตัวละครขอให้ชัดเจน

(8) เรื่องต้องเป็นเชิงประจักษ์ เป็นพฤติกรรมที่เห็นชัดเจน ไม่เป็นนามธรรม

(9) เนื้อหาเรียบง่าย (simplify) ไม่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกับสถานการณ์ที่เด็กๆ จะนำไปใช้ได้ในชีวิตจริง

(10) สามารถใช้เพลงประกอบเพื่อความน่าสนใจ ความสนุกสนาน และเพื่อเสริมสร้างจินตนาการ

(11) ใช้แก่นการนำเสนอด้วย positive approach และใช้ถ้อยคำในเชิงบวกเพื่อเสริมพลังบวก

(12) ใช้หลักการนำเสนอเน้นย้ำๆ ซ้ำๆ ในใจความ หรือถ้อยคำสำคัญ (keywords) ที่ต้องการสื่อสารให้ชัดเจน

(13) ตอนจบอาจจะสมหวัง หรือไม่สมหวังก็ได้แต่จะต้องจบแบบมีความสุข (happy ending)

## 2.2 ข้อควรระวังหรือสิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติ (Don't)

(1) การสร้างตัวละครที่โหดร้าย หรือเป็นผู้ร้ายรุนแรงเกินไป

(2) ระวังการใช้ภาพเสียงที่รุนแรง

(3) ไม่ควรยึดเยียดในสิ่งที่ผู้ใหญ่ต้องการให้เด็ก

(4) ระวังเรื่องเนื้อหาที่เด็กอาจจะเลียนแบบ ซึ่งจะทำให้เกิดอันตราย หรือผลเสียต่อตัวเด็กได้

(5) ไม่ควรพูดเยอะ -less talk, more action ต้องเน้นที่การกระทำ มีบทพูดบทสนทนาให้น้อย แต่แสดงให้เห็นเป็นการกระทำให้ชัดเจน

(6) ไม่สื่อสารแบบ one-way communication ไม่มองเด็กเป็น passive audience

(7) ไม่แกล้งใช้ทำเสียงเลียนแบบเด็กๆ เพราะเด็กจะรู้สึกถูกล้อเลียน ดังนั้น ผู้ใหญ่ทำเสียงผู้ใหญ่ เด็กทำเสียงเด็ก การใช้เสียงต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

## 3. ประเด็นเทคนิค (Tips) สำหรับผู้ผลิตหน้าใหม่ในการผลิตรายการเด็กปฐมวัย

1. เรียนรู้จากสิ่งที่เป็น best practice อย่างเช่นเรื่อง *Peppa Pig*

2. ก่อนจะทำสื่อ ต้องมีประโยคสำคัญว่า ผู้ผลิตต้องการที่จะให้เด็กได้อะไร แต่ในเชิงการผลิตต้องซ่อนประโยคนี้นี้ไว้เพื่อไม่ให้เด็กๆ รู้สึกว่าถูกยึดเยียดสอน



3. การใช้ดนตรีสำหรับเด็กเล็กสำคัญมาก ผู้ผลิตต้องปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ

4. ความประทับใจแรก (first impression) สำคัญมากกับเด็กๆ หากเด็กรู้สึกชอบหรือประทับใจแต่ต้น เด็กก็จะเกิดทัศนคติว่า เรื่องนี้น่าจะสนุก เด็กๆ จะอยากดูต่อ

5. สื่อเด็กปฐมวัยต้องไม่ซับซ้อน ดูสนุก แต่ได้แรงบันดาลใจ

สรุปผลจากการสนทนากลุ่ม (focus group) ระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่กล่าวไปข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ร่างหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจการผลิตสื่อต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัย โดยใช้เวลาอบรม 1 วัน นั้น ต้องประกอบด้วย (1) ความรู้พื้นฐานในเรื่องพัฒนาการเด็กปฐมวัย (2) ผลกระทบด้านบวก-ลบของสื่อกับเด็กปฐมวัย (3) กระบวนการผลิตสื่อเพื่อเด็กปฐมวัย (4) ดนตรีเพื่อเด็กปฐมวัย และ (5) การทำ workshop การผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัยตามโจทย์ที่กำหนด เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ประยุกต์ใช้ความรู้จากการอบรมทดลองคิดสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็กปฐมวัย ซึ่งมีรายละเอียดหลักสูตรฯ ดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 1** หลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจการผลิตสื่อต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัย โดยใช้เวลาอบรม 1 วัน ระยะเวลาที่ใช้ในการอบรมทั้งสิ้น 7 ชั่วโมง

| ลำดับ | ระยะเวลา     | หัวข้อการอบรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | การประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | วิทยากร                                 |
|-------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| 1     | 1.30 ชั่วโมง | <b>หัวข้อ:</b><br><b>พัฒนาการเด็กปฐมวัย</b><br>วัตถุประสงค์<br>1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้เบื้องต้นในเรื่องของพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กในช่วงปฐมวัย<br>2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็ก ให้มีเนื้อหาและการนำเสนอเหมาะสมกับการรับรู้และการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย | <b>การประเมินผลการอบรม</b><br>1. ประเมินคุณภาพผลงานของผู้เรียนที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ด้านพัฒนาการเด็กสู่การคิดรูปแบบและเนื้อหารายการสำหรับเด็กได้<br>2. การประเมินด้านความคิดเห็นเชิงวิเคราะห์สังเคราะห์จากการนำเสนอรูปแบบรายการสำหรับเด็กในการทำ workshop<br><b>เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน</b><br>- การสังเกต<br>- การสัมภาษณ์ พูดคุย | แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัย |

| ลำดับ | ระยะเวลา     | หัวข้อการอบรม                                                                                                                                                                                                                                                                          | การประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                                                              | วิทยากร                                               |
|-------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 2     | 1.30 ชั่วโมง | หัวข้อ: สื่อกับเด็กปฐมวัย (ผลกระทบด้านบวก-ลบ) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ความเข้าใจถึงผลกระทบของสื่อที่จะมีผลต่อพัฒนาการของเด็กปฐมวัยทั้งด้านบวกและลบ 2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงผลกระทบด้านลบที่จะเกิดขึ้นกับเด็กปฐมวัยหากได้รับสื่อที่ไม่เหมาะสมกับช่วงวัย | การประเมินผล 1. คุณภาพผลงานของผู้เรียนที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ด้านพัฒนาการเด็กสู่การคิดรูปแบบและเนื้อหารายการสำหรับเด็กได้ 2. การประเมินด้านความคิดเห็นความพึงพอใจวิเคราะห์สังเคราะห์จากการนำเสนอรูปแบบรายการสำหรับเด็กในการทำ workshop เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน - การสังเกต - การสัมภาษณ์ พูดคุย | แพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านผลกระทบของสื่อต่อเด็กปฐมวัย |
| 3     | 1.30 ชั่วโมง | หัวข้อ: กระบวนการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย วัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้เบื้องต้นในเรื่องกระบวนการคิดและกระบวนการผลิตรายการเพื่อเด็กปฐมวัย 2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องกระบวนการผลิตที่ได้จากการอบรมไปสู่การปฏิบัติได้                       | การประเมินผล 1. คุณภาพผลงานของผู้เรียนที่เกิดจากการบูรณาการความรู้เรื่องกระบวนการคิดและกระบวนการผลิตรายการเพื่อเด็กปฐมวัย 2. การประเมินด้านความคิดเห็นความพึงพอใจวิเคราะห์สังเคราะห์จากการนำเสนอรูปแบบรายการสำหรับเด็กในการทำ workshop เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน - การสังเกต - การสัมภาษณ์ พูดคุย      | ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อเพื่อเด็กปฐมวัย            |

| ลำดับ | ระยะเวลา     | หัวข้อการอบรม                                                                                                                                                                                                                                                          | การประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                                                              | วิทยากร                                                                     |
|-------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 4     | 1.30 ชั่วโมง | หัวข้อ: ดนตรีเพื่อเด็กปฐมวัย<br>วัตถุประสงค์<br>1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจถึงบทบาทและความสำคัญของเสียงดนตรีต่อการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย<br>2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นให้หลักการใช้เสียงดนตรีเพื่อการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย | การประเมินผล<br>1. ประเมินจากปฏิริยาและการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมขณะฟังบรรยาย<br>2. ประเมินจากคุณภาพผลงานของผู้เรียนที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ด้านดนตรีสู่รูปแบบและเนื้อหารายการสำหรับเด็กได้<br><b>เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน</b><br>- การสังเกต<br>- การสัมภาษณ์ พูดคุย                            | ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีสำหรับเด็กปฐมวัย                                       |
| 5     | 1 ชั่วโมง    | หัวข้อ: การทำ workshop การผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย ตามโจทย์ที่กำหนด<br>วัตถุประสงค์<br>เพื่อให้ผู้เข้าอบรมประยุกต์ใช้ความรู้จากการอบรมทดลองคิดสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็กปฐมวัย                                                                                       | การประเมินผล<br>1. ผู้เข้าอบรมสามารถเขียน proposal นำเสนอรายการสำหรับเด็กปฐมวัยได้<br>2. คุณภาพผลงาน proposal ของผู้เข้าอบรม สะท้อนให้เห็นถึงการบูรณาการความรู้ที่ได้จากการอบรมสู่การคิดรูปแบบและเนื้อหารายการสำหรับเด็กได้<br><b>เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน</b><br>- การสังเกต<br>- การสัมภาษณ์ พูดคุย | ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กและสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยร่วมรับฟัง และให้คำแนะนำ |

## (2) เพื่อนำร่องการใช้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี

จากหลักสูตรที่ได้จากการระดมความคิดเห็นสู่การนำร่องการใช้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นสำหรับพัฒนาศักยภาพคนในการทำงานด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย ได้นำมาใช้อบรมกลุ่มผู้ผลิตที่ผ่านการคัดเลือกรวมทั้งสิ้น 20 คน โดยได้นำหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจการผลิตสื่อต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัย ภายใต้เงื่อนไขให้ใช้เวลาอบรม 1 วัน ใน วันเสาร์ที่ 27 มิถุนายน 2563 เวลา 09.00-16.30 น. ณ ห้องสัมมนา 3 อาคารศูนย์การเรียนรู้ (D) ชั้น 3 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส โดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กปฐมวัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ด้านเนื้อหา (content) และกลวิธีการนำเสนอ (format) ที่ถูกต้องเหมาะสมน่าสนใจสำหรับการรับรู้และการพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โดยหัวข้อแรกของการอบรมคือ (1) พัฒนาการเด็กปฐมวัย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้เบื้องต้นในเรื่องของพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กในช่วงปฐมวัย และเพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็กให้มีเนื้อหาและการนำเสนอเหมาะสมกับการรับรู้และการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย จากนั้นเข้าสู่หัวข้อที่ (2) สื่อกับเด็กปฐมวัย (ผลกระทบด้านบวก-ลบ) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ความเข้าใจถึงผลกระทบของสื่อที่จะมีผลต่อพัฒนาการของเด็กปฐมวัยทั้งด้านบวกและลบ และเพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงผลกระทบด้านลบที่จะเกิดขึ้นกับเด็กปฐมวัย หากได้รับสื่อที่ไม่เหมาะสมกับช่วงวัย เมื่อมีพื้นฐานความรู้ในเรื่องพัฒนาการเด็กปฐมวัยและผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็กปฐมวัยแล้ว ก็จะนำไปสู่หัวข้อที่ (3) กระบวนการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้เบื้องต้นในเรื่องกระบวนการคิดและกระบวนการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย และเพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องกระบวนการผลิตที่ได้จากการอบรมไปสู่การปฏิบัติได้ จากนั้นจะเป็นการเรียนรู้และทำความเข้าใจองค์ประกอบด้านเสียงโดยเฉพาะดนตรีประกอบต่างๆ สำหรับรายการเด็ก จึงนำไปสู่การอบรมในหัวข้อที่ (4) ดนตรีสำหรับเด็กปฐมวัย เพื่อให้

ผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจถึงบทบาทและความสำคัญของเสียงดนตรีต่อการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย และเพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นให้หลักการใช้เสียงดนตรีเพื่อการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย และหัวข้อสุดท้ายในการอบรมฯ คือ หัวข้อที่ (5) การทำ workshop การผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัยตามโจทย์ที่กำหนด เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ประมวลและประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งหมดที่ได้รับจากการอบรมฯ มาคิดสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็กปฐมวัย โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กและสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยร่วมรับฟังแลกเปลี่ยนและให้คำแนะนำอย่างชัดเจนถึงข้อดีข้อเสีย หรือสิ่งที่ควรปรับปรุงพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไปในการคิดสร้างสรรค์การผลิตสื่อเพื่อเด็กปฐมวัยต่อไป

ภาพที่ 2 ภาพบรรยากาศกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)



ทั้งนี้ เมื่อจบการอบรมแล้วได้ทำการประเมินผลรู้ ความเข้าใจ ตลอดจน ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมในด้านต่างๆ ปรากฏผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ผลคะแนนความพึงพอใจต่อโครงการการอบรมฯ

| ลำดับ | ประเด็นคำถาม                                                                    | ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ | ความหมายของระดับ ความพึงพอใจ |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------|
| 1     | ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการเด็กปฐมวัยได้ | 4.80                  | พอใจมากที่สุด                |
| 2     | ความสามารถของวิทยากรในการถ่ายทอดเนื้อหา                                         | 4.73                  | พอใจมากที่สุด                |
| 3     | ความรู้รอบรู้ในเนื้อหาของวิทยากร                                                | 4.73                  | พอใจมากที่สุด                |
| 4     | การตอบคำถามและให้คำแนะนำของวิทยากร                                              | 4.67                  | พอใจมากที่สุด                |
| 5     | ความรู้และหลักการในการผลิตรายการเด็กปฐมวัยที่ท่านได้รับ                         | 4.60                  | พอใจมากที่สุด                |
| 6     | ความเหมาะสมของสถานที่                                                           | 4.60                  | พอใจมากที่สุด                |
| 7     | ความเหมาะสมของระยะเวลา                                                          | 4.33                  | พอใจมากที่สุด                |
| 8     | การประชาสัมพันธ์โครงการฯ                                                        | 4.13                  | พอใจมาก                      |
|       | ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของการอบรม                                            | 4.57                  | พอใจมากที่สุด                |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมของการอบรมในระดับพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.57) ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้ว่า แม้หลักสูตรการอบรมในครั้งนี้จะป็นหลักสูตรในระยะสั้น แต่ก็สามารถสนองตอบต่อผู้ผลิตรายการที่ต้องการทราบถึงหลักการและแนวทางในการผลิตรายการเพื่อเด็กปฐมวัย โดยผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.8) ในประเด็นการสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการเด็กปฐมวัยได้ รองลงมาคือ ความสามารถของวิทยากรในการถ่ายทอดเนื้อหาและความรอบรู้ในเนื้อหาของวิทยากร ซึ่งได้คะแนนเท่ากัน (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.73) และอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดเช่นเดียวกัน สะท้อนให้เห็นว่า ในการอบรมนอกจากเนื้อหาจะเป็น

เรื่องสำคัญแล้ว การคัดเลือกวิทยากรต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้นเป็นอย่างดี ตลอดจนถึงเป็นผู้มีความสามารถในการถ่ายทอดประเด็นความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้เข้าร่วมการอบรมด้วย ซึ่งเป็นแนวทางที่ชัดเจนสำหรับการพัฒนาร่างหลักสูตรนี้ไปสู่หลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรสื่อเด็กปฐมวัยต่อไปในอนาคต

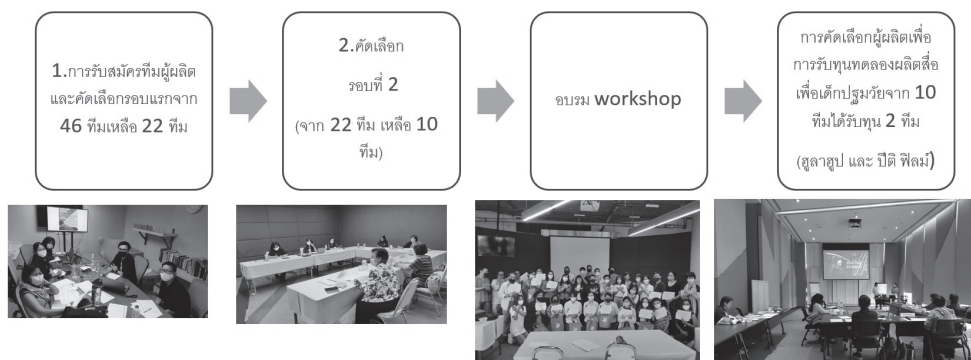
### (3) ผลิตรายการโทรทัศน์ต้นแบบที่สอดคล้องกับการเรียนรู้และ พัฒนาการของเด็กปฐมวัย 2 รายการ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถผลิตรายการต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัยได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือ สามารถผลิตรายการโทรทัศน์ความยาว 5 นาที ได้ 2 รายการ รายการละ 2 ตอน ซึ่งในที่นี้คือ รายการ *Flowers Power* จากทีมฮูลาฮูป และรายการ *Sound to Song* จากทีมปีติฟิล์ม

ทั้งนี้ ก่อนจะได้รายการ *Flowers Power* จากทีมฮูลาฮูป และรายการ *Sound to Song* จากทีมปีติฟิล์ม นั้น มีการคัดเลือกจากทีมผู้ผลิต 10 ทีม ที่เข้าร่วมอบรมฯ จากนั้นมีการคัดเลือกโดยการนำเสนอโครงร่างรายการให้เหลือเพียง 2 ทีมสุดท้าย ดังภาพที่ 3

ภาพที่ 3 ขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ผลิต เพื่อทดลองผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย

#### ขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ผลิต

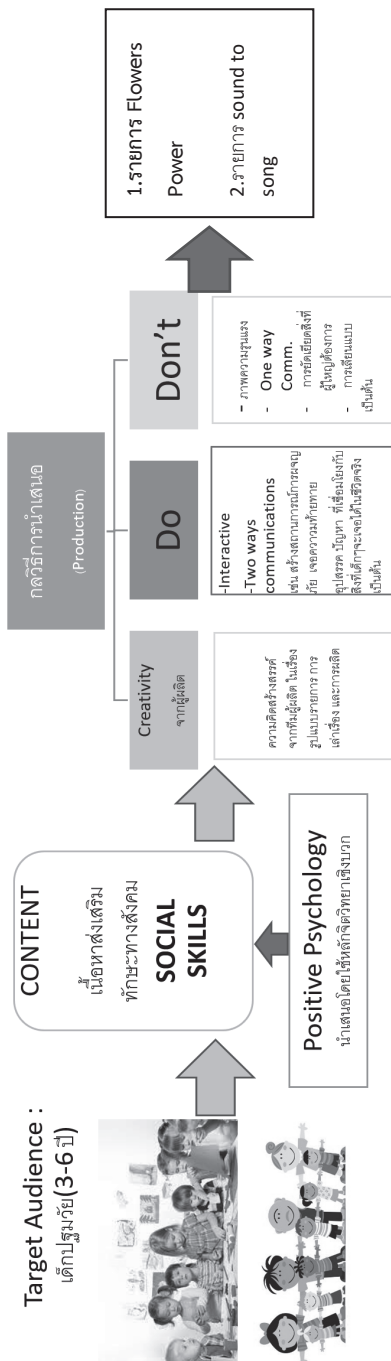




สำหรับประเด็นที่นำมาผลิตเป็นเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ต้นแบบนี้ ได้จากข้อสรุปในการสนทนากลุ่มจากผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กและสื่อเด็กปฐมวัย ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันการสร้างเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัยควรนำเสนอเนื้อหาในประเด็นเรื่องการส่งเสริมทักษะทางสังคม (social skills) โดยใช้แนวคิดการนำเสนอในแนวทางส่งเสริมจิตวิทยาเชิงบวก (positive psychology) และมีข้อควรคำนึงถึงในการผลิตทั้งในแง่ประเด็นที่ควรปฏิบัติ (do) และข้อควรระวังที่ไม่ควรปฏิบัติ (don't) และผู้ผลิตความประมวผลหลักการที่กล่าวมาประยุกต์เข้ากับความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำเสนอออกมาเป็นรายการที่เหมาะสมกับเด็กปฐมวัย เพื่อนำไปสู่การผลิตทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นแผนภาพขั้นตอนการทำงานได้ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 แสดงกรอบแนวคิดในการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย  
ในงานวิจัยครั้งนี้

## สรุปกรอบแนวคิดในการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย



จากกรอบแนวคิดในการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยในการทดลองผลิต  
รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กปฐมวัยที่กล่าวไปข้างต้น นำมาสู่การผลิตรายการ  
สำหรับเด็กปฐมวัย 2 รายการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

## 1. รายการ *Flowers Power* โดย ทีมฮูล่าฮูล่า

ภาพที่ 5 ภาพตัวอย่างรายการ *Flowers Power* โดย ทีมฮูล่าฮูล่า



**แนวคิดรายการ:** ความสำคัญของศิลปะ ส่งเสริม art education ในทุกแขนง  
การนำเสนอความเป็นไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านศิลปะ สอดแทรกส่งเสริม  
ทักษะการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น โดยดอกไม้คือตัวแทนของทักษะทางสังคม/  
ทักษะการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น และใช้ศิลปะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการปลูกดอกไม้  
(เครื่องมือที่เข้ามาช่วยสร้างทักษะทางสังคม/ทักษะการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น)

## ตอนที่ 1: Pilot Tape

ตัวแสดงในรายการ ประกอบด้วย พี่มะลิ บัว ต้อยตึง บานชื่น จำปี และจำปา

ภาพที่ 6 ตัวแสดงในรายการ *Flowers Power*



เนื้อหา ตอนที่ 1 ความแตกต่างคือความงาม (Diversity is Beautiful)

### เรื่องย่อ

ณ ระเบียบบ้านต้นไม้จำปา สุนัขตัวหนึ่งนั่งเหงาหงอยอยู่ตัวเดียว คุณมะลิและเด็กๆ แก้งดอกไม้ทั้งสี่ต่างพากันเอ็นดูและสงสารคุณจำปา แต่ไม่มีใครสามารถสื่อสารกับคุณจำปาได้ ทันใดนั้น คุณจำปีแมวผู้รอบรู้ก็โผล่เข้ามา พร้อมสื่อสารแทนคุณจำปา ได้ความว่า ดอกไม้ดอกโปรดในสวนที่คุณจำปา ชอบหายไป ทำให้คุณจำปาเศร้า ทุกคนร่วมกันหาทางช่วยคุณจำปา โดยตัดสินใจวาดภาพดอกไม้ให้เป็นที่ระลึก แต่ทุกคนต่างเถียงกันว่า ดอกไม้ใครดีกว่ากันจนทะเลาะกัน คุณจำปาพยายามบอกทุกคนว่า ตนชอบทุกดอกไม้ที่เด็กๆ วาด เพราะทุกดอกล้วนมีความงามที่ต่างกันอย่างออกไป คุณมะลิจึงสอนให้ทุกคนเรียนรู้ว่า ความแตกต่างคือความสวยงาม หากทั้งโลกมีดอกไม้เหมือนกันหมด โลกคงไม่สวยเท่าที่มีดอกไม้หลากหลายพันธุ์ทุกคนรับคุณจำปาเข้าแก๊งบ้านต้นไม้ก่อนที่ทุกคนจะร้องเพลงและเต้นรำกันอย่างมีความสุข

ภาพที่ 7 ตัวอย่างตอนที่ 1 ความแตกต่างคือความงาม (Diversity is Beautiful)



ตอนที่ 2: The Sound of the Sea

**Key Message:** แบ่งสรรปันสุข (Sharing is Caring)

เรื่องย่อ

เด็กๆ แก๊งพลั๊กดอกไม้อยากไปทะเล คุณมะลิจึงชวนเด็กๆ ประดิษฐ์เครื่องดนตรีที่จะทำให้เด็กๆ ได้ยินเสียงคลื่น เหมือนกับได้ยินเสียงทะเลจริงๆ โดยใช้กระบอกที่ทำจากกระดาศ และใส่เมล็ดธัญพืชข้างใน เมื่อเทไปมาจะได้ยินเหมือนเสียงคลื่น ปรากฏว่า เมื่อทุกคนประดิษฐ์เสร็จ เจ้าจำปาลองเล่นเครื่องดนตรีของบัว และเผลอทำตกลงไปในบึงน้ำด้านล่าง บัวเสียใจ เพราะจะได้ไม่ร้องเพลงกับเพื่อนๆ คุณมะลิ คุณจำปีและเด็กๆ ช่วยกันหาทางออก โดยทุกคนตัดสินใจเทเมล็ดธัญพืชที่เหลือของทุกคนมากองรวมกัน ก่อนจะแบ่งสรรปันส่วนให้ทุกคนได้เท่าๆ กัน และช่วยกันประดิษฐ์กระบอกให้บัวใหม่ คุณมะลิสอนทุกคนว่า แม้เสียงคลื่นของทุกคนจะเบาลง แต่การแบ่งปันทำให้ทุกคนมีความสุขด้วยกันได้ ทุกคนร่วมร้องเพลงประกอบจังหวะโดยเครื่องดนตรีคลื่นที่ตนเองประดิษฐ์อย่างมีความสุข

ภาพที่ 8 ตัวอย่างตอนที่ 2 The Sound of the Sea



## 2. รายการ เสียงสนุก (Sound to Song) โดย ปิติฟิล์ม

ภาพที่ 9 ตัวอย่างรายการ เสียงสนุก (Sound to Song) โดย ปิติฟิล์ม

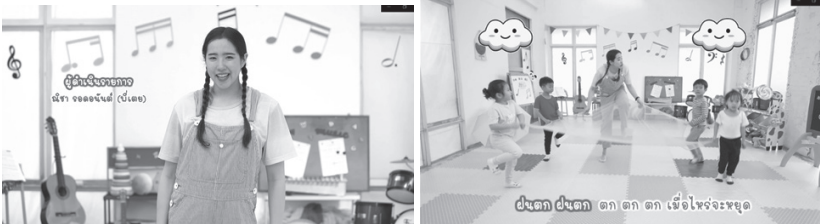


รายการ *Sound to Song* (เสียงสนุก) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมจินตนาการเสริมสร้างพัฒนาการฝึกให้เด็กสังเกตและชื่นชมกับสิ่งรอบตัว รักสิ่งแวดล้อม เรียนรู้ผ่านการเล่นรับรู้จากภายใน เป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกับครอบครัวปรับใช้และต่อยอดได้ รูปแบบรายการ 5 นาที แบ่งเป็น 4 ช่วง โดยให้ความสำคัญกับทักษะทางสังคม เช่น ความมีน้ำใจ และการแบ่งปันของเล่นแก่กัน เป็นต้น จบท้ายสอดแทรกเรื่องราวการมีวินัยในการเก็บของเล่นทุกครั้ง รายการเน้นการใช้ดนตรีสนุกสนาน ให้เด็กๆ ได้เคลื่อนไหวร่างกาย และสอดแทรกเนื้อหาทักษะทางสังคม เช่น น้ำใจ การแบ่งปัน และความรับผิดชอบ เป็นต้น โดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้นำร้องเพลงและนำเต้น

## ตอนที่ 1: “ฝนตก”

เนื้อหา: ทายเสียงฝน จากนั้นชวนร้องและเต้นบทเพลงฝนตก สอดแทรกความการแบ่งปันร่วม การมีน้ำใจต่อกัน และการฝึกวินัยและความรับผิดชอบในการเก็บของเล่นทุกครั้งช่วงจบรายการ

### ภาพที่ 10 ตัวอย่างตอนที่ 1 “ฝนตก”



## ตอนที่ 2: “กบไม้”

เนื้อหา: ทายเสียงกบไม้ นำเสนอเพลง “กบตัวน้อย” สอดแทรกทักษะทางสังคมเรื่องการแบ่งปันของเล่น และการฝึกวินัยและความรับผิดชอบในการเก็บของเล่นทุกครั้งช่วงจบรายการ

### ภาพที่ 11 ตัวอย่างตอนที่ 2 “กบไม้”



ทั้งนี้ ในกระบวนการขั้นตอนการพัฒนารายการนั้น มีการทำงานร่วมกันในลักษณะสหวิชาชีพ ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก ทีมวิจัย และทีมผู้ผลิตร่วมประชุมพัฒนาการผลิตร่วมกันทั้งสิ้น 8 ครั้ง ในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2563 ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชุมครั้งที่ 1 เพื่อการพัฒนา storyboard โดยการนำ storyboard ที่ได้รับคัดเลือกจากรอบสุดท้าย มาพัฒนาเพื่อนำไปสู่การเขียน script

ประชุมครั้งที่ 2 - ครั้งที่ 4 เพื่อการพัฒนาบทรายการ ทั้งในแง่เนื้อหา การพัฒนาตัวละคร การดำเนินเรื่อง ตัวละครที่ใช้ในการดำเนินเรื่องและการใช้เพลงประกอบ

ประชุมครั้งที่ 5 เพื่อร่วมกันพิจารณาผลงานการผลิต (production) และการตัดต่อรายการในร่างแรก (1<sup>st</sup> draft)

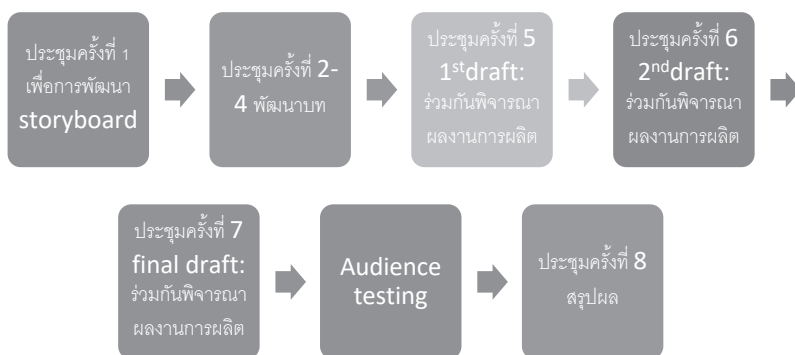
ประชุมครั้งที่ 6 เพื่อร่วมกันพิจารณาผลงานการผลิต (production) และการตัดต่อรายการในร่างที่สอง (2<sup>nd</sup> draft)

ประชุมครั้งที่ 7 เพื่อร่วมกันพิจารณา ผลงานการผลิต (production) พัฒนาการตัดต่อรายการในร่างสุดท้าย (final draft) ก่อนนำไปทำ audience testing จากนั้นทดลองนำรายการไปให้เด็กปฐมวัยได้รับชม

ประชุมครั้งที่ 8 เพื่อสรุปผล audience testing การร่วมกันพิจารณาผลงานการผลิต (production) และสรุปจบ



ภาพที่ 12 สรุปขั้นตอนการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย รายการ *Flowers Power* และ *Sound to Song*



ภาพที่ 13 ภาพบรรยากาศการประชุมพัฒนาการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย รายการ *Flowers Power* และ *Sound to Song* และภาพบรรยากาศการทำ audience testing



## การทดลองให้เด็กปฐมวัยกลุ่มเป้าหมายได้รับชม (Audience Testing)

เนื่องจากการผลิตรายการต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัยในครั้งนี้เป็นลักษณะการผลิต จึงมีการนำผลงานที่สำเร็จเรียบร้อยแล้วไปให้เด็กปฐมวัยได้รับชมด้วย เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนารายการต่อไปได้ โดยในขั้นตอนการทำ audience testing ในครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากสถานีโทรทัศน์ ThaiPBS ร่วมเป็นภาคีในการติดต่อประสานงานโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลให้แก่ทีมผู้วิจัย โดยมีโรงเรียนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 2 โรงเรียน และโรงเรียนในต่างจังหวัด จำนวน 2 โรงเรียน

1. โรงเรียนก้องฟ้าวัฒนาวิทย์: กรุงเทพฯ วันจันทร์ที่ 12 ตุลาคม 2563 เวลา 10.00-12.00 น.

ชั้นอายุ: 3-4 ปี 15 คน (เด็กหญิง 6 คน เด็กชาย 9 คน)

ชั้นอายุ: 5-6 ปี 16 คน (เด็กหญิง 9 คน เด็กชาย 7 คน)

2. โรงเรียนวัดดอนเมือง (ทหารอากาศอุทิศ) วันศุกร์ที่ 16 ตุลาคม 2563 เวลา 09.00-11.00 น.

ชั้นอายุ: 3-4 ปี 15 คน (เด็กหญิง 10 คน เด็กชาย 5 คน)

ชั้นอายุ: 5-6 ปี 15 คน (เด็กหญิง 10 คน เด็กชาย 5 คน)

3. โรงเรียนโรงเรียนเทศบาล 4 วัดมหาธาตุวรวิหาร วันจันทร์ที่ 26 ตุลาคม 2563 เวลา 09.00-11.00 น.

ชั้นอายุ: 3-4 ปี 17 คน (เด็กหญิง 10 คน เด็กชาย 7 คน)

ชั้นอายุ: 5-6 ปี 15 คน (เด็กหญิง 7 คน เด็กชาย 8 คน)

4. โรงเรียนชุมชนวัดคูบัว จังหวัดราชบุรี วันศุกร์ที่ 26 ตุลาคม 2563 เวลา 09.00-11.00 น.

ชั้นอายุ: 3-4 ปี 15 คน (เด็กหญิง 9 คน เด็กชาย 6 คน)

ชั้นอายุ: 5-6 ปี 8 คน (เด็กหญิง 3 คน เด็กชาย 5 คน)

ตารางที่ 3 สรุปจำนวนนักเรียน (เด็กปฐมวัย 3-6 ปี) ผู้เข้าร่วม Audience Testing

| อายุ/จำนวน              | ชาย | หญิง |
|-------------------------|-----|------|
| อายุ 3-4 ปี จำนวน 62 คน | 27  | 35   |
| อายุ 5-6 ปี จำนวน 54 คน | 25  | 29   |
| รวม 116 คน              | 52  | 64   |

ภาพที่ 14 ภาพบรรยากาศการทำ Audience Testing

Audience testing



## ผลจากการทำ Audience Testing

ตารางที่ 4 สรุปผลการสังเกตพฤติกรรมเด็กปฐมวัยจากการทำ Audience Testing

| ช่วงอายุ / รายการ |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                        |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| อายุ 3-4 ปี       | เด็กๆ ตั้งใจดู มีสมาธิจดจ่อ จำตัวละครได้ไม่หมด สนุกตอบคำถามในเรื่องตัวละครพอได้บ้าง แต่จำได้ไม่หมดทุกตัวละคร ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเล่าเรื่องราวได้                                                  | ตั้งใจ มีความสนุก มีการเดินตามรายการบ้าง เมื่อเปลี่ยนจากการนั่งเป็นยืน เด็กๆ จะงงๆ ไม่ลุกขึ้นตาม แต่ในภาพรวมพบว่า เด็กๆ มีส่วนร่วมในการเดินพยายามร้องเพลงตาม แม้จำชื่อพิธีกรไม่ได้ แต่ก็สามารถพูดถึง keyword จากการรับชมได้ เช่น ฝน กบ แต่สื่อสารสาระสำคัญไม่ได้ทั้งหมด |
| ช่วงอายุ / รายการ |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                        |
| อายุ 5-6 ปี       | เด็กๆ ตั้งใจดู มีสมาธิจดจ่อ ส่วนใหญ่เล่าสาระเรื่องราวได้ จับประเด็นใจความสำคัญของเรื่องได้ เช่น การแบ่งปัน การมีน้ำใจ เด็กๆ ยังจดจำตัวละครจำได้ไม่หมด โดยตัวละครที่เด็กๆ จำได้ มักจะคือ คน หมา แมว | ตั้งใจ มีความสนุก มีการเดินตามสื่อสารประเด็นได้ จำรายละเอียดได้มากกว่าเด็กเล็ก                                                                                                                                                                                          |

จากการทำ audience testing พบว่า เด็กปฐมวัย 3-6 ปี นั้น แม้จะอยู่ในช่วงปฐมวัยเช่นเดียวกัน แต่มีความสามารถในการรับรู้และเข้าใจรายการได้แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยที่เด็กอายุ 3-4 ปี นั้น มีความเข้าใจและชื่นชอบรายการ *Sound to Song* ซึ่งเป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาด้วยเพลงและท่าทางประกอบ เป็นรายการสื่อสารชัดเจน รายละเอียดในเรื่องราวไม่มากตัวละครไม่มาก มีพิธีกรที่ดูเป็นมิตร ใจดีเป็นที่ชื่นชอบของเด็กๆ และมีบทเพลงมีลักษณะการใช้คำซ้ำๆ เปิดโอกาสให้เด็กได้มีส่วนร่วมในการร้องและเต้นตามได้ ส่วนเด็กอายุ 5-6 ปี นั้น ชื่นชอบรายการ *Flowers Power* มากกว่า โดยเด็กๆ ให้เหตุผลว่า มีเนื้อเรื่องชวนให้ติดตาม เด็กๆ จะรอคอยติดตามเรื่องราว มีอารมณ์ร่วมไปกับตัวละครชัดเจนกว่าเด็กอายุ 3-4 ปี อีกทั้งยังจำใจความสำคัญของเรื่องและเล่าสื่อสารออกมาได้ชัดเจนกว่าเด็กอายุ 3-4 ปี ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าเด็กปฐมวัยทั้งช่วงอายุ 3-4 ปี และ 5-6 ปี นั้น ยังไม่สามารถจดจำชื่อภาษาอังกฤษของรายการได้ ดังนั้นรายการสำหรับเด็กปฐมวัยจึงมีชื่อภาษาไทยที่สื่อความหมายชัดเจน ตรงตามแนวคิดรายการเพิ่มเติม เพื่อช่วยให้เด็กจดจำรายการได้ง่ายขึ้น และเด็กทั้งสองช่วงอายุมีความสนใจมีส่วนร่วมในการทายคำตอบและตอบคำถามพิธีกร ตลอดจนมีความสนใจและเข้าใจเรื่องของธรรมชาติใกล้ตัวได้ดี เช่น ปรากฏการณ์ฝนตก กบ ดอกไม้ เป็นต้น

นอกจากนี้ จากผลงานทดลองพบว่า หลักการที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญนั้นเป็นจริงตามนั้น เช่น ในตอนจบของแต่ละรายการนั้น เด็กๆ จะชอบ และรู้สึกดีมีความสุขเมื่อเรื่องราวจบลงอย่างมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับหลักการที่ว่า เรื่องราวควรจบแบบ happy ending สอดคล้องกับทัศนคติของนักวิชาการด้านสื่อสำหรับเด็กที่ระบุว่า ตอนจบของรายการเด็กต้องจบด้วยความสุข “โลกยังต้องมีความหวัง ความสดใส ความสวยงาม ถ้าทุกอย่างมันสูญเสีย มันเศร้าอะไรต่างๆ ก็ดูชีวิตจะห่วยมาก” (สัมภาษณ์ มรรยาท อัครจันทโชติ, 12 พฤษภาคม 2563) นอกจากนี้ ยังพบว่า เด็กๆ จะตั้งใจดู และพยายามฟังและร้องตามเพลงประกอบในรายการ รวมถึงมีการลุกขึ้นเต้นตามรายการ ซึ่งสะท้อนว่า เพลงและดนตรีในรายการสามารถดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วมกับเด็กได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ

คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญว่า เด็กจะชื่นชอบเพลงและเสียงดนตรี “ทำนองดนตรีเสียงต่างๆ เด็กจะชอบมากเลยคะ ดนตรี ต้องมีเพลง มีดนตรี มันจะช่วย” (สัมภาษณ์ นานิด สโมสรผิงน้อย, 8 พฤษภาคม 2563) และ “learning through play อาจจะให้เขามีส่วนร่วม ลูกขึ้นมาเต้นด้วย” (สัมภาษณ์ นายแพทย์สุริยเดว ทรีปาตี, 8 พฤษภาคม 2563)

ประการสำคัญอีกประเด็นที่สะท้อนชัดเจนจากการทดลองในครั้งนี้คือ เด็กชอบที่จะมีส่วนร่วมกับรายการ ชอบตอบคำถาม หรือทายคำตอบ ดังนั้น ผู้ผลิตรายการต้องมีการพิจารณาในการนำเสนอที่ทำให้เด็กๆ สามารถสื่อสารกับรายการได้สอดคล้องกับหลักการจากการระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญว่า สื่อสำหรับเด็กปฐมวัยควรมีลักษณะ interactive คือ มีกิจกรรมโต้ตอบ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ก็จะเพิ่มการมีส่วนร่วมให้กับเด็ก เช่น มีการถามและรอฟังคำตอบจากเด็ก พยายามให้เด็กมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม พูดตาม โดยไม่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) และสังเกตว่า หากคุณครูหรือผู้วิจัยพูดคุยกับเด็กระหว่างชมรายการ เด็กจะยิ่งพูดถึงหรือซักถามเกี่ยวกับสิ่งที่เห็นและได้ยินจากรายการมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องเด็กกับผู้เลี้ยงดูระหว่างชมรายการโทรทัศน์ ของ ชาคริยา อีเรนตร (2551 อ้างถึงใน ดนยา สุวัต, 2561) ที่พบว่า ขณะที่ชมโทรทัศน์ร่วมกันระหว่างเด็กกับผู้เลี้ยงดู และมีปฏิสัมพันธ์กันพูดคุย ซักถาม สนทนาเกี่ยวกับสิ่งที่เห็นผ่านโทรทัศน์ จะช่วยให้เด็กได้รับประโยชน์จากการชมโทรทัศน์มากขึ้น ดังนั้นหากผู้ปกครองสามารถรับชมรายการต่างๆ ร่วมกับเด็กๆ ด้วยได้ ก็จะช่วยให้เกิดการพูดคุยที่ช่วยเพิ่มการเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ของเด็กปฐมวัยได้ดียิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนารายการจากการ Audience Testing

รายการ *Flowers Power* ควรเจาะกลุ่มเป้าหมายไปที่ 5-6 ปี โดยพัฒนาให้การนำเสนอมีจังหวะในการสร้างการมีส่วนร่วมกับเด็กๆ ให้มากขึ้น บทเพลงอาจสามารถเพิ่มเป็น 2 รอบได้ เหมาะกับเด็กอายุ 5-6 ปี อาจจะต้องพิจารณาการลดจำนวนของตัวละคร และการสร้างความชัดเจนของ character ของแต่ละตัวละครให้ชัดเจนขึ้น

รายการ *Sound to Song* สามารถพัฒนาให้กลุ่มเป้าหมายทั้ง 3-6 ปีได้ เนื่องจากเน้นการเคลื่อนไหวร่างกายเป็นสำคัญ โดยจะต้องปรับการนำเสนอในช่วงต่างๆ ให้เด็กๆ สามารถรับรู้และมีส่วนร่วมได้ชัดเจนขึ้น พิธีกรต้องมีบทบาทที่กระตุ้นความสนใจ และชักชวนให้เด็กๆ มีส่วนร่วมได้มากขึ้น และต้องปรับการนำเสนอในช่วงลำดับการทำความเข้าใจในบทเพลงและทำเต้นต่างๆ ให้ชัดเจนขึ้น เพื่อให้เด็กๆ รู้สึกสนุก สามารถทำตาม และมีส่วนร่วมได้ตลอดทั้งรายการ

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังต่อไปนี้

#### 1. หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี ที่มีความเหมาะสมกับพัฒนาการเด็ก

ผลจากการสนทนากลุ่มและจากข้อสรุปในรอบแนวคิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัยข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปและสังเคราะห์องค์ความรู้เพื่อออกแบบหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจการผลิตสื่อต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัย โดยแต่ละหัวข้อนั้นใช้เวลาในการอบรม 1 ชั่วโมง 30 นาที และมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในแต่ละหัวข้อเป็นผู้บรรยายและนำกิจกรรมต่างๆ ในการอบรมฯ โดยหัวข้อที่ (1) ของการอบรมคือ หัวข้อพัฒนาการเด็กปฐมวัย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้เบื้องต้นในเรื่องของพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กในช่วงปฐมวัย และเพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็กให้มีความเหมาะสมและนำเสนอเหมาะสมกับการรับรู้และการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย จากนั้นเข้าสู่หัวข้อที่ (2) สื่อกับเด็กปฐมวัย (ผลกระทบด้านบวก-ลบ) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ความเข้าใจถึงผลกระทบของสื่อที่จะมีผลต่อพัฒนาการของเด็กปฐมวัยทั้งด้านบวกและลบ และเพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงผลกระทบด้านลบที่จะเกิดขึ้นกับเด็กปฐมวัยหากได้รับสื่อที่ไม่เหมาะสมกับช่วงวัย เมื่อมีพื้นฐานความรู้ในเรื่องพัฒนาการเด็กปฐมวัยและผลกระทบของสื่อที่มี

ต่อเด็กปฐมวัยแล้ว ก็จะนำไปสู่หัวข้อที่ (3) กระบวนการผลิตสื่อเพื่อเด็กปฐมวัย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้เบื้องต้นในเรื่องกระบวนการคิดและกระบวนการผลิตรายการเพื่อเด็กปฐมวัย และเพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องกระบวนการผลิตที่ได้จากการอบรมไปสู่การปฏิบัติได้ จากนั้นจะเป็นการเรียนรู้และทำความเข้าใจของค้ประกอบด้านเสียงโดยเฉพาะดนตรีประกอบต่างๆ สำหรับรายการเด็กในหัวข้อที่ (4) ดนตรีเพื่อเด็กปฐมวัย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจถึงบทบาทและความสำคัญของเสียงดนตรีต่อการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย และเพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นให้หลักการใช้เสียงดนตรีเพื่อการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย และหัวข้อสุดท้ายในการอบรมฯ คือหัวข้อที่ (5) การทำ workshop การคิดผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ประมวลและประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งหมดที่ได้รับจากการอบรมฯ มาคิดสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็กปฐมวัย โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กและสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยร่วมรับฟัง แลกเปลี่ยน และให้คำแนะนำอย่างชัดเจนถึงข้อดีข้อเสีย หรือสิ่งที่ควรปรับปรุงพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไปในการคิดสร้างสรรค์การผลิตสื่อเพื่อเด็กปฐมวัยต่อไป

## **2. การนำร่องการใช้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี**

การนำร่องการใช้หลักสูตรการอบรมเบื้องต้นเพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย 3-6 ปี ผ่านการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจการผลิตสื่อต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัย ช่วงอายุ 3-6 ปี โดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กปฐมวัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อเพื่อเด็กปฐมวัย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ด้านเนื้อหา (content) และกลวิธีการนำเสนอ (format) ที่ถูกต้องเหมาะสม น่าสนใจ โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมได้แก่กลุ่มผู้ผลิตที่ผ่านการคัดเลือก รวมผู้เข้าอบรมทั้งสิ้น 20 คน โดยเนื้อหาในหลักสูตรที่เข้าอบรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 1



ทั้งนี้ การประเมินผลความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมในด้านต่างๆ ปรากฏผลค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของการอบรมอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.57) ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นได้ว่า หลักสูตรการอบรมในครั้งนี้ แม้จะเป็นหลักสูตรในระยะสั้นๆ แต่ก็สามารถสนองตอบต่อผู้ผลิตรายการที่ต้องการทราบถึงหลักการและแนวทางในการผลิตรายการเพื่อเด็กปฐมวัย โดยเฉพาะสะท้อนจากความพอใจที่มีคะแนนสูงสุดในระดับพึงพอใจมากที่สุด คือ การสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการเด็กปฐมวัยได้ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.8) รองลงมาคือ ความสามารถของวิทยากรในการถ่ายทอดเนื้อหาและความรอบรู้ในเนื้อหาของวิทยากร ซึ่งได้คะแนนเท่ากัน และอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดเช่นเดียวกัน (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.73) และรองลงมาคือ การตอบคำถามและให้คำแนะนำของวิทยากร (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.67) สะท้อนให้เห็นว่า ในการอบรมนอกจากเนื้อหาจะเป็นเรื่องสำคัญแล้ว การคัดเลือกวิทยากรต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้นเป็นอย่างดี ตลอดจนต้องเป็นผู้มีความสามารถในการถ่ายทอดประเด็นความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้เข้าร่วมการอบรม และควรเปิดโอกาสให้มีการทดลองคิดสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็กปฐมวัย รวมทั้งควรให้ความสำคัญกับช่วงเวลาของการซักถามแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้วย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า หลักสูตรฯ นี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาเพื่อจัดทำหลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรสื่อเด็กปฐมวัยต่อไปในอนาคตได้

### 3. รายการโทรทัศน์ต้นแบบที่สอดคล้องกับการเรียนรู้และพัฒนาการสำหรับเด็กปฐมวัย 2 รายการ

จากข้อสรุปในการสนทนากลุ่มจากผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กและสื่อเด็กปฐมวัย ตามแนวกรอบเนื้อหาการผลิตรายการโทรทัศน์ต้นแบบในครั้งนี้ พบว่า ควรจะมีเนื้อหาส่งเสริมทักษะทางสังคม (social skills) เป็นสำคัญ โดยมีการนำเสนอให้เป็นไปในลักษณะการใช้จิตวิทยาเชิงบวก (positive psychology) ซึ่งต้องมีกลวิธีการนำเสนออย่างมีความคิดสร้างสรรค์ และมีแนวการนำเสนอที่ควรปฏิบัติ (do) และสิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติ (don't) จนได้ต้นแบบรายการสำหรับ

เด็กปฐมวัย 2 รายการ คือ *Flowers Power* ที่นำเสนอเนื้อหาส่งเสริมทักษะทางสังคมในเรื่องการอยู่ร่วมกันท่ามกลางความหลากหลาย ด้วยความรักความเข้าใจ และมีน้ำใจต่อกันผ่านเรื่องราวของตัวละครทุกตัว ส่วนรายการ *Sound to Song* นำเสนอเนื้อหาเรื่องสิ่งแวดล้อมใกล้ตัว และส่งเสริมทักษะทางสังคมในเรื่องการเคารพกติกาของสังคมและการแบ่งปันผ่านการร้องเพลง การเต้น และการช่วยกันเก็บอุปกรณ์และของเล่นในตอนท้ายของรายการในทุกตอน

ผลการทดลองผลิตสื่อทำให้เห็นว่า ถ้าจะผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย ควรให้ความสำคัญกับพัฒนาการความสามารถในการรับรู้และเรียนรู้ เนื่องจากการทดลองพบว่า เด็กอายุ 3-4 ปี ชื่นชอบรายการ *Sound to Song* มากกว่า สะท้อนให้เห็นว่า สำหรับเด็กอายุ 3-4 ปี เหมาะสมกับรายการที่เข้าใจง่าย ยังไม่ต้องใส่รายละเอียดในเรื่องราวมากนัก ตัวละครต้องไม่มาก และมีการนำเสนอประโยคหรือคำพูดซ้ำๆ เพื่อให้เด็กสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ชัดเจน ทั้งนี้ ต้องเปิดโอกาสให้เด็กได้มีส่วนร่วมให้มากขึ้น เช่น เปิดโอกาสให้ตอบคำถาม ให้ได้ร่วมเต้นหรือทำท่าทางประกอบตามไปด้วยได้ ส่วนเด็กอายุ 5-6 ปี นั้น ชอบรายการที่มีเรื่องราวที่ซับซ้อนมากขึ้นกว่าเด็กอายุ 3-4 ปี ดังนั้นจึงพบว่า รายการ *Flowers Power* เป็นที่ชื่นชอบของเด็กวัยนี้มากกว่า เพราะมีเนื้อเรื่องชวนให้ติดตาม เด็กๆ จะรอคอยติดตามเรื่องราว มีความลุ้น มีอารมณ์ร่วมไปกับตัวละครได้ชัดเจน อีกทั้งยังจำใจความสำคัญของเรื่อง และเล่าสื่อสารออกมาได้ชัดเจนกว่าเด็กเล็ก

ภาพที่ 15 สรุปเนื้อหาและการนำเสนอที่ความปฏิบัติ (Do) และไม่ควรมปฏิบัติ (Don't)  
ในการพัฒนาสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย

### สิ่งที่ควรทำ ✓

- Topic เดียว สั้นกระชับ**  
ความยาวที่เหมาะสม คือ 2-10 นาที  
จำนวนบทที่ต่อเนื่องต่อกันจากอายุได้ เช่น อายุ 3 ขวบ ไม่เกิน 3 นาที
- Interactive + Two-Ways Communication**  
ในการสร้างปฏิสัมพันธ์เด็ก โดยผู้จัดทำสื่อควรคิด ตัวละครที่จะพาเด็กเข้าไปในสื่อ และออกแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ทำกับผู้ทำสื่อ
- ใช้ความสนุกเป็นตัวนำ**  
เพราะความสนุกดึงดูดความสนใจเด็กได้เป็นอย่างดีและมีปฏิสัมพันธ์กับเด็ก
- เรียนรู้ผ่านการเล่น**  
ไม่ใช่สอนแบบท่องจำ
- กระตุ้นจินตนาการ**  
ผ่านจินตนาการที่เป็นนิเวศพัฒนาที่ หรือจินตนาการ
- ใช้ดนตรีประกอบ**  
คนสมัยนี้ที่ฟังเพลงได้ไม่ค่อยดี  
สร้างอารมณ์ร่วม สนุกสนาน  
และเสริมจินตนาการ
- ตัวละครมีความชัดเจน**  
จำนวนน้อย พฤติกรรมชัดเจน ไม่เป็นนามธรรม
- ตัวละครมีเอกลักษณ์**  
ทำให้จำได้ง่าย เช่น สีหน้าท่าทางที่ตลกขบขัน  
และสามารถจำได้มากกว่าตัวละครอื่น

ภาพที่ 15 สรุปเนื้อหาและการนำเสนอที่ความปฏิบัติ (Do) และไม่ควรมปฏิบัติ (Don't)  
ในการพัฒนาสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย

### สิ่งที่ไม่ควรทำ ✗

- ไม่สร้างตัวละคร  
ที่โหดร้ายรุนแรง**  
เพราะความน่ากลัวจะสร้างความหวาดกลัว  
ให้กับเด็กมากกว่าความสนุกสนาน
- ไม่ใช้ภาพ-เสียงที่รุนแรง**  
เช่น ไฟฟ้าแรง ควัน ไม่ชัดเจน  
หรือเสียงดังเกินไป อาจทำให้เด็กกลัว  
เพราะเด็กยังไม่สามารถแยกแยะ
- ไม่ขัดแย้งสิ่งที่ผู้ใหญ่  
ต้องการให้เด็กทำหรือดู**  
ให้มีความเป็นธรรมชาติของสื่อ
- ไม่ใส่เนื้อหาที่อันตราย  
หรือมีผลเสียต่อตัวเด็ก**  
เพราะเด็กจะเลียนแบบนำไปทำอันตรายได้

ภาพที่ 15 สรุปเนื้อหาและการนำเสนอที่ความปฏิบัติ (Do) และไม่ควรมปฏิบัติ (Don't)  
ในการพัฒนาสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย

นอกจากในแง่ของเนื้อหาและการนำเสนอของรายการแล้ว การผลิตรายการต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัยในครั้งนี้ ยังได้นำแนวทางการผลิตที่เป็นรูปแบบการทำงานร่วมกันระหว่างสหวิชาชีพด้านพัฒนาการเด็ก ซึ่งประกอบด้วยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัย นักการศึกษาด้านเด็กปฐมวัย ผู้เชี่ยวชาญในการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย และผู้ผลิตสื่อ ซึ่งถือเป็นแนวทางที่ช่วยให้การผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยนั้นเป็นไปตามหลักการผลิตสื่อที่เหมาะสม และส่งเสริมพัฒนาการตามช่วงวัยของเด็กปฐมวัยได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และผสมผสานความคิดสร้างสรรค์จากฝั่งของผู้ผลิตสื่อได้อย่างลงตัว ซึ่งนับเป็นแนวทางในการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัยที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้ต่อไปในอนาคต

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนารายการต้นแบบ 2 รายการ (รายการ *Flowers Power* และรายการ *Sound to Song*)

ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนารายการ *Flowers Power* ควรพัฒนาเจาะกลุ่มเป้าหมายไปที่เด็กอายุ 5-6 ปี โดยพัฒนาให้การนำเสนอมีจังหวะในการสร้างการมีส่วนร่วมกับเด็กให้มากขึ้น บทเพลงอาจสามารถเพิ่มเป็น 2 รอบ เพื่อให้เด็กๆ สามารถจำจดยุติได้ดียิ่งขึ้น และอาจจะต้องพิจารณาการลดจำนวนของตัวละคร และเพิ่มความชัดเจนในบุคลิกลักษณะ (character) ของตัวละครแต่ละตัวให้มากขึ้นและชัดเจนขึ้น ทั้งลักษณะการแต่งกาย การพูดจา หรือบุคลิกลักษณะเฉพาะตัวบางอย่าง เพื่อช่วยให้เด็กๆ จดจำและรู้จักตัวละครได้ง่ายขึ้น

สำหรับรายการ *Sound to Song* สามารถพัฒนาให้กลุ่มเป้าหมายทั้งช่วงอายุ 3-6 ปีได้ เนื่องจากเน้นการเคลื่อนไหวร่างกายเป็นสำคัญ โดยจะต้องปรับการนำเสนอในช่วงต่างๆ ให้เด็กๆ สามารถรับรู้ และมีส่วนร่วมได้ชัดเจนขึ้น พิธีกรต้องมีบทพูดที่กระตุ้นความสนใจ และชักชวนให้เด็กๆ มีส่วนร่วมได้มากขึ้น เว้นจังหวะให้เด็กๆ ได้มีส่วนร่วมในการตอบคำถามต่างๆ ได้มากขึ้น และควรปรับการนำเสนอในช่วงลำดับการทำความเข้าใจในบทเพลงและทำเต้นต่างๆ ให้ชัดเจนขึ้น เพื่อให้เด็กๆ มีส่วนร่วมทำตามได้อย่างสนุกสนาน

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเชิงทดลอง (experimental research) ต่อยอดจากรายการเดิม โดยนำผลที่ได้จาก audience testing มาปรับปรุงรายการ และนำไปทดลองให้เด็กฯ ชมอีกครั้ง เพื่อให้เกิดการพัฒนา จนนำไปสู่การเป็นรายการโทรทัศน์ต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัยได้จริงต่อไป

2. ควรมีการนำรายการที่ผลิตไปทดลองให้เด็กปฐมวัยในหลากหลายพื้นที่ยิ่งขึ้น ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลได้ทดลองรับชมรายการด้วย ซึ่งควรทำอย่างเป็นระบบเพื่อเก็บผลการวิจัยและศึกษาผลของการพัฒนาและผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กปฐมวัยทั่วประเทศไทย

## 3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทั้งภาครัฐและเอกชน ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย โดยการพัฒนาศักยภาพด้านการพัฒนาเด็กปฐมวัยให้มีความสามารถ ศักยภาพ และคุณธรรม ซึ่งเมื่อมีผู้ผลิตสื่อที่มีความรู้ความเข้าใจในการผลิตสื่อที่เหมาะสมสำหรับเด็กปฐมวัย ก็เท่ากับเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตสื่อที่เหมาะสมกับเด็กปฐมวัยได้มากขึ้น

2. ภาครัฐ ภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทผู้ผลิตสื่อ ควรแสวงหาความร่วมมือและบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานของรัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อส่งเสริมให้เกิดกลไกในการขับเคลื่อน และส่งเสริมให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้แก่เด็กปฐมวัยตามแผนพัฒนาเด็กปฐมวัยด้วยความจริงจังอย่างเป็นรูปธรรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ (2543), *สื่อมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*, กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรสโปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2554), *ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร: เด็ก สตรี และผู้สูงอายุ*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กุลจิตรา กังคานนท์ และคณะ (2548), *รายงานการศึกษาเรื่อง สื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ เล่ม 3*, กรุงเทพฯ: โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก.
- दनยา วสุวัต (2561), *การศึกษาเพื่อสร้างรูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเพื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในเด็กช่วงอายุ 3-6 ปี*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาการมนุษย์ สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธรรีรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก (2557), *การหมุนไปในโลกใบเล็กๆ*, กรุงเทพฯ: สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน (สสद्य.).
- ณฤมล รื่นไวย์ (2552), *จอตู้ (ต๋วงแตง) เลอะดูขบวนกรปกป้องเด็ก*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปันโตพับลิชชิ่ง.
- มรรยาท อัครจันทโชติ (2557), *สถานภาพปัจจุบันของการออกอากาศรายการวิทยุสำหรับเด็กและพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อวิทยุของเด็กไทย*, กรุงเทพฯ: สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน (สสद्य.).
- \_\_\_\_\_. (2563), *สถานการณ์รายการเด็กในสื่อวิทยุและโทรทัศน์*, เอกสารประกอบการประชุมระดมความคิด “ข้อเสนอสู่การเพิ่มช่องทางการเผยแพร่รายการเด็กในสื่อวิทยุและโทรทัศน์”, ม.ป.ท.
- วรรณนิภา นิยมไทย และคณะ (2548), *รายงานการศึกษาเรื่อง สื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ เล่ม 4*, กรุงเทพฯ: โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก.
- วิลาสินี พิพิธกุล และมนสิวินี จันทะเลิศ (2548), *รายงานการศึกษาเรื่อง สื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ เล่ม 2 อิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเด็กและเยาวชน และสภาพคุณภาพเนื้อหาขงรายการวิทยุและโทรทัศน์*, กรุงเทพฯ: โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก.
- วีรพงศ์ พลนิกกิจ (2556), *การเขียนบทรายการสำหรับเด็ก*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- สุริยเดว ทรีปาตี, นายแพทย์ (2555), *ต้นทุนชีวิตเด็กและเยาวชนไทย*, กรุงเทพฯ: ชมรมวิทยุเด็กเยาวชน และครอบครัว
- \_\_\_\_\_. (2556), *รู้จักเด็กทั้งตัวและหัวใจ พัฒนาการของเด็กและวัยรุ่น*, กรุงเทพฯ: แอปป้าพรีนติ้ง กรุ๊ป.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2548), *รายงานการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ เล่ม 1 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการสื่อของรัฐเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้*, กรุงเทพฯ: โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก.

## สื่อออนไลน์

- คมชัดลึก (2560), “กุมารแพทย์เตือนใช้จอเลี้ยงลูกพัฒนาการเด็กแย่!”, สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2559 จาก <https://www.komchadluek.net/news/edu-health/295745>
- เดอะ สแตนดาร์ด (2562), “ปิดฉากช่องเด็ก! สรุปรายชื่อยอดฮิตทีวีดิจิทัลทั้งหมด 7 ช่อง 3 Family และ 3SD ขอคืนด้วย”, สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2559 จาก <https://thestandard.co/return-all-7-digital-tv-channels/>
- ลักษมี คงลาภ (2551), “การวิเคราะห์ความรุนแรงในรายการโทรทัศน์ สนับสนุนโดยแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน”, สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2559 จาก <http://www.childmedia.net/phocadownload/userupload/Research/tvnet.pdf>
- สสส. (2555), “เกณฑ์ชี้วัดคุณภาพรายการวิทยุ สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว”, สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.kidsradioclub.or.th/article/research/924>
- สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (2558), “รู้จัก พ.ร.บ. กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยฯ”, สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2559 จาก <http://www.childmedia.net/recommend/473>
- Advance Research and Consultant (2559), การสำรวจพฤติกรรม的开รับสื่อ ทศนคติ และอิทธิพลของรายการวิทยุ สำหรับเด็กและครอบครัวในเขตกรุงเทพมหานคร เสนอมูลนิธิเครือข่ายครอบครัว, สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2559 จาก <https://www.scribd.com/doc/208323876>
- Isranews (2556), “การสัมมนาผลการศึกษาเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน”, สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2559 จาก <https://www.isranews.org/content-page/item/23493-research.html>

# Social Media Use in Negotiating Gender Identity among Young Thai Women

Kamolmas Chanvised<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาว่า ผู้หญิงวัยรุ่นอายุ 18 ปี ในกรุงเทพมหานคร ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อต่อรองและแสดงอัตลักษณ์ทางเพศอย่างไร ค่านิยมและวาทกรรมสาธารณะแบบดั้งเดิมเกี่ยวกับเพศหญิงในประเทศไทยยังคงกำหนด ควบคุม และกดทับการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ทางเพศของผู้หญิงทั้งในพื้นที่ออฟไลน์และออนไลน์ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการปรับตัว การต่อรอง หรือการต่อต้านวาทกรรมดังกล่าว ผ่านการแสดงออกอย่างมีชั้นเชิงหรือกลยุทธ์ที่หลากหลายและเป็นอิสระบนสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งชนชั้นทางสังคม (social class) อาจเป็นมิติทางสังคมที่มีความสัมพันธ์กับวิธีการแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศบนสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นงานวิจัยจึงคัดเลือกผู้ร่วมวิจัยที่เป็นผู้หญิงวัยรุ่นที่มาจากต่างภูมิภาคหลังทางเศรษฐกิจและสังคมทั้ง 3 ชนชั้น ได้แก่ ชนชั้นล่าง (lower class) ชนชั้นกลาง (middle class) และชนชั้นสูง (upper class) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นทางสังคม การแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ งานวิจัยใช้วิธีตรวจสอบเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (method triangulation) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพทั้งหมด 3 เครื่องมือ ได้แก่ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และชาติพันธุ์วรรณาออนไลน์ เพื่อให้เข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันด้านเพศของผู้หญิงผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ งานวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการวิเคราะห์แก่นสาระ

---

\* date received 27 November 2022; date revised 27 January 2023; date accepted 2 February 2023

<sup>1</sup> Lecturer in the Department of Communication Management, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University



(thematic analysis) และอ้างอิงข้อมูลเชิงคุณภาพไปพร้อมกับการวิเคราะห์การสร้าง  
สร้างความหมาย (meaning-making) ผ่านมุมมองสัญศาสตร์บนกิจกรรมของ  
สื่อสังคมออนไลน์ เช่น การโพสต์รูปภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว การแชร์สถานะ การ  
คุยผ่านคอมเมนต์ เป็นต้น กล่าวโดยสรุป การศึกษาชาติพันธุ์วรรณนาออนไลน์  
ทำให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการแสดงออกอัตลักษณ์ด้านเพศในชีวิตประจำวัน  
ของผู้หญิงวัยรุ่น ที่อาจตอบสนอง ต่อรอง หรือต่อต้านแนวคิดสตรีแบบดั้งเดิม  
ในประเทศไทย

**คำสำคัญ:** สื่อสังคมออนไลน์ ผู้หญิงวัยรุ่น วัฒนธรรมวัยรุ่น อัตลักษณ์ทางเพศ  
ชนชั้นทางสังคม ชาติพันธุ์วรรณนาออนไลน์

## Abstract

This study explored how 18-year-old women in Bangkok used social media to negotiate and express their gender identities online. In Thailand, prevailing cultures and traditional public discourses on hetero-normative sexualities potentially affect, control and constrain young women's gender performance offline and online. The study interrogated processes of adaptation and resistance to traditional mainstream discourses through the consideration of social media as an alternative and flexible space for young women to negotiate diverse and autonomous gender performances. A gap was identified in terms of the ways in which identity was tactically managed and constructed within different class structures. To investigate these, young women were recruited from three socioeconomic backgrounds: lower class, middle class and upper class. Data were gathered through focus groups, interviews and online ethnographies, such as posted pictures, shared contents and comments on profiles, and interpreted through a multimodal and social semiotic lens to gain deeper understandings of women's classed and gendered social media practices. By examining and cross-referencing qualitative data and the construction of online profiles deriving from different social backgrounds, insights were yielded and a snapshot of the everyday identity work of Thai young women captured as they responded to and resisted traditional forms of feminine conduct.

**Keywords:** social media, young women, youth culture, gender identity, social class, online ethnography

## Literature Review

With the complexity of the relationship between young women's gender performance and their social media use, the study aimed to offer explanations regarding social media use in negotiating gender identity, by focussing on the process of girl's adaption and/or resistance to the political social norms and values of femininity in Thai culture. Specifically, the study focused on the complexity of how young women interact, contradict and/or resist dominant culture regarding women's discourses derived from offline relations. The study ultimately elucidated a deeper understanding of the link between online and offline interactions of girls' cultural communication in terms of gender matters. Importantly, a class differentiation of girls was identified as a research gap in terms of the ways in which gender identity was tactically managed and constructed within different class structures. Hence, the issue of class structure in Thailand will be discussed to provide a picture of how Thai society is structured in a complex hierarchy by the "*sak di na*" (ศักดิ์นา) system—"dignity marks" (Thongsawang et al., 2020). Also, how this complex Thai class structure affects and/or relates to youth's gender performance online.

By various definitions and concepts, gender identity is defined—in sociocultural disciplines—as a complex internalisation of cultural systems of meaning and subject to variation across cultures and historical periods (Butler, 1990; Mead, 1949). Gender identity is "a sense of oneself as a man, woman or some other gender" (Jenkins, 2018). In the same way, gender identity is each person's deeply felt internal and individual experience of gender, which may or may not correspond to the sex assigned at birth, including the personal sense of the body

–which may involve, if freely chosen, modification of bodily appearance or function by medical, surgical or other means—and other expressions of gender, including dress, speech and mannerisms (European Institute for Gender Equality, 2021). Gender identity is thus perceived as personal, social and cultural aspects that individuals can perform diverse choices of qualities through symbols within a particular context. Though social institutions still back up the dominant discourses of women, individuals can accept, deny and/or compromise such discourses through an alternative and flexible space—social media. Importantly, gender identity is arguably objectified by dominant culture of institutions –which de Certeau (1984) calls these as “producers” or “strategies” enacted through structures of power in society. However, gender identity is considered a politically social battle between dominant and subordinate cultures—arguably linked to class struggle according to the intersectionality framework (Crenshaw, 1989). De Certeau (1984) proposes the term “walkers” in the city where individuals use their own “tactics” to resist the suppressive social norms and values. It can be seen that gender identity is one of the underlying lenses which are spotlighted by society since it is a classic case of resistance and power according to a framework of cultural studies, e.g., resistance through rituals in youth culture (Hall and Jefferson, 2006). In short, I highlight that gender identity is a process of social and cultural adaptation and/or resistance to class structure within a given society. Crucially, social media is discussed as flexible space where users can adapt and negotiate their gender identities through multiple symbols and rituals. This discussion is enriched by many scholars and previous studies’ findings. It is argued that social media can promote girls’ autonomy and agency in the

negotiation of desired identities since the online platform allows users to interact and communicate without corporeal cues, such as appearance and voice. Marwick (2013) highlights this kind of disembodiment that young users—who are liberated from the limitations of the body—can optionally choose any gender images or identities to be presented. In the same way, Boonmongkon et al. (2013) argue that even though the traditional discourse on women's chastity still influences women's gender performance, they can tactically create desirable images of gender identity and can exert their autonomy in expressing their sexuality with more freedom on the manageable platforms. Similarly, the finding from Songsamphan's study (2008) also indicates that even if young Thai women still cannot escape the influences of conservative discourses in offline interaction, they have more opportunities to express themselves independently in gender respects through the use of social media due to its affordances in terms of networking, features and functionality.

In the twenty-first century, various Thai scholars still assert that young Thai people are struggling to deal with traditional forms of female values and mainstream discourses in femininity (Jackson and Duangwises, 2016). Although empirical studies consider that the proliferation of social media, which impacts young people's lived experiences, can offer more opportunities to express non-normative gendered practices and sexual desires, there are still debates that these young people cannot abandon traditional public discourses that are derived from their offline culture, particularly those rooted in family cultures (Boonmongkon et al., 2013). I will advance these debates seeing the potential changes in young women's gender performances in both the online and offline worlds. Thai scholars propose that there are four key traditional public discourses

regarding femininity that have been put more pressure on women than on men in Thai culture: (1) *rak nuan sanguan tua* (to preserve chastity), (2) *ka la the sa* (contextual sensitivity), (3) motherhood and wifehood and (4) dutiful daughter.

Firstly, the “*rak nuan sanguan tua*” (to preserve chastity) is a traditional form of female value, demanding that young women should maintain virginity until marriage (Klausner, 2000; Songsamphan, 2008). Within the Asian countries, this kind of normative discourse would be the strictest value of femininity that influences how young women negotiate their gender offline or online (Klausner, 2000). In Thailand, the “*rak nuan sanguan tua*” (รักษานวลสงวนตัว) discourse is highly produced and reproduced through adult culture and many public spheres in society (Klausner, 2000). Thai main social institutions such as family, school, religion and media always reinforce such women value and become as a mainstream public discourse that still puts pressure on women until present (Boonmongkon et al., 2013). Importantly, to maintain virginity until marriage life is one of the most conservative discourses that directly impact young women’s gender negotiation. This kind of discourse has been arguably related to the cultural dichotomy whereby Thai women are categorised as good (*kon-dee*) or bad (*kon-chua*) (Songsamphan, 2008). The given categories of good and bad qualities imply that if young women perform their selves and gender identities conforming to conventional works from their parent’s discourse and society, they will be categorised as “good” women. In contrast, if they are performing vice versa to the normative discourse, they will be categorised as “bad” women. Specifically, sex before marriage is deemed a “bad” example. By contrast, by maintaining virginity until marriage, they will

be seen as “good” women (Songsamphan, 2008). In short, it can be seen that the “*rak nuan sanguan tua*” (to preserve chastity) discourse is dominant culture that impacts on how young women embody sexual politics in society.

Secondly, the “*ka la the sa*” (กาลเทศะ) discourse or “contextual sensitivity” is the common sense of self-presentation linked to values of “times and places”, particularly in adult culture, such as wearing a dress, doing makeup, speaking in public and performing a gender image (Thaweesit, 2004; Jackson and Cook, 1999; Van Esterick, 2000). Specifically, young Thai women have long fostered the idea that sexual matters must be kept private, and sex has become a strongly prohibited subject for open discussion due to the discourse of the inappropriate and distasteful nature of sexual expression in public areas (*The Guardian*, 2012). “Sex is still considered ‘dirty’ and adults seldom discuss openly with each other, let alone with their kids” (UNDP and USAID, 2014). According to the Department of Health (2015), Thai children seldom learn about sex from either parents or teachers, and when they do learn about sex at school, it is always restricted to the context of biology, and rarely touches upon the emotional and sexual desires related to this subject. However, the parent and educator’s inability to teach and converse about sex is arguably not at fault as they too grew up in the same culture that frowns upon talk of sex (*The Nation Thailand*, 2014). In short, it can be seen that school and family tend to be main institutions which empower this particular discourse as it is continuously reproduced through the educational programme, e.g., sex education, since high school or lower than that. I would highlight that these two institutions play significant roles in young Thai women’s

identity both gender identity and sexuality, such as how to wear a dress, how to speak, how to think, and how to feel.

Thirdly, due to the existing patriarchal society in Asia, especially in Thailand, the motherhood and wifehood discourses still influence gender roles among young Thai women. Although there is more openness that the reality of women's lived experiences is often contradictory to, or even incongruent with, sexual hegemonic discourses, the discourses of femininity in Thailand, such as motherhood and wifehood, still shape women's lives in terms of gender practices (Jackson and Duangwiset, 2016). Motherhood and wifehood are considered as key gender roles of women in Asian countries. In Thailand, according to the ideological discourses of being a "good" woman, women are expected to tolerate marital problems for their children's sake; in addition, they are expected to remain married until death (Suriyasarn, 2014). It is evident that the burdens of maintaining a married life and ensuring the welfare of the offspring have often fallen heavily on women rather than men (Xu et al., 2011). This can be parallel to dominant discourses on womanhood: that is, women should not be in the surrounding of adultery and promiscuity (Thaweessit, 2004; Suriyasarn, 2014). Even though polygamy and promiscuity have been discouraged for both men and women, it is women who are expected by society to follow the rules strictly (Suriyasarn, 2014). Also, the normative discourses in Thai society have been reproduced in the same theme of gender stereotype: referring to women as a figure of motherhood and being submissive, subordinate and dependent, while men as superior, active, dominant and independent (Thaweessit, 2004). For instance, there exists a notion that men are considered the family's main provider, while women are expected to



take on a supportive position by handling household responsibilities (Falk, 2008). Many scholars argue that Buddhism plays a vital role in Thai patriarchal culture, which places men's social power higher than that of Thai women (Xu et al., 2011). Thai men are eligible for ordination while women are primarily limited to participating in merit-making rituals and domestic work around temples (Jackson and Duangwises, 2016). This gender hierarchy has been adopted as a practical norm in social relations in the private and public spheres in Thailand (Xu et al., 2011). Following through these pieces of evidence, although the motherhood, wifehood and other girlhood discourses have gradually become less influential in the present day due to globalisation and diversity in society, their influence on gender roles and sexual relations remains intact (Falk, 2008).

Lastly, the parental discourse of “dutiful daughters” in Thai families is another influential traditional discourse that still has an impact on how young women perform their self and gender identities. Angeles and Sunanta (2009) suggest that family obligation is one of the influential norms in Thailand, especially when female children need to satisfactorily fulfil their family obligations in many ways. The latest study in Thailand argues that family obligations are the daughter's duty to satisfy the parent's expectations; particularly, the qualities of gratitude such as the quality dutiful, submissive, docile and successful in education are the highest values in Thai families (Dounghummes and Sangsingkeo, 2020). Specifically, many Thai families expect their daughters to present their sexual identity in line with the heterosexual norm due to the patriarchal culture. Although parents may be not much distressed about their children being lesbian or other non-normative identities, non-binary

children still experience a sense of failure that they are not “good” daughters, since they cannot gain their parent’s acceptance and satisfy their expectations (Dounghummes and Sangsingkeo, 2020). In short, children thus endeavour to have a series of interpersonal strategies and negotiations to ease their parents’ concerns about their well-being and fulfil their family obligations by being “dutiful daughters”.

To sum up, it is crucial to understand how traditional public discourses regarding gender influence young Thai women’s belief, attitude, and behaviour in terms of the performance of gender identity. As mentioned, although previous Thai scholar argues that teenage users use the online sites to constantly make a public declaration regarding their life stories, perform their gender identities, as well as express their sexual desire and emotion through their profile pages, there are still controversies in whether social media reinforce traditional dominant discourses in Thai culture. Crucially, since Thailand still exist “*sak di na*” (ศักดิ์นา) (“dignity marks”) social system, this causes Thailand to form a complicated structured hierarchy which can lead to the social tension and class oppression between privileged and underprivileged classes (Thongsawang, 2020; Keyes, 2014). All things considered, it is worthwhile to study the relationship between social media’s roles and the negotiation of gender identity of youth living in the strongly patriarchal society in Thailand. Importantly, there is still lack of study explored gender negotiation online in terms of the implication of different class structures in Thailand. I thus aim to fill in the gap by addressing social class differentials as the significant implication in the ways in which young people negotiate their gender identities in an online environment. The research gap identified helps to contextualise the research

question: **how is social media used in negotiating gender identity by young Thai women from different class backgrounds?** In short, the study aimed to answer the question of how young women from different class backgrounds used social media sites to negotiate their gender identity.

## **Theoretical Framework**

The study aimed to interrogate processes of adaptation and resistance to traditional mainstream discourses through the consideration of social media as an alternative and flexible space for young Thai women in negotiating and communicating diverse and autonomous gender performances. At the same time, the relationship between youth's gender performance online and their social class was also explored. Thus, the study conceptualised the theoretical frameworks into three themes: (1) Identity and Gender theories; (2) Discourse and Power theories; and (3) Social Class and Capital theories. Each theme of the frameworks featured a body of works by cultural and post-cultural theories, and some of the feminism theories. To brief these, Goffman's dramaturgical model (1959) talks about how individuals present their selves and identities according to how they are observed by audiences from front and backstage. As in theatrical performance, there is a front region where the "actors" (individuals) are on stage in front of the audiences. This is where the positive aspects of the idea of self and desired impressions are highlighted. There is also a back region or stage that can also be considered as a hidden or private place where individuals can be themselves and get rid of their role or identity in society. Butler's gender performativity (1990) discusses that "gender is

performative, which is produced through millions of individual actions” (1990: 83). It is argued that gender is best seen as a way of doing the body in performance which individuals can have “self-selection” to perform—this can be applied in many situations in online spaces; for instance, young users can select pictures to post so as to represent their desirable images through manageable profiles with many choices of editing, filtering, hiding and/or removing. McRobbie’s post-feminism concept (2009) highlights the idea that post-feminism is the illusion of girls’ choice and agency. McRobbie views that to obsess in beauty products such as wearing make-up, high heels and thongs, re-establish patriarchy, heterosexual norms and normative femininity to society. According to Foucault (1990), institutions’ discourses are recognised as “experts” in producing “truth” in society (p. 308). It is considered that “discourses produce knowledge and knowledge is always a weapon of power; thus, power and knowledge are joined together to produce reality in society: it produces the ‘truths’ that people live.” (Foucault, 1990: 318). According to Bourdieu (1970), social class and capital play the role of positioning individuals in terms of cultural tastes, manners, and practices in any field. Bourdieu (1970) argues that families pass cultural capital to their children and such cultural capital is a way of distributing power in society. All things considered, these frameworks were applied to serve as the analytical background in understanding girl’s represented identity in online spaces. I will address further on how each theme of the theoretical frameworks were applied.

The first theme, Identity and Gender, is to discuss what Goffman (1959) talks about in the presentation of self in everyday life: how individuals manage their impression for social interaction, and how they

present their selves on the front and the backstage according to the dramaturgical model. This framework was applied to understand how young women present their gender identities through social media sites as the metaphor of the front and the backstage. When several scholars adopt Goffman's front/backstage framework to the Facebook setting, there are different interpretations. For example, Tufekci (2008) and Lewis et al. (2008) think of Facebook as the backstage related to the concept of privacy, while Farquhar (2009) views Facebook as a frontstage where users perform to their audience and present contents that can be viewed by all of them. However, I suggest that social media environment can be considered as the frontstage and the backstage simultaneously, without division. Importantly, due to each technological functionality, social media can be the frontstage—where users can present their desired images of themselves through posting diverse contents, participating in multiple activities, and presenting their ideal self—and the backstage—where they can interact with their selected audiences and retain their offline lives with many features of hiding, filtering and removing. According to what Butler (1990) proposed the term of “gender performativity”, this framework can help to understand the ways in which young Thai women express their gender identity online through performance of self such as through a dress, action, props, etc. At the same time, post-feminism by McRobbie (2009) is a useful framework for understanding how post-feminism is undermining the progress made by the first and the second waves of feminism. Third-wave of feminism seems to allow young women to gain “choice”, “agency”, “right” and “empowerment” through political engagement and politically civic affairs through spreadability of social

media (Snyder, 2008). Nevertheless, McRobbie (2009) critiques with this, she views that girls are still limited in their agency due to the adoption of neoliberal values and consumerism—such as to obsess with beauty goods and culture—which these can call the patriarchy and heterosexual norms back to society.

Secondly, Discourse and Power were applied as the second theme of theoretical frameworks to understand how the “truth” of sexuality was created through the discourse and power in society which was the main concept by Foucault’s theory (1998). We can see that many Thai institutions, such as family, school, and media, and religion, which we call these “experts”, termed by Foucault, produce and reproduce dominant discourse and value of women which shape an understanding to young people, for example, sex and gender are taboo topics to speak in publics; they are prohibited from talking about and disagreeing with sexual discourses that their parents adhere to (Thaweesit, 2004). After we understand how the truth or the knowledge of sexuality was formed in society, the creation of subculture and resistance in youth culture by Hall and Jefferson (1993) from Birmingham’s CCCS was applied to understand the subversion through social media platforms by young women. In arguing that popular culture is a site of struggle, Hall and Jefferson (2006) suggest the idea of resistance and subculture in youth culture as a way to rebel against the dominant culture. Youth culture is an ideological means of resistance to the standards and values of the dominant culture. Moreover, as Hall and Jefferson (2006) put forward, as youth cultures form coherent social worlds of family, neighbourhood, and school in life, the youth are struggling with the power and privilege between the superordinate and subordinate

social classes. I thus consider that Hall and Jefferson's classical consideration of power and dominant culture in British society is similar to the dominant culture of institutions in Thai society. Thereby, youth potentially find alternative spaces to challenge these to express their dynamics and creativity through the subculture (rituals) online.

Lastly, the third theme is to discuss theories about Social Class and Social Capital. This sort of theoretical framework was applied to understand the background of how social class in society emerged, how social capital played a significant role in the impact and judgement of individual's tastes, beliefs and behaviours, as well as how family and education positioned the children's cultural capital. These social class and capital theories relied on classical Bourdieu's Class and Capital (1970) and de Certeau's Strategic and Tactic framework (2010). Based on Bourdieu's work in 1979, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, class and capital are "natural" assets that family pass to their children: a whole range of social and cultural behaviours of children such as belief, manner, aesthetic, gait, dress and accent is accumulated and transferred by over generation. Even though the social capital of children is positioned by their family according to Bourdieu, they can have their own *strategic* or *tactical* ways to resist those conventional objects from their parent's discourse or adult culture according to de Certeau. The kind of strategic and tactical resistance can be applied by the work of de Certeau (2010), *Walking in the City* concept. Briefly, "the city" is generated by the *strategies* of governments, corporations and institutional bodies who produce things like maps that lead or control people the city—as a metaphor that social norms and discourse have been set by adult or parent's culture. However, walkers (individuals or

youths) at street level moves in ways that are *tactical* and never fully determined by the plans of organising bodies, taking shortcuts despite the strategic grid of the streets. This de Certeau's strategic and tactical concept can be applied to understand that even though gender rules, values and discourse that still exist in Thai culture, youths have been never wholly determined by those rules due to their tactical and creative ways.

Moreover, a classical concept of class by Marx and Weber is also useful to apply to understand the social class in Thailand. They consider class "as a social category pertaining to individuals or groups sharing comparable behaviours, characteristics and way of life" (Weber, 1978). This implies that class is "regarded as a collectivity that acts in pursuit of the common interests" (Weber, 1978). In the same way, a traditional Marxist theory suggests that class is mainly discussed by the terms of economic and resource opportunities: it is much about quantitative materials possessed by individuals such as income, car, land and property. Marx (1867) distinguished one class from another on the basis of two criteria: ownership of the "means of production" and control of the "labour power" of others. He states "society as a whole is more and more splitting up into two great hostile camps, into two great classes directly facing each other: bourgeoisie and proletariat" (Marx, 1867).

In my operational model of Thai social class definition, the Thai elite group, called the upper class, seems to partly resemble Marx's bourgeoisie and partly the aristocratic class, which has effectively disappeared in the Western model. Due to the existence of traditional aristocracy in Thailand, it is likely that members of the upper class grow,



live and work in this aristocratic system in Thai society. At the same time, part of them is the bourgeoisie in Marx's term: the people who own the means of production and manage a distribution of economic opportunities and resources. The Thai middle class seems like Marx's bourgeoisie as well, but some of them might have mixed social origins due to the emergence of the new urban middle class, whose roots are found in the lower class. This newly urban Thai middle class has emerged by educational expansion and advancement of professional careers, which allow them to possess the cultural and intellectual hegemony and political power more than they could achieve in the past (Funatsu and Kagoya, 2002). Lastly, the lower class, or the so-called cosmopolitan/urban peasants in the Thai context (Keyes, 2014), can be defined as a class corresponding to Marx's proletariat: the people who do not own the means of production, but sell their own labour power to then be compensated by the state and society. This is like the case of Thai students studied at the opportunity expansion school, which is fully funded by the Thai government. Thus, as hypothesised, the lower class tends to resist the oppressive nature of the more powerful groups in society, owing the subordination to the bourgeoisie, through their subculture on social media they have created.

## Methodology

As the study aimed to explore the social media use in negotiating gender identity among young Thai women, the ethnographic research methodology was adopted to investigate the research's objectives. Due to the nature of the ethnographic study, qualitative methods were used to investigate how young women negotiated and performed their gender

identity on social media. To gain in-depth understandings of how they negotiated their gender identity online, and how they adapted and/or resisted traditional forms of female values through social media platforms, I adopted three research methods to collect the data: (1) the focus group; (2) the in-depth interview; and (3) the online observation (online ethnography), respectively.

## Participants and Recruitment

The participants were 18-year-old Thai women who used social media (Facebook, Twitter and Instagram) and studied in upper secondary schools (Grade: Matthayom 6) in Bangkok. They were recruited by using a purposive snowball sampling method. To clarify the process, I contacted school teachers through the help of existing acquaintances to acquire permission before I had arrived in Bangkok. In this stage, the permission letter to the gatekeeper (school director) was also sent to gain consent before starting any data collection. After that, the participants were recruited from different social classes and different secondary school levels in Bangkok. The girls who came from high calibre private and well-known public high schools were considered the upper class (UC), while the middle class (MC) participants consisted of young women who attended other public high schools and/or public colleges. Lastly, the lower class (LC) participants were girls who studied in opportunity expansion schools, such as temple schools, which are financially supported by the government. These young women with different social backgrounds were classified based on the socioeconomic status (SES) of their parents: parent's income, education and occupation. According to Goldthorpe's concept of social stratification, the socioeconomic

status (SES) of individuals is associated with occupation, education and income indicators through a prestige-score ranking (1992). Thus, I applied Goldthorpe’s original class scheme in the West (1992) with a minor revision to social classes in Thailand, which categorised into three class schemes: lower class (LC), middle class (MC) and upper class (UC). Here is the detail of schematic tabulation of social classes in Thailand (Table 1).

**Table 1** A revised version of the class scheme in Thailand (with additional adjustments to better suit the situation of the research’s context), emerging from the classical work of Goldthorpe (1992), the standard scheme in the West, and Hsiao (1999), a class scheme in Asia

| Occupation                                                                                                                                                           | Income<br>(Thai baht) | Education                                | Class Scheme |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------|--------------|
| “Aristocracy” (royal, king, elite), e.g., professional, technical, administrative, executive managerial workers and government officials                             | > 50,000              | Upper than Bachelor (Master to Doctoral) | Upper        |
| “Bourgeoisie”—the newly rich-urban middle class in Thailand, e.g., small to medium proprietor, white collar in private company and artisan with and without employee | 20,000 - 50,000       | Secondary education to Bachelor          | Middle       |
| “Proletariat”, e.g., labour worker                                                                                                                                   | < 20,000              | Below than secondary education           | Lower        |

## Data Collection

The study adopted three qualitative methods to collect the data. Firstly, the study started by conducting the focus group which based on a homogeneous group of girls, such as closeness, intimacy and similarity in habits, lifestyles and personalities as girl gangs. As the nature of “homogeneity” is to have something in common, called “like-mind people”, this makes them feel more comfortable talking to each other and also more likely to talk openly (Ivanoff and Hultberg, 2006). Thus, participants in the focus group study shared some of the social and cultural backgrounds or had similar lived experiences or some combination of these. Then, the study collected the data through the in-depth interview. The purpose of the qualitative research interview is to contribute to a body of knowledge that is conceptual and theoretical and is based on the meanings that life experiences hold for the interviewees, as expressed by their own words (Kvale, 1996; Dille, 2004; Rubin, 2005). I applied the semi-structured formats since it can allow the interviewer (me) to delve deeply into participants’ social and personal matters in terms of gender, which I could organise around a set of predetermined open-ended questions, with other questions emerging from the dialogue between myself and the participants. The main themes of questions were structured and scoped by the literature review, such as participants’ attitude and perception regarding public discourses of women, womanhood, family values related to gender and their social media use linked to their everyday’s life gender matter. Lastly, with methodological triangulation, online ethnography was adopted as the third method to collect the data. This approach seems to be the appropriate choice for a study exploring lived cultures on social media

and is used by numerous social media scholars, from boyd and Heer (2006), to Marwick and Boyd (2011) and Baker (2013). Particularly, boyd (2006, 2007, 2008, 2014) conducted multiple online ethnographic studies on social media including Myspace, Twitter and Facebook, to understand the teenage user's practices on these sites. The online ethnography enables in-depth analysis of users by the observation of the ways that they share, post and update on their social media pages. This can provide an understanding of meanings that they have made on the platforms. From the researcher's point of view, the key benefit of online ethnographic research is its ability to allow me to gain insights through first-hand observations of behaviour (Hair and Clark, 2003). According to Baker (2013), Facebook as ethnographic resource positions the platform to serve three functions: "as a communicative medium, as context and as data" (Baker, 2013: 132). These functions are valuable references for the study which aims to unravel the meanings underlying choices online that participants have selected and made in creating their gender identities.

To conduct online ethnography with participants' social media profiles, I newly created Facebook, Instagram and Twitter accounts with my UCL credentials as a researcher and provided detailed information about the study on my researcher profile page. Due to security, anonymity and confidentiality, it would be beneficial for both me and participants to use these newly created accounts in conducting the research only for the purposes of trustworthiness and prevention of ethical harassment. Before starting any data collection, the study was obtained ethical approval which all ethics policies and processes were used with reference to the ethical guidelines from the British Sociological Association

(BSA), Association of Internet Researchers (AoIR) and General Data Protection Regulation (GDPR) by reading the relevant documents and other terms of service of Social media, Twitter, Instagram and Facebook. Overall, I reached out to the same thirty participants, who were fully informed by the research information sheets and the consent form. Once I obtained their fully informed consent, I sent them friend or following requests on social media accounts to access their profiles, and observed their activities online such as posted pictures, shared videos, comments and shared status on the profiles.

## Data Analysis

The study applied thematic analysis to initially conceptualise themes for qualitative data. Then, multimodal discourse analysis (Kress and van Leeuwen, 1996 & 2006) was another supportive approach to analyse the visual and textual data for online materials on social media such as posted pictures, shared contents, comments, retweeted contents and other online texts. As an ethnographic study, the multimodal semiotic framework is a valuable tool that helps understand how representational structure, interactive structure and compositional structure in media texts represent gender meanings made by participants. The aim is to understand that how young Thai women use social media to perform and/or construct their gender meanings through their cultural communicative practices and modes of communication analysed by the lens of sign systems (Burn and Parker, 2003). I thus consider that the multimodal discourse analysis grounded in social semiotics is a valuable resource for the study's analytical process as it can conceptualise the complex array of semiotic resources which are used to create meaning

of the participants' data, as well as provide insights into how visual and textual communication in the participants' online profile represents gender meanings that they create.

To conclude, by the use of triangulation, the data analysis was conducted systematically by cross-referencing three data types: the focus group, the interview, and social media data. The focus group and in-depth interview data featured spoken language and non-verbal language from both audio and video records; and the online ethnographic data focussed on still and/or moving images. All the different types of data were conceptualised by cross-referencing through thematic analysis, then I referred to the multimodal metafunctions framework: representation, interaction and composition (Kress and van Leeuwen, 1996 & 2006) as deemed relevant to strengthen the argument. In the meantime, both reviewed pieces of literature and theoretical frameworks also served as an analytical background to explain and contextualise the key themes that grew into the research findings.

## Findings

According to Bourdieu (1970), each social group possesses its cultural norms, values, tastes and practices based on its family's social and cultural capital. I thus develop the arguments for each class of participants to answer the research question: **how is social media used in negotiating gender identity by young Thai women from different class backgrounds?** The findings and arguments are based on the themes that have emerged by cross-referencing the data from the triangulation: the focus groups, the interview, and online ethnographies. I will start to discuss an overall picture among three groups of participants. Then, themes for each

group of participants will be discussed through each subheading, LC, MC and UC, respectively.

### **Social Media and the Different Uses among Three Groups**

To brief an overall picture, the evidence show that the LC and MC participants are the social groups that explicitly and implicitly resist Thai dominant discourses of women through tactical uses of social media, Twitter and Instagram. In the meantime, the UC participants seem to be the only group that negotiate their normative identities of girls: to be successful students and to be dutiful daughters according to their family values. The UC participants tend to be the social group that adopt and/or accumulate their social and cultural capitals and strategically display these through their social media profiles, Facebook. According to the de Certeau's tactics/strategy metaphor in *Walking in the City* (2010), I offer an interpretation that the UC participants with the privileged background are *strategically* deploying the resources of their social group in terms of education, gender and power to realise the advantages of their class, while the participants with underprivileged background (LC and MC) are *tactically* deploying resources to critique and challenge the current societal structure and dominant values. There are many explicit cases where the LC and the MC participants build their subcultures in a creative and dynamic manner to rebel against heteronormativity. These are shown in the 'Both' role-plays, hashtags on Twitter and the gender-switching cosplay activity on Instagram. In contrast, the UC participants use social media to communicate the embodiment of their social prestige and capital, as we can see in their use of social media in the sense of academic display rather than of sexual curation.



The distinction between the LC and the MC groups is that LC participants were less comfortable and confident during the interview than the MC participants were. Bourdieu's class framework (1979) can help understand this observation. It is argued that youth cultures are formed by the lived social world of families, neighborhoods and schools. Schools and labour markets are the institutions that connect working-class families and communities to the larger society and within these communities, the LC participants develop relationships to respond to power relations and the dominant culture. The LC participants seem to find it more challenging in dealing with power relations and dominance in Thai society, compared to the other classes. This is why they are the group that seems less confident when they speak in the interview and they rather reluctant to write their own tweets to express themselves by using their authentic points of view. Instead, they make tactical use of borrowed resources such as retweeted texts from others and they play their furtive activities online, such as the "*Both*" activity and the specific hashtags used in their Twitter communities.

In contrast, based on the interview data, the language that the MC participants used suggests a confident and rhetorical tone. For example, Top said that "I think *rak nuan san guan tua* is the most long-standing tradition...I think that it is the underlying one shaping our expression of gender". This excerpt shows the ability to think in abstract terms and express their understanding of society in an abstract way. Furthermore, the MC participants' resistance to traditional forms of female values appears to be more explicit and their uses of language come across like a set of rhetorical questions, such as "why do we need to do this? And why should we believe this? It can be reliably assumed

that due to their academic achievements and the status from their parents as the middle class, they may be more comfortable with that kind of language because it is the kind of language that their parents, who might be teachers or academics, can teach to their children and might have some experience in senior roles in industry's leading sectors.

In terms of social media implication and utilisation, many media scholars advance theoretical frameworks and empirical studies to understand the new role of social media as a part of a relationship and emotional management, also as a social context for personal and moral responsibility, such as a theory of polymedia (Madianou and Miller, 2012), media ecologies (Horst et al., 2010; Ito et al., 2010), mediation (Couldry, 2008; Livingstone, 2009), and the field of personal connections and digital media (Baym, 2010; Broadbent, 2020; Gershon, 2010). These frameworks show dynamics of how each user applies different platforms not only by dimensions of technical functionality and affordability such as availability, temporality, storage capacity, reproducibility, materiality, mobility, reach and so forth, but also by implications for the ways of interpersonal communication which constituting the social relationship. Specifically, Madianou and Miller (2012) propose a new theory of polymedia, a shift from a focus on the qualities of each particular medium as a discrete technology, to an understanding of new media as an environment of affordances which inextricably linked to the ways of interpersonal relationships. In other words, Polymedia is how users exploit these affordances in order to manage their emotions and their relationships: they consider the consequences such as social, emotional or moral implication to use that selected platform. Thus, it could be said that how each user adopts different platforms is linked

to many layers of meanings, functions and consequences both external relationship such as economic and political factors and internal relationship such as social, cultural and interpersonal qualities.

To apply these with three classes of participants, I consider that there are internal factors linked to the ways in which the subordinate class (LC and MC) use Twitter and Instagram to resist dominant discourses of women. Undeniably, Twitter is frequently used as public space to critique social issues—as we can see many new social movements started by the hashtag on Twitter and become viral, like #METOO. Twitter is anonymously used by LC participants who use the avatar profiles, while the MC participants use Instagram to voice and express explicitly their ideas both sexual and non-sexual related matters on their open profiles. This is not only because the LC participants have more layers of oppressiveness in terms of social, economic, educational and political factors than other classes, but also because they have a lack of confidence and emotional and moral implication. They need to find a safer space to implicitly speak the “dangerous” matters in society.

As Twitter can afford them safe spaces, for example they provide hashtag and retweet functions without needs to provide personal information, this can help them for interpersonal communication and for connecting with their specific communities that are trusted and experienced by their private group. This discussion can be supported by previous study's finding. Vickery (2015) asserts that Twitter affords young users for anonymous, disconnected disclosure and more private interactions than other platforms. Interestingly, the previous findings show that non-dominant youth users—the working classes in Texas, US

–are the active users who adopt such private and anonymous social media rather than other social groups (Vickery, 2015). This lends support to the finding that the LC participants as the subordinate group in Thai society use Twitter with anonymous disclosure to negotiate their desired identities of gender and sexual fantasies which are niches and interest-driven communities on Twitter.

Meanwhile, the MC participants seem to use Instagram with more confidence and assertiveness. This is not only because they possess more cultural and intellectual hegemony, or get better political, educational and opportunities in industry-leading careers (Funatsu and Kagoya, 2003), but also because Instagram provides them both public and private spaces where allow many media forms such as texts, still and moving images posted on IG stories. Also, they can create private groups on Instagram where they can access, interact and share their emotions and relationships with their friends. For example, as cosplay role play activity requires both still and moving images to represent the desired identities the MC participants create both private and public group to enhance their unconventional aspiration such as sexual fantasies, relationships and emotions with their social group through the play of such cosplay activity. Thus, it could be said that different platforms serve different characteristics of usage in terms of both technological affordances, and emotional, moral and interpersonal qualities of the users. Since the UC participants is the only group who adopt social position and capital from their parents and still accumulate these through social media, Facebook. I found that Facebook is used as a display of academic success and dutiful daughter which are girlhood and women discourses in Thai upper family. Interestingly, the UC participants are

the only social group that maintain their social relationships of family, cousin, relative and teacher in high school on their Facebook account. This finding can be supported by Van Dijck (2013) who argues that, due to technological functionalities, Facebook makes social interactions more visible on the feed since users can post, share, engage with friends through mechanical algorithm, while other platforms, like LinkedIn, Twitter and Instagram are spaces to share more personal information in brief posts on a more regular basis. Because of these features and application, the UC participants seem to explicitly use their open profiles of Facebook and reveal their selfie picture, school name, personal information and etc. Not only because of their status as a superordinate class, but also because of social, emotional and moral implication of their social group, they need to show off and still adopt their social and cultural capital—which these seem to conform social norms and values of their parents. To sum up, we can understand that different structural categories such as gender, age or socioeconomic status of the users might be key factors related to their social media usages, such as type of platform and frequency of use. However, I argue that there are further internal dimensions related to their uses such as social, emotional and moral implication which related to certain kinds of relationship. As argued by Madianou and Miller (2012), Polymedia means not just that certain kinds of media become seen as more or less appropriate to certain kinds of relationship. Most relationships create a particular configuration of media that works best for their particular communicative needs. Hence, we can conclude that how each class of participants adopt different platforms can show dynamics in terms of both technological and internal qualities—as Madianou and

Miller (2012) suggest that particular person has chosen any particular medium as a social act—something that is found to be fundamental in actually constituting that social relationship.

## Safe Spaces for Playful Subversion

Subversion acts against the dominant culture in Thailand appear in the LC group. They seem to be the group that radically resists Thai popular culture by building their subcultures on online platforms using creative and productive strategies. I propose that the process of negotiation of their gender identity is illustrated by their non-normative practices in subculture online. For example, they produce creative hashtags on Twitter for their own in-group understanding, such as “*Re-Tweet-Fav*”, “*Re-Tweet-DM*” and “*Re-Tweet-Follow*”, which are hashtags created for flirting purposes or finding sexual partners online. Cannon et al. (2018) provides an additional and useful concept to help understand that when the LC participants are involved with digital media practices, they are mobilising their new literacy skills. Cannon et al. (2018) suggest three themes as the new features of new literacy: dynamic, playful and productive literacies. The LC participants seem to possess these skills since they have the creativity to produce what they want to portray through the hashtags on the Twitter platform. They also organise their creative activity online called “*Both*” (a role-play sexual activity) on Twitter to negotiate their sexual orientation and to perform their fluid identity, especially for the LGBTQ+ users. Thus, it can be said that they have critical thinking skills to perform their playful identities through their practices on digital media. As it is argued that productive literacy is about the digital making practices of young learners,

I observe that the LC participants are literate in producing those creative media texts, such as hashtag contents and visually role-play images in the “*Both*” activity—these are viewed as “media crafting, critique and artistry” (Cannon et al., 2018). In short, I argue that they use social media to resist Thai popular culture by building their subcultures via such creative, productive and playful methods online.

According to Songsamphan (2008), sexuality is not just about people acting or performing their gender identities through their costume, furniture, speech or expression of their physical appearance; rather, it implies individual’s sexual relationships, sexual desires, sexual fantasies, sexual preferences, as well as having actual sex. I highlight that there is explicit evidence showing that the LC participants use their Twitter accounts not only for negotiating gender identities, but also for negotiating elements of sexuality. For instance, Ploy, Yok, Pawee, Jang, Nui, Pooh, Phat and Taew had the same experiences of using hashtags for flirting and/or building sexual relationships on their Twitter. Specifically, Ploy said in the interview that:

*#Re-Tweet-Fav, #Re-Tweet-DM, and #Re-Tweet-Follow* are the hashtag patterns that we use to invite others for further interactions and of course that those interactions are mainly for building a sexual relation.

Ploy gave some sample phrases that she used with the hashtags, “I’m friendly, please follow me back *#Re-Tweet-Follow*”, “I’m a lonely girl. If you are, please DM me *#Re-Tweet-DM*”, “I’m not a playgirl. If you like, please Fav me *#Re-Tweet-Fav*”. Even though these are just sexual fantasies in the online context, not in the offline physical world, it potentially infers to the ways in which they request those sexual

relationships through their productive and creative ways (hashtags) for sexual purposes. In short, these hashtags can be deemed as a kind of sexual courtship in which the LC participants engage to build their sexual relationship and express their desires for sexual attraction online.

The “*Both*” role-play activity on Twitter is another concrete example showing how they use social media to negotiate their sexual desires and aspirations. They use images of Korean artists as their profile pictures to negotiate not only their gender identity, but also their sexual orientation, particularly for lesbian users. The excerpt from Pawee’s interview reveals that:

*Both* is created for fans’ online interaction: it is not only for updating, communicating and engaging with artist’s works among fandom members, but it is also mainly for sexual purposes.

This implies that the “*Both*” role-play activity on Twitter is used purposively as a sexual courtship to build sexual relationships and fantasies online. Importantly, the LC participants revealed in the interview that it was possible to shift from sexual fantasies online, such as chatting or video calling, to sexual relations in the offline physical world, such as dating and having actual sex, if that relationship developed successfully.

As Pawee was one of the “*Both*” members in the Twitter community, the insight from her interview reveals that she seriously engages in this role-play activity to find her sexual partner, a quite successful attempt to develop the relationship in the offline physical context. Thereby, it can be assumed that while the LC participants negotiate their gender identities on their profiles, they have some tactical ways on Twitter to negotiate their sexuality as well. As sexuality



is defined as being more complicated than gender identity, the LC group appears to use Twitter to express their sexual desires, sexual emotions, sexual fantasies and sexual orientation through many creative ways as discussed. Particularly, the “*Both*” activity on Twitter is symbolised as a cultural form of playful subversion which mostly happen in lesbian relationships and other non-binary relations.

From this argument, a classical Marxist framework in terms of the ideological superstructure and economic base can be used to understand the LC participants’ expression of gender and sexuality. In classical Marx’s definition, the superstructure refers to the cultures, ideologies, norms and identities that people inhabit, while the base implies to the production forces, the materials and resources that generate the goods society needs (Marx, 1867). I suggest that the LC participants are challenging their parental norms and patriarchal norms, which can be referred to as a symbolic or ritual strategy that resists the ideological superstructure. Also, as supported by Birmingham Centre’s theory and Gramsci’s hegemony theory, they are simultaneously challenging their bodies and actual actions through forms of sexual expression, which may take place physically.

To explain this, based on what the LC participants revealed in the interview, the focus group, and posts on Twitter, it is likely that they are not just negotiating their gender identities through forms of symbols and rituals such as dress code, hairstyle, acting, props and music, but they are also negotiating them one step further—that is sexuality through forms of sexual action and expression. The distinction of meaning-making between symbols (or rituals) and physical practice (or body action) must be explained. For example, their gender identities

have been displayed through rituals such as the subculture of the “Both” role play, hashtag activity and cosplay performance in the online environment, but they carry these sexual matters over into the offline world through their actual bodies, actions and identities.

To sum up, I argue that the negotiation of both gender and sexuality on social media by the LC participants is a cultural form of playful subversion to the patriarchal values, norms and ideologies in the superstructure of Thai society, manifested through their symbols and rituals. At the same time, they also challenge these norms and ideologies through their real bodies, actions, and biological identities which may also in turn challenge their Monday morning feeling in the economic base in Thai society. Remember that, youth subcultures (rituals) are interpreted as a response (symbolic resistance) primarily to class oppression (Hall and Jefferson, 1993). In other words, even though the dominant classes possess the power to enact the rules and mobilise “common sense” through the ideology of daily routine in people practices as argued by Gramsci (1971), these rules and common sense can be resisted by subclasses and youth subcultures. This theoretical position is in line with what I argue for the LC participants’ resistance to gender normativity in Thai cultural hegemony even if they are subordinate to the bourgeoisie and the parental class.

However, the findings in this thesis suggest that the ambiguity of the girls’ objectification is always my concern. I note that to understand their everyday life concerning gender and sexual negotiation within class differentiation, we need to conceptualise this through a more nuanced lens that allows room for ambiguity. It seems to me that McRobbie’s theoretical position does take into account the ambiguity

for girls' practices in the matter of gender online. A more complex and nuanced lens is thus needed to understand girls' represented identity, agency and playful subversion in contemporary feminism. In my opinion, living in many contested definitions of postmodern aesthetics, we have seen opportunities for playful subversion in individuals' everyday life practices, especially in youth culture. While subversion aims at a clear break with power in society, playfulness seeks to transform this radical oppression into a space for individual freedom. We can see that it is not a fixed relationship between class and gender negotiation. The LC participants seem to use social media as the safe spaces to subvert gender normativity with playfulness, even though they are subordinate to the bourgeoisie class and ruling members of society.

### **Pleasure, Empowerment and the Negotiation of Identity**

The evidence derived from this study suggests that the MC participants are the social group making up the highest diversity of gender performance on social media. They are active users who confront their struggles for sexual autonomy online. Social media is used to not only allow them to perform their diverse and/or alternative gender identities but is also used to resist gender normativity in Thai dominant culture. One of the explicit pieces of evidence is the popularity of cosplay activity showing how they perform their non-normative identities online.

Cosplay originated from *manga* Japanese comics, cartoons and animation and has become popular in Asian girls, including young Thai women (Keenapan, 2001). They can switch their gender identities, for example from female to male, male to female, or others, according to their preferences through many alternative ways, such as through costume,

hairstyle, make-up, props, speech and characters. A previous study's finding shows that cosplay activity, especially in queer performers, can be considered as "pleasurable resistance" (Joel, 2011). The author argues that cosplay can be seen as a sense of agency in expressing pleasure since cosplayers can play with dressing, make-up and other props through the imitation of characters. While they are playing with these with pleasure and agency, they are resisting gender normativity in the dominant culture. It can then be inferred that the MC participants engage with cosplay activity in the form of pleasurable resistance. They adopt cosplay costumes, manners, speeches and characteristics to represent their dynamic and diverse gender identities, which are unconventional practices in Thai dominant culture.

To support this argument, there is a detailed picture collected from the data showing how they represent their identities through multimodal texts of cosplay activity posted on social media. Through the cosplay displayed online, Natty represents herself as the "actor" who performs an action (kissing) in the picture, while the other girl to the right seems to be the "goal", who is the receiver of the action—according to the multimodal metafunctions framework (Kress and van Leeuwen, 2006). Especially, other modes of communication such as her eye contact with the viewers and her confidence with a smile on her face support the idea that she demands agreement from the audiences: she wants her audiences to believe and agree with her intimate relationship. Thus, these communicative modes, such as facial expression, gaze, eye contact and left-right placement in Natty's picture can help to understand the meaning of resistance against gender normativity in Thai culture. Moreover, speech is one of the crucial

resources to produce *intensity* in multimodal communication (Jewitt et al., 2016), as reflected in the excerpt from Natty's interview that:

Gender is an individual's own judgment; we thus need to have the freedom to decide our gender because this is 2020!"  
***[intensive expression by raising the volume suggesting strength and confidence].***

Natty seemed to emphasise her main point by raising her speaking volume to show the confidence she had. Thus, the spoken utterance infers that she tried to challenge the state's ideology in terms of gender norms and the stigma to talking about gender in Thai culture.

Importantly, institutions' discourses are recognised as "experts" in producing "truth" in society according to Foucault's concept of power and knowledge (Foucault, 1990: 308). It is argued that "discourses produce knowledge and knowledge is always a weapon of power, thus, power and knowledge are joined together to produce reality in society: it produces the 'truths' that people live" (Foucault, 1990: 318). This framework helps to understand that social constructions regarding gender norms and discourses in Thai society are internalised by the group of institutions in that society. Importantly, individuals' dynamic and unique subjectivities become more focused than forces of external discourse and power in society due to a shift in Foucault's consideration. Thus, individuals are increasingly able to negotiate lifestyle choices within diverse discourses and their own created discourses. This is in line with the cases of the MC participants, especially in the case of Natty, who performed diversity in gender through her own actions online and spoken discourses in the interview setting.

Even though the state's ideologies in gender values are constructed

by the bourgeoisie, who is the ruling capitalist class and controls the state in Thai society, I maintain that it is the parents, not the youth class, who conform to this social type. Hall and Jefferson (1993) from Birmingham's CCCS argue that "youth" is a kind of class fragment, resisting the conventions of their parental group. This can strengthen the argument that the MC participants are another class separated from their parents and they subvert their parents' norms and culture, even though their parents are the bourgeoisie owning the power to enact the norms in the Thai ruling class. Crucially, through the use of social media, they have more choices to perform their alternative images of self and gender identity and, at the same time, to resist common sense in female values as well as gender normativity in Thai culture.

To sum up, I argue that the MC participants use social media as a form of pleasurable resistance to gender normativity in the Thai state's ideology. Even there is massive tension between different forces such as being subordinate to the elite class and to their parental class, they can balance this tension by creating pleasurable things online to negotiate their gender identity. Thus, the creative resistance on social media can be considered as pleasurable tension which potentially features characteristics of subversiveness, ambiguity and pleasure. As discussed in the literature review, Boonmongkon et al. (2013) propose that social media can be seen as novel social spaces offering opportunities for young women as active users to deal with their struggles for sexual autonomy. They view autonomy in young women as "active agents", implying that girls can express love, responsibility, intimacy and sexual desire on social media with more freedom (Boonmongkon et al., 2013).

This finding is in line with that of another Thai scholar, who argue that young women exert a level of agency in negotiating the performance of gender identities online (Fongkeaw and Fongkeaw, 2016). In short, my study confirms these previous findings as well as advance the concept of class implications. I argue that the MC participants are the social group who achieve a certain level of sexual autonomy and diversity through their uses of social media when compared to the other social groups. Importantly, the emergence of the new urban middle class in Thailand leads to the overlap and shared common practices between the lower and the middle classes. This newly ascending Thai middle class seems to gain more cultural and intellectual hegemony and political power more than they did in the past. To sum up, although the new middle class appears to possess more power to set norms and rules in Thai society, at the same time, they are defined as the bourgeoisie who owns the means of production and manages a distribution of economic opportunities and resources in Marx's framework; the youth, on the other hand, is seen as another class fragment resisting the parental class and norms as argued by Hall and Jefferson (1993).

### **The Social Uses of the Online “Masquerade”**

While the LC and MC participants seem to use social media as a site for resistance against dominant structures, the UC participants appear to demonstrate a different pattern of usage. According to Gullette (2014), the Thai upper class are those who work with symbols as exemplars of high status: high professional occupations, high educational attainment, high income, and living in urban life. Vorng (2012) notes that they can be called “*hi-so*”, or high-cultural standing, which draws from Western

concepts of “high-society”. Also, the social status of the UC group covers occupational prestige, lifestyle, education, family names, home location, privileges of attending private tutoring schools and/or universities, having exclusive condos, going to elite shopping malls, and having office buildings (Jackson, 2004).

Based on this information, as the UC participants are considered as the privileged group in Thai society, they seem to comply with values, norms, manners and practices in accordance with their social group and their parents, when they engage in online activities and social interaction on social media. I observe that the UC participants adopt such a social position and capital from their parents, and still accumulate these through the status they display on social media rather than the display of gender-related matters. Especially, they considerably show off their social and cultural capital in terms of educational and social prestige in online sites. It should be reminded that social prestige is the relation to one's authority, respect and influence in society and individuals want to gain this kind of prestige to accumulate their social and cultural capital. Importantly, families pass cultural capital to their children and such cultural capital is a way of distributing power in society, as Bourdieu argued (1970). Thus, cultural capital plays the role of positioning individuals in terms of cultural tastes, manners and practices in any field (Bourdieu,1970). It can therefore be understood that the UC participants' negotiation of their social prestige through social media is a function of accumulating and/or maintaining their power in society. This accords with both Marx and Bourdieu's frameworks asserting that the more capital you have, the more powerful you are. In short, I propose that social prestige and cultural capital are the key



social values that the UC participants desire to keep and negotiate in the reinforcement of their status, authority, respect, and influence, not only in the offline setting but also in the online setting.

The UC participants use social media to negotiate their social prestige and cultural capital in the attempt to remain dutiful and obedient to their parents and to be academically successful students. This kind of negotiation is considered as the strategic management of social media privacy; at the same time, as they display and mobilise a certain level of literacy in new media practices. Facebook is the platform frequently used by the UC participants. They are the only group that keep socialising with their family, parents, relatives and school teachers on their Facebook account. This emphasizes the idea of the new role of social media as a medium of the social acts of individuals—especially the social relationship constituted by their interpersonal, emotional and moral qualities (Madianou and Miller, 2012). Furthermore, the UC participants seem to post their everyday life's matters on Facebook profiles related to the dominant family values: to be a dutiful daughter and to be an academically successful student—as we can see from the evidence of wearing a school uniform and post about their academic success and pictures with their parents and families. As obedient uniformed school students, the UC participants showed markers of conventional binary identities at work. For instance, wearing a blue skirt represents a female identity while wearing blue shorts reinforces a male identity. Additionally, other accessories can also stress a conventional female identity, such as a blue or white bow tie, which represents a girlish or sweet identity. In short, these clothing and accessories in school uniforms are suggested as the dominant costumes which reinforce heteronormativity

and gender normativity, particularly the gender binary and normative femininity which effaced markers of fluid sexual identities. Moreover, based on the interview data, they mostly echo their parent's discourses and obediently follow what their parents said, for example:

I think that when we grow up as adults, social media posts can affect us in some ways, especially in the situation of job applications when we are first jobbers. My father told me that many companies nowadays monitor what you post online: they scan for posts that contain any negative points of view on any matters that might impact society or not. So, it is difficult to speak about social and political issues are difficult in the public space (and social media are largely a public space to me) since we don't know who will dramatically agree or disagree with this.—said Mew.

This spoken evidence supports the notion that the UC participants were concerned about their social images and benefits of work opportunities in the future, as negative comments might destroy their social prestige and cultural capital. Crucially, it seemed that they were more likely involved with excessive anxiety than just a typical concern over their privacy and surveillance from parents. Thus, I suggest that the UC participants use social media as an exhibition of their social prestige by manipulating their knowledge of privacy management and new media literacy skills.

In terms of privacy management, Twitter was also another platform used by the UC participants, who controlled their privacy by using anonymous identities. This was in contrast with the LC participants, who used Twitter for political engagement and for speaking

socially risky and dangerous issues. In addition to the notion that the UC participants manipulate social media to accumulate their social prestige and educational capital, they have little critique or involvement in gender politics and civic affairs on social media because it is harmful to or can diminish their prestige and advantages. This shows a lack of critical, social and cultural skills in the framework of new media literacy.

As reviewed, critical, cultural, creative and playful skills are important features of new media literacy in the twenty-first century (Jenkins, 2009; Burn and Durran, 2007; Cannon et al., 2018). Jenkins (2009) asserts that new media literacy should be seen as social skills, as ways of interacting within a larger community. Similarly, Burn and Durran (2007) also suggest that new literacy implies cultural competence: it is about new kinds of cultural communicative practices. According to my analysis, both the LC and the MC participants are literate to produce creative media texts, such as hashtag texts, visually cosplay images, and the 'Both' role-play activity online. On the other hand, the UC participants seem to lack this set of new literacy skills, since they have a limited level of productivity in digital making practices and the creativity to perform playful identities in the lived experience of digital culture. Interestingly, the UC participants seem competent and literate in terms of networking skills in participatory culture, since there is a concrete example showing that they show strong allegiance to the fan community in which they seriously engage. They collaborate with the global fan members of BTS to protect their artists on Twitter. For example, Jinny tweeted that "please retweet this if you think that BTS was accused of Fake news by other bands' fan groups. Now many journalists have shared this fake news which has spread a

misunderstanding about BTS”. On the flip side, they appear less literate than the other groups in terms of critical, creative and playful skills which are the social skills and cultural competencies in new media literacy as I discussed above. Therefore, by placing the three groups of participants in comparison, the participants with underprivileged classes (the LC and the MC) have emerged as the groups with a serious and active engagement in politics and civic affairs—which these can show new media literacies in terms of critique, cultural and creative skills to fight for their autonomy and rights. In contrast, the participants in the privileged class (the UC) are likely to lack of critiques to society since they adopt the position and acquire advantages, and resources from their parents.

In my operational model of Thai social class, I conclude that the UC group seems to partly resemble Marx’s bourgeoisie, and partly the aristocratic class. The youth (the UC participants) seem to accept the privileges of their parental group, rather than resist them. However, it is an unexpected finding that the UC participants use social media to comply with their parents’ norms and class, contradicting the practices of the other two groups of participants. As argued that the youth is another class segment that differs from the parental class, a reasonable assumption is that the UC participants could present their covert resistance through their symbols and rituals via their private accounts online. This kind of hidden resistance through subculture online can be found behind a metaphor of a masquerade ball where they wear masquerade masks to attend a posh event that is held with specific cultural preferences and identities. Even though all classes of participants masquerade to some extent in terms of online performance and fluid

digital representations of self, for the UC in particular, the metaphor is feasibly of more relevance, as there is a sense of the instrumental show of opulence—which is a specific characteristic of the carnival aesthetics. We perceive that masquerade masks are worn delicately by the prosperous class at balls which are held for members of the upper classes for entertainment and celebrations. Thus, my point of view is that the masquerade masks symbolise the strategy to hide one's identity. Meanwhile, they can use different colours to express their freedom of speech and voice their emotions and opinions without being subject to judgement. Social media is thus a place allowing everyone to hide their identity while affording them the freedom of self-presentation, like in the case of the UC participants who may show their conformity as well as covert resistance to their class.

## Discussion

According to the research question, **how social media is used in negotiating gender identity by young Thai women from different class backgrounds**, I first suggest that social media plays a significant role in offering an alternative space for both resisting the dominant culture and accumulating cultural capital and social prestige by young Thai women. The evidence obtained from this study confirms a previous finding that the power of the audience is significant in terms of determining what is socially acceptable to post (boyd, 2010). Marwick and boyd (2011) suggest that social media can be understood as channels contributing to a sense of “context collapse”. This creates the difficulty for users to manage their self-presentation on profiles due to the diverse audiences collapsed in one site that assembles parents, teachers,

colleagues and friends. However, due to its networking functionality and its technological affordance, each social media platform allows different styles of privacy management for users to deal with multiple audiences as well as with the matter of social interaction on manageable profiles. As consistently argued, the role of social media is to provide opportunities for the participants to both resist the prevailing culture and to accumulate capital and social prestige. I found that each class of them had their strategies of either resisting the dominant culture or conforming to the values or cultural norms of their social group. Not only have I confirmed the findings from previous studies, but I have also aimed to advance the field from the perspective of social class implications related to gender performance online in youth culture. I argue that class and gender are not separate structures, but affect each other. According to intersectionality framework, women's oppression in society is intersecting with many layers of different forms of oppression, such as race, gender, class, nationality, citizenship, religion and body type (Crenshaw, 1989). In other words, intersectionality is used to denote how race, class, gender and other systems combine to shape the experiences of many by making room for the privilege. This can be linked with the three classes of participants in this study.

Firstly, since the LC group of participants is defined as corresponding to Marx's proletariat, their class relates to how they resist Thai dominant discourses due to the many layers of different forms of oppression, such as their low economic status, their limited skills, and their developing living areas. Importantly, as Hall and Jefferson argue that youth are subordinate to their parental group, it seems that the LC participants are doubly subordinate: they are not only subordinate to the

bourgeois class in Thai society, but they are also subordinate to their parental group. These double layers of subordination have an impact on how the LC participants feel and act with regard to the resistance of Thai dominant culture—as we can see in many cases from the LC participants' profiles. Similarly, even though the MC group seems to be more like Marx's bourgeoisie, it is the parents who comply with social values and discourses, not the youth themselves. The youth operates as a kind of another structure, with its own subordinate characteristics as Hall and Jefferson argue. The youth class is thus considered to be within the intersectionality argument, which is another significant factor in gender negotiation as well. Lastly, the UC group appears to partly resemble Marx's bourgeoisie, and partly the aristocratic class in Thai society. They seem to accept the privileges of their parental group, rather than resisting them due to the social identities and advantages they possess such as wealth, education, skill and residency in urban areas of Bangkok, the capital city. Although they might be deemed a separate group that differs from their parental group, their social class as the elite still confines them in various ways. Their education, their parents' work positions, and their occupational status intersect to influence how the UC participants feel obliged to comply with the educational capital and social prestige of their class.

To sum up, class and gender are related to each other; plus, the youth is a third structure that has its own subordinate characteristics—I hence advance the argument that intersectionality works across these three structures. However, as I discussed the nuanced and ambiguous practices of the youth's everyday gender negotiation, we are faced with a kind of unstable equilibrium that cannot be understood in a

clear-cut way. The intersectionality offers room for a dynamic and unstable gender performance. The youth seems to be doubly subordinate, especially the working-class youth, which is a form of disadvantage to them, but there is still room on social media to provide them with the opportunities to free themselves from the constraints imposed by their social class. Therefore, even there is compound oppression in one's class, there is still a place left for the operation to compensate for such oppression and to allow for dynamism and diversity. I thus argue that class, gender and the youth are not defined and bound by a fixed relationship between one another; it is rather about how each of them maintains the massive tension of their class and how they perform their subjectivity through their own discourses and subcultures online.

## Conclusion

My study contributes to the knowledge in the area of gender studies and youth cultural studies by providing new ways of understanding the nature and significance of novel social phenomena related to young people's everyday gender negotiations. In particular, the study fills in the gap by addressing social class differentials which have not been explored before in Thailand. Previous Thai scholars consider young Thai women to be constrained from performing their gender by mainstream discourses in Thai dominant culture even though social media offers more opportunities to break free of these (Boonmongkon et al., 2013). To fully understand this, I would argue that it depends on the complexity of class and cultural affiliations of a group of young women. Arguably, groups with privileged backgrounds realise their cultural resources and advantages of their class in a range of ways: gender, power and education.



By contrast, the non-dominant groups, or the disadvantaged classes, potentially challenge or oppose these due to the nature of class oppression. Remarkably, social media plays a significant role in providing alternative spaces for the participants who come from a range of backgrounds to create and display their self-determined identities. The social class of the participants is an underlying factor that determines how they conform, interact, resist, or deal with mainstream public discourses and dominant cultures in contemporary Thailand. Consequently, a conclusion can be drawn that girls' represented identities regarding gender in both the online and offline contexts, should be understood in a nuanced and ambiguous conceptualisation, taking into account not only class difference and cultural affiliation, but also the mutability of girl's subjectification and their own constructed discourses.

## Bibliography

### Books and Articles

- Angeles, L. and Sunanta, S. (2009), "Demanding Daughter Duty: Gender, Community, Village Transformation, and Transnational Marriages in Northeast Thailand", *Critical Asian Studies*, 41(4): 549-574.
- Baker, S. (2013), "Conceptualising the Use of Facebook in Ethnographic Research: As Tool, as Data and as Context", *Ethnography and Education*, 8(2): 131-145.
- Baym, N. (2010), *Personal Connections in the Digital Age*, Cambridge: Polity.
- Butler, J. (1990), *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Gender*, New York: Routledge.
- Broadbent, S. (2020), "Approaches to Personal Communication", in Horst, H. and Miller, D. (eds.), *Digital Anthropology*, London: Routledge.
- Burn, A. and Durran, J. (2007), *Media Literacy in Schools: Practice, Production and Progression*, London: Sage.
- Burn, A. and Parker, D. (2003), *Analysing Media Texts*, London: Bloomsbury.
- Bourdieu, P. (1984), *Distinction, A Social Critique of the Judgment of Taste*, London: Routledge.
- \_\_\_\_\_. (1990), "Structures, Habitus, Practices", *The Logic of Practice*, California: Stanford University Press.
- boyd, d. (2006), "Friends, Friendsters, and Myspace Top 8: Writing Community into Being on Social Network Sites", *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- \_\_\_\_\_. (2007), "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.
- \_\_\_\_\_. (2008), "How Can Qualitative Internet Researchers Define the Boundaries of Their Project? A Response to Christine Hine", in Markham, A. and Baym, N. (eds.), *2008 Internet Inquiry: Conversations about Method*, London: Sage.
- \_\_\_\_\_. (2010), "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications, in Papacharissi, Z. (ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, New York: Routledge.
- \_\_\_\_\_. (2014), *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, New Haven: Yale University Press.
- boyd, d and Ellison, N. (2007), "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1): 210-230.

- boyd, d. and Heer, J. (2006), "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster, in System Sciences, 2006. HICSS'06. Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on (Vol. 3, pp. 59c-59c). IEEE.
- Boonmongkon, P. et al. (2013). "'She Met Her (Boy) friend Online': Negotiating Gender Identity and Sexuality among Young Thai Women in Online Space", *Culture, Health & Sexuality*, 15(10): 1162-1174.
- Cannon, M. et al. (2018), "Dynamic, Playful and Productive Literacies", *Changing English*, 25(2): 180-197.
- Couldry, N. (2008), "Mediatization or Mediation: Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling", *New Media & Society*, 10(3): 373-391.
- de Certeau, M. (1984), *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press.
- \_\_\_\_\_. (2010), "Walking in the City", in Szeman, I. and Kaposy, T. (eds.), *Cultural Theory: An Anthology*, New Jersey: Wiley.
- Department of Health (2015), *Handbook for Integrated Sex Education and Life Skills*, Bangkok: Kaew Chao Jom.
- Doungphummes, N. and Sangsingkeo, N. (2022), "Toward the Complexity of Identity: 'Being and Not Being Lesbian' in Contemporary Thailand", *Journal of Homosexuality*, 69(3): 544-564.
- Dilley, P. (2004), "Interviews and the Philosophy of Qualitative Research", *Journal of Higher Education*, 75(1): 127.
- Foucault, M. (1990), *The History of Sexuality: An Introduction*, London: Vintage.
- \_\_\_\_\_. (1998), *The Will to Knowledge: The History of Sexuality Vol. I*, London: Penguin.
- Funatsu, T. and Kagoya, K. (2002), "Tai no chukanso" [Middle class in Thailand], *Asia chukanso no seisei to tokushitsu*, 201-34.
- \_\_\_\_\_. (2003), "The Middle Classes in Thailand: The Rise of the Urban Intellectual Elite and Their Social Consciousness", *The Developing Economies*, 41(2): 243-263.
- Gullette, G. (2014), "Rural-Urban Hierarchies, Status Boundaries, and Labour Mobilities in Thailand", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 40(8): 1254-1274.
- Goffman, E. (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, London: Penguin
- Hall, S. and Jefferson, T. (1993), *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain (Vol. 7)*, London: Psychology Press.
- \_\_\_\_\_. (2006), "Introduction: Once More Around", *Resistance through Rituals, Youth Subcultures in Post-War England, Second Edition*, London/New York: Routledge.

- Horst, H. et al. (2010), "Media Ecologies", in Ito, M. et al. (eds.), *Hanging Out, Messing Around and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, Cambridge: MIT Press.
- Ito, M. et al. (2010), *Hanging Out, Messing Around and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, Cambridge: MIT Press.
- Ivanoff, S. and Hultberg, J. (2006), "Understanding the Multiple Realities of Everyday Life: Basic Assumptions in Focus-Group Methodology", *Scandinavian Journal of Occupational Therapy*, 13(2): 125-132.
- Jackson, P. (2004), "The Thai Regime of Images", *Sojourn*, 19(2): 181-218.
- \_\_\_\_\_. (2011), *Queer Bangkok: 21st Century Markets, Mia, and Rights (Vol. 1)*, Hong Kong: Hong Kong University Press.
- \_\_\_\_\_. (2016), *First Queer Voices from Thailand: Uncle Go's Advice Columns for Gays, Lesbians and Kathoey's (Vol. 16)*, Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Jackson, P. and Duangwiset, N. (2013), *Cultural Pluralism and Sex/Gender Diversity in Thailand*, Bangkok: Sirindhorn Anthropology Centre.
- Jenkins, H. (1992), *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge.
- \_\_\_\_\_. (2007), "The Future of Fandom", in Gray, J. et al. (eds.), *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York: New York University Press.
- Jenkins, H. and Ito, M. (2015), *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Jewitt, C. and Oyama, R. (2004), "Visual Meaning: A Social Semiotic Approach", in *The Handbook of Visual Analysis*, London: Sage.
- Joel, G.N. (2011), "Queer Simulation: The Practice, Performance and Pleasure of Cosplay", *Continuum*, 25(4): 583-593.
- Johnson, R. (2007), "The Co-Construction of Roles and Patterns of Interaction in Family Discourse", *Studies in Applied Linguistics and TESOL*, 7(2).
- Kress, G. and Van Leeuwen, T. (1996), *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London: Psychology Press.
- \_\_\_\_\_. (2020), *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London: Routledge.
- Klausner, W. (2000), *Reflections: One Year in an Isaan Village Circa 1955*, Bangkok: Siam Reflections.
- Livingstone, S. (2009), "On the Mediation of Everything", *Journal of Communication*, 59(1): 1-18.

- Marwick, A. and boyd, D. (2011), "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience", *New Media & Society*, 13(1): 114-133.
- Madianou, M. and Miller, D. (2013), "Polymedia: Towards a New Theory of Digital Media in Interpersonal Communication", *International Journal of Cultural Studies*, 16(2): 169-187.
- McRobbie, A. (2009), *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*, London: Sage.
- Mead, M. (1949), *Male and Female: A Study of the Sexes in a Changing World*, New York: William Morrow.
- Parker, R. (2009), "Sexuality, Culture and Society: Shifting Paradigms in Sexuality Research", *Culture, Health & Sexuality*, 11(3): 251-266.
- Snyder, R. (2008) "What Is Third-Wave Feminism? A New Direction Essay", *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 34(1): 175-196.
- Songsamphan, C. (2008), *History of Sexuality: Sexuality in Thai History*, Bangkok: Women's Health Advocacy Foundation.
- Suriyasarn, B. (2014), *Gender Identity and Sexual Orientation in Thailand*, Bangkok: ILO.
- Thongsawang, S. et al. (2020), "Inequality, Sociocultures and Habitus in Thailand", *SOJOURN: Journal of Social Issues in Southeast Asia*, 35(3): 493-524.
- Thaweesit, S. (2004), "The Fluidity of Thai Women's Gendered and Sexual Subjectivities", *Culture, Health & Sexuality*, 6(3): 205-219.
- UNDP & USAID (2014), *Being LGBT in Asia: Thailand Country Report*, Bangkok: Author.
- Xu, X. et al. (2011), "Understanding Gender and Domestic Violence from a Sample of Married Women in Urban Thailand", *Journal of Family Issues*, 32(6): 791-819.

#### Online Publications

- Jackson, P. and Duangwises, N. (2016), "Review of Studies of Gender and Sexual Diversity in Thailand in Thai and International Academic Publications", retrieved from file:///C:/Users/Administrator/Downloads/IA0349%20.pdf
- The Guardian (20 March 2012), "Thailand Struggles to Teach the Basics of Sex Education to Students", retrieved 24 September 2020 from <https://www.theguardian.com/world/2012/mar/20/thailand-struggles-teach-sex-education>
- The Nation Thailand (7 January 2014), "We Need to Rethink Sex Education", retrieved 16 February 2021 from <https://www.nationthailand.com/opinion/30223732>

# อาชญากรเด็ก: จากบทบาทในซีรีส์สู่ การสะท้อนความจริงในสังคม

คันธิดา ฉายาวงศ์<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาในซีรีส์หญิงเหล็กศาลเยาวชน (*Juvenile Justice*) (2022) และ เด็กใหม่ ซีซั่น 2 (*Girl from Nowhere Season 2*) (2021) จากการเปรียบเทียบกับสถานการณ์ในสังคม โดยศึกษาในรูปแบบวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบกรณีศึกษา (case study research method) พบว่า ในซีรีส์ปรากฏภาพอาชญากรเด็ก สะท้อนมุมมองของผู้ผลิตและสังคมที่ตรงข้ามต่อการมองเด็กในลักษณะของความบริสุทธิ์เปรียบเสมือนผ้าขาว ซึ่งเป็นขอบเขตในด้านบวกโดยตัวละครเอกของเรื่องเป็นผู้หญิงที่มีอำนาจในการตัดสินและลงโทษอาชญากรเด็ก ไม่ได้นำเสนอภาพผู้หญิงอ่อนหวาน เรียบร้อย แต่เป็นผู้หญิงที่ลุกขึ้นมาต่อสู้กับความอยุติธรรมในสังคม แต่มีจุดที่แตกต่างกันคือ ที่มาของอำนาจ โดยในซีรีส์เรื่อง *Juvenile Justice* (2022) ตัวละครเอกของเรื่องคือ ผู้พิพากษาหญิงที่ชื่อว่า ชิมอินชอก ได้ใช้อำนาจทางกฎหมายซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายทางสังคม ขณะที่ซีรีส์เรื่อง *เด็กใหม่* นั้น ตัวละครเอกของเรื่องคือ แนนโน๊ะ ใช้อำนาจทางพลังเหนือธรรมชาติมากกว่าการแก้ไขปัญหาด้วยกฎหมายและกฎหมายในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของคนไทยที่เชื่อเรื่อง กฎแห่งกรรม

ขณะที่ตัวละครเด็กส่วนใหญ่ในซีรีส์จะมีพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่ ตัวละครเด็กชายจะใช้กำลังความแข็งแรงของร่างกาย ตัวละครเด็กหญิงจะมีความอ่อนแอมากกว่า ถูกรังแก และนำไปสู่การลุกขึ้นมาต่อสู้ ซึ่งตอกย้ำมุมมอง

\* วันที่รับบทความ 13 ตุลาคม 2565; วันที่แก้ไขบทความ 15 มิถุนายน 2566; วันที่ตอบรับบทความ 22 มิถุนายน 2566

<sup>1</sup> อาจารย์ ดร. กลุ่มวิชาการบริหารการสื่อสาร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ของผู้ผลิตในการนำเสนอตัวละครเด็กที่มีลักษณะแสดงออกเป็นผู้ใหญ่ และมีความสามารถเกินวัย นำไปสู่การตั้งคำถามถึงการยกเว้นการลงโทษหรือการลดโทษอาชญากรรมเด็ก ซึ่งประเทศไทยและประเทศเกาหลีใต้ได้มีกฎหมายที่วางหลักสอดคล้องกันตามหลักสากลและอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ในขณะที่ปัญหาการก่ออาชญากรรมของเด็กทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่องขึ้นในสังคมโลก

**คำสำคัญ:** อาชญากรรมเด็ก เด็ก ซีรีส์ สื่อกับเด็ก

# Child Criminals: From the Role of the Series to the Reflection of the Truth in Society

Kantira Chayawong<sup>2</sup>

## Abstract

The purpose of this article is to present the roles of child crime characters in the series by comparing the content presentations of *Juvenile Justice* (2022) and *Girl from Nowhere Season 2* (2021), with the situation in society that this article is qualitative research and case study research method. The series depicts child criminals, reflecting the perspective of producers and society as opposed to seeing children as pure as white cloth, which is a positive scope. The protagonists are women who have the power to judge and punish child crimes, portraying not sweet and neat women but they are women who rise up against social injustice. However, there is a difference in the origin of the power. In *Juvenile Justice* (2022), the protagonist is a female judge named Shim Eun Seok, who has exercised legal powers in accordance with social rules, while in the *Girl from Nowhere* series, the protagonist, Nanno, uses supernatural powers that are consistent with the beliefs and attitudes of Thai people, who believe that the law of karma will punish evil people rather than solving problems with laws and rules in society.

Most of the children's characters in the series are imitating adults. The boy characters will use their physical strength. The girl

<sup>2</sup> Lecturer in the Department of Communication Administration, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University



characters are more vulnerable and are often bullied, which leads to the rise of fighting, that reinforces the producer's view of portraying child characters with mature and over-talented traits, leading to the question of whether punishments should be waived or reduced for child crimes. Thailand and South Korea have adopted consistent laws based on international principles and the Convention on the Rights of the Child, while the problem of child crimes continues to escalate in global society.

**Keywords:** child criminals, children, series, media and children.

## ที่มาและความสำคัญ

จากพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญา (ฉบับที่ 29) พ.ศ. 2565 ประกาศใช้ในวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ได้มีการกำหนดเกณฑ์อายุเด็ก ซึ่งไม่ต้องรับโทษแม้ได้กระทำการอันกฎหมายบัญญัติเป็นความผิดจากเดิมอายุไม่เกินสิบปีเป็นอายุไม่เกินสิบสองปี (พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญา ฉบับที่ 29, 2565) ขณะที่มีการรายงานข่าวเหตุการณ์คดีตั้งที่เด็กและเยาวชนกระทำความผิดร้ายแรงในสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สังคมโลกกำลังเผชิญกับการตั้งคำถามถึงการกำหนดเกณฑ์อายุของเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดทางอาญาแล้ว ไม่ต้องรับโทษ หรือได้รับลดโทษว่า มีความเหมาะสมหรือไม่กับความเสียหายที่เกิดขึ้น

สำหรับแนวทางและเหตุผลในการปรับกฎหมายนี้ มาจากข้อมูลทางการแพทย์ที่พบว่า เด็กอายุสิบสองปีกับเด็กอายุสิบปีไม่มีความแตกต่างกันมากนัก โดยเป็นช่วงอายุที่พัฒนาการด้านความคิด สติ ปัญญา จริยธรรม และความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ยังไม่เจริญเติบโตเต็มที่ และยังไม่สามารถคาดการณ์ถึงผลที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของตนได้อย่างดีพอ อีกทั้งเด็กอายุไม่เกินสิบสองปียังคงอยู่ในวัยการศึกษาระดับประถมศึกษา จึงยังไม่สมควรให้เข้าสู่กระบวนการดำเนินคดีอาญา ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการที่มีผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของบุคคล และอาจทำให้เด็กเรียนรู้วิธีการกระทำความผิดเพิ่มขึ้น จนนำไปสู่การกระทำความผิดซ้ำอีก ดังนั้นจึงมองว่า สมควรใช้มาตรการตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองเด็กเพื่อให้การสงเคราะห์และคุ้มครองสิทธิและสวัสดิภาพของเด็กอายุสิบปีแต่ไม่เกินสิบสองปีได้รับผลดียิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของเด็กเป็นสำคัญ เพื่อให้เด็กกลับตัวเป็นคนดีและเป็นประชากรที่มีคุณภาพ กลับคืนสู่สังคมได้ต่อไป ประกอบกับเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับข้อเสนอแนะทั่วไป ฉบับที่ 10 (ค.ศ. 2007) (General Comment No. 10 [2007] Children's rights in juvenile justice) ที่ออกตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Convention on the Rights of the Child-CRC) และประเทศไทยได้ตอบรับและให้คำมั่นโดยสมัครใจที่จะปฏิบัติตามภายใต้กลไก Universal Periodic Review (UPR) รอบที่ 2

(พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2563) อีกด้วย (พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญา ฉบับที่ 29, 2565) ส่งผลให้เด็กที่อายุไม่เกินสิบสองปีไม่ต้องรับการพิจารณาพิพากษาในศาล และไม่ต้องนำตัวเข้ามาสู่กระบวนการยุติธรรมทางอาญาสำหรับเด็กและเยาวชน แต่จะต้องส่งตัวไปรับการคุ้มครองสวัสดิภาพตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 (กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน, 2564)

เนื่องจากตามเจตนารมณ์กฎหมายที่กำหนดบทลงโทษเพื่อให้เกิดความตระหนัก ช่วยป้องกันไม่มีการกระทำผิดซ้ำในความผิดทางอาญา ในขณะที่สัดส่วนการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดมีจำนวนมาก เพราะเป็นวัยที่ยากรู้ ยากลอง และมีอารมณ์ร้อนตามหลักพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน นอกจากนี้ จากสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก เนื่องจากมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่โดยมีอิสระเสรีในการใช้ชีวิตมากขึ้น มีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายขึ้น มีการหารายได้พิเศษ ขณะที่ครอบครัวมีการหย่าร้างและปัญหาครอบครัว เนื่องจากสังคมเป็นแบบทุนนิยม ส่งผลให้เด็กและเยาวชนมีระยะห่างจากครอบครัวและผู้ปกครอง รวมทั้งเมื่อเด็กและเยาวชนสามารถหารายได้เอง ทำให้ลดการพึ่งพิงจากผู้ปกครองมากขึ้น ทำให้อำนาจในการอบรมสั่งสอนเลี้ยงดูน้อยลง จนบางครั้งผู้ปกครองไม่มีเวลา หรือไม่สามารถอบรมเลี้ยงดูเด็กและเยาวชนได้อย่างเต็มที่ ทำให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมเลียนแบบเพื่อนหรือเลียนแบบบุคคลในข่าว ในละคร หรือภาพยนตร์ โดยไม่ได้ตระหนักถึงความเหมาะสม ความถูกต้องตามกฎหมายเกณฑ์ทางศีลธรรมหรือทางกฎหมาย และมีสาเหตุมาจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของเด็กและเยาวชน เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2565 ในงานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ที่จังหวัดภูเก็ต มีเด็กอายุ 9 ปี ใช้อาวุธปืนยิงเด็กอายุ 7 ปี จนเสียชีวิตบนบ้าน เนื่องจากผู้ปกครองปล่อยให้เด็กๆ เล่นกันเอง และเด็กคิดว่าปืนเป็นของเล่น จากผลของกฎหมายจึงทำให้เด็กผู้กระทำผิดไม่ต้องรับโทษตามกฎหมายอาญา (เดลินิวส์ออนไลน์, 2565ข)

ทั้งนี้ มีการรายงานข่าวการกระทำความผิดของเด็กและเยาวชน หลายคดี กลายเป็นคดีดังที่สาธารณชนจับตามอง แต่กลับไม่ถูกลงโทษทางกฎหมายมีปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศไทย ในปี 2553 มีข่าวคดี “แพรวา 9 ศพ” จากเหตุการณ์อุบัติเหตุรถเก๋งซีวิค พุ่งชนรถตู้โดยสาร เส้นทางระหว่างมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต กับสถานีหมอชิต (สาย ต.118) ซึ่งมีผู้โดยสาร 14 คน บนทางยกระดับอุตราภิมุข (ทางด่วนโทลล์เวย์) ในคืนวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2553 จนมีผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์นั้นถึง 9 ศพ และบาดเจ็บ 5 คน (ผู้จัดการออนไลน์, 2562) ต่อมาในปี 2565 มีข่าวดังที่สร้าง #hashtag ในทวิตเตอร์ #เด็ก18ฆ่าเด็ก13 ซึ่งติดเทรนด์ทวิตเตอร์อันดับ 1 ของประเทศไทยขณะนั้น จากกรณีเกิดเยาวชนอายุ 18 ปี ทำร้ายร่างกายเด็กอายุ 13 ปี โดยใช้สายไฟข้างในเป็นสแตนเลส ยาว 1 เมตร ตีไปที่ศีรษะ 6 ครั้ง และตีบนานอก ปีบคอ จนมีอาการอ่อนแรง สลบ และเสียชีวิตหลังจากพักรักษาตัวในโรงพยาบาลได้ 4 วัน จากอาการเลือดคั่งในสมอง (Kanyapak\_w, 2565) ทั้งนี้เยาวชนผู้กระทำความผิดได้มีการโพสต์ใน Facebook ข้อความต่างๆ เช่น “ขอไปลอยกระทงกับน้องๆ ก่อน เดี่ยวค่อยว่ากันใหม่ในศาล บ้านผมรวยไม่ต้องห่วง” (ข่าวสดออนไลน์, 2565) ทั้งนี้หลังจากได้รับการประกันตัว ชายอายุ 18 ปี มีภาพปรากฏในโซเชียลในลักษณะเยาะเย้ย ไม่เกรงกลัวกฎหมาย อีกครั้งยังมีการข่มขู่อาฆาตญาติผู้เสียชีวิต ก่อนมีคลิปเสียงหลุดที่เยาวชนผู้กระทำผิดนั้นที่เผยแพร่ในโลกออนไลน์พูดว่า “ไม่หนี ไม่ผิด มีตังค์สู้คดี บ้านรวย พ่อช่วยตลอด แค่ทำร้ายร่างกาย ตัวเองขายยา ขายปืน ใช้เงิน 20,000 บาท ก็ประกันตัวออกมาได้ ตำรวจเอาผิดข้อหาอื่นไม่ได้ ได้แค่ข้อหาทำร้ายร่างกาย แล้วจะชวยงานศพของน้องที่เสียชีวิตอย่างมากแค่ 2,000 บาท เป็นเด็กฉลาด ดูแลตัวเองได้ ไม่ต้องสอน!!!” (เวิร์คพอยท์ทูเดย์, 2565) ทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ตามมาเป็นจำนวนมาก และเป็นการตั้งคำถามในเรื่องประเด็นการกำหนดอายุในการไม่ต้องรับโทษหรือการลดโทษของเด็กและเยาวชนที่กระทำผิดทางอาญา

ขณะที่ในประเทศจีน ก็มีการรายงานข่าวการกระทำความผิดของเด็กและเยาวชนที่นำไปสู่การตั้งคำถามถึงมาตรการดำเนินคดีกับเด็กและเยาวชน เช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น ในปี 2562 ข่าวเด็กอายุ 13 ปี ฆาตกรรมเด็กหญิงรุ่นน้องอายุ 10 ปี ระหว่างทางที่เธอกำลังจะกลับบ้าน เนื่องจากเด็กชายยังเป็นเพียงเยาวชน และยังไม่สามารถดำเนินคดีตามกฎหมายทั่วไปได้ ทำให้ต้องถูกควบคุมอยู่ในความดูแลของกรมสังคมสงเคราะห์และสถานพินิจ ในขณะเดียวกัน ครอบครัวของเด็กชายผู้นั้นยังไม่ได้แสดงตัวออกมารับผิดชอบต่อการทำของลูกชายของพวกเขา ทำให้ญาติของเด็กหญิงผู้เสียชีวิตเริ่มแสดงความไม่พอใจ เนื่องจากเกรงว่าเด็กผู้เสียชีวิตอาจจะต้องถูกฆ่าตายฟรี เนื่องจากกฎหมายเอาผิดกับเด็กและเยาวชนยังไม่ได้ (Sanook, 2562)

เช่นเดียวกันกับในสหรัฐอเมริกา ในปี 2004 มีคดีตั้งที่เด็กหญิงวัย 16 ปี ได้ฆ่าชายรายหนึ่งโดยเธอยืนยันว่า เป็นการป้องกันตัว เนื่องจากถูกบังคับให้ขายตัว ขณะที่กำลังหนีออกจากบ้านที่ถูกใช้ความรุนแรง ซึ่งศาลสหรัฐอเมริกา ได้มีคำพิพากษาสั่งจำคุกตลอดชีวิตด้วยมาตรฐานเดียวกับผู้ใหญ่และในระหว่าง 15 ปี ที่ถูกคุมขัง คดีนี้ได้รับความสนใจอย่างมากจากสังคมสหรัฐอเมริกา จนทำให้ผู้คนออกมาเรียกร้องให้ปล่อยตัวผู้ต้องหารายนี้ แต่ในปัจจุบัน เธอได้รับการปล่อยตัวแล้ว (The Matter, 2565) และจากสถิติคดีจากข้อมูลของสำนักงานยุติธรรมเด็กและเยาวชนและการป้องกันการกระทำผิด (OJJDP) ของสหรัฐอเมริกา พบว่า เยาวชนในอเมริกามีแนวโน้มที่จะถูกจับในข้อหาทำอาชญากรรมมากกว่าผู้ใหญ่ที่ก่ออาชญากรรมร้ายแรง อาชญากรรมเด็กและเยาวชนที่พบบ่อยที่สุดครึ่งหนึ่งในนั้นคือ การจับกุมในคดีการโจรกรรม การทำร้ายร่างกายที่ไม่ถึงแก่ชีวิต และการใช้ยาเสพติด เป็นต้น (Spring News, 2565) แสดงให้เห็นว่าต้องมีแนวทางแก้ไขปัญหาอาชญากรรมเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดอย่างเร่งด่วน และควรพิจารณากฎหมายการคุ้มครองเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะเรื่องการยกเว้นโทษและการลดโทษของเด็กและเยาวชนตามช่วงอายุที่เหมาะสม

นอกจากนี้ ยังมีข้อถกเถียงถึงกฎหมายที่คุ้มครองเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดว่า เป็นการให้โอกาสเด็กและเยาวชนในความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือเป็นการให้โทษ เป็นช่องว่างทางกฎหมายที่ช่วยเหลือผู้กระทำความผิดให้รอดพ้นจากกฎหมาย และการไม่ลงโทษในความผิดที่ได้กระทำการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนไม่ซ้ำเติมซ้ำ รวบรวมทั้งไม่เป็นการให้ความเป็นธรรมต่อผู้เสียหาย และญาติของผู้เสียหาย

การตั้งคำถามของสังคมในประเด็นนี้ได้ปรากฏในซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) และ *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) ที่นำเสนอภาพเด็กและเยาวชนที่มีพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่ และมีการกระทำความผิดที่ส่งผลเสียต่อผู้เสียหาย และครอบครัว โดยในซีรีส์เรื่อง *Juvenile Justice* (2022) ได้นำเสนอเรื่องราวที่เคยเกิดขึ้นจริงในสังคมเกาหลี คือ คดีฆาตกรรมสะเทือนขวัญของประชาชนโดยผู้กระทำความผิดเป็นเด็กและเยาวชน หลังจากมีการตัดสินตามกฎหมายที่คุ้มครองเด็กและเยาวชน กลับมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์และมีการเรียกร้องจากประชาชนให้มีการแก้ไขกฎหมายปรับกำหนดเกณฑ์อายุเด็กซึ่งไม่ต้องรับโทษหรือลดโทษ ส่วนซีรีส์เรื่อง *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) ที่มีการนำเสนอคดีฆาตกรรมโดยเยาวชนผู้ที่ยังไม่มีใบขับขี่ เนื่องจากผู้กระทำความผิดเป็นเด็กและเยาวชน ส่งผลให้กระบวนการยุติธรรมย่อมต้องแตกต่างจากการดำเนินการในคดีอื่นๆ ที่ผู้กระทำความผิดเป็นบุคคลทั่วไป ทำให้สังคมรู้สึกวุ่นวายไม่พอใจกับผลคำพิพากษาที่ลงโทษสถานเบาตามวัยวุฒิของเด็กและเยาวชน

ในบทความนี้ ได้เลือกศึกษาซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) และซีรีส์ *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) แม้ว่าจะมีซีรีส์ที่มีตัวละครเด็กและเยาวชนที่เป็นอาชญากรมีค่อนข้างมาก แต่ซีรีส์ทั้งสองเรื่องนี้มีการเล่าเรื่องยุคใหม่ ที่พยายามสะท้อนภาพตัวละครเอกที่เป็นคนรุ่นใหม่ลุกขึ้นมาต่อต้านอำนาจหลักและอำนาจเชิงโครงสร้างของสังคม ด้วยวิธีการตามลักษณะอาชีพและความสามารถพิเศษของตัวละครนำหลัก รวมทั้งในซีรีส์ทั้งสองเรื่องได้มีเค้าโครงเนื้อหาจากการนำเหตุการณ์คดีดังที่มีเด็กและเยาวชนเป็นผู้กระทำความผิด และมีการตั้งคำถามของสังคมในการดำเนินคดีกับเด็กและเยาวชนตามเหตุการณ์ที่ปรากฏขึ้นใน

ซีรีส์ ซึ่งมีเค้าโครงที่เกิดมาจากเหตุการณ์จริง และส่งผลต่อสังคม รวมทั้งซีรีส์ทั้งสองเรื่องล้วนฉายในแพลตฟอร์มสื่อสังคมโดย Netflix จัดให้ในระดับ 16+ เพราะเนื้อหามีความรุนแรง มีการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม มีความรุนแรงทางเพศ และมีการทารุณกรรมเด็ก ซึ่งซีรีส์ทั้งสองเป็นซีรีส์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) ที่เป็นซีรีส์แนว legal drama ในช่วงที่ออกฉายในแพลตฟอร์มออนไลน์ Netflix ก็ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่ง และอยู่ในอันดับ 1 ใน 10 ของซีรีส์ที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุดใน Netflix นานหลายสัปดาห์ ทั้งในประเทศไทยและประเทศเกาหลี (ผู้จัดการออนไลน์, 2564) ขณะที่ซีรีส์ *เด็กใหม่* ซีซั่น 2 ที่เป็นออริจินัลซีรีส์จาก Netflix ซึ่งมีตัวละครที่เป็นที่จดจำของสังคมอย่าง “แนนโน๊ะ” หลังจากฉายในแพลตฟอร์มออนไลน์และทางโทรทัศน์ ก็กลายเป็นซีรีส์ยอดนิยมของประเทศไทย (เซตต์คณิต คงชนะ, 2564)

นอกจากนี้ แม้ซีรีส์ทั้งสองเรื่องจะมีบริบทสังคมประเทศเกาหลีและไทยที่มีความแตกต่างกัน แต่ทั้งสองเรื่องเป็นซีรีส์ที่จะเปลี่ยนมุมมองความคิดต่อเยาวชนสู่การเป็น “อาชญากรเด็ก” ซึ่งก่อคดีร้ายแรงไม่แพ้ผู้ใหญ่ ทั้งฆ่าหั่นศพ คำประเวณี คำยาเสพติด น้อโกง ช่มชู้ ทำร้ายร่างกาย หลอกหลวง และการใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการกลั่นแกล้งออนไลน์ (cyberbullying) และยังมีเงื่อนไขทางจิตวิทยาและปัญหาครอบครัว ที่ซุกไว้ใต้พรมจนเป็นปมชีวิตของเด็ก เล่าเรื่องได้อย่างกระชับ ลึกกลับ น่าติดตาม (ผู้จัดการออนไลน์, 2564) โดยนำเสนอผ่านตัวละครเอกที่เป็นผู้หญิงในบทบาทนางมารร้ายผู้แสนดี

### อาชญากรเด็ก: ความหมายและความเข้าใจ

การให้ความหมายของคำว่า “อาชญากรเด็ก” มาจากการทำความเข้าใจในความหมายของคำว่า “อาชญากรรม” (crime) และคำว่า “เด็ก” (children) โดยอาชญากรรมคือ การกระทำความผิดเว้นการกระทำอันฝ่าฝืนต่อกฎหมาย ซึ่งรัฐจะลงโทษผู้กระทำความผิดตามกระบวนการด้านยุติธรรม (ประมาณ วัฒนาวณิชย์, 2546) โดยอาชญากรรมมักจะหมายถึงผู้ที่ประพฤติฝ่าฝืนกฎหมายอาญา ทั้งนี้

คำว่าอาชญากรมีความหมายกว้าง และมักอธิบายถึงบุคคลที่กระทำผิดกฎหมาย ขณะที่ความหมายของเด็กและเยาวชนตามพระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 นั้น คำว่า “เด็ก” คือ บุคคลที่อายุยังไม่เกินสิบห้าปีบริบูรณ์ ขณะที่ “เยาวชน” หมายความว่า บุคคลที่อายุเกินสิบห้าปีบริบูรณ์ แต่ยังไม่ถึงสิบแปดปีบริบูรณ์

อย่างไรก็ตาม มีการตั้งคำถามว่า การเรียกเด็กและเยาวชนที่กระทำผิดกฎหมายในทุกกรณีเป็นอาชญากรเด็กนั้นเหมาะสมหรือไม่ และจะกำหนดจากเกณฑ์นับตั้งแต่กระทำความผิดหรือมีกำหนดระยะเวลาานเท่าใด รวมทั้งเด็กและเยาวชนนั้นจะต้องกระทำผิดกฎหมายหลายครั้งหรือไม่ หรือมีการกระทำผิดร้ายแรงเพียงใด จึงจะสมควรมีสถานะเป็นอาชญากรเด็ก ในขณะเดียวกัน ถ้ามีการกระทำความผิดฐานลักทรัพย์เพียงไม่กี่ครั้ง หรือความผิดฐานหมิ่นประมาท หรือดูหมิ่น จะถือเป็นอาชญากรเด็กได้หรือไม่ หรือจะต้องเป็นการกระทำความผิดฐานวางเพลิง นอโกง ลักทรัพย์ ฆ่าคนตาย การข่มขืนกระทำชำเรา เพราะความผิดเหล่านี้มีความร้ายแรงและมีผลกระทบอย่างมากต่อสังคม

ในการนำเสนอของซีริสทั้งสองเรื่อง ได้มุ่งนำเสนอความผิดทางอาญาในระดับของการกระทำความผิดที่เรียกว่า ความผิดอาญาในตัวเอง (mala in se) และนำเสนอความผิดเนื่องมาจากกฎหมายห้าม (mala prohibita) หรือที่นักกฎหมายเรียกว่า เป็นความผิดทางเทคนิค ทั้งนี้ ความผิดในตัวเองมีลักษณะที่เป็นสากลและคงอยู่ตลอดไป เช่น การฆ่าคน วางเพลิง ขิงทรัพย์ ข่มขืน ซึ่งความผิดเหล่านี้สอดคล้องกับหลักศีลธรรม ขณะที่ความผิดเนื่องมาจากกฎหมายห้ามเป็นการกำหนดขึ้นมา และสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับด้านศีลธรรม หรืออาจจะมีการสนับสนุนทางด้านศีลธรรม แต่มีน้อย (ประมาณ วัฒนวณิชย์, 2546)

จากซีริส *เด็กใหม่* จะสะท้อนถึงการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีการตั้งคำถามถึงสิทธิและเสรีภาพกับการต่อรองอำนาจจากผู้ปกครอง ครู และสังคม ในเรื่อง การกำหนดกฎเกณฑ์ที่กำหนดโดยผู้อื่น แต่ไม่ตอบสนองความต้องการและกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของเด็กและ



เยาวชน เช่น การแต่งตัวผิดระเบียบ การมาสายซึ่งเป็นกฎในสถาบันการศึกษา ส่วนการขับรถเร็ว การวิ่งรถสวนเลน เป็นกฎหมายเชิงเทคนิค ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับจริยธรรม แต่เป็นความผิดเชิงเทคนิคที่ห้ามโดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับศีลธรรมโดยตรง ทำให้เด็กและเยาวชนสามารถลุกขึ้นมาต่อรองได้โดยใช้เงื่อนไขของสิทธิและเสรีภาพ ทั้งนี้ หากเป็นความผิดที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรม เช่น ในซีรีส์ *เด็กใหม่* ซีซั่น 2 มีการนำเสนอการกระทำของเด็กที่ขับรถชนเพื่อนนักเรียนจนเสียชีวิต ซึ่งเป็นความผิดฐานทำให้ผู้อื่นถึงแก่ความตายโดยประมาท หรือในซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) ที่นำเสนอการหลอกลวงเด็กมาฆ่าและทำลายศพ ซึ่งเป็นความผิดฐานฆ่าผู้อื่นโดยเจตนา ความผิดเหล่านี้จะถูกลงโทษจากสังคมโดยปริยายและไร้การต่อต้านใดๆ และถือว่าเป็น “อาชญากรเด็ก”

## 1. กระเจงเง: วิเคราะห์ซีรีส์กับความจริงในสังคม

จากเนื้อหาซีรีส์ทั้งสองเรื่องได้สะท้อนถึงบทบาทเด็กและเยาวชนในสังคม ซึ่งมีการดัดแปลงจากคดีที่เกิดขึ้นจริง โดยปรับเนื้อหาให้มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น มีการเล่าเรื่องแบบสืบสวนสอบสวน โดยไม่ได้เล่าเรื่องจริงๆ แต่เล่าเหตุการณ์ในปัจจุบัน แล้วสลับฉากเพื่อให้ผู้ชมติดตามและคาดเดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต สามารถอธิบายได้ดังนี้

## 1.1 *Juvenile Justice* (2022)

ภาพที่ 1 ภาพโปรโมตซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022)



ที่มา: <https://www.korseries.com/synopsis-juvenile-justice-2022/>

สำหรับซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) ได้เล่าเรื่องราวของ “ชิมอินชอก” ผู้พิพากษาหญิงคนใหม่ที่เพิ่งย้ายเข้ามาประจำการ ซึ่งภายใต้ความเย็นชา จริงจัง และลึกลับ เธอกลับมีปมฝังใจในอดีต เธอคอยปกป้องเหยื่อ (ตัวจริง) และครอบครัวของผู้เคราะห์ร้ายให้ได้รับความยุติธรรม แต่ไม่เคยใจอ่อนให้กับการกระทำความผิดของเด็กและเยาวชนเหมือนผู้พิพากษาคนอื่นๆ ซึ่งมักจะพิจารณาโทษไม่รุนแรง จนทำให้มีช่องโหว่ของกฎหมายเยาวชนที่อายุไม่เกิน 14 ปี เลยทำให้พวกเขาไม่สำนึกผิด และมีการกระทำความผิดซ้ำ ตรงกันข้ามกับผู้พิพากษา “ซาแทจู” (รับบทโดย คิมมูยอล) ผู้มีบุคลิกอบอุ่น อ่อนโยน และเห็นอกเห็นใจผู้อื่น โดยเฉพาะเยาวชน ทว่าภายใต้ความอ่อนโยนดูจพ้อพระและความเมตตาอารีกลับมี

ปมฝังใจในวัยเด็กที่รุนแรงเช่นกัน และลูกชิ้นมาปกป้องเยาวชนอย่างสุดความสามารถ  
ทั้งนี้ ซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) มีจำนวน 10 ตอน ซึ่งเขียนบทโดย  
“คิมมินซุก” และกำกับโดย “ฮงจงซาน” แต่ละตอนตอกย้ำและสะท้อนเบื้องลึก  
ของปมชีวิตอาชญากรเด็กที่มีจุดเริ่มต้นมาจากสถาบันครอบครัวและสังคม  
จนไปกระทำความผิดร้ายแรง เช่น เด็กและเยาวชนฆ่าหั่นศพ เป็นแม่เล้า ชนแล้วหนี  
คดีโกงข้อสอบ รวมทั้งการกระทำชำเราหมู่ เพื่อทำให้ผู้ชมคล้อยตามและ  
ตั้งคำถามว่า “การดำเนินคดีอาญาเด็กและเยาวชนควรเปลี่ยนบทลงโทษให้  
เทียบเท่ากับผู้ใหญ่” (รัสรินทร์, 2565)

ทั้งนี้ ซีรีส์ได้นำเสนอภาพเด็กและเยาวชนในรูปแบบที่เรียกว่า “วัยรุ่น:  
พฤติกรรมที่แย่-เด็กชั่วร้าย” (Youth: Bad Behavior-Evil Children) สะท้อน  
พฤติกรรมเด็กและเยาวชนที่ประพฤติปฏิบัติออกนอกกรอบที่สังคมยอมรับได้  
และสร้างความเดือนร้อนให้แก่สังคม รวมทั้งอาจเลวร้ายในระดับที่ทำผิดกฎหมาย  
หรือศีลธรรม (Drotner and Livingstone, 2008) ที่สะท้อนผ่านเรื่องราว  
คดีอาชญากรรมเด็กฆ่าหั่นศพ คดีอุบัติเหตุวัยรุ่นชนขั้วรถโดยไม่มีใบขับขี่ และยังมี  
การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตในสถาบัน: โรงเรียน (Institutions: School)  
โดยดำเนินผ่านการเล่าเรื่องในสถาบันการศึกษา ซึ่งเป็นโรงเรียนและศูนย์ฟื้นฟูเยาวชน  
และยังนำเสนอมุมมองความเป็นเพศหญิงและเพศวิถี (girls and sexuality)  
ในตอนความรุนแรงในครอบครัวและในคดีกระทำชำเราหมู่ ผ่านมุมมองการเล่าเรื่อง  
และทัศนคติของผู้พิพากษาหญิง ซึ่งอยู่ในวัยผู้ใหญ่และมีอำนาจในการตัดสิน  
การกระทำของเด็กและเยาวชน ที่เปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามในสังคมเกาหลีใต้  
ถึงกระบวนการยุติธรรมในการกำหนดกฎเกณฑ์อายุเด็กและเยาวชนในการ  
ไม่ต้องรับโทษหรือได้รับการลดโทษในคดีอาญา โดยมีการประท้วงของประชาชน  
ในการบังคับใช้กฎหมายนี้ รวมทั้งนำเสนอการทำงานขององค์กรศาลเยาวชน  
ที่ไม่ใช่เพียงแค่ตัดสินโทษหรือเยียวยาเด็กและเยาวชน แต่มีทั้งการควบคุมและ  
เยียวยาเด็กและเยาวชนที่พ้นโทษด้วย

ในซีรีส์นี้เป็นแนวดราม่า กฎหมาย ในซีรีส์มีการนำเสนอผลงาน  
เลี้ยงระหว่างผู้พิพากษากับเด็กและเยาวชนที่พ้นโทษ และมีบทสนทนาใน

ประเด็นคำถามเรื่องการให้โอกาสเด็กและเยาวชนที่กระทำผิดในการกลับตัวกลับใจจากสังคม ที่ปรากฏในฉากที่คนในร้านกล่าวหาเด็กสาวที่เพิ่งพ้นโทษว่า ขโมยกระเป๋าเงิน ขณะที่คนที่อยู่ในร้านต่างพูดเป็นเสียงเดียวกัน และเชื่อว่า เด็กคนนี้เป็นผู้ขโมย เพราะเธอเคยกระทำความผิดมาก่อน ถือเป็นการตีตรา (label) แต่สุดท้ายความจริงก็ปรากฏว่า เด็กผู้หญิงคนนี้ขโมยกระเป๋าจริงๆ ซึ่งสะท้อนกับปัญหาเรื่องการกระทำผิดซ้ำของเด็กและเยาวชน ที่มีสถิติการกระทำผิดซ้ำของเด็กและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับทฤษฎีการประทับตรา (labeling theory) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดของ Howard S. Becker (1963) นักสังคมวิทยาชาวชิคาโก สหรัฐอเมริกา ซึ่งอธิบายว่า การกระทำที่เป็นพฤติกรรมเบี่ยงเบน (deviant behavior) อาจจะไม่ได้นับอยู่กับพฤติกรรมนั้นโดยตรง แต่มาจากการที่คนส่วนใหญ่มีตีตราในเชิงลบให้กับพฤติกรรมนั้น โดยทฤษฎีนี้สนใจปฏิกริยาของสังคมที่มีต่อผู้กระทำผิดมากกว่าเนื้อหาสาระของการกระทำนั้นโดยตรง (กองพัฒนานิสัย, 2554) โดยผู้ต้องขังที่พ้นโทษไปแล้วมักจะถูกตีตราจากสังคม โดยการไม่ไว้วางใจและไม่ยอมรับส่งผลให้ผู้พ้นโทษบางส่วนไม่มีทางออกและกลายเป็นผู้กระทำผิดซ้ำ และกล่าวว่า “สังคมคือผู้สร้างอาชญากร และมีส่วนทำให้บุคคลกลายเป็นผู้กระทำความผิดซ้ำ เพราะไม่เปิดโอกาสให้คนแก้ตัว” เนื่องจากปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากการไม่ยอมรับ และตีตราว่า เป็นบุคคลไม่ดีในสังคม การกีดกันไม่ให้เข้าร่วมทำงาน กีดกันในการเข้าสังคม รวมทั้งมีการตีตราถึงความผิดในอดีต มีอคติต่อพฤติกรรมในอนาคต (กองพัฒนานิสัย, 2554) โดยสามารถอธิบายเชื่อมโยงกับเนื้อหาในซีรีส์ได้ คือ เด็กและเยาวชนซึ่งเธอกระทำผิดโดยที่ไม่มีความรู้สึกว่าเป็นอาชญากร แต่มาจากการจำคุกหรือการหลงผิดเพียงชั่ววูบที่พลิกผันชีวิตของเธอจากการเป็นเด็กและเยาวชนปกติไปสู่สถานพินิจหรือในเรือนจำ การเรียนรู้และจิตวิญญาณของความเป็นอาชญากรจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นตามลำดับขณะอยู่ในสถานพินิจหรือในเรือนจำ เนื่องจากมีการคบหาใกล้ชิดสนิทสนมกับอาชญากรตัวจริงเมื่อพ้นโทษออกมาแล้ว ต้องเผชิญกับทัศนคติในเชิงลบของสังคมจากคนในร้าน หรือแม้กระทั่งผู้พิพากษาหญิงตัวละครนำของเรื่องก็คิดเช่นเดียวกันกับคน

ในสังคม ทำให้เธอรู้สึกมีความหวาดระแวงจากคนรอบข้าง และสายตาของคนรอบข้าง ก็เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ทำให้เธอก็หมดทางเลือก เกิดความรู้สึกต่อต้านสังคม ยอมรับอย่างแท้จริงว่า ตนเองคืออาชญากรเต็มตัว กล้าที่จะเข้าสู่วงการอาชญากร และพร้อมที่จะก่ออาชญากรรมซ้ำหรือรุนแรงกว่าเดิมได้

จากแนวคิดนี้ได้นำไปปรับใช้ในการแก้ไขปัญหาลูกและเยาวชนกระทำความผิดซ้ำโดยการได้รับการยกเว้นโทษ การลดโทษให้ ส่วนบุคคลธรรมดาที่มีที่กระทำความผิด โดยเฉพาะความผิดเล็กน้อย หรือความผิดครั้งแรกที่ไม่ร้ายแรง จะมีการพิพากษาให้รอลงอาญาหรือการคุมความประพฤติ นอกจากนี้ ยังมีนโยบายของรัฐในการพัฒนาฝึกฝนอบรมผู้กระทำความผิด ทั้งในด้านความรู้ ความคิด และจิตสำนึก ให้เกิดการเรียนรู้ในสิ่งที่ดีและลดโทษให้เมื่อมีความประพฤติดี เพื่อลดการประทุษร้ายของสังคมให้ผู้กระทำความผิดได้มีโอกาสปรับปรุงตัว และกลับเข้าสู่สังคมได้ตามปกติ ไม่ถวิลถวิลยอมรับตัวเองว่าเป็นอาชญากรและทำความผิดซ้ำ (กองพัฒนานิสัย, 2554) แต่ปัญหาที่พบจากแนวคิดนี้ คือ การที่บทลงโทษน้อยเกินไป ทำให้สังคมรู้สึกไม่ยุติธรรม และอาจจะทำให้คนในสังคมไม่ได้กลัวเกรงกฎหมาย เพราะบทลงโทษที่เบาเกินไปดังปรากฏในซีรีส์ทั้งสองเรื่อง

ทั้งนี้ ในซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) ได้นำเสนอประเด็นที่เด็กและเยาวชนรู้ว่า ตามกฎหมายเด็กและเยาวชนของประเทศเกาหลีใต้ เจ้าหน้าที่ไม่สามารถลงโทษทางกฎหมายกับเด็กที่มีอายุไม่เกิน 14 ปี ได้ เนื่องจากกฎหมายอาญาของประเทศเกาหลีใต้ กำหนดไว้ว่า เยาวชนที่อายุต่ำกว่า 14 ปี ไม่ต้องรับโทษ ขณะที่เด็กและเยาวชนที่อายุ 14-18 ปี ที่กระทำความผิดทางอาญามีโทษจำคุกสูงสุดไม่เกิน 20 ปี ซึ่งในซีรีส์มีผู้ต้องหาในคดีฆาตกรรมสองคนร่วมกันก่อเหตุ โดยมีเด็กชายอายุต่ำกว่า 14 ปี และเด็กสาวอายุไม่เกิน 18 ปี ที่ได้รับโทษจำคุก 20 ปี ซึ่งเด็กสาวพยายามโต้เถียงและโยนความผิดให้เด็กชายรับผิดชอบเพียงคนเดียว เนื่องจากเด็กชายอายุต่ำกว่า 14 ปี ไม่ต้องรับโทษตามการคุ้มครองเยาวชน และหลังจากพวกเขาถูกสอบสวนเสร็จแล้ว ก็จะถูกส่งตัวกลับบ้านเหมือนทุกครั้ง จึงทำให้พวกเขาไม่เกรงกลัวต่อกฎหมาย โดยปรากฏในฉากที่อยู่ในศาลเยาวชนที่เด็กผู้รับสารภาพว่า เป็นผู้ฆ่าเหยื่อ ซึ่งเป็นเด็กชั้นประถมศึกษาแล้วอำพราง

คดีโดยการหันศพ เขาพูดตอบคำถามในศาลด้วยสีหน้าและท่าทางสนุกสนาน พร้อมทั้งหัวเราะในขณะที่เริ่มต้นด้วยประโยคว่า “อยากฟังเรื่องตลกหน่อยไหม” ขณะเล่าถึงวิธีการลงเหยื่อไปฆาตกรรม และยังถามกลับว่า “ถ้าอายุไม่ถึงสิบสี่ ต่อให้ฆ่าคนก็ไม่ติดคุก จริงหรือเปล่า” เป็นคำถามที่ซีริสสะท้อนเหตุการณ์จริงจาก เหตุการณ์เด็กและเยาวชนในประเทศเกาหลีก่ออาชญากรรมโดยไม่เกรงกลัวต่อกฎหมาย ทำให้ซีริสนำเสนอถึงการทำให้กฎหมายมีความศักดิ์สิทธิ์ดังที่ผู้พิพากษาหญิงซึ่งเป็นตัวละครเอกของเรื่องได้กล่าวว่า “เราต้องทำให้เห็นว่า กฎหมายน่ากลัวแค่ไหน ต้องสั่งสอนพวกเขาว่า ถ้าทำร้ายคนอื่น ผลที่ตามมาจะเป็นอย่างไร”

นอกจากนี้ ยังมีการสะท้อนช่องว่างทางกฎหมายเด็กและเยาวชน และการอ้างเรื่องจิตเวช ปัญหาการหย่าร้าง ปัญหาครอบครัว เป็นสาเหตุในการ ก่อคดีอาชญากรรม ซึ่งในซีริสเรื่องนี้ เด็กและเยาวชนผู้กระทำความผิดอ้างมีอาการทางจิตเวช มีภาพหลอน โดยเหตุผลทางด้านจิตเวชถูกนำมาใช้ในการเป็นข้ออ้าง ในการลดโทษหรือการไม่ต้องรับผิดทางอาญาได้ แต่ซิมอินซอกได้โต้แย้งประเด็นนี้ จากการอำพรางคดีอย่างแยบยลที่เกินวิสัยของเด็กที่มีอาการทางจิตจะสามารถ กระทำได้ จึงสามารถสืบสาวไปถึงเยาวชนที่เป็นผู้ฆ่าเหยื่อที่แท้จริง

ในซีริสนี้ยังได้นำเสนอประเด็นปัญหาครอบครัว การหย่าร้าง การทำงานจนไม่มีเวลาดูแลลูกหลาน จนเกิดปัญหาให้เด็กและเยาวชนโตได้ด้วย สังคม สื่อ และเงิน มากกว่าความรักความเข้าใจจากบุคคลในครอบครัว ในซีริส มีฉากที่ตามตัวผู้ปกครองของเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดในชั้นศาลแล้ว มาซ้ำ หรือให้หมายมาแทน ในขณะที่ครอบครัวที่สูญเสียลูกจากการฆาตกรรมกลับมาศาลและมีความใส่ใจในคดี ขณะเดียวกัน ในซีริสยังมีฉากสะท้อนใจของพ่อ และแม่ที่สูญเสียลูกจากเหตุการฆาตกรรมที่เห็นภาพเด็กและเยาวชนที่ก่อเหตุ ถูกเลี้ยงกั้นในชั้นศาล โดยไม่มีสีหน้าท่าทางสำนึกผิด และแม่ของเด็กและเยาวชนที่ถูกฆาตกรรมมีความหวังเพียงต้องการไม่ให้เกิดเหตุการณ์นี้อีกในสังคม ไม่อยากให้มีใครต้องมาสูญเสียลูกอันเป็นที่รักเหมือนเธอ และได้ส่งต่อความรักจากการมอบของเล่นของลูกให้กับเด็กคนอื่นต่อไป เป็นสัญญาณถึงการส่งต่อความรักที่มีต่อลูกไปยังเด็กๆ ในสังคม

สำหรับเนื้อหาในซีรีส์ตอนนี้เป็นการดัดแปลงจากเหตุการณ์ในปี 2017 ที่เด็กหญิงวัยประถมศึกษา อายุ 8 ขวบ ที่หายไปโดยไร้ร่องรอย จนพบเบาะแสเป็นชิ้นส่วนอวัยวะในถุงชั้นดาดฟ้า และมีอวัยวะบางอย่างหายไป จนกระทั่งจับกุมผู้ต้องสงสัยได้ซึ่งเป็นเพียงเด็กสาวมัธยมศึกษา อายุ 17 ปี หลังจากสอบสวนสืบสวนพบว่า เธอได้รับการกักขังจากเพื่อนในเกมทางสื่อสังคมให้ปฏิบัติการฆ่าเด็กที่อยู่ในสนามเด็กเล่น แล้วส่งชิ้นส่วนอวัยวะมาให้เพื่อแสดงว่า ปฏิบัติภารกิจเสร็จแล้ว หลังจากนั้นเธอจึงไปฆาตกรรมอำพรางศพ โดยล่อลวงเด็กหญิงที่ต้องการยืมโทรศัพท์มือถือโทรหาแม่ เพราะกลัวว่าแม่เป็นห่วง จึงหลอกให้มาโทรศัพท์ที่ห้อง โดยมีการสื่อสารกับเพื่อนทางออนไลน์ที่มอบหมายภารกิจ และเพื่อนคนนั้นเป็นเพียงเด็กสาวอายุ 18 ปี เท่านั้น คดีนี้ศาลตัดสินให้มีการลงโทษจำคุกสูงสุดที่กฎหมายเด็กและเยาวชนอนุญาต คือ จำคุก 20 ปี ตามความผิดฐานฆ่าผู้อื่นโดยไตร่ตรองไว้ก่อน และศาลยังสั่งให้สวมอุปกรณ์ติดตามตำแหน่งเป็นเวลา 30 ปี ขณะที่ทนายความของเยาวชนที่อายุ 17 ปี ได้อ้างว่า ในขณะที่ก่ออาชญากรรมโดยยืนยันว่า เธอป่วยเป็นโรคแอสเพอร์เกอร์ (Asperger's disorder) ซึ่งอยู่ในกลุ่มโรคออทิซึม (autism spectrum disorder) และเป็นโรคหลายบุคลิก (dissociative identity disorder) เป็นโรคทางจิตเวชที่ทำให้ผู้ป่วยมีอัตลักษณ์หรือบุคลิกมากกว่าหนึ่งคนขึ้นไป แต่ศาลไม่รับฟัง ทั้งนี้ คดีดังกล่าวกลายเป็นหัวข้อข่าวเกี่ยวกับความโหดร้ายของการฆาตกรรมและทัศนคติต่อต้านสังคมของจำเลยที่อายุน้อยต่ออาชญากรรมที่พวกเขาก่อขึ้น (The Korea Times, 2018) โดยพวกเขามองว่า การฆ่าคนโดยไม่มีความแค้น ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนเป็นเรื่องสนุก ไม่ต่างจากการทำภารกิจในเกม ซึ่งในซีรีส์ได้มีฉากที่มีบทสนทนาว่า “โทษแค่นี้คิดว่างั เมื่อฆาตกรฆ่าคนแบบโหดร้าย แต่โทษสถานเบาเพราะยังเป็นเด็ก” นอกจากนี้ ในซีรีส์ยังมีการนำเสนอคดีการข่มขืนกลุ่มซึ่งมีเค้าโครงมาจากการข่มขืนกลุ่มมึรยาง (Miryang) ในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นเหตุการณ์เยาวชนในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวนไม่น้อยกว่า 41 คน ร่วมกันข่มขืนเด็กและเยาวชนในชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งเป็นการตอกย้ำให้เห็นการกระทำของอาชญากรเด็กในสังคมเกาหลี ที่มีความรุนแรงและโหดร้าย

ยากเกินกว่าจะอภัยให้ได้ ส่วนในตอนที่ 7-8 นำเสนอจากคดีเยาวชนขับขีรถยนต์ โดยไม่ได้รับอนุญาต จนก่อให้เกิดอุบัติเหตุ ซึ่งการที่เยาวชนขับรถยนต์โดยไม่ใบขับขี่ถือว่า สะท้อนภาพเกี่ยวกับคดีเยาวชนขับรถยนต์ผู้อื่นจนถึงแก่ความตาย ที่มักได้ยินข่าวบ่อยครั้ง (ประภาส อยู่เย็น, 2565)

หลังจากนั้น ในประเทศเกาหลีก็ยังมีคดีที่ผู้ก่อเหตุเป็นเด็กและเยาวชน จนมีการเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมายนี้ เนื่องจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันที่ 1 กันยายน 2017 ที่มีผู้เผยแพร่คลิปจากกล้องวงจรปิดในอินเทอร์เน็ต โดยบันทึกเหตุการณ์เด็กหญิงวัย 14 ปี ที่เมืองปูซาน ถูกเด็กหญิงกลุ่มหนึ่งรุมทำร้ายอย่างโหดเหี้ยม และถูกทิ้งไว้ให้รอความตายอยู่ข้างทางอย่างน่าสงสาร ทำให้แม่ของเหยื่อผู้เคราะห์ร้ายได้เรียกร้องขอความเป็นธรรม และขอให้ยกเลิกกฎหมายที่คุ้มครองอาชญากรรมเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี ที่ได้รับการลดโทษให้รับโทษเท่ากับบุคคลที่อายุมากกว่า 18 ปี โดยนำไปสู่การร่วมกันลงชื่อเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมายจนได้รายชื่อเกิน 250,000 รายชื่อ ซึ่งกลุ่มผู้สนับสนุนให้แก้ไขกฎหมายประเด็นนี้ได้อ้างถึงสถิติการก่อเหตุอาชญากรรมของเยาวชนที่เพิ่มขึ้น โดยพบว่า เด็กอายุ 10-14 ปี ก่ออาชญากรรมในปี 2011 ถึง 9,500 ครั้ง แต่ในปี 2012 เพิ่มขึ้นถึง 9,928 ครั้ง จนกระทั่งปี 2017 พบว่า เด็กอายุ 10-13 ปี ก่ออาชญากรรมเพิ่มขึ้น 7.9% โดยเฉพาะเด็กที่มีอายุเพียง 13 ปี มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นถึง 14.7% (M2F, 2561) ขณะที่ฝ่ายต่อต้านการแก้ไขกฎหมายนี้มองว่า การลดอายุเยาวชนให้รับโทษเหมือนผู้ใหญ่ไม่มีประโยชน์ และอาจทำให้สถานการณ์เลวร้ายลง เนื่องจากการลงโทษจำคุกในเรือนจำไม่ใช่ที่ขัดเกลาลูกและเยาวชนให้เป็นคนดีได้ แต่กลายเป็นที่บ่มเพาะให้เจอผู้ที่กระทำความผิด และมีการแลกเปลี่ยนวิชาความรู้ในการก่ออาชญากรรม รวมทั้งไม่คำนึงกับความผิดที่ทำลงไป เมื่อพ้นโทษมาแล้วยังมีโอกาสก่อเหตุอีกครั้ง และมีเครือข่ายกลุ่มในการก่ออาชญากรรมมากขึ้น (Post Today, 2561) โดยในซีรีส์เรื่องนี้ได้นำกระแสสังคมนี้มานำเสนอในเรื่องอย่างแนบเนียน จนกระทั่งทรวงยุติธรรมเกาหลีได้ประกาศวันนี้ ในวันที่ 26 ตุลาคม 2565 ว่า กระทรวงจะปรับแก้ไขกฎหมายอาชญากรรมและเยาวชน โดยจะปรับลดอายุผู้รับผิดทางอาญาลง 1 ปี



จากปัจจุบัน 14 ปี ซึ่งจะทำให้ผู้มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป สามารถรับผิดชอบทางอาญาได้ เพื่อรับมือจำนวนคดีอาชญากรรมที่ก่อเหตุโดยเยาวชนที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2565)

นอกจากนี้ ในเรื่องยังกล่าวถึงประเด็นคุณสมบัติผู้พิพากษาของ ศาลเยาวชนและครอบครัวจากการที่ตัวละครเอกของเรื่องซึ่งเป็นผู้พิพากษาที่มีความเย็นชาและเกลียดเด็ก ด้วยอุปนิสัยเช่นนี้จึงถูกสื่อมวลชนนำเสนอ และวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเหมาะสมในการดำรงตำแหน่งผู้พิพากษาศาลเยาวชนและครอบครัว รวมทั้งปิดท้ายเรื่องถึงความย้อนแย้งของชิมอินชอกที่มีหน้าที่เป็นผู้พิพากษาหญิง แต่เกลียดอาชญากรเด็ก ทั้งนี้จึงทำให้เกิดคำถามว่า ชิมอินชอกมีความเหมาะสมกับตำแหน่งผู้พิพากษาหญิงในศาลเด็กและเยาวชนหรือไม่

ขณะเดียวกัน ในซีรีส์ยังได้นำเสนอประเด็นที่ชิมอินชอกซึ่งเป็นผู้พิพากษาหญิงถูกตำหนิเพราะไปก้าวล่วงอำนาจในการทำงานสืบสวนสอบสวนของตำรวจ โดยมีประเด็นความขัดแย้งในการทำงานในกระบวนการยุติธรรมของเกาหลีในองค์กรใหญ่ คือ ตำรวจ อัยการ และศาล ที่แยกหน้าที่และการทำงานที่ชัดเจนเพื่อความยุติธรรม แต่เมื่อชิมอินชอกพบพิรุณจากหลักฐานในสำนวนและการพิจารณาคดีในชั้นศาล เธอจึงไปสืบสวนและสอบสวนด้วยตัวเอง รวมทั้งเกลี้ยกล่อมให้เยาวชนผู้กระทำผิดยอมรับสารภาพ ซึ่งทำให้ถูกผู้พิพากษาหัวหน้าแผนกคดีซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาโดยตรงเรียกไปตำหนิเพราะเป็นการทำเกินอำนาจของการเป็นผู้พิพากษา ทั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมาก และทำไปเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม ซึ่งเป็นการสะท้อนปัญหาของกระบวนการยุติธรรมที่เมื่อมีการแยกอำนาจกันอย่างชัดเจนของแต่ละฝ่าย แต่มีกระบวนการทำงานที่ต่อเนื่องกัน และเมื่อมีการติดกระดุมเม็ดแรกผิด ก็ทำให้ติดผิดไปทุกเม็ด แต่หากเข้าไปแก้ไขปัญหาลูกโซ่ที่ไม่ใช่หน้าที่ของตนเองก็จะนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างองค์กรในกระบวนการยุติธรรมในเกาหลีได้

สุดท้ายนี้ ซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) ไม่เพียงแต่นำเสนอเรื่องราวคดีดังของอาชญากรเด็กเท่านั้น แต่ยังนำเสนอหน้าที่และการทำงานของผู้พิพากษาศาลเด็กและเยาวชน รวมทั้งนำเสนอกระบวนการยุติธรรมของประเทศเกาหลีได้

ที่มีความสมจริง รวมทั้งข้อจำกัดในการตัดสินใจจากกฎหมายหรือการทำงานภายใต้ความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ หน่วยงาน อัยการ ตำรวจ จนถึงศูนย์ฟื้นฟูเด็กและเยาวชน รวมทั้งบทบาทของครอบครัวที่ควรก้าวเข้ามาเรียกร้องความยุติธรรมให้เด็กและเยาวชนที่เป็นเหยื่อผู้ถูกกระทำ และคอยอบรมสั่งสอนเด็กและเยาวชนที่พลั้งพลาดไปกระทำความผิด รวมทั้งให้โอกาสพวกเขาได้ยืนขึ้นอีกครั้งอย่างมั่นคงในสังคม และมีอนาคตที่สดใสไม่ต่างจากเด็กทั่วไป

## 1.2 ซีรีส์ เด็กใหม่ ในซีซั่น 2

ภาพที่ 2 ภาพโปรโมตซีรีส์ เด็กใหม่ ซีซั่น 2



ที่มา: <https://about.netflix.com/th/news/netflix-announces-premiere-date-for-girl-from-nowhere-season-2>

ซีรีส์ *เด็กใหม่* ซีซั่น 2 (2021) เป็นการเล่าเรื่องผ่านตัวละครที่ชื่อแนนโน๊ะ หรือนางสาวมารา อมราตยกุล ที่เป็นตัวแทนของลูกสาวชาตานที่มีความอมตะ มีอำนาจเหนือธรรมชาติ โดยชื่อ มารา อมราตยกุล เมื่อแยกถอดความหมายนั้น “มารา” แปลว่า มารหรือปีศาจ ส่วน “อมราตยกุล” แปลโดยรวมคือ เป็นอมตะ และเมื่อรวมความหมายของชื่อ-สกุลแล้ว แปลว่า ปีศาจ ผู้เป็นอมตะ (คมชัดลึกออนไลน์, 2564) โดยมีการนำเสนอเนื้อเรื่องในรูปแบบของสถาบัน: โรงเรียน (Institutions: School) โดยดำเนินเรื่องในสถาบันการศึกษา ซึ่งเป็นโรงเรียนชั้นมัธยมศึกษา ที่มีการเรียนการสอน มีกฎระเบียบ รวมทั้งนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างครูและนักเรียน เพื่อนร่วมชั้น รวมทั้งรุ่นพี่รุ่นน้อง โดยเฉพาะตอน “EP. 5 รับน้อง (Sotus): ซ่อมรุ่นน้องถึงตาย! รุ่นพี่ไม่ลายนวล โทษหนักจนต้องรอขอชีวิต” ที่เป็นเรื่องราวคดีดังในประเทศไทยที่มีการรับน้องและรุ่นพี่ซ่อมรุ่นน้องจนถึงแก่ความตาย และยังนำเสนอมุมมองความเป็นเพศหญิงและเพศวิถี (girls and sexuality) ที่นำเสนอผ่านมุมมองตัวละครเอกซึ่งเป็นเพศหญิง โดยเฉพาะเสนอในตอน “นักล่าแต่้ม (Pregnant): ท้องอีก! นร.ย่านดัง ครั้งนี้ ‘ผู้หญิง’ จะไม่รับกรรมฝ่ายเดียว” และมีการแก้แค้นของผู้หญิงกับผู้ชายเจ้าชู้กับการสะท้อนปัญหาท้องในวัยเรียน และยังสามารถนำเสนอภาพเด็กและเยาวชนในรูปแบบที่เรียกว่า วัยรุ่น: พฤติกรรมเลวร้าย-เด็กชั่วร้าย (Youth: Bad Behavior-Evil Children) โดยสะท้อนพฤติกรรมเด็กและเยาวชนที่ประพฤติดูปฏิบัติออกนอกกรอบ ที่ลุกขึ้นมาต่อรองอำนาจกับสังคมและโรงเรียน และนำเสนอเด็กและเยาวชนที่สร้างความเดือนร้อนให้แก่สังคม และได้กระทำผิดกฎหมายและผิดหลักศีลธรรม (Drotner and Livingstone, 2008) โดยเฉพาะในตอน “มินนี่ 4 ศพ (Minnie and the Four Bodies): โยโย่ชิงชนตาย 4 ครั้งนี้...หนีไม่รอด”

ภาพที่ 3 ภาพโปรโมตซีรีส์ เด็กใหม่ ซีซั่น 2 ตอน “มินนี่ 4 ศพ”



ที่มา: <https://thethaiger.com/th/news/437484/>

ทั้งนี้ ขอยกตัวอย่างกรณีการนำเสนอเรื่องราว มินนี่ 4 ศพ ซึ่งมาจากตัวละครเด็กหญิงที่ชื่อว่า มินนี่ โดยนำเสนอภูมิหลังของตัวละคร เยาวชนที่อายุน้อย เติบโตในครอบครัวมีฐานะร่ำรวย และใช้เงินแก้ปัญหา ตามแนวคิดทุนนิยม รวมทั้งปัญหาสังคมที่คนรวยสามารถใช้ความรวย ในการปิดบังความผิด และรอดพ้นการดำเนินคดีหรือการถูกลงโทษตามกฎหมายของสังคม เปิดเรื่องด้วยคำพูดที่เสียดสีสังคมพร้อมเสียงผิวปาก ของแนนโอะ ซึ่งเป็นตัวละครเอกที่ไม่ใช่มนุษย์ และมองว่า มนุษย์มีกิเลส ตัณหา และมีคำพูดว่า “ในประเทศที่ไม่มีที่สำหรับคนจน และไม่มีผลกระทบ สำหรับคนรวย บางทีทุกวันนี้ การพิพากษาอาจจะไม่ได้อยู่ในศาล แต่อยู่

ที่คุณมีเงินเท่าไร” โดยยกตัวอย่างจากมินนี่ลอกข้อสอบและถูกจับได้ อาจารย์จึงเรียกพบผู้ปกครอง แม้เธอจะทำผิด แต่รอดการลงโทษที่สมควรได้รับจากการไต่ถาม เป็นกรล้างห้องน้ำ เป็นโทษสถานเบาที่ไม่เหมาะสมกับการกระทำผิดของเธอ ด้วยเหตุเพราะพ่อของเธอเสนอเงินจำนวนหนึ่งล้านบาท บริจาคให้แก่โรงเรียน การที่ผู้ปกครองใช้เงินในการแก้ปัญหาสอดคล้องกับปัญหาสังคมที่ว่า “ลูกคนรวย ทำอะไรก็ไม่ผิด” เป็นปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างคนรวย คนชั้นกลาง และคนจน ในซีรีส์ยังนำเสนอปัญหาความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรมและกฎระเบียบในสังคมไทยที่ว่า “ถ้าเงินพูด ความยุติธรรมจะเงียบ” อย่างไรก็ตาม ผู้ปกครองของมินนี่ก็ไม่ได้นิ่งเฉย โดยได้มีการลงโทษด้วยการยึดรถยนต์และกักบริเวณเป็นเวลาหนึ่งเดือน แต่มินนี่ไม่เคยสำนึกในการกระทำของตนเองแม้แต่้อย จึงไม่ยอมถูกกักตัว ซึ่งสะท้อนถึงเรื่องปัญหาครอบครัวที่เมื่อบิดามีอำนาจปกครองในครอบครัวใช้อำนาจลงโทษโดยปราศจากการสื่อสารเพื่อให้ความรู้และความเข้าใจ ทำให้ผู้ที่ถูกลงโทษไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม นำไปสู่ปัญหาการไม่ยอมรับคำตัดสินและต้องหาทางหลบหนี รวมทั้งสะท้อนผู้ปกครองไม่ใส่ใจกฎหมายจราจรโดยการอนุญาตให้ลูกหลานขับรถยนต์หรือจักรยานยนต์ทั้งที่ไม่มีใบขับขี่ เพราะอายุยังไม่ถึงวัยที่กฎหมายอนุญาตให้ทำใบขับขี่ได้

ต่อมามินนี่ได้หลบหนีโดยการขับรถออกไปข้างนอกด้วยสภาพมึนเมาจากการดื่มไวน์ ซึ่งฉากนี้ได้สะท้อนถึงปัญหาสังคม “เมาแล้วขับ คุ้ยโทรศัพท์ ขับเร็ว” ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการเกิดอุบัติเหตุทางท้องถนน ในขณะที่ระหว่างที่ขับผ่านหน้าโรงเรียนด้วยความเร็วสูง โดยไม่ได้ชะลอความเร็วทั้งที่ฝนตกหนัก ขับผ่านเขตโรงเรียนและสภาพถนนลื่น ทำให้รถของมินนี่ได้ชนเข้ากับรถสองแถว ส่งผลให้เพื่อนร่วมโรงเรียนของเธอเสียชีวิตถึง 4 ราย หลังจากนั้นครอบครัวของเธอไม่มีการเยียวยาผู้เสียชีวิตและแสดงความเสียใจต่อครอบครัวผู้เสียชีวิต ทั้งยังปฏิเสธการให้สัมภาษณ์สื่อ ขณะที่พ่อของเธอกลับหวังหุ้นของบริษัทและชื่อเสียงของวงศ์ตระกูล นอกจากนี้

มินนี่ได้รอดพ้นจากความผิดฐานฆ่าคนตายตามกฎหมายไปได้ โดยรู้สึกดีด้วยการอ้างว่าเบรกรถเสียและรถสองแถวขับรูดโดยประมาท

ในซีรีส์นี้ได้นำเสนอโดยเน้นประเด็น “อำนาจเงินซื้อความยุติธรรมได้” ทำให้ลูกคนรวยถูกลงโทษสถานเบา แต่ในความเป็นจริง ในกรณีนี้ยังมีสาเหตุสำคัญมาจากการที่มินนี่เป็นเยาวชนที่ได้รับการคุ้มครองจากกฎหมาย และเมื่อสังคมสิ้นหวังกับกระบวนการยุติธรรมในการลงโทษคนรวย เด็ก และเยาวชนให้เหมาะสมกับความสูญเสียตามความรู้สึกของประชาชน ในซีรีส์ได้นำเสนอทางเลือกใหม่โดยมีบทลงโทษที่มาจากอำนาจเหนือธรรมชาติ ที่มีแนโนะและยูริเป็นผู้อยู่เบื้องหลังกรรมตามทันนี้ ในฐานะปีศาจ นอกจากนี้ ยังเสนอประเด็นเรื่องผู้กระทำผิดมักจะอ้างหลักฐาน ซึ่งรู้ทั้งรู้ว่าไม่มีหลักฐานที่จะเอาผิดตัวเองได้ ดังนั้นแนโนะจึงลี้ภัยชั่ววูบเพื่อเตือนสติของมินนี่ตอนที่ให้สัมภาษณ์หลอกลวงประชาชนว่า “ไม่ได้เมาแล้วขับ และได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” รวมทั้งยังคอยหลอกลอนพร้อมๆ กับเพื่อนที่เสียชีวิตในอุบัติเหตุ ซึ่งเป็นการสะท้อนสังคมไทยที่สุดท้ายแล้วในการเสื่อมความศรัทธาในกระบวนการยุติธรรม ขณะที่บทลงโทษจากสังคม (social sanction) ที่สังคมวิพากษ์วิจารณ์ผ่านช่องทางสื่อสังคม โดยแนโนะนำการแสดงความคิดเห็นเหล่านั้นมาเป็นบทลงโทษ เช่น การหักขาที่ไม่ยอมเหยียบเบรก การตบปากที่พูดโกหก และการบีบคอที่คอยสร้างปัญหาให้ครอบครัว ขณะที่กลุ่มเพื่อนในโรงเรียนก็ไม่ยุ่งเกี่ยว จนมินนี่ต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยวในโรงเรียนจนในที่สุด มินนี่ต้องถูกรรุมตามทันจากอำนาจเหนือธรรมชาติของแนโนะและยูริ จนต้องตายแทนบทลงโทษจากกระบวนการยุติธรรม

ทั้งนี้ ซีรีส์เรื่อง *เด็กใหม่* ซีซั่น 2 ในตอน “มินนี่ 4 ศพ” เป็นการผสมผสานปัญหาสังคมและการตั้งคำถามของการดำเนินกระบวนการยุติธรรมกับ “ลูกคนรวย” โดยมีบางส่วนคล้ายกับคดีดัง “แพรวา 9 ศพ” จากเหตุการณ์อุบัติเหตุรถเก๋งชีวิตพุ่งชนรถตู้โดยสารเส้นทางระหว่างมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิตกับสถานีหมอชิต (สาย ต.118) ซึ่งมี

ผู้โดยสาร 14 คน บนทางยกระดับอุตราภิมุข (ทางด่วนโทลล์เวย์) ในคืนวันที่ 27 ธันวาคม 2553 จนมีผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์นั้น 9 ศพ และบาดเจ็บ 5 คน ที่ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและอาจารย์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ส่วนเยาวชนที่เป็นผู้ขับรถชนได้บาดเจ็บเพียงเล็กน้อย และพึงชอบทางยกระดับอุตราภิมุข พร้อมกับกดโทรศัพท์มือถือ ซึ่งผู้ต้องหาในคดีเป็นเพียงเยาวชนวัย 17 ปี ซึ่งขับรถโดยไม่มีใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ ซึ่งจะออกให้สำหรับบุคคลอายุสิบแปดปีขึ้นไปเท่านั้น โดยถูกแจ้งข้อหากระทำการโดยประมาท เป็นเหตุให้ผู้อื่นถึงแก่ชีวิตและบาดเจ็บ และขับขี่รถยนต์โดยไม่มีใบอนุญาตขับขี่ เนื่องจากยังเป็นเยาวชนที่อายุไม่เกินสิบเจ็ดปีอยู่ในเงื่อนไขตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 75 ซึ่งมีการคุ้มครองเด็กและเยาวชน สามารถพิจารณาลดโทษลงตามสมควร หลังจากนั้น ในเมื่อปี 2557 ศาลอุทธรณ์ลงโทษเพิ่มแก่โทษรอลงอาญาเพิ่มเป็น 4 ปี และบำเพ็ญประโยชน์ 48 ชั่วโมงต่อปีเป็นเวลา 4 ปี (ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

หลังจากเหตุการณ์ดังกล่าว แม้ได้มีมาตรการป้องกันความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารในรถตู้สาธารณะ แต่ก็ยังพบว่า มีเด็กและเยาวชนขับรถชนโดยไม่มีใบขับขี่ โดยที่ผู้ปกครองอนุญาตหรือไม่ได้ควบคุมและดูแลบุตรหลานอย่างเข้มงวดในการขับขี่รถยนต์ จนเกิดเหตุซ้ำรอยจากกรณีอุบัติเหตุเมื่อคืนวันที่ 30 กันยายน ปี 2565 เวลาประมาณ 22.00 น. ได้มีเยาวชนชายวัยรุ่น อายุ 15 ปี ขับรถมากับเพื่อนวัยรุ่นด้วยกันรวม 3 คน ขับรถเก๋งยี่ห้อ บีเอ็มดับเบิลยูพ่วงชนรถจักรยานยนต์ของบัณฑิตหนุ่มวิศวกรรมศาสตร์ จนเสียชีวิตบริเวณสี่แยกไฟแดง ถนนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี จังหวัดนครราชสีมา โดยจากการตรวจสอบพบว่า รถยนต์เก๋ง BMW ได้ขับฝ่าสัญญาณไฟแดงมาด้วยความเร็ว ก่อนพ่วงชนรถจักรยานยนต์จนเจ้าของรถจักรยานยนต์เสียชีวิต โดยถูกแจ้งข้อกล่าวหาเบื้องต้น 3 ข้อหา ประกอบด้วย ขับรถโดยประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นเสียชีวิต ขับรถฝ่าสัญญาณไฟแดง และไม่มีใบอนุญาตขับขี่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ยังคงมีเหตุการณ์ที่เด็กและเยาวชนขับรถชนโดย

ไม่มีใบขับขี่ และเป็นเหตุทำให้ผู้อื่นเสียชีวิตและบาดเจ็บได้ โดยปัญหานี้ ยังไม่ได้รับการแก้ไขที่เข้มงวดในประเทศไทย (มติชนออนไลน์, 2565)

### หลักกฎหมายคุ้มครองเด็กและเยาวชนกับที่มาแห่งบทเว้นโทษและลดโทษ

ในประเทศไทยมีการใช้กฎหมายคุ้มครองเด็กและเยาวชน โดยดำเนินการที่สอดคล้องกับข้อเสนอแนะทั่วไป ฉบับที่ 10 (ค.ศ. 2007) (General Comment No. 10 [2007] Children's rights in juvenile justice) ที่ออกตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Convention on the Rights of the Child - CRC) และประเทศไทยได้ตอบรับและให้คำมั่นโดยสมัครใจที่จะปฏิบัติตามภายใต้กลไก Universal Periodic Review (UPR) รอบที่ 2 (พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2563) ซึ่งรวมไปถึงแนวทางในการยกเว้นโทษและลดโทษสำหรับเด็กและเยาวชนที่กระทำผิดในคดีอาญาด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้ (พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญา ฉบับที่ 29, 2565)

#### 1) เด็กที่อายุไม่เกิน 12 ปี

ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 73 บัญญัติไว้ว่า “เด็กอายุยังไม่เกินสิบสองปี กระทำการอันกฎหมายบัญญัติเป็นความผิด เด็กนั้นไม่ต้องรับโทษ” ซึ่งหมายความว่า ถ้าเด็กที่อายุไม่เกินสิบสองปีกระทำความผิดทางอาญา เด็กคนนั้น จะไม่ต้องรับโทษใดๆ เลย ไม่ว่าความผิดนั้นจะหนักหนาและรุนแรงเพียงใดก็ตาม

#### 2) เด็กที่อายุกว่า 12 - ไม่เกิน 15 ปี

ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 74 บัญญัติไว้ว่า “เด็กอายุกว่าสิบสองปีแต่ยังไม่เกินสิบห้าปี กระทำการอันกฎหมายบัญญัติเป็นความผิด เด็กนั้นไม่ต้องรับโทษ แต่ให้ศาลมีอำนาจที่จะดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) ว่ากล่าวตักเตือนเด็กนั้นแล้วปล่อยตัวไป และถ้าศาลเห็นสมควรจะเรียกบิดา มารดา ผู้ปกครอง หรือบุคคลที่เด็กนั้นอาศัยอยู่มาตักเตือนด้วยก็ได้

(2) ถ้าศาลเห็นว่า บิดา มารดา หรือผู้ปกครองสามารถดูแลเด็กนั้นได้ ศาลจะมีคำสั่งให้ มอบตัวเด็กนั้นให้แก่บิดา มารดา หรือผู้ปกครองไป โดยวางข้อกำหนดให้บิดา มารดา หรือผู้ปกครองระวังเด็กนั้นไม่ให้ก่อเหตุร้ายตลอดเวลา



ที่ศาลกำหนด ซึ่งต้องไม่เกินสามปี และกำหนดจำนวนเงินตามที่เห็นสมควร ซึ่งบิดา มารดา หรือผู้ปกครองจะต้องชำระต่อศาลไม่เกินครั้งละหนึ่งหมื่นบาท ในเมื่อเด็กนั้นก่อเหตุร้ายขึ้น แต่ถ้าเด็กนั้นอาศัยอยู่กับบุคคลอื่นนอกจากบิดา มารดา หรือผู้ปกครอง และศาลเห็นว่า ไม่สมควรจะเรียกบิดา มารดา หรือผู้ปกครองมาวางข้อกำหนดดังกล่าวข้างต้น ศาลจะเรียกตัวบุคคลที่เด็กนั้นอาศัยอยู่มาสอบถามว่า จะยอมรับข้อกำหนดทำนองที่บัญญัติไว้สำหรับบิดา มารดา หรือผู้ปกครองดังกล่าวมาข้างต้นหรือไม่ก็ได้ ถ้าบุคคลที่เด็กนั้นอาศัยอยู่ยอมรับข้อกำหนดเช่นนั้น ก็ให้ศาลมีคำสั่งมอบตัวเด็กให้แก่บุคคลนั้นไปโดยวางข้อกำหนดดังกล่าว

(3) ส่งตัวเด็กนั้นไปยังสถานศึกษา หรือสถานฝึกและอบรม หรือสถานแนะนำทางจิต หรือสถานที่ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อฝึกและอบรมเด็ก ตลอดระยะเวลาที่ศาลกำหนด แต่ไม่เกินกว่าวันที่เด็กนั้น จะมีอายุครบสิบแปดปี

ในกรณีที่มอบตัวเด็กให้แก่บิดา มารดา ผู้ปกครอง หรือบุคคลที่เด็กนั้นอาศัยอยู่ ตาม (2) ศาลจะกำหนดเงื่อนไขเพื่อคุ้มครองประพฤติดังเด็กนั้น เช่นเดียวกับที่บัญญัติไว้ในมาตรา 56 ด้วยก็ได้ ในกรณีเช่นนี้ ให้ศาลแต่งตั้งพนักงานงานคุ้มครองประพฤดิหรือพนักงานอื่นใดเพื่อคุ้มครองประพฤติดังเด็กนั้น

ในกรณีที่เด็กนั้นไม่มีบิดา มารดา หรือผู้ปกครอง หรือมีแต่ศาลเห็นว่าไม่สามารถดูแลเด็กนั้นได้ หรือในกรณีที่เด็กอาศัยอยู่กับบุคคลอื่นนอกจากบิดา มารดา หรือผู้ปกครอง และบุคคลนั้นไม่ยอมรับ

ข้อกำหนดดังกล่าวใน (2) ศาลจะมีคำสั่งให้มอบตัวเด็กนั้นให้อยู่กับบุคคลหรือองค์การที่ศาลเห็นสมควร เพื่อดูแล อบรม และสั่งสอนตามระยะเวลาที่ศาลกำหนดก็ได้ในเมื่อบุคคลหรือองค์การนั้นยินยอม ในกรณีเช่นนี้ ให้บุคคลหรือองค์การนั้นมีอำนาจเช่นผู้ปกครองเฉพาะเพื่อดูแล อบรม และสั่งสอน รวมตลอดถึงการกำหนดที่อยู่และการจัดให้เด็กมีงานทำตามสมควรหรือให้ดำเนินการคุ้มครองสวัสดิภาพเด็ก ตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นก็ได้

คำสั่งของศาลดังกล่าวใน (2) (3) วรคสอง และวรคสามนั้น ถ้าในขณะใด ภายในระยะเวลาที่ศาลกำหนดไว้ ความปรากฏแก่ศาล โดยศาลรู้เอง

หรือตามคำแนะนำของผู้มีส่วนได้เสีย พนักงานอัยการ หรือบุคคลหรือองค์กรที่ศาลมอบตัวเด็กเพื่อดูแล อบรม และสั่งสอน หรือเจ้าพนักงานว่า พฤติการณ์เกี่ยวกับคำสั่งนั้นได้เปลี่ยนแปลงไป ก็ให้ศาลมีอำนาจเปลี่ยนแปลงแก้ไขคำสั่งนั้น หรือมีคำสั่งใหม่ ตามอำนาจในมาตรานี้”

จากหลักกฎหมาย มาตรา 74 นั้น หมายความว่า เด็กอายุกว่าสิบสองปีแต่ยังไม่เกินสิบห้าปีกระทำความผิดทางอาญาแม้เด็กไม่ต้องรับโทษ แต่ให้ศาลมีอำนาจที่จะดำเนินการดังนี้ คือ ว่ากล่าวตักเตือนเด็กนั้นแล้วปล่อยตัวไป และถ้าศาลเห็นสมควรจะเรียกบิดา มารดา ผู้ปกครอง หรือบุคคลที่เด็กนั้นอาศัยอยู่มาตักเตือนด้วยก็ได้ หรือถ้าศาลอาจจะมีการวางข้อกำหนดให้บิดา มารดา หรือผู้ปกครองระวังไม่ให้เด็กก่อเหตุร้ายตลอดเวลาที่ศาลกำหนด แต่ต้องไม่เกินสามปีและกำหนดจำนวนเงินตามที่เห็นสมควร ซึ่งบิดา มารดา หรือผู้ปกครองจะต้องชำระต่อศาลไม่เกินครั้งละหนึ่งหมื่นบาท หรือส่งตัวเด็กนั้นไปยังสถานศึกษา หรือสถานฝึกและอบรม หรือที่อื่นเพื่อฝึกและอบรมเด็ก ตลอดระยะเวลาที่ศาลกำหนดโดยเกินกว่าวันที่เด็กคนนั้นจะมีอายุครบสิบแปดปี

### 3) ผู้ที่อายุกว่าสิบห้าปีแต่ต่ำกว่าสิบแปดปี

ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 75 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดอายุกว่าสิบห้าปีแต่ต่ำกว่าสิบแปดปี กระทำการอันกฎหมายบัญญัติเป็นความผิดให้ศาลพิจารณาถึงความรู้ผิดชอบและสิ่งอื่นทั้งปวงเกี่ยวกับผู้นั้น ในอันที่จะควรวินิจฉัยว่าสมควรพิพากษาลงโทษผู้นั้นหรือไม่ ถ้าศาลเห็นว่าไม่สมควรพิพากษาลงโทษ ก็ให้จัดการตามมาตรา 74 หรือถ้าศาลเห็นว่าสมควรพิพากษาลงโทษ ก็ให้ลดมาตราส่วนโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดลงกึ่งหนึ่ง”

จากหลักกฎหมายในมาตรา 75 นั้น หมายความว่า เยาวชนที่อายุกว่าสิบห้าปีแต่ต่ำกว่าสิบแปดปี ถ้ากระทำความผิดทางอาญา หากศาลเห็นว่าไม่สมควรพิพากษาลงโทษ ก็ให้จัดการตามมาตรา 74 ได้ หรือถ้าศาลเห็นว่าสมควรพิพากษาลงโทษ ก็ให้ลดมาตราส่วนโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดลงครึ่งหนึ่ง

#### 4) ผู้ที่อายุตั้งแต่สิบแปดปีแต่ยังไม่เกินยี่สิบปี

ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 76 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดอายุตั้งแต่สิบแปดปีแต่ยังไม่เกินยี่สิบปี กระทำการอันกฎหมายบัญญัติเป็นความผิด ถ้าศาลเห็นสมควรจะลดมาตราส่วนโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดนั้นลงหนึ่งในสามหรือกึ่งหนึ่งก็ได้”

จากหลักกฎหมาย มาตรา 76 นั้น หมายความว่า ผู้ที่อายุตั้งแต่สิบแปดปีแต่ยังไม่เกินยี่สิบปี กระทำความผิดทางอาญา ให้ลงโทษตามที่ศาลเห็นสมควรโดยสามารถลดมาตราส่วนโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดนั้นลงหนึ่งในสามหรือครึ่งหนึ่ง เนื่องจากเด็กและเยาวชนยังมีวุฒิภาวะน้อยกว่าคนทั่วไป และอาจจะกระทำไปโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ จึงควรได้รับลดโทษ หรือยกเว้นโทษตามความเหมาะสม รวมทั้งได้รับโอกาสในการเริ่มต้นใหม่

ทั้งนี้ ในสังคมโลกในหลายประเทศได้มีมาตรการคุ้มครองและบทลงโทษสำหรับเด็กที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ ดังนี้ (Spring News, 2565)

- นิวซีแลนด์: เด็กที่มีอายุ 10-11 ปี จะถูกตัดสินความผิดในคดีฐานฆาตกรรมหรือการฆ่าคนตายโดยประมาทเท่านั้น ในขณะที่เด็กที่มีอายุ 12-13 ปี จะถูกตัดสินความผิดที่ได้รับโทษสูงสุดไม่เกิน 14 ปี ทั้งนี้อาจจะพิจารณาจากความประพฤติดของแต่ละบุคคล

- สหราชอาณาจักร: เด็กที่มีอายุ 10-11 ปี จะถูกจำคุกเฉพาะในกรณีที่ร้ายแรงมาก เช่น การฆาตกรรม ทั้งนี้ ผลการดำเนินคดีเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 12-17 ปี จะพิจารณาจากอายุ โดยผู้ที่อายุมากกว่าจะได้รับโทษรุนแรงกว่า โดยเฉพาะการก่ออาชญากรรมร้ายแรง

- สหรัฐอเมริกา: เนื่องจากสหรัฐอเมริกามีกฎหมายในแต่ละรัฐที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ในรัฐ 33 รัฐ ไม่มีกำหนดอายุขั้นต่ำของการรับโทษความผิดทางอาญา ขณะที่ถ้าเป็นคดีอาชญากรรมของรัฐบาลกลางของสหรัฐอเมริกาจะมีอายุขั้นต่ำที่ต้องรับผิดทางอาญาคือ 11 ปี ส่วนในรัฐแมสซาชูเซตส์มีอายุขั้นต่ำสุดในการรับผิดชอบต่ออาชญากรรมที่อายุ 12 ปี โดยไม่มีข้อยกเว้นใดๆ ทั้งสิ้น ในขณะที่รัฐนอร์ทแคโรไลนามีกำหนดอายุน้อยที่สุดที่ต้องรับผิดทางอาญาอยู่ที่ 6 ปี

- เยอรมนี: เด็กและเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี จะได้รับการพิพาทโดยศาลเยาวชน ส่วนเด็กผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-21 ปี อาจจะใช้เกณฑ์ตัดสินในฐานะที่ยังเป็นเยาวชนอยู่ ถ้าพบว่ายังไม่บรรลุนิติภาวะทางใจ

- ไต้หวัน: เด็กและเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี มีสิทธิได้รับการลดโทษตามมาตรา 18 ของประมวลกฎหมายอาญา โดยจะไม่สามารถกำหนดโทษประหารและการจำคุกโดยไม่มีเงื่อนไขแก่ผู้เยาว์ได้

ขณะเดียวกัน ประเทศในอาเซียนได้มีการกำหนดช่วงอายุความรับผิดชอบต่อพฤติกรรมกระทำความผิดของเด็กและเยาวชนโดยมีรายละเอียดดังนี้ (กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน, ม.ป.ป.)

- กัมพูชา: ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 14 ปี จะไม่ถูกคุมขัง แต่ศาลอาจพิจารณาสั่งให้คุมประพฤติได้ตามความเหมาะสม

- บรูไน: ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 7 ปี จะไม่ต้องรับผิดชอบ

- เมียนมา: ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 7 ปี จะไม่ต้องรับผิดชอบ

- ฟิลิปปินส์: ผู้ที่อายุขณะกระทำความผิดน้อยกว่า หรือเท่ากับ 13 ปี ไม่ต้องรับโทษต่อพฤติกรรมกระทำความผิดทางอาญา แต่จะต้องได้รับการบำบัดในโปรแกรมการบำบัดแก้ไขฟื้นฟูตามกฎหมายกำหนด

- มาเลเซีย: ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 10 ปี จะไม่ต้องรับผิดชอบ

- ลาว: ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จะไม่ต้องรับผิดชอบ

- เวียดนาม: ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 14 ปี จะไม่ต้องรับผิดชอบ

- สิงคโปร์: หากผู้กระทำความผิดที่มีอายุน้อยกว่า 7 ปี ไม่ต้องรับผิดชอบต่อพฤติกรรมกระทำความผิด

- อินโดนีเซีย: เด็กที่กระทำความผิดมีอายุไม่ถึง 12 ปี จะต้องถูกสอบสวนและพนักงานสอบสวนอาจตัดสินใจส่งตัวเด็กกลับคืนให้กับพ่อแม่ ในกรณีที่เด็กปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้หรือส่งตัวไปยัง Social Department เพื่อแก้ไขฟื้นฟู ในกรณีที่เด็กไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้

อย่างไรก็ตาม กฎหมายเป็นเพียงแนวทางหนึ่งเท่านั้น ยังจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของครอบครัว เพื่อน สังคม และประเทศชาติ ในการเป็นแรง

ผลักดันและเปิดใจให้โอกาสกลุ่มเด็กและเยาวชนเหล่านี้ ซึ่งสามารถกลับตัวกลับใจได้ เหมือนในซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) ได้นำเสนอผ่านบทบาทของชาแทจู ผู้พิพากษาหนุ่มผู้ใจดีที่มีความมุ่งมั่นในการหาข้อเท็จจริงเพื่อจะตัดสินคดีต่างๆ ให้แก่เด็กและเยาวชน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและให้โอกาสในการกลับตัวเหมือนที่เขาก่อนก็เคยได้รับโอกาสหลังจากกระทำความผิดและต้องไปอยู่ในสถานพินิจแต่อย่างไรก็ตาม ก็ไม่สามารถใช้เงื่อนไขการทำความดี เสียสละเพื่อปกปิดหรือลบล้างความผิดที่เคยกระทำได้ ชาแทจูเป็นตัวอย่างของเด็กที่เปลี่ยนแปลงตนเองได้จริง แม้จะไม่สามารถแก้ไขเรื่องราวร้ายที่กระทำในอดีตได้ก็ตาม

ทั้งนี้ ในประเทศไทยและเกาหลีใต้ต่างมีกฎหมายที่คุ้มครองและให้โอกาสเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดทางอาญาในการกลับตัวกลับใจเป็นคนดีสู่สังคม แต่ขณะเดียวกัน เมื่อมีการยกเว้นโทษ การลดโทษในทุกความผิดทางอาญาตามเงื่อนไขอายุ จึงนำไปสู่คำถามถึงความเหมาะสมของบทลงโทษที่อาชญากรเด็กได้รับกับความรุนแรงและความสูญเสียของเหยื่อและครอบครัว รวมทั้งสังคมจากการกระทำผิดนั้น จนเกิดกระแสการวิพากษ์วิจารณ์และนำไปสู่ความไม่พอใจจนสะท้อนออกมาในซีรีส์ *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) ทั้งกระแสสังคมที่มีการลงโทษทางสังคม (social sanction) และการลงโทษโดยอำนาจเหนือธรรมชาติ ซึ่งเป็นการผลิตซ้ำความเชื่อเรื่องอำนาจเหนือธรรมชาติ และการตั้งคำถามถึงกระบวนการยุติธรรมในประเทศไทยผ่านการนำเสนอเนื้อหาซีรีส์ *ละคร ภาพยนตร์ในสื่อ*

ด้วยเหตุนี้ จึงควรจะมีการศึกษาอย่างจริงจังเพื่อหาแนวทางในการจัดการปัญหาให้ครบทุกภาคส่วนโดยเฉพาะปัญหาครอบครัว ชุมชน และมีนโยบายของภาครัฐมากกว่าการแก้ไขกฎหมายเพียงอย่างเดียว เนื่องจากเด็กและเยาวชนกระทำความผิดก็มีความเสียหายรุนแรงไม่ต่างจากบุคคลทั่วไปกระทำความผิดเลย และเป็นปัญหาเร่งด่วนที่รอการแก้ไข

## อภิปรายผล: ความเหมือนและความต่างจากซีรีส์เกาหลีสู่ซีรีส์ไทย

หากเปรียบเทียบซีรีส์ทั้งสองเรื่องกับสถานการณ์ในสังคม พบว่า ในซีรีส์ปรากฏภาพอาชญากรเด็ก สะท้อนมุมมองของผู้ผลิตและสังคมที่ตรงข้ามต่อการมองเด็กในลักษณะของความบริสุทธิ์ เปรียบเสมือนผ้าขาว ซึ่งเป็นขอบเขตในด้านบวก โดยตัวเอกของเรื่องเป็นผู้หญิงที่มีอำนาจในการตัดสินใจและลงโทษอาชญากรเด็ก ซึ่งสามารถวิเคราะห์จุดแตกต่างและจุดเหมือนกัน

### จุดเหมือน

#### 1) ภาพลักษณ์ผู้หญิง

จากซีรีส์ทั้งสองเรื่อง ไม่ได้นำเสนอตัวละครเอกที่เป็นผู้หญิงในภาพผู้หญิงอ่อนหวาน เรียบร้อย แต่เป็นผู้หญิงที่ลุกขึ้นมาต่อสู้กับความอยุติธรรมในสังคมตามแนวคิดสตรีนิยม (feminism) ทั้งนี้ไม่ได้ใช้การต่อสู้ในด้านสรีระร่างกาย แต่ซึ่มอินซอกเป็นผู้หญิงที่มีความแข็งแกร่งทั้งสภาพจิตใจ และมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมกับผู้พิพากษาชายในเรื่อง ขณะที่แนนโนะมีจิตใจที่แข็งแกร่ง และมีความสามารถเหนือธรรมชาติ ทำให้เธอได้เปรียบกว่าผู้หญิงทั่วไป ทั้งสองเปรียบเทียบฮีโร่ในกลุ่มผู้หญิงด้วยกันที่ลุกขึ้นมาปกป้องตัวเอง และสามารถปกป้องผู้อื่นได้ ไม่ได้เป็นเพศที่อ่อนแอโดยเนื้อหาสะท้อนภาพเด็กผู้หญิงที่เป็นฝ่ายถูกกระทำและเป็นฝ่ายกระทำต่อผู้อื่น ซึ่งสะท้อนความเป็นจริงในสังคมที่เพศหญิงมีบทบาทเท่าเทียมกับเพศชาย แต่ยังมีเสียงเปรียบในด้านสรีระร่างกายที่มีความแข็งแรงน้อยกว่า และเป็นเหยื่อในคดีทางเพศจากการกระทำของเพศชาย

#### 2) ภาพลักษณ์เด็กและเยาวชน

ในการนำเสนอในซีรีส์ทั้งสองเรื่อง มีทั้งบทบาทของเด็กและเยาวชนเป็นผู้กระทำในฐานะวายร้ายหรือผู้ถูกกระทำในฐานะเหยื่อ และมีพฤติกรรมการเลียนแบบผู้ใหญ่ โดยนำเสนอในมุมมองที่เป็นภาพลบของเด็กและเยาวชนที่มีการกระทำที่ผิดศีลธรรมหรือผิดหลักกฎหมาย ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของมังคลารักษ์ ใจตรง (2557) ที่ศึกษาในหัวข้อเรื่อง *บทบาทของตัวละครเด็กในละคร*

โทรทัศน์ระหว่างปี 2551-2557 พบว่า การนำเสนอบทบาทตัวละครเด็กในละครโทรทัศน์ช่วงก่อนและหลังข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5 และ 7 พบว่า ตัวละครเด็กในช่วงก่อนข่าวมีลักษณะผู้ช่วยตัวเอกและตัวละครตลก อาศัยการแสดงออกตามธรรมชาติของวัยเด็ก คือ ความไร้เดียงสา ความสนุกสนาน สดใส มีจินตนาการ เน้นให้ความบันเทิงและความเพลิดเพลินกับผู้ชมทางบ้านเป็นหลัก สะท้อนมุมมองของผู้ผลิตและสังคมที่มีต่อเด็กในลักษณะของความบริสุทธิ์ เปรียบเสมือนผ้าขาว และอยู่ขอบเขตของด้านบวกเท่านั้น ขณะที่ในละครหลังข่าวเด็กจะมีพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่ แต่ก็มี การนำเสนอโดยใช้ธรรมชาติความเป็นเด็กที่สดใส ไร้เดียงสา เพื่อให้ผู้ชมได้พักอารมณ์บีบคั้น ดึงเครียดในระยะเวลาหนึ่งก่อนกลับสู่เนื้อเรื่องหลักต่อไปได้

ทั้งนี้ ผู้เขียนสังเกตว่า จากการผลการศึกษาเรื่อง การนำเสนอบทบาทตัวละครเด็กในละครโทรทัศน์ช่วงก่อนและหลังข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5 และ 7 มีปัจจัยเรื่องการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ซึ่งเป็นไปตามแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 (กสทช., 2556) โดยแบ่งระดับความเหมาะสมของผู้ชมออกเป็น 6 กลุ่ม และมีการกำหนดเนื้อหาเกี่ยวกับช่วงเวลาในการออกอากาศดังนี้

#### ช่วงเวลาก่อนข่าว

- “ป.” รายการสำหรับเด็กปฐมวัย อายุ 3-5 ปี และไม่จำกัดช่วงเวลาออกอากาศ

- “ด.” รายการสำหรับเด็ก อายุ 6-12 ปี และไม่จำกัดช่วงเวลาออกอากาศ

- “ท.” รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัย และไม่จำกัดช่วงเวลาออกอากาศ

#### ช่วงละครหลังข่าว

- “น.13” (รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมที่มีอายุ 13 ปี ขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 13 ปี ควรได้รับคำแนะนำ และห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลา ก่อน

20.30 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป)

- “น.18” (รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี ควรได้รับคำแนะนำ ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลาก่อน 22.00 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป)

- “ฉ.” (รายการเฉพาะ ไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลาก่อน 24.00 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป)

ดังนั้นจึงสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงมุมมองของผู้ผลิตซีรีส์ในยุคปัจจุบันที่มีการนำเสนอตัวละครเด็กที่มีลักษณะแสดงออกเป็นผู้ใหญ่ และมีความสามารถเกินวัย รวมทั้งสะท้อนปัญหาสังคมอย่างแท้จริง เพื่อนำไปสู่การตั้งคำถามถึงการยกเว้นการลงโทษหรือการลดโทษอาชญากรรมเด็กซึ่งประเทศไทยและเกาหลีใต้ได้มีกฎหมายที่วางหลักสอดคล้องกันตามหลักสากลและอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ในขณะที่ปัญหาการก่ออาชญากรรมจากเด็กทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่องขึ้นในสังคมโลก

### 3) สาเหตุในการก่ออาชญากรรม

จากการนำเสนอของซีรีส์และเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นในสังคม จะเห็นว่าปัญหาจากการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนมีผลกระทบต่อสังคมและประเทศชาติ โดยจากการวิจัยของ ชีรวรรณ เอกอรุณ (2559) ในหัวข้อเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการก่ออาชญากรรมของเด็กและเยาวชนไทย* พบว่า การก่ออาชญากรรมเด็กและเยาวชนเป็นปัญหาสำคัญที่ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อปัจเจกบุคคล (individual) เท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวม (externality) อีกด้วย ดังนั้น การหาแนวทางป้องกันและเยียวยาความเสียหายเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง จากการศึกษาการก่ออาชญากรรมเด็กและเยาวชนในมุมมองด้านเศรษฐศาสตร์ จากแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อาชญากรรมด้วยแบบจำลองอุปทานของการก่ออาชญากรรม (The Supply of Offenses) ยังพบว่า มาตรการทางกฎหมายไม่มีส่วนในการช่วยลดอัตราการก่ออาชญากรรมของเด็กและเยาวชนไทย แต่การที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ดี และความมั่นคงทางด้านรายได้ของครอบครัว



มีส่วนในการช่วยลดอัตราการก่ออาชญากรรมของเด็ก โดยการที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ดีเป็นการเพิ่มต้นทุนในการก่ออาชญากรรมของเด็กและเยาวชน เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้อัตราการก่ออาชญากรรมเด็กและเยาวชนลดลง ขณะที่ปัจจัยที่ส่งผลให้อัตราการก่ออาชญากรรมเด็กและเยาวชนไทยเพิ่มขึ้น คือ จำนวนนักท่องเที่ยว และความหนาแน่นของประชากร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงที่จะมีการก่ออาชญากรรม

#### 4) ความเหลื่อมล้ำของฐานะในสังคม

จากซีรีส์ทั้งสองเรื่อง นำเสนอความเหลื่อมล้ำของฐานะทางสังคมจากการที่คนรวยได้เปรียบในการจ้างนายความที่มีชื่อเสียง และมีการต่อสู้คดี ขณะที่เด็กที่ครอบครัวยากจนจำเป็นต้องให้นายความของรัฐเข้ามาช่วยเหลือ รวมทั้งต้องดิ้นรนในการทำงาน จนบางครั้งต้องกระทำผิดเพราะความขาดแคลนและความจำเป็นบางอย่าง แต่ก็ไม่ใช่เหตุผลที่มาอ้างได้ว่า เป็นเหตุยกเว้นโทษ ขณะที่คนรวยที่กระทำความผิดสามารถใช้เงินทอง อำนาจในการจัดการกับปัญหา และทำให้โทษจากหนักกลายเป็นเบาได้ แต่อย่างไรก็ตาม ตอนจบทั้งซีรีส์ทั้งสองเรื่องชี้ให้เห็นว่า คนที่กระทำความผิดก็ต้องได้รับโทษ ไม่ว่าจะมียฐานะใดก็ตาม

#### 5) ปัญหาครอบครัว

จากซีรีส์ทั้งสองเรื่อง สะท้อนปัญหาครอบครัวโดยมีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้ ปัญหาครอบครัวที่ผู้ปกครองไม่ได้มีเวลาทุ่มเทในการอบรมสั่งสอนบุตรหลาน ทำให้เด็กและเยาวชนมีระยะห่างจากผู้ปกครอง ในซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) สะท้อนปัญหาครอบครัวที่มีฐานะทางการเงินร่ำรวย ผู้ปกครองจ้างนายความเข้ามาเป็นที่ปรึกษาในคดี แทนที่จะมาดูแลรับทราบปัญหาและอบรมบุตรหลาน ปลอมให้นายความคอยดูแลบุตรหลาน ซึ่งนายความทำหน้าที่แนะนำกระบวนการทางกฎหมายและพิทักษ์สิทธิและคุ้มครองเด็กและเยาวชน แต่ไม่ได้ทำหน้าที่สั่งสอนอบรมเลี้ยงดูในแง่ของศีลธรรม ขณะที่ครอบครัวที่มีมารดาเลี้ยงเดี่ยวต้องทำงานหาเลี้ยงครอบครัวเพียงลำพัง จนไม่มีเวลาอบรมเลี้ยงดูและเลือกที่จะให้ความสำคัญกับงานมากกว่าบุตรหลาน โดยมีฉากที่ผู้พิพากษาถามถึงผู้ปกครองของเด็กที่กระทำผิด แต่ได้คำตอบว่า ผู้ปกครอง

ยังไม่มา ทั้งที่เป็นคดีความที่สังคมจับตามอง แต่หลังจากเลิกงาน มารดาของเด็กคนนั้นกลับมายืนดักหน้ารถยนต์ของผู้พิพากษาเพื่อให้อยู่ลูกชายของตนเอง ในขณะที่ครอบครัวของผู้สูญเสียกลับทุ่มเทเวลาในการไปร่วมพิจารณาคดี และเรียกร้องความยุติธรรมให้กับลูกของตนเอง

จากข้อมูลของจำนวนคดีเด็กและเยาวชนถูกจับกุมส่งสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนในปีงบประมาณ 2565 จำนวน 12,192 คดี พบว่ามีคดีที่ผู้กระทำความผิดเพศชายจำนวน 11,032 คดี (90.49%) ซึ่งสูงกว่าเพศหญิงที่มีจำนวน 1,160 คดี (9.51%) ในจำนวนคดีเด็กและเยาวชนพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้กระทำความผิดมีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 6,306 คดี (51.72%) รองลงมาคือ ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา 2,142 คดี (17.57%) ระดับการศึกษาประกาศนียบัตร จำนวน 1,591 คดี (13.05%) ระดับศึกษานอกระบบ จำนวน 1,218 คดี (9.99%) และประเภทอื่นๆ จำนวน 932 คดี (7.64%) ตามลำดับ ดังปรากฏในภาพที่ 4

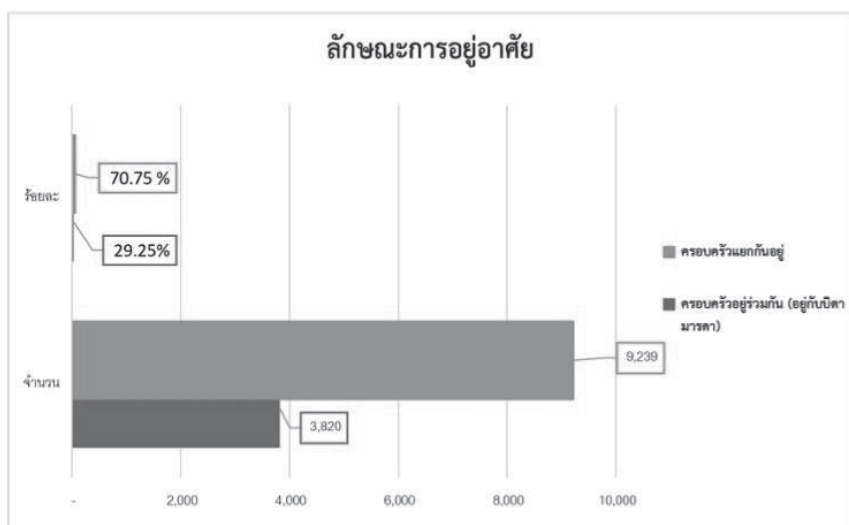
ภาพที่ 4 จำนวนและร้อยละของคดีเด็กและเยาวชนที่ถูกดำเนินคดีโดยสถานพินิจทั่วประเทศ ปีงบประมาณ 2565 (จำแนกตามระดับการศึกษา)



ที่มา: กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน (2565)

นอกจากนี้ จากสถิติจำนวนและร้อยละของคดีเด็กและเยาวชนที่ถูกดำเนินคดีโดยสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนทั่วประเทศ ในปีงบประมาณ 2565 จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย จะพบว่า เด็กและเยาวชนที่ครอบครัวแยกกันอยู่จะมีคดีจำนวน 9,239 คดี (29.25%) ซึ่งมากกว่าเด็กและเยาวชนที่มีครอบครัวที่อยู่ร่วมกันที่มีจำนวนคดี 3,820 คดี (29.25%) ตามกราฟในภาพที่ 5 ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาในซีรีส์ *Juvenile Justice* ตอนที่ 5 ซึ่งกล่าวถึงศูนย์ฟื้นฟูเยาวชนที่เด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดซ้ำๆ ทั้งที่รู้ว่าผิด แต่ทำเพราะอยากจะประชดครอบครัวและสังคม ดังนั้นจุดเริ่มต้นที่สำคัญคือ ครอบครัว

**ภาพที่ 5** จำนวนและร้อยละของคดีเด็กและเยาวชนที่ถูกดำเนินคดีโดยสถานพินิจทั่วประเทศ ปีงบประมาณ 2565 (จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย)



ที่มา : กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน (2565)

## จุดแตกต่าง

### 1) ที่มาของอำนาจ

ในซีรีส์ทั้งสอง มีการใช้อำนาจผ่านตัวละครมาอธิบายปัญหาเชิงโครงสร้างของสังคมในบริบททางสังคมและกฎหมายที่แตกต่างกัน ผ่านมุมมองและมีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยในเรื่อง *Juvenile Justice* (2022) ตัวละครเอกของเรื่องคือ ผู้พิพากษาหญิงที่ชื่อว่า ชิมอินชอก ได้ใช้อำนาจทางกฎหมายซึ่งสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ทางสังคม นำไปสู่การเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน ขณะที่ซีรีส์เรื่อง *เด็กใหม่* นั้น ตัวละครเอกของเรื่องคือ แนนโนะ และยูลิ ใช้อำนาจทางพลังเหนือธรรมชาติ โดยมีเป้าหมายหลักคือการใช้สัญญาเพื่อเปรียบเทียบอำนาจ ที่ไม่สามารถบังคับใช้ได้ในโลกจริงจึงต้องสร้างตัวละครที่เป็นผลผลิตของปีศาจขึ้นเป็นสัญญาของการลุกขึ้นต่อต้านอำนาจเนื่องจากความไม่ศรัทธาในกระบวนการยุติธรรมของไทย และการสามารถฟื้นคืนชีพมาแก้แค้นได้ ขณะที่ในความเป็นจริงแล้วคนตายไม่สามารถลุกขึ้นมาเรียกร้องความยุติธรรมได้ แม้ว่าซีรีส์ *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) จะไม่ได้นำไปสู่การขับเคลื่อนในประเด็นทางกฎหมาย แต่นำไปสู่การเรียกร้องให้คนในสังคมตระหนักถึงปัญหาของเด็กและเยาวชนในโรงเรียน

นอกจากนี้ ซีรีส์ทั้งสองเรื่องให้ความหมายอาชญากรเด็กไม่เหมือนกัน โดย *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) เป็นการเรียกร้องและคืนความยุติธรรมให้สังคมที่กฎหมายไม่บังคับใช้อย่างเท่าเทียมกัน จากการที่ตัวละครนำอย่าง แนนโนะนั้นเคยถูกกดขี่รังแกมาก่อนจึงเป็นเสมือนตัวแทนผู้ด้อยอำนาจลุกขึ้นมาทวงคืนความยุติธรรมในมุมที่เหนือธรรมชาติ ซึ่งเป็นบทบาทที่มีอำนาจมากกว่า เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและสร้างสະใจให้กับผู้ชมเพราะเป็นสิ่งที่ชีวิตจริงไม่อาจทำได้ และมีปัญหาเรื่อง “การบังคับใช้กฎหมาย” ที่ไม่เท่าเทียมในสังคม ในขณะที่อาชญากรเด็กในซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) แสดงให้เห็นปัญหาจากเด็กที่เป็นอาชญากรแต่กฎหมายคุ้มครอง จึงสะท้อนปัญหาคือ “กฎหมาย” ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ซีรีส์ทั้งสองเรื่องจึงมีความแตกต่างกัน ทำให้ตัวละครมีการแสดงการกระทำที่แตกต่างกันตามไปด้วย

## 2) การสื่อสารที่สอดแทรกในซีรีส์ของทีมนักผู้สร้าง

ทีมนักผู้สร้างซีรีส์ทั้งสองเรื่องมีการสื่อสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดในเด็กและเยาวชน โดยสะท้อนสถานการณ์สังคมในมุมมองของซีรีส์ที่เป็นการประกอบสร้างของมุมมองผู้ผลิตที่มองสังคม โดยนำเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงมาทำเป็นเพียงเค้าโครงในการเขียนบทเพิ่มเติมเท่านั้น ซึ่งตีความตามมุมมองของผู้กำกับ ทำให้ซีรีส์ทั้งสองมีการเล่าเรื่องที่แตกต่างกันจากการมุมมองของตัวละครที่มีอาชีพ บทบาท และบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน

สำหรับซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) นั้น ทีมนักผู้สร้างซีรีส์ใช้มุมมองในการดำเนินเรื่อง โดยถูกถ่ายทอดผ่านมุมมองของตัวละครที่มีอาชีพการเป็นผู้พิพากษา ที่ต้องมองให้ลึกไปถึงความรู้สึกของโจทก์และจำเลย เพื่อนำมาร่วมในการตัดสินใจให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ขณะที่ส่วนใหญ่ซีรีส์และละครเกี่ยวกับอาชญากรรมมักจะดำเนินเรื่องผ่านมุมมองของนักสืบ ตำรวจ อัยการ ทนายความ สายลับ หรือหมอนิติวิทยาศาสตร์ ที่ต้องคอยสืบเสาะหาหลักฐานเพื่อให้เนื้อเรื่องดำเนินต่อไป โดยดำเนินเรื่องให้ผู้พิพากษาหลงไปสืบหาความจริงด้วยตัวเอง ทั้งที่ไม่ใช่หน้าที่ของผู้พิพากษา ซึ่งต้องวางตัวเป็นกลาง เพื่อให้ความเป็นธรรมต่อโจทก์และจำเลยหรือไม่ โดยในแต่ละตอนจะมีการนำเสนอในประเด็นข้อโหว่ของกฎหมายเยาวชนที่ใช้เป็นข้ออ้างในการกระทำความผิด รวมทั้งสะท้อนแง่มุมการทำหน้าที่ของผู้ปกครองและสังคม ที่เป็นปัจจัยที่สร้างบาดแผลให้แก่วัยเด็กและเยาวชน จนทำให้กลายเป็นอาชญากรตั้งแต่อายุยังน้อย รวมทั้งมีการให้ความรู้ด้านกฎหมายที่ค่อนข้างละเอียดในเนื้อเรื่อง ซึ่งพยายามถ่ายทอดกฎหมายให้เข้าใจง่าย และเข้าถึงคนทั่วไป (Worramate Khamngeon, 2565)

แม้ว่าซีรีส์ *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) นั้น ทีมนักผู้สร้างจะมีการนำเสนอเนื้อหาที่มีเค้าโครงจากคดีดังเหมือนกันกับซีรีส์ *Juvenile Justice* (2022) แต่ก็มี การใส่ความเป็นคนรุ่นใหม่ที่ต้องต่อสู้กับอำนาจที่ไม่ถูกต้อง และการเรียกร้องสิทธิ และเสรีภาพ โดยใน “EP. 6 ห้องสำนึก” (Liberation) ที่เสนอเหตุการณ์ที่แนนโน๊ะก้าวเข้าไปในรั้วโรงเรียนที่มีกฎล้าหลังคร่ำครึและไม่เป็นธรรม เธอจึงทำตัวเป็นแกนนำละเมิดกฎ ก่อนจะถูกลงโทษจำคุกวินัยปรับทัศนคติในห้องสำนึกตน

ทำให้เกิดเหตุการณ์รุนแรงขึ้นจนนักเรียนในโรงเรียนตาสว่าง ลูกฮือขึ้นตอบโต้ครูด้วยความรุนแรงเฉกเช่นเดียวกัน สะท้อนเรื่องบทบาทของครูในโรงเรียนในการสร้างระบอบเผด็จการเบ็ดเสร็จนิยม (totalitarianism) ขึ้นในโรงเรียนโดยใช้กฎของโรงเรียนและการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) เข้ามาชักจูงในนักเรียนและบุคลากรในโรงเรียนคล้ายตาม (Danuchdech, 2564) ทั้งนี้ สังเกตว่าวิธีการของแนนโอะเป็นการแสดงอำนาจอ่อน (soft power) ที่ทำงานผ่านการเข้าร่วมประชาคม (civil society) ของนักเรียนเพื่อเปลี่ยนแปลงทางความคิด ขณะที่วิธีการตอบโต้ของโรงเรียนกลับเป็นการใช้อำนาจแข็ง (hard power) ที่พุ่งตรงไปยังผู้นำทางความคิด (opinion leader) ด้วยการปิดหู ปิดตา และปิดปาก และมีการตั้งคำถามว่า “กฎโรงเรียนล้าสมัย หรือเด็กไม่เชื่อฟัง” (ThaiPublica, 2564) โดย บัณฑิต ภูริจิตปัญญา และสุรวุฒิ ตุงคะรักษ์ ผู้กำกับใน EP. 6 นี้ได้อธิบายว่า ตอนนี้แตกต่างจากตอนอื่นด้วยโทนสีขาวดำเหมือนภาพยนตร์ยุคเก่า โดยมีแรงบันดาลใจเบื้องหลังมาจากการอยากทำหนังขาวดำมานานแล้ว เพราะรู้สึกว่าการถ่ายขาวดำทำให้โฟกัสกับสิ่งที่อยากจะสื่อได้ชัดเจนกว่าการเป็นสีแล้วเหมาะกับแนวคิดของตอน Liberation ที่พูดถึงสังคมยุคนี้ที่มีทั้งสีขาว สีดำ สีอื่นๆ ซึ่งความดีและความชั่วกลายเป็นสีเทาๆ ไปหมด บวกกับการวางเฟรมภาพแบบนิ่งๆ สื่อถึงเสรีภาพในปัจจุบันนี้ที่ถูกจำกัดให้อยู่ในกรอบ การใช้อำนาจที่ไม่ถูกต้อง การต่อสู้ของคนที่ไม่โดนรุกราน โดนเอาเปรียบ ซึ่งสิ่งนี้เขามองว่ามันเป็นสิ่งที่คู่โลกเรามาทุกยุคทุกสมัย (เชตต์คณิต คงชนะ, 2564)

### 3) การหาสาเหตุของปัญหาและการแก้ไขปัญหา

ในซีรีส์เรื่อง *Juvenile Justice* (2022) ตัวละครเอกของเรื่องพยายามสืบหาข้อเท็จจริง และมองความเป็นจริงของสังคม พร้อมกับเสนอให้ทุกคนยอมรับความจริงและแก้ปัญหาโดยใช้เหตุผล ทั้งในแง่ของระบบและอำนาจหน้าที่ศาลเด็กและเยาวชน ความเหมาะสมของการคุ้มครองเด็กและเยาวชนโดยการกำหนดอายุในการเว้นโทษหรือลดโทษ โดยสามารถตัดสินโทษของเด็กและเยาวชนผู้กระทำผิดได้อย่างเหมาะสม ภายใต้เงื่อนไขกฎหมายและข้อเท็จจริงนั้น แม้จะยังมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม ทั้งนี้ จะเห็นว่า ในซีรีส์พยายามหาแนวทางในการแก้ไข

ปัญหาอาชญากรรมเด็ก สร้างความร่วมมือระหว่างศาล ครอบครัว และสังคม และผู้พิพากษาไม่ใช่เพียงตุลาการในการตัดสินคดีให้บทลงโทษแก่เด็ก เพื่อให้พวกเขาได้เรียนรู้ถึงผลของการกระทำผิด และความศักดิ์สิทธิ์ของกฎหมายเท่านั้น แต่ยังช่วยเยียวยาจิตใจครอบครัวผู้เสียหาย และให้โอกาสเด็กและเยาวชนผู้กระทำความผิดได้กลับตัวกลับใจ ซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหอาชญากรรมเด็กของในซีรีส์เรื่อง *Juvenile Justice* (2022) สอดคล้องกับศึกษาของ วรวิทย์ ฤทธิพิศ (2560-2561) เรื่องมาตรการดำเนินการกับเด็กและเยาวชนที่ก่ออาชญากรรมร้ายแรง ได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหอาชญากรรมของเด็กและเยาวชนในสังคมไทยที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยอธิบายว่า ในการลงโทษเด็กและเยาวชนที่ก่ออาชญากรรม ไม่ว่าจะเป็นอาชญากรรมร้ายแรงเพียงใดหรือไม่ก็ตาม กฎหมายไทยได้นำหลักทฤษฎีการลงโทษเพื่อแก้ไขฟื้นฟูมาประยุกต์ใช้เช่นเดียวกับนานาอารยประเทศ และการลงโทษเด็กและเยาวชนที่ก่ออาชญากรรมร้ายแรงให้หนักขึ้น เป็นเพียงมาตรการหนึ่งของการแก้ไขปัญหาคriminal และเยาวชนที่ก่ออาชญากรรม และเป็นการแก้ไขปัญหที่ปลายเหตุเท่านั้น แต่ยังมีความมาตรการที่เหมาะสมรวมถึงข้อเสนอแนะอื่นๆ อันจะช่วยป้องกันและแก้ไขปัญหาคriminal และเยาวชนที่ก่ออาชญากรรมในสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากบิดามารดา ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ ตลอดจนสถานศึกษาทั้งของภาครัฐและเอกชนที่จะต้องร่วมมือกันอย่างแข็งขัน

ขณะที่ซีรีส์เรื่อง *ซีรีส์เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) นั้น สะท้อนการแก้แค้นโดยใช้อารมณ์มากกว่าการแก้ปัญหาที่ต้นตอ โดยใช้เหตุผลซึ่งในบทสรุปคือการหลอกหลอนจนทำให้มินนี่ต้องฆ่าตัวตาย ที่ไม่ใช่จุดจบที่เหมาะสม เหมือนการล้างแค้นตาต่อตาฟันต่อฟันมากกว่าการใช้กฎหมายในสังคมเพื่อให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

#### 4) ประเภทซีรีส์

ซีรีส์ *หญิงเหล็กศาลเยาวชน (Juvenile Justice)* ซีรีส์เกาหลีออร์จินัลเรื่องใหม่ของ Netflix เป็นซีรีส์แนวกฎหมาย-อาชญากรรม-ดราม่า ซีรีส์แนว courtroom drama หรือ legal drama ว่าด้วยเรื่องราวคดีความในศาลแขวง

แผนกคดีอาญาเด็กและเยาวชน เขตยอนฮวาของเกาหลีใต้ ที่พยายามเลียนแบบสภาพสังคมด้วยความสมจริงที่สุด ขณะที่ *เด็กใหม่ 2* เป็นละครโทรทัศน์แนวรหัสคดี ระทึกขวัญ และมีความแฟนตาซีเหนือธรรมชาติ และเป็นละครสั้นจบในตอน โดยมีการผลิตซ้ำในความเชื่อเรื่องงูกำกวมเกวียนหรือเวรกรรมตามสนอง เช่นเดียวกับละครสอนใจเรื่องอื่นๆ เช่น *บันทึกกรรม บาปบริสุทธิ์ น่องใหม่ร้ายบริสุทธิ์* และ *ฟ้ามีตา* ที่ปรับการนำเสนอให้แนวนี้อะ ตัวละครลงโทษผู้กระทำความผิดอย่างรุนแรง โดนใจ และสะใจคนรุ่นใหม่ด้วยอำนาจเหนือธรรมชาติ (ThaiPublica, 2564)

#### 5) การสื่อสารการตลาดของซีรีส์

ซีรีส์ทั้งสองเรื่องมีการสื่อสารการตลาดที่แตกต่างกัน คือ ในซีรีส์ *Juvenile Justice* เน้นความแปลกใหม่ของเนื้อหา และการขยี้เนื้อหาประเด็นสังคมเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนที่สังคมเกาหลีอ่อนไหว และตั้งคำถามถึงมาตรการทางกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ ทำให้ผู้ชมที่ติดตาม ผู้เสียหายและญาติของผู้เสียหายรู้สึกอินตามไม่ยาก นอกจากนี้ ใช้นักแสดงนำที่มีชื่อเสียงเพื่อให้ซีรีส์ได้รับความนิยมอย่างคึกคักเช่นมารับบท “ชิมอินชอก” ผู้พิพากษาหญิงคนใหม่ที่เพิ่งย้ายเข้ามาประจำการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบุคลิกเยือกเย็นดูจ๋าซีซั่นนี้ น้ำแข็ง และมีม็อตโตประจำตัวว่า “ฉันเกลียดอาชญากรเด็ก” (รัสรินทร์, 2565) โดยนำเสนอคลิปสั้นๆ 3 เหตุผลที่อยากให้คุณ *Juvenile Justice* คลิปสั้นไฮไลต์ของเรื่อง และคลิปสัมภาษณ์นักแสดงนำอย่างคึกคัก และนักแสดงคนอื่นๆ

ในขณะที่ซีรีส์ *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* (2021) นั้น ใช้วิธีการสื่อสารแบบคนรุ่นใหม่ที่ชอบใช้สื่อสังคม โดยเล่าปัญหาในโรงเรียนผ่านอินฟลูเอนเซอร์และยูทูบเบอร์ โดยใช้กลยุทธ์การตลาดแบบใช้ผู้ทรงอิทธิพล (influencer marketing) ซึ่งเป็นการนำบุคคลที่มีอิทธิพลในสังคมมามีส่วนเกี่ยวข้องกับซีรีส์นี้ โดยมีการจัดรายการ “ถามโน้ะๆ กับจอมขวัญ หลาวเพชร พิธีกรชื่อดังในแพลตฟอร์มของเน็ตฟลิกซ์” โดยมียูทูบเบอร์ชื่อดังที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก ทั้งจากช่อง เทพลีลา buffet chanel และ goynattydream มาร่วมถกเถียงถึงประเด็นปัญหาสำคัญต่างๆ ในโรงเรียน เช่น ความรักในวัยเรียน ปัญหาการใช้อำนาจและความรุนแรง



ทั้งจากบุคลากรในโรงเรียนและจากรุ่นพี่ ปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียน ทั้งนี้ยังมีการพาดนักแสดงนำของเรื่องที่รับบทแนนโน๊ะ คือ คิตตี้-ชีชา อมาตยกุล ไปร่วมพูดคุยในอีกหนึ่งรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง “มาเถอะจะคุย” ซึ่งมีพิธีกรคือ จอมขวัญ หลาวเพ็ชร เกี่ยวข้องกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และสะท้อนผ่านเรื่องราวในซีรีส์ นอกจากนี้ยังมีรายการบนยูทูปอย่าง hashtag by nailname# ที่ต่อยอดจากการนำเสนอเนื้อหาซีรีส์ *เด็กใหม่ ซีซั่น 2* มาเล่าเรื่องราวปัญหาการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียนต่างประเทศ เช่น รวยเกินไปไม่ต้องรับโทษ คลิปฉาวเมื่อเราเลิกกัน และรับน้องโหดแต่ศาลตัดสินเป็นอุบัติเหตุ นอกจากนี้ ทีมผู้สร้างซีรีส์มีการนำเสนอให้มีความเกี่ยวโยงกลุ่มผู้ชม โดยเฉพาะผู้ที่เคยประสบปัญหาต่างๆ ด้วยตัวเองภายในรั้วโรงเรียน ย่อมรู้สึกเข้าใจและอินไปกับซีรีส์เรื่องนี้ได้ง่าย นำไปสู่กระแสที่ถูกบอกต่อและรอคอยติดตาม จนส่งผลต่ออันดับความนิยมในเน็ตฟลิกซ์ที่ขึ้นอันดับ 1 ในไทย และชนะซีรีส์ต่างชาติมากมายในแพลตฟอร์มเดียวกัน และมีการสื่อสารการตลาดผ่านการนำเสนอในรูปแบบ *The Judgment Report* หนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษจากแนนโน๊ะ ซึ่งรวบรวมคดีฉาว 8 คดี ที่เป็นเนื้อหาภายในซีรีส์มาแจกฟรีให้กับแฟนๆ ซึ่งมาจากการที่มีคดีดัง และเหตุการณ์สำคัญจะถูกนำเสนอในพื้นที่หน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ยังใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ “เด็กใหม่” เพื่อคอยอัปเดตข่าวคราวความเคลื่อนไหวที่ตรงกับกระแสสังคมในเวลานั้น ตัวอย่างเช่น “งานบวชแต่ดื่มสุราส่งเสียงดัง ชนกับนักเรียนที่กำลังสอบแก้ตัว/แพท” “เกาะกระแสเลือกตั้ง ส.ส. สำหรับเด็กที่อายุ 18 ปีขึ้นไป” และ “ถึงหมอมั้ยพร้อม แต่แนนโน๊ะพร้อม มาเวลารอวัดชีนด้วยซีรีส์ ‘เด็กใหม่ 2’” เป็นต้น (เขตต์คณิต คงชนะ, 2564)

## สรุปผล

ซีรีส์ทั้งสองเรื่องได้นำเสนอเรื่องราวของ “อาชญากรเด็ก” จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมเกาหลีใต้และประเทศไทย เพื่อสร้างความตระหนักและกระตุ้นให้สังคมร่วมมือกันแก้ไขปัญหาการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนที่ทั้งสองประเทศเผชิญคล้ายๆ กันคือ คำถามถึงความเหมาะสมในการดำเนินคดี

และบทลงโทษเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิด ท่ามกลางสังคมทุนนิยม และครอบครัวที่มีปัญหาการแยกกันอยู่ รวมทั้งปัญหาความเหลื่อมล้ำของฐานะทางสังคม การตั้งคำถามว่า ทำอย่างไรจึงจะทำให้เด็กและเยาวชนกระทำความผิดน้อยลง มาตรการทางกฎหมายในการเพิ่มอายุสำหรับเด็กที่ไม่ต้องรับโทษทางอาญาจะนำไปสู่ผลในทางบวกหรือทางลบ

ทั้งนี้ ซีรีส์ทั้งสองเรื่องมีจุดเหมือนคือ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงซึ่งเป็นตัวละครในซีรีส์ที่มีความเก่ง เข้มแข็งมีอำนาจ ไม่ใช่ผู้หญิงที่มีความอ่อนแอ ภาพลักษณ์ของเด็กและเยาวชนที่ไม่ใช่ไร้เดียงสา เป็นเด็กและเยาวชนที่มีความร้ายกาจ มีการใช้ความรุนแรง กระทำความผิดกฎหมายและศีลธรรมในสังคม และมีจุดต่างคือ ที่มาของอำนาจ การสื่อสารที่สอดแทรกในซีรีส์ของทีมนักผู้สร้าง การหาสาเหตุของปัญหาและการแก้ไขปัญหา ประเภทซีรีส์ และการสื่อสารการตลาดของซีรีส์

นอกจากนี้ ในซีรีส์ทั้งสองเรื่องยังนำเสนอการใช้อำนาจผ่านตัวละคร มาอธิบายปัญหาเชิงโครงสร้างของสังคมในบริบททางสังคมและกฎหมายที่แตกต่างกัน มาอธิบายผ่านมุมมองที่สะท้อนผ่านซีรีส์ทั้งสองเรื่องซึ่งมีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยในเรื่อง *Juvenile Justice* (2022) ตัวละครเอกของเรื่องคือผู้พิพากษาหญิงที่ชื่อว่า ชิมอินชอก ได้ใช้อำนาจทางกฎหมายซึ่งสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ทางสังคม ขณะที่ซีรีส์เรื่อง *เด็กใหม่* นั้น ตัวละครเอกของเรื่องคือแนนโน๊ะ และยurit ใช้อำนาจทางพลังเหนือธรรมชาติ โดยมีเป้าหมายหลักคือการใช้สัญญาเพื่อเปรียบเทียบอำนาจ ที่ไม่สามารถบังคับใช้ได้ในโลกจริง จึงต้องสร้างตัวละครที่เป็นผลผลิตของปีศาจขึ้นเป็นสัญญะของการลุกขึ้นต่อต้านอำนาจเนื่องจากความไม่ศรัทธาในกระบวนการยุติธรรมของไทย

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน (ม.ป.ป.). ช่วงอายุความรับผิดชอบต่อพฤติกรรมกระทำความผิดของเด็กและเยาวชน 10 ประเทศอาเซียน, อินโฟกราฟิก กลุ่มงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร, กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม.

สำนักงานเลขาธิการกรม กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม.

\_\_\_\_\_. (2565). รายงานสถิติคดีประจำปี พ.ศ. 2565, กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม.

กสทช. (2556). แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556, กรุงเทพฯ: คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

ธีรวรรณ เอกธนู (2559). ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการก่ออาชญากรรมของเด็กและเยาวชนไทย, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประธาน วัฒนาวณิชย์ (2546). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอาชญาวิทยา, กรุงเทพฯ: ประกายพริก.

พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญา ฉบับที่ 29 (2565). ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 139 (ตอนที่ 28 ก): 1-4.

มังคลารักษ์ ใจตรง (2557). บทบาทของตัวละครเด็กในละครโทรทัศน์ระหว่างปี 2551-2557, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรวิทย์ ฤทธิพิศ (2560-2561). มาตรการดำเนินการกับเด็กและเยาวชนที่ก่ออาชญากรรมร้ายแรง, หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 60 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร ประจำปี การศึกษา พ.ศ. 2560-2561.

สมชัย ทิฆาอุตมการ (2559). พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชน และครอบครัว พ.ศ. 2553 พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 : พร้อมแนวคำพิพากษาของศาลฎีการายมาตราและข้อสังเกต, กรุงเทพฯ: กรุณสยาม พับลิชชิ่ง.

สหรัฐ กิติ ศุภการ (2564). หลักและคำพิพากษา พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553, กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

### ภาษาอังกฤษ

Anita, L. (2013). *Handbook of Family Communication*, New York: Routledge.

Becker, H. (1963). *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance*, Michigan: Free Press.

Drotner, K. and Livingstone, S. (2008). *The International Handbook of Children, Media and Culture*, London: Sage.

## สื่อออนไลน์

กองพัฒนานิสัย (2554), “อาชญากรกับทฤษฎีการประทับตรา” สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2565 จาก [http://br.correct.go.th/br\\_wp/?p=24](http://br.correct.go.th/br_wp/?p=24)

ข่าวสดออนไลน์ (2565), “รอยอะไรก่อน! พ่อหนุ่ม 18 แม่เด็ก 14 ยันไม่จริง แคร่รับจ้างรายวัน ไม่มีอะไรจะกินแล้ว”, สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก [https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news\\_7356271](https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_7356271)

เซตต์คณิต คงชนะ (2564), “ถอดรหัสการตลาด Netflix ที่พา ‘แนนโน๊ะ’ ปังไปทั่วโลก”, เวอร์คพอยท์ทูเดย์, สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://workpointtoday.com/netflix-marketing-in-girl-from-nowhere/>

คมชัดลึกออนไลน์ (2564), “ถอดรหัส ‘แนนโน๊ะ’ มารทำไมเป็น ‘อมตะ’”, สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 จาก <https://www.komchadluek.net/entertainment/466798>

เดลินิวส์ออนไลน์ (2565ก), “หนังกับหมี: Juvenile Justice หญิงเหล็กศาลเยาวชน”, สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 จาก <https://www.dailynews.co.th/articles/820571/>

\_\_\_\_\_. (2565ข), “อุทาหรณ์สลด! ดช. 9 ขวบจ๋อยยิงอก ดญ. 7 ขวบ ดับสยองงานขึ้นบ้านใหม่”, สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://www.dailynews.co.th/news/1338039/>

ประชาส อยุ่เย็น (2565), “[รีวิว] Juvenile Justice หญิงเหล็กศาลเยาวชน – หญิงเหล็ก คดีเด็ก กับกฎหมายที่เบาหวิวและสังคมที่แห้ววิน”, สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 จาก <https://www.beartai.com/lifestyle/970917>

ผู้จัดการออนไลน์ (2554), “‘แพรวา’ มอบตัวพรั้งนี้พ่วงเจ้าของชีวิคโค่นดำเนินคดีด้วย!” สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2565 จาก <https://mgronline.com/crime/detail/9540000000116>

\_\_\_\_\_. (2562), “9 ปีคดี ‘แพรวา’ เหมือนตายทั้งเป็น”, สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9620000068533>

\_\_\_\_\_. (2565), “เกาหลีใต้เตรียมลดอายุผู้รับผิดทางอาญาจาก 14 เหลือ 13 ปี ขึ้นไป”, สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://mgronline.com/uptodate/detail/9650000102409>

\_\_\_\_\_. (2566), “ยกเลิกสร้าง! ‘Juvenile Justice’ จะไม่มีซีซั่น 2”, สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://mgronline.com/drama/detail/9660000010242>

โพสต์ทูเดย์ (2561), “‘เกาหลีใต้’ กับการลดอายุ เอาผิด ‘เยาวชนโจร’”, สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://www.posttoday.com/international-news/574577>

มติชนออนไลน์ (2565), “ครอบครัวอ้าง หนูม 15 ซิงบีเอ็มชนวิศวะป้ายแดงดับ ติดสอบ ยังมา ให้ปากคำ ไม่ได้” สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 จาก [https://www.maticchon.co.th/region/news\\_3596173](https://www.maticchon.co.th/region/news_3596173)

- รัสรินทร์ (2565), "Review ซีรีส์: 'หญิงเหล็กศาลเยาวชน-Juvenile Justice' ผู้พิพากษาทำขน  
อาชญากรเด็ก", ผู้จัดการออนไลน์, สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://mgronline.com/drama/detail/9650000025225>
- Danuchdech, B. (2564) "ปลดปล่อยผู้ถูกกดขี่สู่โลกสีเทา: วิเคราะห์ซีรีส์เด็กใหม่ ซีซั่น 2 EP.6 ห้อง  
สำนึกตน (Liberation)", สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2565 จาก <https://danuchb.medium.com/%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%94%E0>
- Kanyapak\_w (2565), "#เด็ก18ฆ่าเด็ก13 ติดเทรนด์ทวิตเตอร์ เจ้าตัวกว้างบนโซเชียล บอกบ้าน  
รวย ไม่มีใครทำอะไรได้ ชาวเน็ตเดือดถามต้องโตมาแบบไหน?", สถานีโทรทัศน์ช่อง 3  
ออนไลน์, สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://ch3plus.com/news/exclusive/morning/319323>
- M2F (2561), "'เกาหลีใต้' กับการลดอายุ อาชญากร 'เยาวชนโจร'", สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 จาก  
<https://www.m2fnews.com/news/worldnews/20466>
- Sanook (2562), "เด็กหนุ่มฆาตกรรมรุ่นน้อง 10 ขวบ ญาติโกรธแค้นหวั่นกฎหมายอาชญากรไม่ได้อัด",  
สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2566 จาก <https://www.sanook.com/news/7933522/>
- Spring News (2565), "เปิดสถิติคดีเด็กและเยาวชนกับโอกาสที่หวังให้กลับตัวเป็นคนดีคืนสังคม",  
สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2566 จาก <https://www.springnews.co.th/feature/828366>
- ThaiPublica (2564), "Girl from Nowhere Season ซีรีส์จากประเทศพูดความจริงไม่ได้", สืบค้น  
เมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://thaipublica.org/2021/05/series-society12/>
- The Korea Times (2018), "Appeals Court Keeps 20-year Jail Term for Teenager in Murder of  
Child", retrieved 10 November 2021 from <https://m.koreatimes.co.kr/pages/article.asp?newsIdx>
- The Matter (2565), "การเพิ่มบทลงโทษเยาวชนที่ทำความผิด จะช่วยแก้อาชญากรรมได้จริงหรือ?"  
สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://thematter.co/social/penalties-for-juvenile-criminals/189965>
- The Standard (2565), "เด็กใหม่ ซีซั่น 2 กับการก้าวขึ้นสู่ Top 10 คอนเทนต์ยอดนิยมใน 7 ประเทศ  
แถบเอเชีย หมวด TV Shows", สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://thestandard.co/girl-from-Nowhere-season-2-2/>
- True ID (2565), "แนนนี่มาแล้ว! คิทตี้ ชีชา นำทีมฮอต เด็กใหม่ 2 ติดเทรนด์ทวิตเตอร์ ออก  
อากาศวันแรก", สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 จาก <https://entertainment.trueid.net/detail/V58NdOjrEnLb>
- Worramate Khamngeon (2565), "Juvenile Justice เมื่อคดีเยาวชนกำลังสะท้อนความดำมืดของ  
สังคมออกมาซีรีส์แนวสืบสวนน้ำดีจาก Netflix", สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2565  
จาก <https://www.vogue.co.th/lifestyle/article/juvenile-justice-netflix-series-2022>
- 마타티카 (2021), "เด็กเกาหลีก่ออาชญากรรมโดยใช้ช่องว่างจากกฎหมายเยาวชน", สืบค้น  
เมื่อ 10 กันยายน 2565 จาก <https://www.creatrip.com/th/blog/10760>

# ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย: การประกอบสร้างความหมาย ตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม<sup>1</sup>

ธีระพล ศิริทัพ<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มุ่งนำเสนอประเด็นสำคัญและผลการศึกษาหลักจากงานวิจัยเรื่อง ภาพตัวแทนตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประกอบสร้างความหมายของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย และศึกษาการถอดรหัสความหมายของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ซึ่งในส่วนแรกศึกษาการประกอบสร้างตัวละครนักเลงอันธพาลที่ปรากฏอยู่ในบทบาทของตัวละครพระเอก (The Hero) จำนวน 7 ตัวละคร จากภาพยนตร์ 7 เรื่อง ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง เด็กเสเพล (2539) 2499 อันธพาลครองเมือง (2540) โก๋หลังวัง (2545) เด็กเดน (2548) ทำชน (2552) มิ่งกูเพื่อนกันจนวันตาย (2555) และ อันธพาล (2555) และส่วนที่สองคือ การตีความถอดรหัสจากผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับนักเลงอันธพาล จำนวน 2 คน โดยใช้แนวคิดการศึกษาผู้รับสารตามแนวทางวัฒนธรรมศึกษาของ Stuart Hall ในการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยถือเป็นพื้นที่ผลิตซ้ำและปะทะกันระหว่างชุดอุดมการณ์หลัก (dominant ideology) และชุดอุดมการณ์ต่อต้าน (counter ideology) ผ่านองค์ประกอบทางด้านการเล่าเรื่องและองค์ประกอบทางด้านคุณลักษณะของตัวละครอยู่ตลอดเวลา หากแต่คุณลักษณะเด่น

\* วันที่รับบทความ 28 กันยายน 2565; วันที่แก้ไขบทความ 28 ธันวาคม 2565; วันที่ตอบรับบทความ 12 มกราคม 2566

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง ภาพตัวแทนตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ภายใต้ขอบของการประกอบสร้างความหมายตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม ก็คือ กลวิธีของชุดอุดมการณ์ต่อต้านที่สร้างความชอบธรรมให้กับตัวละครในลักษณะของการเป็นพื้นที่ “สีเทา” ที่ทำงานซุกซ่อนอยู่ภายใต้ชุดอุดมการณ์หลัก ซึ่งประกอบด้วยกลวิธีดังต่อไปนี้

(1) การประกอบสร้างภาพตัวละครวัยรุ่นในฐานะของคนตัวเล็กตัวน้อยในสังคม (2) การประกอบสร้างความเป็นชายในอุดมคติแต่ไม่เป็นไปตามบรรทัดฐานทางสังคม (3) กลวิธีการผสมผสานทั้งด้านการผนวกรวมและการลงโทษ (4) ชัยชนะในช่วงต้นก่อนจะกลับเข้าสู่ภาวะปกติในช่วงปลาย (โคร่งเรื่อง) (5) ต่อต้านในบางประเด็นและยอมรับในบางประเด็น (6) กลวิธีผสมผสานความย้อนแย้งระหว่างของจริงและจินตนาการผ่านตัวละครและฉาก

ในส่วนของการถอดรหัสความหมายของผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับนักเลงอันธพาล พบว่า ข้อสังเกตจากการถอดรหัสของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ตรงมักจะถอดรหัสด้วยจุดยืน “ต่อรองความหมาย” กับสิ่งที่ภาพยนตร์ได้นำเสนอ โดยถึงแม้ว่าภาพยนตร์ได้ทำการประกอบสร้างตัวละครให้มีลักษณะความเป็นมนุษย์ที่ผสมผสานกันระหว่างด้านความเป็นตัวละครพระเอก (The Hero) และด้านความเป็นตัวละครผู้ร้าย (The Villain) แต่กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงก็เลือกที่จะต่อรองความหมายเกือบทั้งหมดทั้งนี้ก็เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์และจุดยืนในสังคมของกลุ่มตนเองบนโลกแห่งความเป็นจริงให้มีลักษณะแตกต่างไปจากโลกแห่งแฟนตาซี

**คำสำคัญ:** ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย การประกอบสร้างความหมาย ตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม

# Thai Gangster Films: Construction of Male Characters Who Reject Social Control

Teerapol Sirithap<sup>3</sup>

## Abstract

This research paper aims to present the main points and the key findings from the research study titled *The Representation of Male Characters Who Reject Social Control in Thai Gangster Film*. The objectives were to study meaning construction of male characters who reject social control in Thai gangster films and to study the decoding of the meaning of the audience with direct experience of gangsters through in-depth interviews. The first part investigated the construction of gangster characters who appear in the role of the hero, 7 characters from 7 films. These include the following films: *Dangerous Years* (1996), *Dang Bireley's and Young Gangsters* (1997), *Born Blood* (2002), *Dek Dehn* (2005), *Fireball* (2009), *Friends Never Die* (2012), and *Gangsters* (2012). The second part is the interpretation from two audiences who have first-hand experience of gangsters using audience reception analysis according to cultural studies by Stuart Hall.

The results showed that Thai gangster films are considered as the space of reproduction and clashes between a set of dominant ideologies and a set of counter ideologies, through narrative elements and character attribute elements, which is always present in the films.

---

<sup>3</sup> PhD candidate, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University



However, the dominant feature under the tradition of semanticization of male characters who deny social control is the tactics of the set of counter ideologies that legitimize the characters as being in a “gray” space under the set of dominant ideologies. This consists of the following strategies: (1) constructing the image of an adolescent character as a lesser person in the society, (2) constructing ideal masculinity but not conforming to social norms, (3) combining both the inclusion and exclusion strategies, (4) victory in the early stages before returning to normal in the later stages (Plot), (5) resisting some aspects while accepting others, and (6) combining the contradictions between the reality and the imaginary through the characters and the setting strategies.

In deciphering the meaning by the audience with first-hand experience of gangsters, it was found that the subjects often deciphered the meaning with a standpoint that negotiated the meaning with what the films offer. Although the films constructed the characters to have human characteristics that combine the aspects of being a hero and being a villain, the subjects chose to negotiate almost all the meanings presented. The negotiation of meaning is aimed to show the identity and the position in the society of their own group in the real world, which is different from the fantasy world.

**Keywords:** Thai gangster films, meaning construction, male characters who reject social control

## 1. บทนำ

ซีโมน เดอ โบวัวร์ นักสตรีนิยมได้กล่าวไว้ในหนังสือ *The Second Sex* ว่า คนเราไม่เกิดมาเป็นชายหญิงตั้งแต่แรกแต่ถูกประกอบสร้างขึ้นในภายหลัง (one is not born woman but becomes one) (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2560: 604) ทั้งนี้ สำหรับนิยามของคำว่า “ความเป็นชาย” หรือ “masculinity” ในมุมมองของคนส่วนใหญ่มักจะนึกถึงคุณลักษณะ รวมทั้ง คุณสมบัติที่แสดงออกถึงความเป็นผู้ชาย เช่น ความเป็นวีรบุรุษ ความเป็นตัวของตัวเอง มีความกล้าหาญ มีความแข็งแรง มีเหตุผล เป็นต้น (Kahn, 2009: 198 อ้างถึงใน กัญญณ์พัชญ์ พรณรัตน์, 2559: 3)

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า สำหรับพื้นที่จากโลกความเป็นจริงทางกายภาพดังที่กล่าวมาข้างต้น จะแสดงให้เห็นถึงการจัดวางคุณค่าของความเป็นชายในสังคมอุดมคติให้เกิดขึ้นแล้ว สื่อมวลชนบางประเภทอย่างสื่อโฆษณาก็ได้มีการต่อยอดถึงคุณค่าของลักษณะดังกล่าวอีกด้วย เช่น งานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ พุ่มประดิษฐ์ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง *การรับรู้ภาพความเป็นชายในโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองสำหรับผู้ชายทางโทรทัศน์* โดยผลวิจัยชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะของความเป็นชายที่ยังคงมีร่วมกันคือ มีรูปร่างดี ผิวขาว มีความมั่นใจ มีความแข็งแรง เป็นต้น

อย่างไรก็ดี แม้ว่ารูปแบบคุณค่าของความเป็นชายในอุดมคติดังกล่าวจะถูกผลิตซ้ำจนกลายเป็นอุดมการณ์หลักของสังคม หากแต่ทว่ารูปแบบคุณค่าของความเป็นชายก็ไม่ได้มีเพียงรูปแบบเดียวเท่านั้น โดยยังปรากฏถึงรูปแบบการให้คุณค่าของความเป็นชายที่ไม่เป็นไปตามอุดมคติ หรืออาจจะเรียกว่า ผู้ชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในลักษณะของการมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนอีกด้วย ดังเช่น

“เสื่อมหนัก!! วัยรุ่นตึกกันใช้ ‘พระพุทธรูป’ ใน รพ.บางสะพานน้อย ขว้างปาจนเสียหาย ลือเป็นกลุ่มลูกผู้มีอิทธิพล” (ทีมข่าวผู้จัดการ, 2562)

“นักเรียนนักเลงเหิมเกริม ปาระเบิดใส่-ชี จยย. ไล่ฟันอริกลางถนน อยู่ระยะถึงขั้นปาระเบิดใส่กันทำรถร้านค้าได้รับความเสียหาย อีกทั้งชี จยย.

ใช้มีดไล่ฟันกันกลางถนนอย่างไม่เกรงกลัวกฎหมาย” (ทีมข่าวไทยรัฐ, 2563)

“วัยรุ่นเจ้าถิ่นยกพวกกว่า 7 คน ทะเลาะวิวาทบุกใช้มีดฟันหนุ่มเมืองชล มือเกือบขาดถึงในบ้านพัก อาการสาหัสกู้ภัยเร่งนำส่งรักษาตัว!” (ทีมข่าวไทยรัฐ, 2565)

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ที่ผ่านมามีพื้นที่ของสื่อมวลชนประเภทข่าวนั้น มักหยิบยกชุดความหมายเกี่ยวกับคุณค่าของความเป็นชาย ดังเช่นกลุ่มนักเลงอันธพาล มาเพื่อตีตราและประทับตราว่า กลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มคนที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมและมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นจารีตประเพณี ศีลธรรม รวมถึงกฎหมาย และจะต้องถูกลงโทษโดยอำนาจจากกระบวนการทางสังคมต่อไป โดยจากการประกอบสร้างของสื่อนี้ ทำให้เราเห็นถึงกระบวนการผลิตซ้ำความหมายคุณค่าของความเป็นชายทั้งในอุดมคติ และความเป็นชายที่ไม่เป็นไปตามอุดมคติหรือปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมอยู่ตลอดเวลา ซึ่งนั่นนำมาสู่คำถามของผู้วิจัยที่ว่า ถ้าหากในโลกของภาพยนตร์ที่เป็นพื้นที่ที่จริงจังจริงจัง และเป็นพื้นที่ในการต่อสู้เชิงความหมายของตัวละครชายปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม ดังกรณีของกลุ่มนักเลงอันธพาลแล้ว ภาพของตัวละครเหล่านี้จะยังคงถูกผลิตและประกอบสร้างให้เป็นเหมือนจริง เหมือนเดิม หรือเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องภาพยนตร์ตระกูลแก๊งสเตอร์ (gangster film) แนวคิดความเป็นชาย (masculinity) แนวคิดวัฒนธรรมวัยรุ่น (youth culture) แนวคิดพฤติกรรมที่เบี่ยงเบน (deviance) แนวคิดภาพตัวแทน (representation) แนวคิดการสร้างตัวละคร (characterization) และแนวคิดการศึกษาผู้รับสารตามแนวทางวัฒนธรรมศึกษาของ Stuart Hall มาทำการศึกษาเพื่อหาคำตอบในครั้งนี้

สำหรับภาพยนตร์นั้นมีแค่สื่อบันเทิงที่ทำหน้าที่ในการเล่าเรื่องเพื่อให้ผู้ชมหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวันเท่านั้น หากแต่ภาพยนตร์ยังทำหน้าที่ในการประกอบสร้างความหมายผ่านภาษาของหนัง เช่น ภาพและเสียงอีกด้วย ซึ่ง กำจร หลุยยะพงศ์ (2556: 4) ได้อธิบายว่า ภาพยนตร์ประกอบสร้างความจริง (constructionism) ทั้งนี้ตามแนวทางของสำนักมาร์กซิสต์ และวัฒนธรรมศึกษา

ซึ่งมองว่าแม้จะไม่มีความจริง แต่ภาพยนตร์ก็สามารถประกอบสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาได้ตามแต่ว่าใครเป็นผู้กำหนด

ทั้งนี้ ถ้าหากใช้เลนส์ในการส่องและมุ่งประเด็นไปยังคำถามที่ว่า ความ เป็นชายที่ปรากฏในสื่อมวลชนประเภทภาพยนตร์นั้น ก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ถูกประกอบ สร้างขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ลองนำเกณฑ์ของ Vladimir Propp (อ้างถึงใน ขจิตขวัณญ กิจวิสาละ, 2553: 81) มาทำการพิจารณาถึงคุณลักษณะขององค์ประกอบในการ สร้างความหมายผ่านตัวละครชาตินั้น ก็มักจะปรากฏถึงคุณลักษณะที่ประกอบ ไปด้วย

- พระเอก (The Hero) เป็นตัวแทนของฝ่ายธรรมะ และเป็นผู้นำใน การแก้ไขข้อขัดแย้ง

- ผู้ร้าย (The Villian) เป็นผู้ที่สร้างความเดือดร้อนให้กับชุมชนหรือผู้ที่ เป็นปรปักษ์กับตัวละครหลักในเรื่อง

- พระเอกจอมปลอม (The Flash Hero) คือ ตัวละครที่แสร้งเป็นคนดี แต่มักเปิดเผยความชั่วในภายหลัง

- ผู้ช่วยเหลือ (The Helper) ผู้ช่วยของพระเอกในการต่อกรกับผู้ร้าย หรือช่วยเหลือพระเอกให้พ้นอุปสรรค เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม หากนำเกณฑ์การวิเคราะห์ตัวละครตามแนวคิดของ Vladimir Propp (อ้างถึงใน ขจิตขวัณญ กิจวิสาละ, 2553: 81) มาพิจารณารูปแบบ ความหมายของความเป็นชายในอุดมคติ ก็พบว่า มีความคล้ายคลึงกับ คุณลักษณะตัวละครแบบพระเอก (The Hero) ที่ถูกประกอบสร้างให้เป็นภาพ ต้นแบบหรือแบบฉบับ (archetypes) ซึ่งสามารถพบได้ในตระกูล (genre) ของ ภาพยนตร์ทั่วไป เช่น ตระกูลแอ็กชัน ดังงานวิจัยของ นิวัฒน์ ประสิทธิวรวิทย์ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวคิดชาตินิยม และบริบทสังคมไทยในภาพยนตร์ แอ็คชั่นไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2551 โดยพบว่า ตัวละครพระเอกส่วนใหญ่ มักแฝงฝังความเป็นชายในอุดมคติ ด้วยความรักชาติ ปกป้องผลประโยชน์ ชาตินิฐานะวีรบุรุษ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ อัญมณี ภูักดี (2547) เรื่อง การตีความของผู้รับสารชาวไทยต่อภาพของวีรบุรุษแบบอเมริกันจากภาพยนตร์

ฮอลลีวูด ซึ่งผลวิจัยพบว่า ความหมายของวีรบุรุษแบบอเมริกันมี 5 ลักษณะ ได้แก่ (1) วีรบุรุษที่ต่อสู้และช่วยโลกได้โดยลำพัง หรือเรียกว่าวีรบุรุษในระบบ (2) วีรบุรุษที่ปกป้องสิทธิตนเอง/ครอบครัวและพลเมืองอเมริกัน (3) วีรบุรุษจากอาชีพทหาร (4) วีรบุรุษแบบกลับใจ (5) วีรบุรุษที่แก้ปัญหาอย่างสันติ

ทั้งนี้ เมื่อย้อนกลับมาดูถึงกลุ่มตัวละครที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม ก็จะพบว่า มักจะถูกประกอบสร้างให้กลุ่มคนเหล่านี้เป็นพวกต่อต้านกฎระเบียบ และไม่เป็นไปตามบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งถูกจัดวางคุณค่าให้มีคุณลักษณะเป็นตัวละครประเภทผู้ร้าย (The Villain) เป็นส่วนมาก อีกทั้งตัวละครที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในสื่อภาพยนตร์และโทรทัศน์ ก็มักจะถูกประกอบสร้างให้มีส่วนพิเศษและเพศชาย ที่มักไม่เป็นตามความคาดหวังของสังคม เช่น งานวิจัยเรื่อง *การสร้างความเป็นจริงทางสังคมของภาพยนตร์ไทย กรณีตัวละครหญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบน* ในปี พ.ศ. 2528-2530 ของ บงกช เศวตามร์ (2533) โดยผลวิจัยพบว่า ผู้หญิงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน (deviance) อย่างเช่นโสเภณี ภาพยนตร์มักนำเสนอให้คนเหล่านี้ถูกลงโทษและเป็นทุกข์ในตอนจบ และผู้หญิงแกร่งต้องไม่เก่งเกินผู้ชาย หากฝ่าฝืนก็จะถูกกำจัดออกไปจากสังคม หรืองานวิจัยของ ณัฐ สุขสมัย (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง *การสร้าง ความหมายใหม่ของ “วีรบุรุษและยอดวีรบุรุษ” ในภาพยนตร์ไทย* ซึ่งพบว่า ตัวละครผู้ร้าย (The Villain) ที่ปรากฏในภาพยนตร์มักถูกประกอบสร้างให้เป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน ต่อต้านสังคม และต้องถูกราบปราม ดังเช่น เจ้าพ่อผู้มีอิทธิพล มาเฟีย รวมถึงนักเลงอันธพาล เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ดังที่กล่าวไปแล้วในข้างต้น แม้ว่าจะแสดงให้เห็นถึงการจำแนกหรือแบ่งขั้วตรงข้าม (binary opposition) ระหว่างตัวละครพระเอก (ชายในอุดมคติ) กับตัวละครผู้ร้าย (ชายที่ไม่เป็นไปตามอุดมคติ) อย่างชัดเจนแล้ว หากแต่ทั้งนี้ผู้วิจัยยังพบว่า ตัวละครที่มีคุณลักษณะปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมมิได้ปรากฏเพียงเฉพาะตัวละครประเภทผู้ร้าย (The Villain) เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่ยังพบตัวละครประเภทดังกล่าวที่มีคุณลักษณะผสมผสานกันทั้งภาพของความเป็นตัวละครพระเอก (The Hero) และตัวละครประเภท

ผู้ร้าย (The Villain) หรืออาจจะเรียกได้ว่า เป็นประเภทตัวละครพระเอกที่  
ขบถต่อสังคม (anti-hero) อีกด้วย ดังเช่น ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยเรื่อง  
อันธพาล (2555) ที่ภาพยนตร์ได้ทำการประกอบสร้างตัวละครอย่าง จ๊อด เฮาดี  
(รับบทโดย กฤษดา สุโกศล แคลปป์ หรือน้อย วงพรุ) ให้ปรากฏอยู่ในบทบาท  
ของคุณลักษณะพระเอก (The Hero) ที่มีรูปร่างหน้าตาดี และมีความเป็นสุภาพ-  
บุรุษ แต่อีกด้านหนึ่งก็มีสวभावบาทความเป็นตัวละครผู้ร้าย (The Villain)  
ที่โหดเหี้ยมชอบฆ่าคนและกระทำความผิดบาปด้วย ซึ่ง Daniel M. Shafer (2012)  
ได้ให้ความหมายและอธิบายคุณลักษณะของตัวละครประเภทนี้ว่า เป็นตัวละคร  
ที่มีลักษณะกึ่งดีกึ่งเลว (anti-hero) กล่าวคือ ตัวละครเอกจะมีการผสมผสาน  
ทั้งคุณสมบัติของทั้งวีรบุรุษ (The Hero) และผู้ร้าย (The Villain) อยู่ในตนเอง  
รวมถึงการแสดงออกการของกระทำของตัวละครเหล่านี้ จะมีลักษณะกำกวม  
ซึ่งมักจะมี ความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กันกับอำนาจต่อต้าน ศีลธรรม และความ  
รุนแรง เป็นต้น

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว นำมาสู่คำถามของผู้วิจัยที่ว่า จากงานศึกษา  
ทางด้านภาพยนตร์ในตระกูลอื่นๆ มักให้คำตอบไปในทิศทางที่ว่า ตัวละครประเภท  
พระเอก (The Hero) เป็นตัวละครที่ถูกประกอบสร้างเพื่อแฝงฝังถึงคุณค่าของ  
อุดมการณ์ความเป็นเพศชายในอุดมคติเป็นหลัก ดังนั้น หากเป็นภาพยนตร์  
ตระกูลแก๊งสเตอร์ที่เป็นพื้นที่ในการผลิตซ้ำถึงอุดมการณ์ต่อต้านเป็นทุนเดิม  
อยู่แล้ว ตัวละครพระเอก (The Hero) ที่มีลักษณะปฏิเสธอำนาจควบคุมของ  
สังคมเหล่านี้ จะถูกประกอบสร้างให้มีลักษณะย้อนแย้งหรือผลิตซ้ำอุดมการณ์  
บุรุษเพศออกมาในลักษณะใด และทำไมจึงเป็นเช่นนั้น

อย่างไรก็ตาม สำหรับบทความวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นถึงการศึกษาวิเคราะห์  
“ตัวบท” (text) ของภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยในการประกอบสร้างความหมายภาพ  
ของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมเป็นหลัก โดยผู้วิจัยได้ทำการ  
รวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างภาพยนตร์ไทยแบบเจาะจง (purposive sampling)  
ซึ่งมีเนื้อหาในการนำเสนอภาพของตัวละครประเภทนักเลงอันธพาลเพศชายใน  
ฐานะตัวละครพระเอก (The Hero) จำนวนทั้งสิ้น 7 เรื่อง ได้แก่ เด็กเสเพล (2539)

2499 อันธพาลครองเมือง (2540) โก๋หลังวัง (2545) เด็กเดน (2548) ทำชน (2552) มิงกุเพื่อนกันจนวันตาย (2555) และ อันธพาล (2555) โดยผู้วิจัยสามารถจำแนกเกณฑ์ในการวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบทางด้านโครงสร้างการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ ได้แก่ สารวบริบทภาพรวมของภาพยนตร์ เรื่องย่อ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง มุมมองการเล่าเรื่อง และความขัดแย้ง

2. องค์ประกอบด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวละคร ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

3. องค์ประกอบด้านคุณลักษณะทางกายภาพของตัวละคร ได้แก่ หน้าตา ร่างกาย อาวุธ การแต่งกาย และกิจกรรมของตัวละคร

4. องค์ประกอบทางด้านจิตใจของตัวละคร ได้แก่ อุปนิสัย และทัศนคติ

5. องค์ประกอบด้านพัฒนาการชีวิตของตัวละคร ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในครอบครัว ปัจจัยที่มีส่วนผลักดันทำให้ตัวละครชายปฏิบัติเสรีอำนาจควบคุมของสังคม ความต้องการหรือความปรารถนาสูงสุดของตัวละคร และฉากจบของตัวละคร

6. องค์ประกอบด้านปฏิสัมพันธ์ของตัวละคร ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน และปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทำการวิเคราะห์ถึงการถอดรหัสตีความของผู้รับสารควบคู่ไปด้วย เพื่อเป็นแนวโน้มข้อสังเกต และเป็นส่วนหนึ่งสำหรับการวิเคราะห์ตัวบทภาพยนตร์ให้มีความรอบด้าน รวมทั้งมีมิติมากยิ่งขึ้น โดยสำหรับการถอดรหัส/การตีความของกลุ่มผู้รับสาร ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มคนที่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับกลุ่มนักเลงอันธพาลเพศชายเป็นหลัก เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์ตรงทางสังคมในชีวิตประจำวันมากกว่ากลุ่มอื่นๆ อีกทั้งจากโจทย์การวิจัยที่ว่า ในขณะที่ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์อาจจะนำเสนอภาพที่ย้อนแย้งของตัวละครพระเอก (The Hero) กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเหล่านี้จะมีแนวโน้มที่จะเอนเอียงไปในทิศทางใด ระหว่างการเชื่อในพลังของโครงสร้าง (norms) หรือพลังของปัจเจก (human agency) ในการอ่านความหมายดังกล่าว

ซึ่งนั่นจะนำไปสู่การเข้าใจเรื่องอำนาจและอุดมการณ์ของภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ว่าทำงานได้ถึงในระดับใด โดยผู้วิจัยหวังว่า การวิจัยในครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเปรียบเทียบให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างตัวบทและผู้รับสาร และขยายองค์ความรู้ทางด้านภาพยนตร์ศึกษาให้มากยิ่งขึ้นไป

## 2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยในการประกอบสร้างความหมายตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม
2. เพื่อศึกษาการตีความถอดรหัสความหมายตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรง

## 3. วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัย 2 วิธี คือ วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงจำนวน 2 คน โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ทั้งนี้ สำหรับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คำตอบที่ได้อาจไม่ใช่คำตอบที่ชี้วัดไปยังตัวแทนของกลุ่มคนที่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับนักเลงอันธพาลทั้งหมด หากแต่ผู้วิจัยเพียงต้องการนำตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างบางส่วน มาเพื่อเป็นข้อสังเกตของการถอดรหัสความหมายที่สามารถนำมาส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ควบคู่กับตัวบทภาพยนตร์เท่านั้น โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จะต้องมีคุณสมบัติกล่าวคือ เป็นเพศชายอายุระหว่าง 18-35 ปี ซึ่งเคยรับชมภาพยนตร์ที่ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกมาอย่างน้อย 4 เรื่อง ไม่ว่าจะจากช่องทางใดช่องทางหนึ่ง และเป็นผู้เคยมีประสบการณ์ตรงในแวดวงของการเป็นนักเลงอันธพาลอย่างน้อย 5 ปี เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สรุปผล และอภิปรายผลการศึกษา เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย



## 4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนหลัก โดยในส่วนแรกเป็นการอธิบายผลการศึกษาดังโครงสร้างองค์ประกอบการเล่าเรื่อง ได้แก่ สำนวนบริบทภาพรวมของภาพยนตร์ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง มุมมองการเล่าเรื่อง และความขัดแย้ง

### 4.1 โครงสร้างองค์ประกอบการเล่าเรื่องในภาพยนตร์

#### 4.1.1 สำนวนบริบทภาพรวมของภาพยนตร์

สำหรับบริบทภาพรวมของภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่อง ปรากฏอยู่ 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) กลวิธีสร้างขึ้นจากเรื่องจริงและเรื่องแต่ง พบได้ในภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง (2540) มิ่งกุเพื่อนกันจนวันตาย (2555) และ อันธพาล (2555) ซึ่งผู้สร้างสอดแทรกของจริง เช่น บุคคลที่มีตัวตนอยู่จริงในประวัติศาสตร์นักเลงอันธพาล และฉากสถานที่จริง เช่น ย่านวังบูรพา มาเพื่อเสริมการเล่าเรื่องให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น และ (2) กลวิธีสร้างขึ้นจากเรื่องแต่งเพียงอย่างเดียว พบได้ในภาพยนตร์เรื่อง เด็กเสเพล (2539) โก๋หลังวัง (2545) เด็กเดน (2548) และ ทำซน (2552) ทั้งนี้ เป็นที่น่าสนใจว่า สำหรับกลวิธีที่สร้างขึ้นจากเรื่องแต่งเพียงอย่างเดียว นั้น ผู้สร้างก็ยังได้สอดแทรกบางสิ่งบางอย่างที่มาจากของจริงในโลกทางกายภาพไว้ด้วยเช่นกัน ดังกรณีฉากหลังย่านวังบูรพา ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง โก๋หลังวัง (2545) ที่เต็มไปด้วยเหล่านักเลงอันธพาล ในประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นจริงในยุคหนึ่ง หรือฉากหลังเกี่ยวกับชุมชนสลัมแออัดที่เต็มไปด้วยความรุนแรงและการกระทำผิดกฎหมาย ซึ่งมีการผลิตซ้ำผ่านสื่อสารมวลชนประเภทข่าวอยู่บ่อยครั้งดังที่ปรากฏในภาพยนตร์อีกสองเรื่อง ซึ่งนั่นหมายความว่า ในภาพยนตร์แนวแก๊งสเตอร์ไทยนั้น แม้ภาพยนตร์ในกลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นเรื่องแต่งเสียส่วนมาก หากแต่ก็ไม่มียะไรที่เป็นเรื่องแต่งโดยสิ้นเชิง ซึ่งข้อค้นพบของประเด็นของการสำนวนบริบทภาพรวมของภาพยนตร์ทั้งหมดนี้ สามารถสรุปได้ว่า จากกลวิธีใช้ทั้งเรื่องแต่งและเรื่องจริง และกลวิธีที่สร้างขึ้นจากเรื่องแต่งทั้งหมด ผู้สร้างตั้งใจหยิบประเด็นเหล่านี้เพื่อมาเสริมการเล่าเรื่องด้วยการผสมผสานโลกแห่งความจริง (the world of reality) กับโลกจินตนาการ

(the world of imagination) เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้มีความสมจริงมากยิ่งขึ้นนั่นเอง

#### 4.1.2 โครงเรื่อง (Plot)

สำหรับโครงเรื่องของภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่อง พบว่า โดยพื้นฐานมักจะมีการเริ่มเรื่อง (exposition) ด้วยการเล่าภูมิหลังวิถีชีวิตของตัวละครเอกในการเป็นนักแสดงอันธพาลที่ชอบก่อเรื่องทะเลาะวิวาท รวมถึงการชอบสร้างความเดือดร้อน โดยปัญหาการของการใช้ความรุนแรงเกิดมาจากการณ์บีบคั้นให้ตัวละครตกเป็นฝ่ายถูกกระทำจากโครงสร้างทางสังคม ซึ่งทำให้ต้องตัดสินใจลุกขึ้นสู้เพื่อปกป้องตนเองและผู้อื่น ดังนั้นภาพยนตร์จึงต้องใช้กลวิธีในการสร้างตัวละครดังกล่าวให้ปรากฏทั้งด้านดีและด้านเลวอย่างรอบด้านเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับการต่อสู้ของอุดมการณ์ต่อต้าน ทั้งนี้สำหรับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในช่วงเริ่มเรื่องนั้น ส่วนมากมักจะพบกับความขัดแย้งในระดับปัจเจกบุคคล นั่นคือ การไม่สยบยอมต่อกลุ่มนักแสดงอันธพาลด้วยกัน ดังเช่นภาพยนตร์เรื่อง *เด็กเสเพล* (2539) *2499 อันธพาลครองเมือง* (2540) *โก๋หลังวัง* (2545) *เด็กเดน* (2548) และ *มิงกูเพื่อนกันจนวันตาย* (2555) ที่โครงเรื่องช่วงแรกเน้นไปยังตัวละครเอกที่ถูกคู่ริศัตรูต่างแก้งและต่างสถาบันทำร้าย

อย่างไรก็ดี นอกจากในส่วนของความขัดแย้งในระดับปัจเจกบุคคลระหว่างกลุ่มนักแสดงอันธพาลด้วยกันแล้ว โครงเรื่องในช่วงเริ่มต้นนี้ยังปรากฏถึงความขัดแย้งระหว่างตัวละครเอกกับกลุ่มผู้มีอำนาจมืดอีกด้วย ดังเช่น ภาพยนตร์เรื่อง *ทำชน* (2552) ที่โครงเรื่องได้นำเสนอถึงการครอบงำของนายทุนนอกกฎหมายในการพยายามโน้มน้าวให้ตัวละครตกเป็นเหยื่อเพื่อใช้ประโยชน์ในการต่อสู้ และภาพยนตร์เรื่อง *อันธพาล* (2555) ที่โครงเรื่องได้นำเสนอถึงการพยายามฆ่าเจ้าพ่อเพื่อช่วงชิงอำนาจความเป็นใหญ่ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า โครงเรื่องในช่วงแรกทั้งหมดนี้ได้แสดงให้เห็นถึงการปูเรื่องราวของการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งของตัวละครในฐานะผู้ถูกกระทำ จนทำให้ตัวละครต้องลุกขึ้นมาต่อสู้ รวมถึงการประสานผลประโยชน์เพื่อให้ตนเองอยู่รอด

เมื่อเข้าสู่การพัฒนาเหตุการณ์ (rising action) โครงเรื่องของภาพยนตร์ได้ค่อยๆ ได้ระดับความเข้มข้นของอารมณ์มากขึ้นไปเรื่อยๆ ซึ่งจากเดิม

ที่ปรากฏถึงความขัดแย้งของตัวละครในระดับปัจเจก ก็ได้เพิ่มความขัดแย้งในระดับสังคม โดยเฉพาะการพยายามทำลายอำนาจกับสถาบันทางกฎหมาย สถาบันการศึกษา และสถาบันศาสนา โดยในภาพยนตร์ของทุกเรื่องได้แสดงถึงเส้นทางชีวิตและอาชีพด้านมืดของตัวละคร ไม่ว่าจะเป็นการค้ายาเสพติด การลักขโมย การรับจ้างฆ่าคนอย่างไม่เกรงกลัวต่อบาป และการขัดขืนต่อสู้กับเจ้าหน้าที่รัฐ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการดำเนินเรื่องในระยนี้จะเปิดโอกาสให้พื้นที่แก่ตัวละครในการแสดงอำนาจทำลายและต่อต้านได้อย่างมาก หากแต่ด้วยปัญหาการเผชิญหน้าทั้งระดับปัจเจกบุคคลและสังคม นั้นก็กลับนำพาให้ตัวละครตกอยู่ในภาวะลำบากอีกครั้ง โดยจุดร่วมของการดำเนินเรื่องดังกล่าวในโครงเรื่องของภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่องนี้คือ การแสดงให้เห็นถึงยุคทองของการเป็นนักเลงอันธพาลที่กระทำผิดบาปสุดขีด ในขณะที่เดียวกันก็ถูกตามล่าจากอำนาจของกฎหมายภายใต้อำนาจรัฐอย่างตำรวจและทหารจนทำให้ตัวละครอยู่ในสภาวะไร้อำนาจ อย่างไรก็ตาม สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นสถานการณ์บีบคั้น และเป็นจุดหักเหให้ตัวละครต้องเลือกกระหน่ำการสยบยอมต่ออำนาจควบคุมของสังคม เพื่อกลับเข้ามาอยู่ในกรอบบรรทัดฐานทางสังคม หรือเลือกที่ยืนหยัดต่อสู้เพื่อเอาชนะ และเมื่อมาถึงช่วงจุดสูงสุด (climax) โครงเรื่องของภาพยนตร์ทุกเรื่องมีการนำเสนอในลักษณะของการประสานเสียง ที่ให้ตัวละครเลือกตัดสินใจลุกขึ้นสู้กับปัญหาหรืออำนาจที่คอยกดทับพวกเขาไว้ ทั้งนี้ก็ปรากฏถึงวัตถุประสงค์ของการต่อสู้ที่แตกต่างกันออกไปอยู่บ้าง เช่น การต่อสู้เพื่อแก้แค้น การต่อสู้เพื่อปกป้องตนเอง และการต่อสู้เพื่อช่วงชิงอำนาจ แต่ท้ายที่สุดแล้วจุดร่วมกันของโครงเรื่องระยนี้คือการที่ตัวละครเลือกใช้กลวิธีในการต่อสู้เพื่อต่อรองต่อสู้กับอำนาจด้วยการแสดงออกจากความรุนแรงทางด้านกายภาพทั้งสิ้น

ทั้งนี้ ตัวละครเอกจะต่อสู้ต่อรองกับอำนาจและความขัดแย้งต่างๆ ในภาวะคลี่คลาย (falling action) โดยมีจุดร่วมกัน นั่นคือ ตัวละครนั้นต่างก็เอาชนะวิกฤติและศัตรูมาได้ หากแต่จากการต่อสู้ก็ย่อมแลกมาด้วยความสูญเสีย เช่น การสูญเสียมิตรสหาย และการได้รับบาดเจ็บ ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *เด็กเสเพล* (2539) *2499 อันธพาลครองเมือง* (2540) *โก๋หลังวัง* (2545)

และ เด็กเดน (2548) อีกทั้งการสละชีวิตตนเองเพื่อเอาตัวเข้าแลก เพื่อแสดงเจตจำนงต่อการไม่สยบยอมภายใต้อำนาจอิทธิพลมืด ดังเช่น ภาพยนตร์เรื่อง ท้าชน (2552) มิง္กุเพื่อนกันจนวันตาย (2555) และ อันธพาล (2555) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม หากทำการวิเคราะห์โครงเรื่องในภาวะคลี่คลาย ผู้วิจัยพบว่า ศัตรูที่สามารถเอาชนะได้นั้น กลับเป็นกลุ่มศัตรูในระดับปัจเจกเท่านั้น นั่นคือ กลุ่มนักเลง อันธพาล หรือเจ้าพ่อมาเฟีย ผู้ที่อยู่นอกกฎระเบียบของสังคม ซึ่งโครงเรื่องในระยะนี้ได้สื่อให้เห็นถึงกลลวงของผู้สร้าง ที่ปกปิดแล้วความขัดแย้งของตัวละครนั้นส่วนมากเป็นความขัดแย้งกับโครงสร้างทางสังคม แต่โครงเรื่องกลับประกอบสร้างให้ศัตรูอยู่แค่ในแค่ระดับปัจเจก นั้นเป็นเพราะว่า ผู้สร้างกำลังเปิดพื้นที่เพื่อสร้างความชอบธรรมให้อำนาจควบคุมของสถาบันทางสังคมเข้ามาจัดการจัดระเบียบตัวละครที่มีพฤติกรรมต่อต้านในภายหลังนั่นเอง โดยเมื่อเข้าสู่ช่วงการยุติเรื่องราว (ending) ได้ตอกย้ำถึงกลวิธีดังกล่าว นั่นคือ จุดจบของตัวละครที่ปรากฏอยู่สองรูปแบบ ได้แก่ จบแบบสุขนาฏกรรม (happy ending) ตัวละครได้รับการลงโทษสำนึกผิดกลับตัวกลับใจเป็นคนดีของสังคม และจบแบบโศกนาฏกรรม (tragic ending) ที่ตัวละครยังคงไม่สำนึกผิดต่อการกระทำของตนเอง ซึ่งมีจุดจบที่ต้องตาย

สำหรับการจบแบบสุขนาฏกรรม (happy ending) ดังเช่น ภาพยนตร์เรื่อง เด็กเสเพล (2539) โก๋หลังวัง (2545) และ เด็กเดน (2548) ซึ่งโครงเรื่องในช่วงนี้คือ การที่ตัวละครเอกได้ยอมรับผิดและสำนึกต่อการกระทำของตนเองที่ได้กระทำลงไป และพร้อมรับการลงโทษเพื่อกลับคืนสู่บรรทัดฐานทางสังคม อย่างไรก็ตาม หากแต่จากองค์ประกอบดังกล่าวจะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่เป็นจุดร่วมกัน นั่นคือการยอมให้อำนาจทางควบคุมทางสังคม อาทิ สถาบันกฎหมาย และสถาบันศาสนา เข้ามาจัดการลงโทษและจัดระเบียบวินัยเสียก่อน จึงจะสามารถทำให้ตัวละครใช้ชีวิตในสภาวะปกติสุขภายใต้กรอบบรรทัดฐานทางสังคมได้

ในส่วนของภาพยนตร์อีก 4 เรื่อง ที่จบแบบโศกนาฏกรรม (tragic ending) ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง (2540) ท้าชน (2552)

มิ่งกุเพื่อนกันจนวันตาย (2555) และ อันธพาล (2555) จะเห็นได้ว่า โครงเรื่องทั้งหมดนี้ได้แสดงถึงการพยายามต่อต้านต่ออำนาจควบคุมของกฎหมาย อย่างเข้มข้น โดยท้ายที่สุดแล้ว สำหรับภาพยนตร์เรื่อง อันธพาล (2555) ตัวละครก็ไม่สามารถที่จะเอาชนะอำนาจของกฎหมายไปได้ และต้องถูกกำจัด แยกแยะออกไป อย่างไรก็ตาม สำหรับภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง (2540) ทำชน (2552) และ มิ่งกุเพื่อนกันจนวันตาย (2555) ถึงแม้ว่า ตัวละครจะไม่ถูกลงโทษจากอำนาจของสถาบันทางกฎหมาย หากแต่จุดจบจากการ ตายด้วยการประสบอุบัติเหตุ รวมทั้งการถูกล่มุ่มนักเลง อันธพาลด้วยกันฆ่าตาย นั้นแสดงให้เห็นว่า อำนาจของสถาบันศาสนาได้เข้ามาทำหน้าที่ลงโทษตัวละคร แทนอำนาจของกฎหมายที่ชุกซ่อนอยู่ในรูปแบบของกฎแห่งกรรมแทนนั่นเอง

ดังนั้นโครงเรื่องของภาพยนตร์ทั้ง 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การเริ่มเรื่อง (exposition) (2) การพัฒนาเหตุการณ์ (rising action) (3) จุดสูงสุด (climax) (4) ภาวะคลี่คลาย (falling action) (5) การยุติเรื่องราว (ending) ทั้งหมด สะท้อนจุดยืนของการเล่าเรื่องให้เห็นว่า แม้ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยที่ดูเหมือน จะเป็นพื้นที่หลีกเลี่ยงหนีการเมืองในชีวิตประจำวัน เป็นโลกแห่งจินตนาการ และเป็น โลกที่เปิดพื้นที่ให้ตัวละครแสดงการขัดขืนต่อต้านอำนาจได้อย่างเข้มข้น หากแต่ แท้จริงแล้ว โครงเรื่องของการเล่าเรื่องของภาพยนตร์นี้กลับยังคงหนีไม่พ้นการให้ อำนาจในการประกอบสร้างความหมายตัวละครนักเลงอันธพาล ภายใต้สถาบัน หลักทางสังคมนั่นเอง

### 4.1.3 แก่นเรื่อง (Theme)

สำหรับแก่นเรื่องของภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่องนี้มีลักษณะ 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) การให้คำอธิบายถึงผลของการกระทำและจุดจบจากการใช้ชีวิตของการ เป็นนักเลงอันธพาลที่ไม่สยบยอมต่ออำนาจควบคุมของสังคม พบได้ในภาพยนตร์ เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง (2540) ทำชน (2552) มิ่งกุเพื่อนกันจนวันตาย (2555) และ อันธพาล (2555) (2) มุ่งนำเสนอถึงวิถีชีวิตของนักเลงอันธพาล ในฐานะกลุ่มคนที่สร้างความเดือดร้อน และการให้โอกาสในการกลับตัวกลับใจ เป็นคนดีภายใต้กรอบบรรทัดฐานทางสังคม พบได้ในภาพยนตร์เรื่อง เด็กเสเพล

(2539) โก๋หลังวัง (2545) และ เด็กเดน (2548) ซึ่งข้อค้นพบจากแก่นเรื่องของภาพยนตร์ทุกเรื่องนั้นคือ การสื่อสารเพื่อตอกย้ำและผลิตซ้ำความหมายของนักเลงอันธพาลในฐานะของกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน และต้องได้รับการจัดระเบียบวินัยเพื่อให้บรรทัดฐานทางสังคมดำรงอยู่ต่อไป

#### 4.1.4 มุมมองการเล่าเรื่อง (Point of View)

ในส่วนของมุมมองการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่องนี้ ปรากฏอยู่ 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) การใช้เทคนิคของมุมมองการเล่าเรื่องแบบรอบด้าน (the omniscient narrator) โดยเป็นเทคนิคมุมมองการเล่าเรื่องที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตเส้นทางของการเป็นนักเลงอันธพาลของตัวละครเอก ตัวละครรอง และตัวร้ายอย่างรอบด้าน พบได้ภาพยนตร์เรื่อง เด็กเสเพล (2539) เด็กเดน (2548) ทำซน (2552) มิ่งกูเพื่อนกันจนวันตาย (2555) และ อันธพาล (2555) (2) เทคนิคมุมมองการเล่าเรื่องแบบบุคคลที่ 1 (the first-person narrator) ด้วยการผสมผสานการใช้เสียงบรรยาย (voice over) ของบุคคลที่มีตัวตนอยู่จริงหรืออยู่ในเหตุการณ์จริง พบได้ภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง (2540) และ โก๋หลังวัง (2545) ซึ่งข้อค้นพบของประเด็นมุมมองการเล่าเรื่อง (point of view) สรุปได้ว่า เป็นส่วนหนึ่งของผู้สร้างที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มความชอบธรรมให้กับจุดยืนของอุดมการณ์หลักทางสังคม

#### 4.1.5 ความขัดแย้ง (Conflict)

สำหรับความขัดแย้งจากภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่องนี้ ประกอบไปด้วย 3 ระดับ ได้แก่ (1) ความขัดแย้งภายในจิตใจตนเอง ซึ่งเป็นความขัดแย้งภายในจิตใจของตัวละครที่ต้องต่อสู้กับการครอบงำของอำนาจระหว่างศีลธรรมและไร้ศีลธรรม โดยพบได้ในภาพยนตร์เรื่อง เด็กเสเพล (2539) (2) ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง ซึ่งส่วนมากเป็นความขัดแย้งที่เกิดจากกลุ่มนักเลงอันธพาลด้วยกัน ด้วยความต้องการเอาชนะและอำนาจผลประโยชน์เป็นพื้นฐาน ซึ่งพบได้ในภาพยนตร์ทุกเรื่อง (3) ความขัดแย้งระดับสังคม โดยเฉพาะตัวแทนของสถาบันทางกฎหมายอย่างตำรวจ ซึ่งพบได้ในภาพยนตร์ทุกเรื่อง ทั้งนี้ข้อค้นพบของความขัดแย้งทั้งหมดในภาพยนตร์ สามารถสรุปได้ว่า ทุกความขัดแย้งต่างเป็นปัจจัยที่

บีบคั้นให้ตัวละครตกอยู่ในสถานะของคนตัวเล็กตัวน้อย หรือคนไม่มีปากเสียงในสังคม จนต้องลุกขึ้นมาต่อสู้เพื่อความอยู่รอด

## 4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบทางด้านคุณลักษณะของตัวละครและการถอดรหัสของผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรง

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปถึงองค์ประกอบทางด้านคุณลักษณะของตัวละครและการถอดรหัสของผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรง ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

### 4.2.1 องค์ประกอบด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวละคร

ผลการศึกษาพบว่า ตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมถูกประกอบสร้างให้มีลักษณะเป็นกลุ่มคนที่ขาดโอกาส และไม่มีต้นทุนในชีวิต รวมทั้งไม่สามารถปรับตัวเข้ากับระบบบรรทัดฐานทางสังคมได้ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันครอบครัว สถาบันกฎหมาย สถาบันการศึกษา และสถาบันทางเศรษฐกิจ อาทิเช่น ประเด็นด้านอายุ ที่ภาพยนตร์ได้ทำการประกอบสร้างตัวละครวัยรุ่นทั้งสองรูปแบบในลักษณะภาพเหมารวม (stereotype) ที่สื่อสารความหมายด้วยกลวิธีทางภาษาภาพยนตร์ ผ่านบทสนทนาจากมุมมองของตัวละครที่เป็น “ผู้ใหญ่” ในทำนองที่ว่า วัยรุ่นคือวัยที่ไม่สามารถแยกแยะผิดชอบชั่วดีได้ ประเด็นทางด้านการศึกษา ที่แม้ด้านหนึ่งเกิดจากการขาดโอกาสและต้นทุนในการเข้าถึงทุนทางด้านความรู้ แต่อีกด้านหนึ่งเกิดจากตัวละครเลือกที่จะปฏิเสธระบบการศึกษา เนื่องจากไม่ต้องการถูกครอบงำและถูกธำรงวินัยภายใต้กฎเกณฑ์กฎระเบียบ ประเด็นทางด้านอาชีพ ที่ส่วนมากมักจะเป็นอาชีพที่ผิดกฎหมายในลักษณะของการเป็นมิจฉาชีพ ซึ่งมีลักษณะคู่ตรงข้าม (binary opposition) กับอาชีพที่ขาวสะอาด เช่น อันธพาล ค้ายาเสพติด ลักขโมย คุมบ่อนการพนัน และทวงหนี้ และประเด็นทางด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่ตัวละครต้องดิ้นรนต่อสู้กระทำทุกวิถีทาง แม้จะต้องกระทำการที่ต่อต้านกฎระเบียบของสังคม ทั้งนี้ก็เพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และเพื่อความต้องการหลุดพ้นจากสถานภาพความเป็นอยู่เดิม ซึ่งทั้งหมดแล้วสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบทาง

ด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม ถูกประกอบสร้างให้มีลักษณะภาพของความเป็นตัวละครผู้ร้าย (The Villain) ที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนไปจากสังคมนั่นเอง

**ภาพที่ 1** แสดงตัวอย่างองค์ประกอบทางด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์เรื่อง *เด็กเสเพล* (2539) (ซ้าย) และภาพยนตร์เรื่อง *โก๋หลังวัง* (2545) (ขวา)



ที่มา: [youtube.com/watch?v=PvCF5M5ewh4](https://youtube.com/watch?v=PvCF5M5ewh4) และ [youtube.com/watch?v=V2OjzUORWe4](https://youtube.com/watch?v=V2OjzUORWe4)

ในส่วนข้อสังเกตการถอดรหัสของผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงได้แสดงจุดยืนต่อรองความหมายทั้งหมด ด้วยเหตุผลกล่าวคือ ไม่ว่าคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ทั้งอายุ การศึกษา อาชีพ และสถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ จะเป็นแบบใดทุกคนล้วนแล้วมีโอกาสและมีพฤติกรรมในการเข้าสู่การเป็นนักเลงอันธพาลด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งนั่นสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงเลือกที่จะแสดงจุดยืนเพื่อต่อสู้และกำหนดความหมายอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวเองจากประสบการณ์ตรงในโลกแห่งความเป็นจริง ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นทางด้านการเข้ารหัสและถอดรหัสขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวละครได้ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการเข้ารหัสและถอดรหัสประเด็นองค์ประกอบด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวละคร

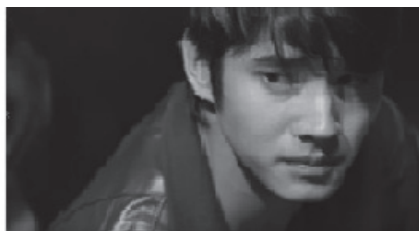
| เกณฑ์                      | การเข้ารหัสความหมายตัวบทภาพยนตร์                                                                                                                                                              | การถอดรหัส<br>ความหมายของ<br>กลุ่มตัวอย่างที่มี<br>ประสบการณ์ตรง |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| อายุ                       | ตัวละครปรากฏอยู่ในช่วงของวัยรุ่น ทั้งสิ้น 2 ลักษณะ ได้แก่<br>(1) วัยรุ่นเป็นวัยที่สร้างความเดือดร้อนและต้องถูกจัดระเบียบวินัย<br>(2) วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความเพียบพร้อมและมีศักยภาพในการต่อสู้ | กลุ่มผู้รับสาร<br>ถอดรหัสด้วย<br>จุดยืนต่อรอง<br>ความหมาย        |
| การศึกษา                   | ตัวละครส่วนมากไม่ได้รับการศึกษา เนื่องจากไม่มีโอกาสเข้าถึงทุนทางการศึกษา ทั้งนี้ถึงแม้แค่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี                                                                                |                                                                  |
| อาชีพ                      | ตัวละครเลือกที่จะประกอบอาชีพที่ผิดกฎหมายในลักษณะของการเป็นมิจฉาชีพ                                                                                                                            |                                                                  |
| สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ | ตัวละครถูกประกอบสร้างให้เป็นชนชั้นล่าง ฐานะยากจนไม่มีต้นทุนในชีวิต ทำให้ต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สินเงินทอง และเพื่อความต้องการหลุดพ้นจากสถานภาพความเป็นอยู่เดิม                |                                                                  |

4.2.2 องค์ประกอบด้านคุณลักษณะทางกายภาพของตัวละคร

ผลการศึกษาพบว่า ตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมถูกประกอบสร้างให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยตัวละครชายทั้งหมดที่ปรากฏในภาพยนตร์แสดงถึงความมีเสน่ห์ดึงดูดเพศตรงข้าม รวมทั้งสะท้อนถึงความเป็นชายในอุดมคติได้เป็นอย่างดี สำหรับกลวิธีทางภาษาของภาพยนตร์ในการสื่อความหมาย กล่าวคือ การเลือกใช้นาฏกะระยะใกล้ (close up) และการถ่ายทำด้วยเทคนิคภาพเคลื่อนไหวช้า (slow motion) เป็นหลัก โดยกลวิธีดังกล่าว

มักถูกนำมาใช้เป็นชนบสำหรับเปิดตัวละครในช่วงแรก โดยเฉพาะฉากที่ตัวละครชายมีปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม ทั้งนี้เพื่อสื่อความหมายและสร้างความประทับใจถึงความเป็นตัวละครบุรุษเพศที่มีเสน่ห์น่าค้นหา ซึ่งมักปรากฏในภาพยนตร์แทบทุกเรื่อง อย่างไรก็ตาม สำหรับประเด็นขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะทางกายภาพของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม สามารถสรุปได้ว่า ภาพยนตร์ต้องการสื่อความหมายอยู่สองด้าน ได้แก่ ด้านแรกคือการผลิตซ้ำคุณลักษณะความเป็นตัวละครพระเอก (The Hero) และด้านที่สองคือการสร้างความชอบธรรมให้กับอุดมการณ์ต่อต้าน

**ภาพที่ 2** แสดงตัวอย่างองค์ประกอบทางด้านทางกายภาพของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์เรื่อง *2499 อันธพาลครองเมือง* (2540) (ซ้าย) และภาพยนตร์เรื่อง *มึงกูเพื่อนกันจนวันตาย* (2555) (ขวา)



ที่มา: [youtube.com/watch?v=f3XcMHwPN-I](https://youtube.com/watch?v=f3XcMHwPN-I) และ [youtube.com/watch?v=e8wWcnXiK3I](https://youtube.com/watch?v=e8wWcnXiK3I)

ในส่วนข้อสังเกตต่อการถอดรหัสของผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงได้แสดงจุดยืนต่อรองความหมายทั้งหมดด้วยเหตุผลดังนี้ แม้ด้านหนึ่งกลุ่มตัวอย่างจะยอมรับว่า นักเลงอันธพาลบางส่วนอาจจะมีลักษณะทางกายดังเช่นภาพยนตร์นำเสนอ แต่นั่นก็เป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น โดยในโลกของความเป็นจริงลักษณะทางกายภาพของแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับสรีระทางด้านกายภาพ รวมถึงรสนิยมในการมอง ทั้งนี้ โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างผู้รับสาร

เห็นว่า ภาพยนตร์เพียงเพื่อต้องการปรุ้งแต่งหรือเสริมเติมการเล่าเรื่องที่ทำให้ตัวละครมีมิติน่าสนใจ น่าชวนติดตามมากยิ่งขึ้นเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นทางด้านการเข้ารหัสและถอดรหัสขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะทางกายภาพของตัวละครได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการเข้ารหัสและถอดรหัสประเด็นคุณลักษณะทางกายภาพของตัวละคร

| เกณฑ์                 | การเข้ารหัสความหมายตัวบทภาพยนตร์                                                                                                                      | การถอดรหัส<br>ความหมายของ<br>กลุ่มตัวอย่างที่มี<br>ประสบการณ์ตรง |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| หน้าตา                | หน้าตาหล่อมีเสน่ห์ดึงดูดต่อเพศตรงข้าม<br>สอดคล้องกับคุณสมบัติตัวละครพระเอก<br>(The Hero)                                                              | กลุ่มผู้รับสารถอดรหัส<br>ด้วยจุดยืนต่อรอง<br>ความหมาย            |
| ร่างกาย               | ร่างกายสมบูรณ์ดังชายชาติตรี ที่มีลักษณะ<br>ความเป็นบุรุษเพศในอุดมคติ                                                                                  |                                                                  |
| อาวุธ                 | ตัวละครเลือกที่จะใช้อาวุธที่มีความรุนแรงทาง<br>กายภาพ เพื่อแสดงอำนาจต่อต้าน                                                                           |                                                                  |
| การแต่งกาย            | มีเอกลักษณ์โดดเด่น และสื่อความหมายถึง<br>ความผิดระเบียบ                                                                                               |                                                                  |
| กิจกรรมของ<br>ตัวละคร | กิจกรรมที่แสดงถึงความเป็นบุรุษเพศและการ<br>คบค้าสมาคมระหว่างเพศชายด้วยกัน เพื่อ<br>เป็นพื้นที่ในการก่อร่างสร้างตัว ที่นำไปสู่การ<br>สร้างอำนาจต่อต้าน |                                                                  |

#### 4.2.3 องค์ประกอบด้านจิตใจของตัวละคร

ผลการศึกษาพบว่า ตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม ถูกประกอบสร้างให้มีลักษณะย้อนแย้ง ที่ผสมผสานทั้งด้านความเป็นตัวละคร พระเอก (The Hero) และความเป็นตัวละครผู้ร้าย (The Villain) เข้าไว้ด้วยกัน ดังเช่น ประเด็นด้านอุปนิสัยของตัวละครที่ปรากฏทั้งด้านของความเป็นชายในอุดมคติและด้านที่ไม่เป็นไปตามอุดมคติ หรือในกรณีของประเด็นทางด้านทัศนคติของตัวละคร ที่แม้ว่าจะถูกประกอบสร้างให้มีทัศนคติต่อต้านกับสถาบันหลักทางสังคม หากแต่ภายใต้ขอบแห่งการต่อต้านนั้น ตัวละครก็มีความชอบธรรมอันเกิดมาจากการถูกกดขี่ ถูกเอารัดเอาเปรียบ รวมทั้งไม่ได้รับความยุติธรรมจากสังคมจนทำให้ตัวละครต้องสู้ ดังนั้นการประกอบสร้างความหมายในประเด็นขององค์ประกอบด้านจิตใจของตัวละคร จึงมีลักษณะเป็นพื้นที่สีเทาที่แสดงถึงการแฝงฝังและปะทะกันระหว่างชุดอุดมการณ์หลักและอุดมการณ์ต่อต้าน กล่าวคือ ภาพยนตร์ต้องการสื่อความหมาย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านหนึ่งเพื่อตอกย้ำถึงความเป็นตัวละครที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน และอีกด้านหนึ่งเพื่อแสดงถึงความเป็นตัวละครที่กล้าลุกขึ้นมาปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมเพื่อทวงสิทธิ์ให้กับตนเอง

ในส่วนข้อสังเกตต่อการถอดรหัสของผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรง ได้แสดงจุดยืนที่แตกต่างหลากหลาย แต่ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ การแสดงจุดยืนต่อรองความหมายของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะเห็นได้ว่า ทั้งประเด็นทางด้านอุปนิสัย และประเด็นทางด้านทัศนคติ กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเห็นว่า ทั้งหมดถือเป็นพื้นฐานของความเป็นนักเลงอันธพาลที่มีทั้งด้านดีและด้านไม่ดี ซึ่งไม่แตกต่างจากปัจเจกชนทั่วไป นั่นคือ ไม่มีใครที่จะดีสุดชั่วหรือเลวสุดชั่วนั้นเอง ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นทางด้านการเข้ารหัสและถอดรหัสขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะจิตใจของตัวละครได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการเข้ารหัสและถอดรหัสประเด็นองค์ประกอบทางด้านจิตใจของตัวละคร

| เกณฑ์    | การเข้ารหัสความหมายตัวบทภาพยนตร์                                                                                                                                                 | การถอดรหัสความหมายของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ตรง           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| อุปนิสัย | อุปนิสัยให้มีลักษณะย้อนแย้ง 2 ด้าน คือด้านที่เป็นพระเอก (The Hero) และด้านที่เป็นผู้ร้าย (The Villain) ได้แก่<br>(1) ใจร้อนแต่ก็มีความเป็นสุภาพบุรุษ<br>(2) ก้าวร้าวแต่รักเพื่อน | กลุ่มผู้รับสารถอดรหัสด้วยจุดยืนต่อรองความหมายและยอมรับความหมาย |
| ทัศนคติ  | มีทัศนคติที่ขัดแย้งไม่ยอมรับต่อกฎเกณฑ์กฎระเบียบ และเป็นปฏิปักษ์กับบรรทัดฐานทางสังคม ได้แก่<br>(1)ต่อต้านสถาบันกฎหมาย<br>(2)ต่อต้านสถาบันศาสนา<br>(3)ต่อต้านสถาบันการศึกษา        | กลุ่มผู้รับสารถอดรหัสด้วยจุดยืนต่อรองความหมายและปฏิเสธความหมาย |

#### 4.2.4 องค์ประกอบด้านพัฒนาการชีวิตของตัวละคร

ผลการศึกษาพบว่า ภาพยนตร์ได้แสดงถึงการปะทะกันเพื่อช่วงชิงพื้นที่ความชอบธรรมระหว่างชุดอุดมการณ์ต่อต้านและชุดอุดมการณ์หลักอยู่ตลอดเวลา โดยจะเห็นได้ว่า ในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมภายในครอบครัว ประเด็นด้านปัจจัยที่มีส่วนผลักดันทำให้ตัวละครชายปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม ภาพยนตร์มักแฝงฝังถึงชุดอุดมการณ์ต่อต้านผ่านตัวละครในฐานะมนุษย์ปัจเจกผู้กระทำการ ซึ่งเกิดจากการที่ตัวละครตกเป็นฝ่ายถูกกระทำ นั่นจึงทำให้ตัวละครต้องตัดสินใจลุกขึ้นสู้ แต่เมื่อถึงประเด็นทางด้านความต้องการหรือความปรารถนาสูงสุดของตัวละคร และประเด็นทางด้านฉกฉวยของตัวละคร จะเห็นได้ว่า การต่อสู้ของตัวละครเริ่มเกินเลยขอบเขตที่มีความสัมพันธ์กับอำนาจ

ผลประโยชน์ และความรุนแรง ซึ่งนั่นถือเป็นการท้าทายต่อชุดอุดมการณ์หลักของสังคม โดยทั้งหมดนี้อาจกล่าวได้ว่า แมื่อด้านหนึ่งภาพยนตร์ได้เปิดโอกาสให้ชุดอุดมการณ์ต่อต้านเข้ามาทำหน้าที่เพื่อสร้างความชอบธรรมในการต่อสู้ของตัวละคร หากแต่จากสิ่งที่ตัวละครได้กระทำลงไปในลักษณะของ “การล้าเส้น” ต่อกรอบศีลธรรมอันดีงามของสังคม นั้นจึงทำให้อำนาจจากสถาบันหลักทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นกฎหมาย ศาสนา และการศึกษา มีความชอบธรรมในการเข้ามาลงโทษตัวละครผ่านชุดอุดมการณ์หลัก ดังนั้นแล้ว ในประเด็นขององค์ประกอบด้านพัฒนาการชีวิตของตัวละคร จึงอาจสรุปได้ว่า ภาพยนตร์ได้เลือกผลิตซ้ำชุดอุดมการณ์หลักของบรรทัดฐานทางสังคมผ่านอำนาจของสถาบันหลักต่างๆ เพื่อสร้างเงื่อนไขสำหรับการควบคุมความประพฤติของคนในสังคมมิให้มีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบน และเพื่อสามารถทำให้โครงสร้างทั้งหมดของสังคมยังคงเดินหน้าต่อไปได้ อีกทั้งยังเป็นการตอกย้ำถึงผู้ชมในทำนองที่ว่า วิถีชีวิตของนักเลงอันธพาลคือ แง่คิดสอนใจที่สามารถดูไว้เพื่อเอาเป็นเยี่ยงได้แต่ไม่ควรเอาเป็นอย่างนั่นเอง

**ภาพที่ 3** แสดงตัวอย่างองค์ประกอบทางด้านพัฒนาการชีวิตของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์เรื่อง *เด็กเดน* (2548) (ซ้าย) และภาพยนตร์เรื่อง *ทำซน* (2552) (ขวา)



ที่มา: [youtube.com/watch?v=gPsxADjABIO](https://youtube.com/watch?v=gPsxADjABIO) และ [youtube.com/watch?v=OSCcFAZuxvU](https://youtube.com/watch?v=OSCcFAZuxvU)

ในส่วนข้อสังเกตต่อการถอดรหัสของผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรง ได้แสดงจุดยืนต่อรองความหมายทั้งหมด โดยส่วนหนึ่งแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะยอมรับถึงการลงโทษที่เกิดจากการกระทำต่อต้านอำนาจหลักของสถาบันทางสังคม หากแต่นั้นก็ไม่จำเป็นต้องหมดอนาคตและพิจารณาไป ดังเช่นในฉากจบของภาพยนตร์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แสดงจุดยืนในประเด็นขององค์ประกอบด้านพัฒนาการชีวิตของตัวละครว่า ภาพยนตร์ได้มีการนำเสนอเพียงด้านเดียวเท่านั้น ซึ่งในชีวิตจริงพวกเขาก็สามารถกลับมาใช้ชีวิตปกติ และประสบความสำเร็จ รวมทั้งมีที่ยืนทางสังคมได้ไม่แตกต่างจากปัจเจกชนทั่วไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นทางด้านการเข้ารหัสและถอดรหัสขององค์ประกอบด้านพัฒนาการชีวิตของตัวละครได้ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการเข้ารหัสและถอดรหัสประเด็นองค์ประกอบทางด้านการพัฒนาการชีวิตของตัวละคร

| เกณฑ์                                                          | การเข้ารหัสความหมายด้วยภาพยนตร์                                                                                                                                   | การถอดรหัสความหมายของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ตรง |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| สภาพแวดล้อมภายในครอบครัว                                       | ครอบครัวแตกแยก ขาดพ่อหรือแม่ ทำให้ไม่ได้รับการขัดเกลาอบรมสั่งสอน จนทำให้ตัดสินใจเลือกเข้าสู่การเป็นนักเลงอันธพาล                                                  | กลุ่มผู้รับสารถอดรหัสด้วยจุดยืนต่อรองความหมาย        |
| ปัจจัยที่มีส่วนผลักดันทำให้ตัวละครชายปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม | (1) ปัจจัยทางด้านปัจเจกบุคคล<br>(2) ปัจจัยทางด้านสังคมทั้งสองปัจจัยต่างเป็นสถานการณ์บีบคั้น ที่ทำให้ตัวละครอยู่ตกในสภาวะกดดันและไร้อำนาจ จนต้องตัดสินใจลุกขึ้นสู้ |                                                      |
| ความต้องการหรือความปรารถนาสูงสุดของตัวละคร                     | สาเหตุของการแค้นแค้นเกิดจากบุคคลรอบข้างถูกกระทำและตนเองถูกกระทำ ซึ่งทั้งหมดตอกย้ำถึงการมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบน                                                     |                                                      |
| ฉากจบของตัวละคร                                                | (1) หากไม่สำนึกผิด มีจุดจบที่ต้องตาย<br>(2) สำนึกผิดยอมกลับตัวกลับใจ โดยตัวละครทั้งหมดได้รับบทลงโทษจากผลของการกระทำของตนเองทั้งเบาและหนัก                         |                                                      |

#### 4.2.5 องค์ประกอบด้านปฏิสัมพันธ์ของตัวละคร

ผลการศึกษาพบว่า ตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมถูกประกอบสร้างให้มีลักษณะโน้มเอียงไปในทางความเป็นตัวละครผู้ร้าย (The Villain) เป็นส่วนมาก ทั้งนี้ แม้ว่าสำหรับปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม ภาพยนตร์ได้ทำการประกอบสร้างถึงความเป็นสุภาพบุรุษของตัวละครอยู่บ้าง หากแต่นั้นก็ปรากฏเพียงแค่ช่วงแรกของภาพยนตร์ เพื่อความต้องการสื่อความหมายถึงความเป็นตัวละครพระเอก (The Hero) เท่านั้น โดยในภายหลังการดำเนินเรื่องราวจะเห็นได้ว่า บทบาทของเพศหญิงนั้นถูกลดทอนอำนาจให้น้อยลง



จนพวกเธอถูกจำกัดอยู่แค่แม่หรือเมีย ดังนั้น ในประเด็นขององค์ประกอบด้านปฏิสัมพันธ์ของตัวละคร อาจกล่าวสรุปได้ว่า ปฏิสัมพันธ์ของตัวละครชายกับตัวละครอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นมิตรสหาย ศัตรู หรือเพศหญิง สามารถแบ่งออกได้เป็นสองด้าน ด้านแรกคือ เป็นความสัมพันธ์ในรูปแบบที่แสดงถึงการไม่มีมิตรแท้และศัตรูที่ถาวร ซึ่งสอดคล้องกับชนบของโลกภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ ดังที่ Shadoian (2003) ได้อธิบายว่า เป็นชนบของความเป็นชายหญิง หรือกลุ่มที่มีจุดยืนในการแสดงออกเชิงต่อต้านหรือปฏิบัติในสิ่งที่ตรงกันข้ามกับสังคม โดยเนื้อหาของภาพยนตร์แนวนี้อาจจะแสดงให้เห็นถึงการหักหลัง การล้างแค้น และผลประโยชน์เป็นหลัก อีกด้านหนึ่งก็แสดงให้เห็นว่า ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ก็ยังคงเป็นพื้นที่ผลิตซ้ำชุดอุดมการณ์หลักว่าด้วยเรื่องของอำนาจชายเป็นใหญ่ผ่านการต่อสู้ของบุรุษเพศอีกด้วย

**ภาพที่ 4** แสดงตัวอย่างองค์ประกอบทางด้านปฏิสัมพันธ์ของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์เรื่อง *เด็กเสเพล* (2539) (ซ้าย) และภาพยนตร์เรื่อง *อันธพาล* (2555) (ขวา)



ที่มา: [youtube.com/watch?v=PVcF5M5ewh4](https://www.youtube.com/watch?v=PVcF5M5ewh4) และ [youtube.com/watch?v=UBYhiEWGRF4](https://www.youtube.com/watch?v=UBYhiEWGRF4)

ในส่วนข้อสังเกตการถอดรหัสของผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรง ได้แสดงจุดยืนทั้งยอมรับความหมายและต่อรองความหมาย โดยกลุ่มตัวอย่างได้แสดงจุดยืนไปในทิศทางที่ว่า ภาพยนตร์ได้ประกอบสร้างองค์ประกอบด้านปฏิสัมพันธ์ของตัวละครให้มีลักษณะแตกต่างจากโลกแห่งความเป็นจริง เพื่อเสริมเติมแต่งจินตนาการของการเล่าเรื่องเท่านั้น ทั้งนี้ ในชีวิตจริงแม้ว่าพวกเขาอาจจะเจออุปสรรคความสัมพันธ์กับมิตรสหาย ศัตรู หรือเพศตรงข้าม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเรื่องผลประโยชน์ แต่นั่นก็ไม่ใช่ว่าทั้งหมด ซึ่งในชีวิตจริงพวกเขาก็สามารถเลือกที่จะมีปฏิสัมพันธ์กลุ่มคนต่างๆ เหล่านี้ โดยไม่จำเป็นต้องหวังผลประโยชน์เสมอไปได้เช่นกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นทางด้านการเข้ารหัสและถอดรหัสขององค์ประกอบด้านปฏิสัมพันธ์ของตัวละครได้ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการเข้ารหัสและถอดรหัสประเด็นองค์ประกอบด้านปฏิสัมพันธ์ของตัวละคร

| เกณฑ์                                   | การเข้ารหัสความหมายด้วยภาพยนตร์                                                                                                                                 | การถอดรหัสความหมายของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ตรง |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| ปฏิสัมพันธ์กับเพศเดียวกันในฐานะมิตรสหาย | (1) มิตรสหายที่คอยช่วยเหลือสนับสนุน<br>(2) มิตรสหายที่คอยขัดขวางและเป็นอุปสรรค โดยทั้งมิตรทั้งหมดส่วนมากมักจะมีปฏิสัมพันธ์กับตัวละครในแง่ของการต่อรองผลประโยชน์ | กลุ่มผู้รับสารถอดรหัสด้วยจุดยืนต่อรองความหมาย        |
| ปฏิสัมพันธ์กับเพศเดียวกันในฐานะศัตรู    | ศัตรูของตัวละครปรากฏในระดับปัจเจกบุคคลซึ่งเกิดจากความต้องการเอาชนะซึ่งกันและกัน                                                                                 | กลุ่มผู้รับสารถอดรหัสด้วยจุดยืนยอมรับความหมาย        |
| ปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม                | ความสัมพันธ์เชิงครอบงำ โดยบทบาทของเพศหญิงที่ปรากฏในภาพยนตร์ถูกจำกัดอยู่ในสถานะของแม่และเมีย                                                                     | กลุ่มผู้รับสารถอดรหัสด้วยจุดยืนต่อรองความหมาย        |

กล่าวโดยสรุป การประกอบสร้างความหมายตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยผ่านองค์ประกอบทางด้านการเล่าเรื่องและองค์ประกอบทางด้านคุณลักษณะของตัวละครได้ว่า แม้ภาพยนตร์ได้พยายามประกอบสร้างความหมายภาพความเป็นนักเลงอันธพาลภายใต้พื้นที่ของการผลิตซ้ำระหว่างชุดอุดมการณ์หลักและชุดอุดมการณ์ต่อต้าน หากแต่จะสังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารก็จะเลือกที่จะอ่านความหมายบนจุดยืน “ต่อรองความหมาย” เสียส่วนใหญ่ ซึ่งนั่นสะท้อนให้เห็นว่า แนวโน้มข้อสังเกตของกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ถอดรหัสเพื่อความต้องการที่จะเป็นดังเช่นตัวละครที่ปรากฏในภาพยนตร์ แต่เป็นการถอดรหัสก็เพื่อกำหนดความหมายและจุดยืนของของตนเองบนโลกแห่งความเป็นจริงนั่นเอง

## 5. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาที่ผ่านมาข้างต้น แม้ว่าจะเห็นได้ถึงการประกอบสร้างความหมายตัวละครประเภทนักเลงอันธพาล ผ่านองค์ประกอบด้านการเล่าเรื่องและองค์ประกอบด้านตัวละคร ทั้งด้านที่เป็นบรรทัดฐานทางสังคม (norms) และด้านที่เป็นมนุษย์ปัจเจกผู้กระทำการ (human agency) อยู่ตลอดเวลา แต่สำหรับประเด็นที่น่าสนใจของงานวิจัยชิ้นนี้ได้เน้นศึกษาถึงกระบวนการสร้างความชอบธรรมในการต่อสู้ของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมผ่านตัวบทภาพยนตร์ โดยเฉพาะในตระกูลภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย ซึ่งเป็นพื้นที่ในการผลิตซ้ำชุดอุดมการณ์ต่อต้านเป็นหลัก รวมทั้งข้อสังเกตของผู้รับสารในฐานะกลุ่มคนที่มีประสบการณ์ตรง ดังนั้นภาคปฏิบัติของการอุดมการณ์ต่อต้านภายใต้สูตรชนบทของภาพยนตร์ดังกล่าวนี้ จะมีลักษณะของการทำงานผ่านกลไกของภาพยนตร์อย่างไร และทำไมจึงเป็นเช่นนั้น ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปเพื่อนำไปสู่ข้อค้นพบที่น่าสนใจได้ดังต่อไปนี้

### 5.1 การต่อสู้ทางอุดมการณ์ภายใต้สูตรการเล่าเรื่องของแนวภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย

#### 5.1.1 มิติด้านโครงสร้างการเล่าเรื่อง

การวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจตระกูล (genre) นั้น เป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากความเป็นตระกูลมักมีความสัมพันธ์กับปฏิบัติการทางอุดมการณ์ (ideological practices) ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2544) อธิบายมิติการวิเคราะห์การต่อสู้ทางอุดมการณ์ในตระกูล (ideological struggle in the genre) ไว้ว่า หากปฏิบัติการของอุดมการณ์มีทั้งด้านที่เป็นการผลิตอุดมการณ์หลัก (dominant ideology) และด้านของอุดมการณ์ต่อต้าน (counter ideology) นั้น พื้นที่ของตระกูลก็จะกลายเป็นเวทีการสื่อสารที่อุดมการณ์อันแตกต่างหลากหลายดังกล่าวมาปะทะประสานเพื่อต่อสู้ช่วงชิงอำนาจระหว่างกัน

ดังนั้น หากทำการพิจารณาโครงสร้างการเล่าเรื่องในตระกูลภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์ได้แสดงถึงการต่อสู้กันระหว่างชุดอุดมการณ์หลักและอุดมการณ์ต่อต้านอย่างเป็นระยะๆ ซึ่งเมื่อเข้าสู่การเริ่มเรื่อง (exposition) และช่วงพัฒนาเหตุการณ์ (rising action) จุดร่วมกันของภาพยนตร์ทุกเรื่องคือ การเปิดโอกาสให้ชุดอุดมการณ์ต่อต้านเข้ามาทำหน้าที่ท้าทายกับชุดอุดมการณ์หลัก ดังเช่น การที่ตัวละครเอกทุกตัวได้ทำการท้าทายกฎหมายอย่างไม่เกรงกลัว เช่นเดียวกันกับชุดอุดมการณ์ต่อต้านศาสนา อย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง (2540) และภาพยนตร์เรื่อง โก่หลังวัง (2545) ที่ตัวละครต้องใช้ชีวิตอยู่กับการครอบงำ และต้องการปฏิเสธต่ออำนาจควบคุมของศาสนา ซึ่งทั้งหมดสะท้อนถึง ตัวละครที่มักจะแสดงถึงความย้อนแย้งในการเลือกจุดยืนระหว่างศีลธรรมและไร้ศีลธรรมอย่างกำกวม

ทั้งนี้ เมื่อโครงเรื่องเข้าสู่ช่วงจุดสูงสุด (climax) และภาวะคลี่คลาย (falling action) จะเห็นได้ถึงการพยายามปะทะสังสรรค์กันระหว่างสองชุดอุดมการณ์อีกครั้ง ซึ่งกลวิธีที่อุดมการณ์หลักของสังคมจะสามารถกลับมาช่วงชิงพื้นที่ในการผลิตซ้ำความหมาย นั่นคือ การยุติเรื่องราว (ending) โดยภาพยนตร์ได้ให้ทางเลือกแก่ผู้ชม 2 ทาง กล่าวคือ การจบแบบโศกนาฏกรรม บนเงื่อนไขของการเลือกอุดมการณ์ต่อต้าน และสุขนานุกรม ภายใต้การเลือกอุดมการณ์หลักของสังคม ซึ่งหากพิจารณาการสื่อความหมายดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่า การที่อุดมการณ์หลักของสังคมจะมีอำนาจในการเข้ามากำกับความหมายโครงสร้าง

การเล่าเรื่องได้ จำเป็นต้องใช้อำนาจจากสถาบันทางสังคมต่างๆ เข้ามาด้วย เช่น อำนาจของสถาบันกฎหมาย ศาสนา หรือการศึกษา เพื่อความชอบธรรมในการ สอดแทรกอุดมการณ์หลักลงไปภาพยนตร์

อย่างไรก็ตาม จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น สอดคล้องกับข้อค้นพบ ในประเด็นด้านแก่นเรื่องของภาพยนตร์ที่นำเสนอทั้งสองด้าน ได้แก่ ด้านที่ เป็นการปล่อยให้พื้นที่ของอุดมการณ์ต่อต้านทำงาน ซึ่งสังเกตได้จากแก่นเรื่อง ที่มุ่งถึงจุดจบจากการใช้ชีวิตของการเป็นนักแสดงอันธพาลที่ไม่สยบยอมต่ออำนาจ ควบคุมของสังคม และด้านที่เป็นพื้นที่อุดมการณ์หลักของสังคม โดยจะเห็นได้ จากแก่นเรื่องที่มุ่งถึงการให้โอกาสกลับตัวกลับใจเป็นคนดีของนักแสดงอันธพาล ซึ่งแก่นเรื่องทั้งสองได้ต่อยอดถึงการให้พื้นที่ของอุดมการณ์ต่อต้านและอุดมการณ์ หลักเข้ามาช่วงชิงอำนาจระหว่างกันนั่นเอง

ดังนั้น อาจกล่าวสรุปได้ว่า ด้วยโครงสร้างการเล่าเรื่องของตระกูล ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยนั้น ก็เปรียบเสมือนพื้นที่หนึ่งในการเป็นสนามทดลองที่ แสดงถึงการต่อสู้ของตัวละครนักแสดงอันธพาลกับกรอบบรรทัดฐานทางสังคมผ่าน โลกแห่งสัญญาะ ทั้งนี้ ด้วยเหตุที่ภาพยนตร์ในฐานะสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่งได้ เลือกนำเสนอผ่านกลวิธีดังกล่าว เนื่องด้วยสื่อภาพยนตร์ที่มีความแตกต่างจาก สื่ออื่นๆ เช่น แตกต่างจากข่าวที่รายงานตามความเป็นจริง ซึ่งภาพยนตร์เป็นพื้นที่ จินตนาการและความเป็นจริงผสมรวมอยู่ด้วยกันได้อย่างกลมกลืน ดังนั้นกลไก ในการครอบงำทางอุดมการณ์ (ideological apparatus) โดยเฉพาะกับผู้ชมหรือ แนวโน้มของผู้รับสาร จำเป็นจะต้องอาศัยการแฝงฝังของชุดอุดมการณ์ต่อต้าน และอุดมการณ์หลักควบคู่กันไป เพื่อสร้างข้อเปรียบเทียบให้พลังของอุดมการณ์ หลักมีน้ำหนักและความชอบธรรมมากยิ่งขึ้น

### 5.1.2 มุมมองการเล่าเรื่อง (Point of View)

ในประเด็นด้านมุมมองการเล่าเรื่อง (point of view) จากงานวิจัย ของ อัญมณี รักดีมวชน (2552) เรื่อง ภาพตัวแทนของคุกชายในภาพยนตร์ ไทย กรณีศึกษาเรื่อง น.ช. นักโทษชาย แม้ว่าในงานวิจัยดังกล่าวได้ให้คำตอบไป ในทิศทางที่ว่า มุมมองการเล่าเรื่องจะมาจากตัวละครนักโทษเป็นผู้เล่าเพื่อสร้าง

อารมณ์ร่วมกับผู้ชม และแฝงฝังอุดมการณ์หลักของสังคมเข้าไปในการจัดระเบียบวินัยกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบน หากแต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ให้คำตอบที่แตกต่างออกไปว่า มุมมองการเล่าเรื่องในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยนี้ไม่ได้ทำหน้าที่เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้ชมและแฝงฝังอุดมการณ์หลักของสังคมไว้เพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นพื้นที่ในการปะทะสังสรรค์เพื่อกำหนดการเล่าเรื่องระหว่างชุดอุดมการณ์หลักและอุดมการณ์ต่อต้านเข้าไว้ด้วยกันอีกด้วย ดังเช่น การใช้มุมมองการเล่าเรื่องผ่านบุคคลที่ 1 (the first person narrator) อย่างภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง (2540) ที่ใช้การเล่าผ่านบุคคลที่มีตัวตนอยู่จริงในประวัติศาสตร์นักเลงอันธพาล อย่างเปี้ยก วิสุทธิ์กษัตริย์ นักเลงกลับใจ บุคคลผู้เป็นเพื่อนสนิทของ แดง ไบเล่ย์ อย่างไรก็ดี ด้วยเทคนิคดังกล่าวจะมาจากผู้สร้างในกำหนดความหมาย หากแต่มุมมองการเล่าเรื่องในลักษณะนี้ ด้านหนึ่งก็แสดงให้เห็นการสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้ชมที่ใช้บุคคลจริงเข้ามาเสริมเพิ่มเติม แต่อีกด้านหนึ่งนั้น แม้ว่าจะมาจากมุมมองของนักเลงกลับใจ แต่การเล่าเรื่องที่สอดแทรกมุมมองของตัวนักเลงอันธพาลเองนี้ จะสามารถช่วยพรวนและสร้างลักษณะกึ่งจริงกึ่งลวง ระหว่างชุดอุดมการณ์ต่อต้านและชุดอุดมการณ์หลักในการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจระหว่างกัน ภายใต้ชนบแห่งความย้อนแย้งของภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี โดยจะเห็นได้ว่า ในงานวิจัยชิ้นนี้ด้วยกลวิธีการเล่าเรื่องจากมุมมองดังกล่าว ท้ายที่สุดผู้สร้างได้หยิบยกกถวิธีของอุดมการณ์ต่อต้านมาเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มความชอบธรรมให้อุดมการณ์ของสังคมมีความแยบยล มากกว่าจะใช้กลวิธีสอดแทรกอุดมการณ์หลักเพียงอย่างเดียวนั่นเอง

## 5.2 กลวิธีการทำงานและผลิตซ้ำภาคปฏิบัติการของอุดมการณ์ต่อต้าน

### 5.2.1 การประกอบสร้างภาพตัวละครวัยรุ่นในฐานะของคนตัวเล็กตัวน้อยในสังคม

สำหรับตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมดังกลุ่มนักเลงอันธพาลที่ถูกประกอบสร้างขึ้นในภาพยนตร์ จะสังเกตเห็นได้ว่า ช่วงอายุของตัวละครทั้งหมดมักจะถูกประกอบสร้างให้มีลักษณะความเป็นวัยรุ่นทั้งสิ้น โดยสำหรับลักษณะความเป็นวัยรุ่นดังกล่าวก็มักจะให้คำตอบไปในทิศทางที่ว่า

ตัวละครกลุ่มนี้คือ ตัวแทนของวัยรุ่นที่อยู่ในฐานะวัฒนธรรมย่อย (subculture) ในการกล่าวก้าวขึ้นมาขัดแย้งต่อสู้กับอำนาจควบคุมของสังคมอย่างไม่เกรงกลัว ทั้งนี้ ความเป็นวัยรุ่นของตัวละครที่ถูกประกอบสร้างในภาพยนตร์ก็มีความสอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมวัยรุ่นของ Hebdige (1979 อ้างถึงใน ทิตยธำภา คงคาสุริยฉาย, 2558: 32) ที่ได้อธิบายว่า ภาพตัวแทน (representation) ของวัยรุ่นที่นำเสนอในสื่อมวลชน มีหลักๆ อยู่ 2 ประเภท คือ ภาพของวัยรุ่นที่ชอบสร้างความเดือดร้อน (trouble makers) และภาพแบบวัยรุ่นที่รักความสนุกสนาน (fun lover) ด้วยเช่นกัน โดยภาพของตัวละครนักเลงอันธพาลก็จะปรากฏทั้งภาพของวัยรุ่นที่ชอบสร้างความเดือดร้อน (trouble maker) ดังเช่น ภาพยนตร์เรื่อง *เด็กเซเพล* (2539) *เด็กเดน* (2548) ที่ตัวละครถูกตีตราและเปรียบเทียบให้เป็นขยะสังคม ซึ่งจำเป็นต้องถูกจัดระเบียบวินัย และภาพของวัยรุ่นผู้รักความสนุกสนานร่าเริง (fun lover) ดังเช่นในภาพยนตร์ทุกเรื่องที่แสดงออกผ่านทางด้านองค์ประกอบทางกายภาพของตัวละคร ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายและกิจกรรมที่ปรากฏ ซึ่งทั้งหมดนี้ก็มักแสดงถึงการตอกย้ำว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่รักสนุกและชอบความท้าทาย

อย่างไรก็ตาม จากแนวคิดของ Hebdige (1979) นั้น แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าด้านหนึ่งสังคมได้พยายามสร้างภาพเหมารวม (stereotype) ของวัยรุ่น ไม่ว่าจะเป็นวัยรุ่นที่ชอบสร้างความเดือดร้อน (trouble maker) และวัยรุ่นผู้รักความสนุกสนานร่าเริง (fun lover) ซึ่งตัวละครชายอย่างกลุ่มนักเลงอันธพาลที่ปรากฏในภาพยนตร์นี้ก็มีลักษณะดังกล่าว หากแต่สำหรับอีกด้านหนึ่งก็มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ กล่าวคือ ภาพของตัวละครวัยรุ่นที่ปรากฏในภาพยนตร์ก็ไม่ได้เป็นภาพที่เกิดจากตัวของวัยรุ่นเองทั้งหมด โดยสำหรับภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย ได้พยายามอธิบายเพิ่มเติมด้วยว่า ภาพของวัยรุ่นเหล่านี้เกิดจากเงื่อนไขของสังคมด้วยเช่นกัน ดังกรณีเช่น ความไม่เท่าเทียมทางสังคม ซึ่งถูกประกอบสร้างผ่านองค์ประกอบด้านอาชีพ การศึกษา รวมทั้งสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่ทำให้ภาพวัยรุ่นนั้นแสดงถึงการถูกกดขี่ ถูกเอารัดเอาเปรียบ ที่ส่งผลทำให้ตัวละครวัยรุ่นเหล่านี้ต้องตัดสินใจลุกขึ้นต่อสู้ ต่อต้านกับอำนาจควบคุม

ทางสังคม ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว การที่ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยได้สร้างภาพของตัวละครวัยรุ่นในลักษณะย้อนแย้งภายใต้เงื่อนไขที่เกิดจากสังคม นั่นก็เพราะว่า ด้วยคุณลักษณะเหล่านี้สามารถเพิ่มอำนาจแก่อุดมการณ์ต่อต้านให้กับตัวละครต่อสู้ได้อย่างมีความชอบธรรมมากยิ่งขึ้นนั่นเอง

### 5.2.2 ตัวละครในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย: การประกอบสร้างความเป็นชายในอุดมคติแต่ไม่เป็นไปตามบรรทัดฐานทางสังคม

สำหรับข้อค้นพบที่น่าสนใจในงานวิจัยชิ้นนี้ จะเห็นได้ว่า หากกล่าวถึงคุณสมบัติของความเป็นตัวละครนักเลงอันธพาล โดยเฉพาะในตระกูลภาพยนตร์ทั่วไปอย่างแอ็กชัน ดังเช่นงานวิจัยของ กฤตยา ณ หนองคาย (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่อง พระเอกและผู้ร้ายในภาพยนตร์แนวต่อสู้ผจญภัยของไทย การวิเคราะห์ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรม โดยข้อค้นพบในงานวิจัยของกฤตยาได้ให้คำตอบไปในทำนองที่ว่า ภาพของตัวละครพระเอกและผู้ร้ายมักจะมีคุณสมบัติที่ตายตัวและแบ่งด้านดีด้านเลว หรือสร้างในลักษณะขั้วตรงข้าม (binary opposition) อย่างชัดเจน เช่น ภาพของตัวละครพระเอก (The Hero) มักจะมีคู่ร่วมกัน นั่นคือ ความเป็นด้านที่ดีในทุกมิติ และภาพของผู้ร้าย (The Villain) โดยเฉพาะภาพของตัวละครนักเลงอันธพาลก็มักจะเลวไปทุกด้าน ซึ่งด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้ภาพของตัวละครจึงมีลักษณะที่ค่อนข้างแบน (flat character) อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพเหมารวม (stereotype) เพื่อให้อุดมการณ์หลักสามารถเข้ามาทำงานในการจำแนกแยกแยะลงโทษตัวละครที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนได้อย่างชอบธรรม

แต่ทั้งนี้ สำหรับตัวละครนักเลงอันธพาลในฐานะบทบาทของตัวละครพระเอก (The Hero) โดยเฉพาะตระกูลภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยกลับไม่เป็นเช่นนั้น โดยจะเห็นได้ว่า ภาพของตัวละครชายจะมีลักษณะที่ค่อนข้างกลม (round character) ซึ่งภาพยนตร์มักจะมีการแสดงถึงที่มาที่ไปภูมิหลังของตัวละครอย่างชัดเจน ผ่านองค์ประกอบทางด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวละคร ไม่ว่าจะเป็นประเด็นด้านอายุ การศึกษา อาชีพ รวมทั้งสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งทั้งหมดเป็นการปูเรื่องราวให้ผู้ชมได้เห็นและรับรู้ถึง

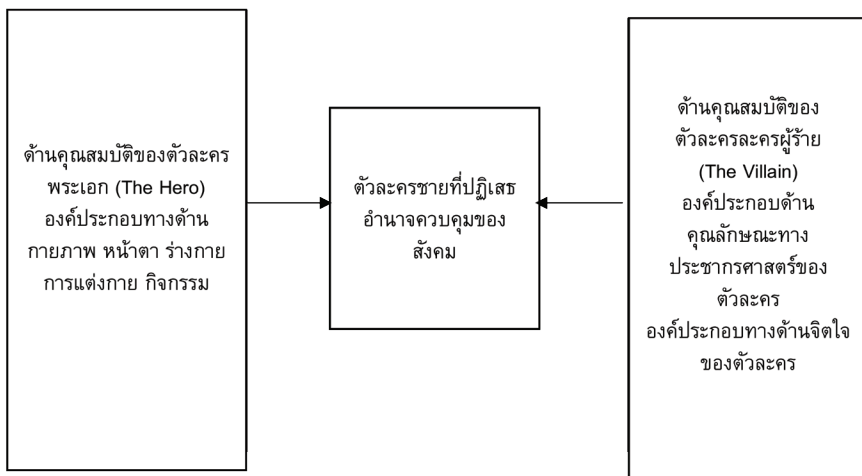


การกระทำของตัวละคร ผ่านการต่อสู้จากการถูกกดขี่ การถูกเอารัดเอาเปรียบ จนทำให้ตัวละครต้องลุกขึ้นสู้ได้อย่างมีความชอบธรรม อีกทั้งตัวละครนักเลง อันธพาลก็ไม่ได้สร้างในลักษณะขั้วตรงข้าม (binary opposition) แต่เป็นการสร้างในลักษณะของการผสมผสานความย้อนแย้งที่ลบเส้นแบ่งทั้งด้านของความ เป็นตัวละครพระเอก (The Hero) และด้านของความเป็นตัวละครผู้ร้าย (The Villain) ให้เข้าไว้ด้วยกัน ดังต่อไปนี้

(1) คุณสมบัติตัวละครพระเอก (The Hero) จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์ได้ประกอบสร้างผ่านองค์ประกอบทางด้านกายภาพทั้งสิ้น ดังเช่น ประเด็นด้านหน้าที่ตัวละครทุกคนมักจะปรากฏถึงหน้าที่หล่อ ที่มักมีเสน่ห์ เป็นที่ดึงดูดต่อเพศตรงข้ามเป็นอย่างมาก ประเด็นด้านร่างกายที่มักมีร่างกายที่ ผอม สูง และมีกล้ามเนื้อสะท้อนถึงความเป็นชายในอุดมคติ ประเด็นด้านการ แต่งกายที่ผสมผสานความมีระเบียบและผิดระเบียบที่นำมาสู่การสร้างอัตลักษณ์ อย่างโดดเด่น ประเด็นด้านกิจกรรมของตัวละครที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศชายในฐานะมิตรภาพ

(2) คุณสมบัติตัวละครผู้ร้าย (The Villain) ภาพยนตร์ได้ประกอบ สร้างผ่านทางด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มักจะให้คำตอบไปว่า กลุ่ม นักเลงอันธพาลที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนนั้น เกิดมาจากความไม่เท่าเทียมและ โอกาสทางสังคม จึงทำให้ต้องแสดงพฤติกรรมต่อต้านและขัดขืนอำนาจควบคุม องค์ประกอบทางด้านจิตใจของตัวละคร ที่มักจะสะท้อนถึงการไม่เคารพกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของสังคม จากทัศนคติอันต่อต้านต่อสถาบันหลักทางสังคม องค์ประกอบทางด้านพัฒนาการชีวิตในประเด็นด้านความต้องการและความปรารถนา สูงสุดที่แสดงถึงความต้องการเอาชนะและการแก้แค้นเป็นหลัก

ภาพที่ 5 แสดงถึงคุณสมบัติการผสมผสานความย้อนแย้งของตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม



จากภาพที่ 5 จะเห็นได้ว่า การผสมผสานคุณลักษณะคุณสมบัติตัวละครข้างต้นด้านหนึ่งสอดคล้องกับ Tillman (2011 อ้างถึงใน สิริภพ แก้วมาก, 2558: 23-25) ของความเป็นแม่แบบตัวละครสองด้านคือ แม่แบบของการเป็นตัวละครฮีโร่ (The Hero) และแม่แบบของความเป็นตัวละครด้านมืด (The Shadow) เนื่องด้วยชนของความเป็นภาพยนตร์ตระกูลแก๊งสเตอร์ที่วาดด้วยเรื่องของกลุ่มคนที่กล้าจะลุกขึ้นมาปฏิเสธอำนาจควบคุมจากการกระทำการแหกกฎและบรรทัดฐานต่างๆ ทางโครงสร้างของสังคม ดังนั้น การที่ภาพยนตร์ต้องการสอดแทรกถึงอุดมการณ์ต่อต้านเพื่อสร้างการรับรู้กับผู้ชมได้อย่างแนบเนียนจึงจำเป็นต้องอาศัยกลวิธีสร้างตัวละครในลักษณะดังกล่าวในการเล่าเรื่อง แต่อีกด้านหนึ่งก็จะสังเกตเห็นได้ว่า ภาพยนตร์ได้ทำการประกอบสร้างให้ตัวละครเหล่านีกลายเป็นพื้นที่ “สีเทา” เพื่อให้กลวิธีของอุดมการณ์ต่อต้านสามารถมีอำนาจทำลายกับอุดมการณ์หลักของสังคมได้ด้วยเช่นกัน โดยภาพยนตร์ได้เลือกองค์ประกอบทางด้านกายภาพมาสร้างคุณลักษณะด้านความเป็นตัวละครพระเอกที่

ถึงส่วนเสียมาจากความเป็นตระกูลโรมานซ์ ซึ่ง Radway (อ้างถึงใน นลินทิพย์ เนตรวงศ์, 2559: 45) ได้อธิบายคุณสมบัติของตัวละครพระเอกในละครโทรทัศน์ แนวนี้ไว้ว่า มักจะมีความเป็นชาย (masculinity) ที่มีทั้งความแข็งแรง (strength) การปกป้องดูแล (protectiveness) ผู้ชายที่ฉลาด (intelligence) อ่อนโยน (tenderness) และมีอารมณ์ขัน (sense of humor) เป็นต้น เนื่องจากองค์ประกอบดังกล่าวสามารถสื่อความหมายถึงความเป็นชายในอุดมคติได้อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม และถึงด้านที่เป็นตัวละครผู้ร้ายจากตระกูลแอ็กชันเข้ามาผสม ซึ่งหากกล่าวถึงการต่อสู้ของกลุ่มนักเลงอันธพาล ที่มักถือได้ว่าเป็นคนตัวเล็กตัวน้อยในสังคม และสื่อถึงการมีพฤติกรรมที่เปี่ยงเบนที่กระทำผิดศีลธรรม และกฎเกณฑ์บรรทัดฐานทางสังคม ภาพที่ปรากฏในภาพยนตร์ก็มักถูกเหมารวมในลักษณะของความเป็นตัวละครผู้ร้ายทั้งสิ้น ดังนั้นแล้วอาจสรุปได้ว่าการประกอบสร้างความหมายตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยนี้ จึงเป็นการประกอบสร้างภาพของความย้อนแย้งของความเป็นชายในอุดมคติ แต่ไม่เป็นไปตามอุดมคติของกรอบบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อชักชวนให้กลวิธีของอุดมการณ์ต่อต้านที่อยู่ภายใต้อุดมการณ์หลักสามารถทำงานผ่านตัวละครได้อย่างมีความชอบธรรมในการต่อสู้มากยิ่งขึ้น

### 5.2.3 กลวิธีการผสมผสานทั้งด้านการผนวกรวมและการลงโทษ

สำหรับตัวละครประเภทนักเลงอันธพาลในงานวิจัยนี้ จะเห็นได้ว่า แม้ตัวละครจะถูกประกอบสร้างให้มีลักษณะของการกระทำที่สื่อความหมายถึงการต่อต้านอำนาจควบคุมของสังคม และจำเป็นจะต้องถูกจัดระเบียบวินัยเพื่อให้กลับคืนสู่บรรทัดฐานทางสังคม หากแต่ภาพยนตร์กลับไม่ได้ใช้กลวิธีในด้านที่ลงโทษเพื่อกำจัดแยกแยะตัวละครออกไปเพื่อรักษาอุดมการณ์หลักเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ ผู้สร้างชนชั้นกลางได้ใช้กลวิธีทางด้านที่ลงโทษถึงคุณลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ออกไป และกลวิธีด้านการผนวกรวมในลักษณะที่ต้องการเข้ามา เพื่อสร้างกลลวงระหว่างความชอบธรรมและความไม่ชอบธรรมในการต่อสู้อีกด้วย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะหยิบยกตัวอย่างการประกอบสร้างตัวละครด้วยกลวิธีทั้งสองเข้าไว้ด้วยกัน กล่าวคือ สำหรับกลวิธีด้านการลงโทษ แม้ว่าผู้สร้างจะ

ประกอบสร้างให้ตัวละครเหล่านี้ได้รับผลของการกระทำหรือบทลงโทษตามระดับของการต่อต้านที่แตกต่างกันออกไป เช่น กรณีตัวละครทินจากภาพยนตร์เรื่อง *เด็กเสเพล* (2539) ตัวละครแวนจากภาพยนตร์เรื่อง *เด็กเดน* (2548) หากสำนึกผิดกลับตัวกลับใจ ก็จะได้รับโทษในลักษณะที่ค่อนข้างเบา แต่หากยังคงกระทำการต่อต้านสังคมต่อไป ต้องพบจุดจบที่ต้องตาย อย่างตัวละครแดง ไบเล่ย์จากภาพยนตร์เรื่อง *2499 อันธพาลครองเมือง* (2540) หรือตัวละครจิ๊ต เฮาดีจากภาพยนตร์เรื่อง *อันธพาล* (2555) แต่ผู้สร้างก็ได้แสดงถึงกลวิธีด้านการผนวกรวมควบคู่ไว้ด้วย ดังจะเห็นได้จากการให้รางวัลด้วยการให้อ่านาจอชื้อเสียงเงินทอง รวมทั้งผลประโยชน์ตอบแทนจากการกล้ำกลืนขึ้นมาปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคม โดยการไม่สยบยอมต่อกลุ่มนักเลงอันธพาลด้วยกัน รวมทั้งกลุ่มผู้ใช้อำนาจรัฐจากการกดขี่อย่างไม่เป็นธรรม หรืออย่างกรณีตัวละครกันต์ จากภาพยนตร์เรื่อง *มึงกูเพื่อนกันจนวันตาย* (2555) ที่แม้ว่าจะไม่ได้ผลประโยชน์ตอบแทนเป็นทุนทางเศรษฐกิจ แต่ตัวละครก็ได้ผลตอบแทนในลักษณะทุนทางวัฒนธรรม ด้วยการที่ตัวละครนั้นได้กลายเป็นที่หลงใหลและชื่นชอบในบรรดากลุ่มเพศตรงข้าม และการยอมรับถึงความเป็นสัญลักษณ์ทางด้านกายภาพที่สื่อความหมายถึงความเป็นวัยรุ่นนักรบ

ดังนั้น ข้อค้นพบในงานวิจัยชิ้นนี้ อาจกล่าวได้ว่า ตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมก็จะถูกประกอบสร้างทั้งด้านที่ให้คุณและให้โทษเข้าไว้ด้วยกัน โดยกลวิธีที่ผู้สร้างนั้นใช้ก็คือ พวกเขาไม่ได้ใช้ด้านการลงโทษเพื่อจำแนกแยะตัวละครเหล่านี้ออกไปอย่างสิ้นเชิง แต่ก็ใช้ด้านการผนวกรวมด้วยการตอบแทนและให้รางวัลที่แฝงฝังไว้ผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของตัวละครเพื่อสร้างคุณค่าและความชอบธรรมในการต่อสู้ด้วย ซึ่งด้านหนึ่งนั้น กลวิธีดังกล่าวจะช่วยให้อุดมการณ์ต่อต้านสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว อีกด้านหนึ่งก็ยังเป็นตัวกำหนดด้วยว่า การต่อสู้ของตัวละครที่ต่อต้านสังคมสามารถทำได้ในประเด็นใด และทำอย่างไรบ้าง ที่จะสามารถสร้างความชอบธรรมในการยอมรับได้

## 5.2.4 ชัยชนะในช่วงต้นก่อนจะกลับเข้าสู่ภาวะปกติในช่วงปลาย (โครงเรื่อง)

นักวิชาการกลุ่ม Screen Theory ได้ให้คำอธิบายในทำนองที่ว่า ตอนจบของภาพยนตร์มักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสถาปนาความชอบธรรมให้กับชุดความคิดหรืออุดมการณ์บางอย่าง (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: 230) ทั้งนี้ สำหรับองค์ประกอบด้านโครงเรื่องในภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทยนี้ จะเห็นได้ว่า แม้ในตอนจบของภาพยนตร์จะมีลักษณะเผยให้เห็นถึงการทำงานของชุดอุดมการณ์หลักเพื่อเข้ามาควบคุมกลุ่มคนที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมให้กลับคืนสู่บรรทัดฐานทางสังคม ดังบทลงโทษของตัวละคร ที่ถูกประกอบสร้างทั้งในระดับเบาไปจนถึงหนัก หากแต่ผู้วิจัยยังพบว่า ความชอบธรรมของชุดอุดมการณ์หลักไม่สามารถทำงานได้อย่างล่ำพ้างและมีประสิทธิภาพ โดยปราศจากการสนับสนุนจากชุดอุดมการณ์ต่อต้านด้วยเช่นกัน ซึ่งจากโครงสร้างการเล่าเรื่องในขั้นตอน เช่น (1) การเริ่มเรื่อง (exposition) ที่ภาพยนตร์เปิดเรื่องด้วยภูมิหลังวิถีชีวิตของตัวละคร และปัญหาที่ต้องเผชิญจากความขัดแย้งกับระดับปัจเจกจากกลุ่มนักเลง อันธพาล เจ้าพ่อมาเฟีย ในฐานะของผู้ถูกกระทำ (2) การพัฒนาเหตุการณ์ (rising action) ที่ตัวละครเอกเข้าสู่ชีวิตด้านมืดอย่างเต็มตัวในขณะเดียวกัน ก็ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ มากมาย ตั้งแต่การต่อสู้กับทั้งระดับปัจเจกและการท้าทายกับอำนาจของสถาบันหลักทางสังคมที่เริ่มเข้ามาควบคุม (3) จุดสูงสุด (climax) ที่ตัวละครเอกเลือกที่จะตัดสินใจลุกขึ้นสู้กับปัญหาความขัดแย้งด้วยการใช้ความรุนแรงทางกายภาพ (4) ภาวะคลี่คลาย (falling action) ที่ตัวละครเอกสามารถเอาชนะวิกฤติได้สำเร็จ หากแต่ต้องแลกมาด้วยภาวะสูญเสีย (5) การยุติเรื่องราว (ending) ที่จบแบบสุขนาฏกรรม (happy ending) และโศกนาฏกรรม (tragic ending) จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์ได้ประกอบสร้างให้อุดมการณ์ต่อต้านเข้ามาแฝงฝังไว้เกินกว่าครึ่งหนึ่งของโครงเรื่องทั้งหมด เพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับตัวละครได้ต่อสู้จากการโดนสังคมบีบคั้น การถูกกดขี่ ถูกเอารัดเอาเปรียบ จนกลายเป็นมนุษย์ปัจเจกผู้กระทำการได้ อย่างไรก็ดี แม้ว่าสำหรับตอนจบของภาพยนตร์ที่มีทั้งด้านการให้รางวัลและการลงโทษแก่ผู้ที่กระทำการ

ต่อต้านสังคม เพื่อรักษาไว้ซึ่งอุดมการณ์หลัก หากแต่ด้วยชนบของภาพยนตร์  
แก๊งสเตอร์ไทยที่เป็นพื้นที่สื่อสารอุดมการณ์ต่อต้านเป็นหลักก็ยังสะท้อนให้เห็นด้วยว่า  
ชุดอุดมการณ์ต่อต้านผ่านการเล่าเรื่องหรือประกอบสร้างผ่านตัวละครใน  
ภาพยนตร์นี้ ยังคงสามารถทำงานและให้อำนาจในการต่อสู้ต่อต้านได้ถึงในระดับ  
ใดด้วยเช่นกัน

### 5.2.5 ต่อต้านในบางประเด็นและยอมรับในบางประเด็น

แม้ว่าข้อค้นพบในงานวิจัยนี้จะตอกย้ำให้เห็นถึงกลวิธีของการทำงาน  
ของอุดมการณ์ต่อต้านผ่านชนบของภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย หากแต่ข้อสังเกต  
ประการหนึ่งที่น่าสนใจของผู้วิจัยยังพบว่า กลวิธีของอุดมการณ์ต่อต้านก็จะเลือก  
สื่อสารเพื่อให้ตัวละครต่อสู้ต่อต้านได้ในบางประเด็น และเลือกที่จะยอมรับหรือ  
รวมขอมกับอุดมการณ์หลักในบางประเด็นด้วยเช่นกัน โดยถ้าหากเป็นกรณี  
ของการต่อสู้ต่อต้านกับอำนาจที่เข้ามาควบคุมหรือต้องการจัดระเบียบวินัย  
ภายใต้การแผ่พังของอุดมการณ์หลัก ดังเช่น ประเด็นความไม่เท่าเทียมทางสังคม  
การพยายามปราบปรามของอำนาจรัฐ และการถูกกดขี่ ถูกเอารัดเอาเปรียบจาก  
อำนาจมืด ที่ทั้งหมดมักเข้ามาสั่นคลอนเพื่อให้ตัวละครนั้นสยบยอม ภาพยนตร์  
ก็มักจะแผ่พังถึงอุดมการณ์ต่อต้านผ่านการต่อสู้ของตัวละครในการเข้าไปปะทะ  
สังสรรค์เพื่อต่อสู้ต่อรองกับอุดมการณ์หลักอย่างเข้มข้น แต่ถ้าหากเป็นกรณี  
ของอุดมการณ์หลักที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความต้องการควบคุมหรือ  
จัดระเบียบวินัย ดังเช่น ประเด็นด้านปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามที่ภาพยนตร์  
ได้ประกอบสร้างให้เพศชายยังคงเป็นเพศที่กดขี่ และมีสถานะเหนือว่าเพศหญิง  
เสมอ ตัวละครก็มักจะไม่ปรากฏถึงการต่อสู้ต่อต้านในประเด็นดังกล่าว แต่กลับ  
เลือกที่จะยอมรับเสียมากกว่า

อย่างไรก็ตาม จากข้อค้นพบดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์หรือ  
กลวิธีที่อุดมการณ์ต่อต้านจะทำงานได้อย่างแยบยลมากยิ่งขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า  
ตัวละครก็เลือกที่จะยอมรับหรือรวมขอมต่ออุดมการณ์หลักในด้านที่ไม่ได้  
เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความต้องการควบคุมหรือจัดระเบียบวินัยเท่านั้น โดย  
ในที่นี้ได้แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าภาพยนตร์จะแผ่ถึงอุดมการณ์หลักเรื่องของความ

เป็นเพศชายนั้นมีความเหนือกว่าเพศหญิง แต่ตัวละครก็ไม่ได้ปฏิเสธหรือแสดง  
อุดมการณ์ต่อต้านเสมอไป ก็เนื่องจากว่า อุดมการณ์หลักเหล่านี้เป็นสิ่งที่ตัวละคร  
นั้นยอมรับได้ และไม่มีผลกระทบเกี่ยวข้องทำให้ลดทอนอำนาจต่อสู้ต่อต้านลง  
ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครวิน ชาบรา (2551) เรื่อง *ภาพความเป็นชาย*  
จากการสร้างตัวละครหลักในภาพยนตร์ของ มาร์ติน สกอร์เซซี ที่ว่า แมตตระกูล  
ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์อเมริกันจะเป็นพื้นที่ประกอบสร้างถึงตัวละครบุรุษเพศภายใต้  
อุดมการณ์ต่อต้านที่พัวพันอยู่กับความผิดบาป ความรุนแรง รวมทั้งการชำระแค้น  
หากแต่ภาพยนตร์ก็ยังคงผลิตซ้ำขนบความเป็นเพศชายหรือสังคมชายเป็นใหญ่ที่  
เป็นอุดมการณ์หลักของสังคมไว้นั่นเอง

### 5.2.6 กลวิธีผสมผสานความย้อนแย้งระหว่างของจริงและ จินตนาการผ่านตัวละครและฉาก

ทั้งนี้ สำหรับกลวิธีของอุดมการณ์ต่อต้าน นอกจากจะทำงานในพื้นที่  
ของการเล่าเรื่อง รวมทั้งการประกอบสร้างตัวละครที่ปรากฏในแต่ละองค์ประกอบ  
ของภาพยนตร์แล้ว ผู้วิจัยพบว่า การทำงานของอุดมการณ์ต่อต้านยังทำงานผ่าน  
กลวิธีทางด้านเทคนิคการนำเสนอซึ่งเป็นหนึ่งในวิธีการที่สำคัญด้วย โดยจะสังเกต  
เห็นได้ว่า ผู้สร้างนั้นตั้งใจใช้การผสมผสานความย้อนแย้งระหว่างของจริงและ  
จินตนาการเข้าไว้ด้วยกัน ดังเช่น กรณีตัวละครแดงโบเล่ย์จากภาพยนตร์เรื่อง  
2499 *อันทพครองเมือง* (2540) ตัวละครกันต์จากภาพยนตร์เรื่อง *มิ่งกุเพื่อน*  
*กันจนวันตาย* (2555) และตัวละครจ๊อด เฮาดีจากภาพยนตร์เรื่อง *อันทพาล*  
(2555) ที่ของจริงได้ถูกสร้างขึ้นจากบุคคลที่เป็นนักเลงอันทพาลที่มีตัวตนอยู่  
จริงในประวัติศาสตร์ ผสมกับการสวมบทบาทโดยการใช้นักแสดงซึ่งเป็น  
โลกแห่งจินตนาการ หรืออย่างกรณีตัวละครวาทินจากภาพยนตร์เรื่อง *โก๋หลังวัง*  
(2545) ที่แม้ว่าจะเป็นตัวละครสมมติที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา แต่สำหรับฉาก  
ของภาพยนตร์ที่ใช้ดำเนินเรื่องราวอย่างเช่น ย่านวังบูรพา ก็เป็นสถานที่ซึ่งเคย  
บันทึกเหตุการณ์ และมีนักเลง อันทพาลอยู่จริงในประวัติศาสตร์

อย่างไรก็ตาม จากการที่ผู้สร้างได้ใช้คุณลักษณะของการผสมผสาน  
ดังกล่าว ก็เนื่องจากหากต้องการจะสร้างความชอบธรรมให้กับอุดมการณ์ต่อต้าน

ผ่านตัวละครประเภทนักแสดงเลงอันธพาล ก็จำเป็นจะต้องผสมผสานภาพของทั้งสองด้านในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ ด้านหนึ่งก็ใช้ด้านที่ผิดแปลกไปจากชนบ ซึ่งผู้สร้างได้อ้างอิงชื่อบุคคลที่เป็นนักแสดงอันธพาลและสถานที่ที่เป็นของจริงเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แต่อีกด้านหนึ่ง ก็ต้องมีด้านที่เป็นแบบฉบับหรืออุดมคติด้วย ซึ่งกรณีนี้ จะเห็นได้จากการใช้ดารานักแสดงที่หน้าตาหล่อ รูปร่างดี มาทำการแสดงสวมบทบาทเป็นตัวละครนักแสดงอันธพาล ดังนั้น จากการผนวกรวมของทั้งสองด้าน จึงทำให้อุดมการณ์ต่อต้านถูกแฝงฝังและกลายเป็นพื้นที่ “สีเทา” ที่ลบเส้นแบ่งระหว่างเรื่องจริงและลวงออกไป ซึ่งเป็นพื้นที่กำกวม กึ่งๆ ที่สามารถเรียกได้ว่าให้ผู้ชมเกิดการตั้งคำถามกับอำนาจทางศีลธรรมที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้

### 5.3 ตัวบทภาพยนตร์กับอำนาจการต่อรองความหมายของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสาร

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ แม้ว่าการศึกษาผู้รับสารจะเป็นเพียงส่วนหนึ่งเพื่อประกอบการวิเคราะห์กับตัวบทภาพยนตร์เท่านั้น หากแต่ข้อสังเกตของการถอดรหัสตีความอำนาจของการประกอบสร้างความหมาย จากประสบการณ์ตรงก็เป็นตัวแปรที่มีส่วนสำคัญประการหนึ่งด้วยเช่นกัน โดยหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ทั้งตัวบทของการประกอบสร้างภาพตัวละครชายที่ปฏิเสธอำนาจควบคุมของสังคมในด้านต่างๆ จะเห็นได้ว่า แนวโน้มข้อสังเกตของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารก็มีประเด็นที่น่าสนใจในการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ดังต่อไปนี้

*ประการแรก* สำหรับองค์ประกอบทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวละคร จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์ได้พยายามประกอบสร้างภาพเหมารวมให้ตัวละครปรากฏในลักษณะความเป็นคนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนจากสังคม ซึ่งสำหรับประเด็นด้านอายุ อาชีพ การศึกษา รวมทั้งสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ทั้งหมดโดยรวมภาพยนตร์มักให้คำความหมายที่ไปในทำนองที่ว่า กลุ่มคนที่เป็นนักแสดงอันธพาลมักจะมีพื้นฐานภูมิหลังที่แสดงถึงการขาดโอกาสในชีวิต หรือขาดโอกาสในการเข้าถึงปัจจัยทางด้านการผลิต ดังนั้นปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลให้ตัวละครเลือกที่จะเป็นนักแสดงอันธพาล ซึ่งในส่วนแนวโน้มข้อสังเกตการถอดรหัสของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ตรง จะเห็นได้ว่า



กลุ่มตัวอย่างนั้นเลือกที่จะต่อรองความหมายกับภาพยนตร์ในแทบจะทุกประเด็น โดยในแต่ละองค์ประกอบ กลุ่มตัวอย่างได้เลือกยอมรับเพียงบางส่วนเท่านั้น อย่างกรณีเช่น การเลือกยอมรับว่าตนเองนั้นอยู่ในสถานะชนชั้นล่าง ฐานะยากจน แต่ไม่ได้หมายความว่า ชนชั้นล่างทุกคนจะต้องเลือกเป็นนักแสดงอันธพาล ในขณะเดียวกัน ชนชั้นกลางหรือชนชั้นนายทุนก็สามารถเป็นนักแสดงอันธพาลได้เช่นกัน ดังบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ว่า “อย่างที่บอกแหละ ผมว่า ส่วนหนึ่งอาจจะใช่ อย่างในหนัง แต่ก็ไม่ทั้งหมดนะ สมมติว่าถ้าเอาเรื่องเงินทอง มาวัดกัน คนที่รวยๆ ฐานะดี ก็เป็นนักแสดงอันธพาลเยอะเยาะไป เองง่ายๆ เลย แต่ก่อนพี่เคยได้ยินนักแสดงฝั่งธนไหม หรือลูกนักการเมืองคนหนึ่งนั่นแหละ นั่นก็รวย เห็นทำธุรกิจอะไรตั้งหลายอย่าง มันก็ไม่เสมอไปหรอก บางคนก็เค้ารวยแล้วเป็น นักเลงก็อาจจะมีเหตุผลของเขา” โดยจากข้อสังเกตของการถอดรหัสของกลุ่ม ตัวอย่างผู้รับสาร ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยของแต่ละชนชั้นต่างก็มีเหตุผลในการเลือกที่จะใช้วิถีทางของการเป็นนักแสดงอันธพาลแตกต่างกันออกไป ซึ่งไม่ได้หมายความว่า กลุ่มนักแสดงอันธพาลที่ปรากฏในภาพยนตร์นั้นจะต้องเป็นมุมมองตามแนวคิด พฤติกรรมที่เปี่ยงเบน ตามที่นักทฤษฎีสายโครงสร้างหน้าที่นิยมมองกลุ่มคนเหล่านี้ ในลักษณะด้านเดียวเสมอไป แต่ข้อสังเกตที่น่าสนใจกล่าวคือ สำหรับชนชั้น นายทุนหรือชนชั้นกลางผ่านทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่า ไม่ได้เกิด จากการขาดโอกาสทางสังคมและเศรษฐกิจแต่อย่างใด หากแต่การเลือกวิถีนักแสดง อันธพาลนั้นอาจเป็นวิถีทางหนึ่งในการรักษาผลประโยชน์ของตนเองเช่นกัน ซึ่ง ในสังคมไทยที่ขับเคลื่อนด้วยความเป็นกระแสผ่านสื่อต่างๆ นั้น การใช้ประโยชน์ จากวิถีนักแสดงอันธพาลของกลุ่มคนเหล่านี้จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่จะใช้เพื่อรักษา ผลประโยชน์และอำนาจของตนเองให้คงอยู่นั่นเอง

*ประการที่สอง* สำหรับองค์ประกอบทางด้านกายภาพ จะเห็นได้ว่า คุณลักษณะของภาพตัวละครที่ปรากฏผ่านหน้าตา ร่างกาย การแต่งกาย รวมทั้งกิจกรรมของตัวละคร แสดงให้เห็นถึงลักษณะภาพจำของความเป็น ตัวละครพระเอก ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นผ่านมุมมองของชนชั้นกลางทั้งสิ้น ซึ่งจาก ข้อสังเกตการถอดรหัสของกลุ่มตัวอย่าง จะเห็นได้ว่า ผู้รับสารได้ต่อรองความหมาย

จากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของตนเอง โดยแม้ว่าภาพยนตร์ได้ประกอบสร้างให้ตัวละครชายมีลักษณะความเป็นบุรุษเพศหรือความเป็นชายในอุดมคติ หากแต่มุมมองจากโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ภาพของตัวละครเหล่านี้เป็นเพียงภาพที่อยู่จินตนาการเพื่อเสริมสร้างอำนาจการเล่าเรื่องเท่านั้น ดังบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างตอนหนึ่งที่ว่า “ในหนังมันก็ต้องทำอย่างนั้นรีเปล่า ใครจะเอาคนไม่หล่อมาเล่น” ซึ่งข้อสังเกตตรงนี้ได้ตอกย้ำเห็นว่า ในโลกของสัญญาผ่านอำนาจของภาพยนตร์มักใช้มุมมองผ่านองค์ประกอบด้านจิตวิทยาในการประกอบสร้างความหมาย แต่ในขณะที่ผู้รับสารกลับใช้มุมมองทางด้านสังคมเข้ามาเพื่อต่อรองความหมาย ซึ่งนั่นสะท้อนให้เห็นว่า แนวโน้มข้อสังเกตของกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ถอดรหัสเพื่อความต้องการที่จะเป็นดังเช่นตัวละครที่ปรากฏในภาพยนตร์ แต่เป็นการถอดรหัสก็เพื่อเป็นข้อสะท้อนย้อนคิดบนโลกแห่งความเป็นจริงในการเป็นพื้นที่สำหรับการต่อสู้เชิงความหมายและอำนาจต่อรองกับโลกของสัญญา

*ประการสุดท้าย* แม้ว่าภาพยนตร์ได้พยายามประกอบสร้างความหมายภาพความเป็นนักเลง อันธพาลในลักษณะรูปแบบต่างๆ ผ่านองค์ประกอบทางด้านตัวละครเป็นหลัก หากแต่จะสังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารก็จะเลือกที่จะอ่านความหมายในลักษณะภาพรวมของความเป็นตระกูลภาพยนตร์เสียมากกว่า กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ตรงเหล่านี้ มักจะอ่านความหมายของภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ไทย เพื่อแสดงจุดยืนของตนเองในสังคมซึ่งบ่งบอกว่า ในโลกแห่งความเป็นจริงภาพของนักเลงอันธพาลมักจะมีลักษณะลึนไหลมากกว่าจะหยุดนิ่งเพียงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ดังที่ภาพยนตร์นำเสนอตัวอย่าง เช่น ในประเด็นทางด้านอาวุธ ที่แม้ภาพยนตร์ได้สร้างความชอบธรรมให้ตัวละครสามารถใช้อาวุธเพื่อแสดงอำนาจต่อต้านได้อย่างเต็มที่ หากแต่ผู้รับสารก็ได้ต่อรองว่า พวกเขาไม่ต้องการแสดงอำนาจต่อต้านเพื่อสร้างความชอบธรรมแต่อย่างใด ซึ่งพวกเขาเพียงแค่ต้องการปกป้องตนเองเท่านั้น ดังบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตอนหนึ่งที่ว่า “การพกทั้งมีดและปืนติดตัวไปมันอุ่นใจมากกว่าการไปตัวเปล่านะ แบบตัวเปล่าไปก็เปรี๊ยะเกิน เราก็ไม่รู้หรอกว่า มันจะเกิดอะไรขึ้น แต่อย่างน้อยมันก็ช่วยให้

ทำให้เราสนใจ ซึ่งตามความคิดผมนะ เราก็ไม่ได้ต้องการพกอวัวร์เพื่อแสดงอำนาจบาตรใหญ่อะไรเลย” หรือในประเด็นด้านอาชีพที่ภาพยนตร์ได้ประกอบสร้างให้ตัวละครนั้นมักวนเวียนอยู่กับสิ่งที่ผิดกฎหมายและกระทำความผิดบาป หากแต่ผู้รับสารก็ได้ต่อรองความหมายว่า ในชีวิตจริงพวกเขาก็ไม่จำเป็นจะต้องเลวสุดชั่วเช่นเดียวกันกับในภาพยนตร์นำเสนอ หรือประเด็นด้านอุปนิสัยใจร้อนแต่ก็เป็นสุภาพบุรุษ ที่แม้ว่าด้านที่ใจร้อนนั้นภาพยนตร์ได้สร้างให้ตัวละครเลือกกระทำการต่อเพศเดียวกันเท่านั้น แต่ในโลกความเป็นจริง พวกเขาอาจจะเลวกว่าภาพยนตร์นำเสนอก็ได้ เช่น ความใจร้อนที่นำไปสู่ทำร้ายเพศตรงข้าม ดังบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่ว่า “ถ้าผู้หญิงเขาทำตัวดี เราก็ให้เกียรติเขา บางคนถูกเราก็ไม่จำเป็นต้องตีด้วย แค่นั้นเอง”

ดังนั้นแล้วอาจกล่าวสรุปได้ว่า ความหมายของนักเลงอันธพาลจากข้อสังเกตของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ตรงในโลกความเป็นจริงนั้น มีขอบเขตที่กว้างกว่าที่ภาพยนตร์นำเสนอ โดยจะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์เลือกประกอบสร้างให้ตัวละครนักเลงอันธพาลจำกัดอยู่เพียงแค่รูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเท่านั้น ไม่ว่าจะป็นด้านที่ให้คุณค่าหรือด้านที่ลดทอนเพื่อสื่อสารอุดมการณ์บางอย่าง หากแต่ในการอ่านความหมายของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรง ก็ไม่ได้เป็นอย่างที่ภาพยนตร์นำเสนอทั้งหมด เช่น ในบางประเด็นถึงจะเลวแต่ก็ไม่ได้เลวสุดชั่ว หรือในบางประเด็นก็อาจจะเลวกว่าในภาพยนตร์ ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว แม้ภาพยนตร์จะมีความชอบธรรมในการกำหนดความหมายในระดับหนึ่ง แต่ผู้รับสารก็มีความชอบธรรมในการกำหนดความหมายของตนเองให้แตกต่างไปด้วยเช่นกัน โดยลักษณะดังกล่าวนี้เพื่อตอกย้ำว่า กลุ่มพวกเขานั้นคือใคร และมีอัตลักษณ์เป็นเช่นไร เพื่อแสดงถึงควมมีตัวตนหรือมีที่ยืนในสังคม

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาตัวละครนักเลงอันธพาลเฉพาะในสื่อภาพยนตร์เท่านั้น ซึ่งหากทำการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวละครนักเลงอันธพาลในสื่อประเภทอื่นๆ หรือภาพยนตร์ตระกูลอื่นๆ ด้วย เพื่อให้

เห็นอำนาจในการประกอบสร้างความหมายที่ครอบคลุมหลากหลาย รวมทั้งเป็นแนวทางและประโยชน์สำหรับการสร้างตัวละครเหล่านี้ให้มีที่น่าสนใจสอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมในอนาคตมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาตัวละครนักเลงอันธพาลเฉพาะเพศชายหรือบุรุษเพศเท่านั้น หากแต่ประเด็นที่น่าสนใจในการนำมาศึกษาต่อไป ควรมีการศึกษาถึงตัวละครเพศหญิง ที่มีลักษณะพฤติกรรมต่อต้านสังคมด้วยเช่นกัน ซึ่งจะช่วยให้เกิดข้อเปรียบเทียบของอำนาจในการสร้างความหมายภาพตัวแทนผ่านองค์ประกอบการเล่าเรื่องต่างๆ ให้ลึกซึ้ง และต่อยอดองค์ความรู้ได้มากยิ่งขึ้นไป

3. การศึกษากลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาข้อสังเกตเพื่อเป็นส่วนหนึ่งกับการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีภาพยนตร์ ทั้งนี้ควรศึกษาถึงผู้รับสารที่มีจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างให้มากยิ่งขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นอำนาจของการตีความหมายได้อย่างครบถ้วนรอบด้าน รวมทั้งควรศึกษากลุ่มผู้รับสารกลุ่มอื่นๆ ด้วย อาทิ มุมมองของคนใช้อำนาจรัฐที่มีต่อกลุ่มนักเลงอันธพาล หรือมุมมองจากคนที่มีประสบการณ์ผ่านสื่อ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการถอดรหัสความหมายที่แตกต่างออกไป

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กฤตยา ณ หนองคาย (2556), พระเอกและผู้ร้ายในภาพยนตร์แนวต่อสู้ผจญภัยของไทย: การวิเคราะห์ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรม, วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัญญณ์พัชญ์ พรรณรัตน์ (2559), ความเป็นชายในนวนิยายของ นิโคลัส สปาร์กส์, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ (2544), ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551), สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสาร การศึกษา, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. (2560), สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา, พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- กัจจกร หลุยพะวงศ์ (2556), ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม ผู้คน ประวัติศาสตร์ และชาติ, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขจิตขวัณ กิจวิสาละ (2553), ความหมายของการขัดขืนอำนาจของสังคมผ่านการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ไทยระหว่าง พ.ศ. 2513-2550, วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐ สุขสมัย (2551), การสร้างความหมายใหม่ของ “วีรบุรุษและยอดวีรบุรุษ” ในภาพยนตร์ไทย, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิตยธำภา คงคาสุริยฉาย (2558), กระบวนการสร้างความเป็นจริงของตัวละครวัยรุ่นในละครโทรทัศน์ กรณีศึกษาซีรีส์ละครโทรทัศน์เรื่อง ฮอว์ไทม์ วัยว้าวุ่น, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นลินทิพย์ เนตรวงศ์ (2559), ภาพตัวแทน “ผู้ชายในฝัน” ในละครโทรทัศน์แนวโรแมนติก, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิวัฒน์ ประสิทธิ์วิทย์ (2553), แนวคิดชาตินิยมและบริบททางสังคมในภาพยนตร์แอ็คชั่นไทยระหว่างปี พ.ศ.2540-2551, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บงกช เสวตามร์ (2533), การสร้างความเป็นจริงทางสังคมของภาพยนตร์ไทยกรณีตัวละครหญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบน ปี พ.ศ. 2528-2530, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงษ์ศักดิ์ พุ่มประดิษฐ์ (2553), การรับรู้ภาพความเป็นชายในโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองสำหรับผู้ชายทางโทรทัศน์, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ระพีพรรณ บัวผัน (2557), *การตัดสินใจเสพยาเสพติดของเด็กและเยาวชน: กรณีศึกษาศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนเขต 1 จังหวัดระยอง*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนมนุษยและสังคม (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริภพ แก้วมาก (2558), *การสร้างตัวละครหลักและกลวิธีการเล่าเรื่องชายรักชายในสื่อบันเทิงไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญมณี ภักดีมวชน (2552), *การสื่อสารภาพตัวแทนของคุกชายในภาพยนตร์ไทย: ศึกษากรณีภาพยนตร์เรื่อง “น.ช.นักโทษชาย”*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัญมณี ภักดี (2547), *การตีความของผู้รับสารชาวไทยต่อภาพของวีรบุรุษแบบอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัศวิน ซาบารา (2551), *ภาพความเป็นชายจากการสร้างตัวละครหลักในภาพยนตร์ของ มาร์ติน สกอร์เซซี*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

#### ภาษาอังกฤษ

- Shadoian, J. (2003). *Dreams and Dead Ends: The American Gangster Film*, Oxford: Oxford University Press.
- Shafer, D. and Raney, A. (2012), *Exploring How We Enjoy Antihero Narratives*, Texas: Baylor University Press.

#### สื่อออนไลน์

- ทีมข่าวไทยรัฐ (2563), “พบศพหนุ่มลักลอบยัดทำเรือวัดหนึ่ง”, สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <https://www.thairath.co.th/clip/395310>
- \_\_\_\_\_. (2565), “วัยรุ่นเจ้าถิ่นยกพวกบุกใช้มีดฟันหนุ่มเมืองชล มือเกือบขาดถึงในบ้านพัก”, สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2563 จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/east/2301822>
- ทีมข่าวผู้จัดการ (2562), “เสื่อมหนัก วัยรุ่นตีกันใช้ ‘พระพุทธรูป’ ใน รพ.บางสะพานน้อย ขว้างปาจนเสียหาย ลือเป็นกลุ่มลูกผู้มีอิทธิพล”, สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2563 จาก <https://mgronline.com/qol/detail/9620000037121>
- ไท เอ็นเตอร์เทนเมนต์ (2540), 2499 อันธพาลครองเมือง: นนท์ นิมิตรบุตร, สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=f3XcMHwPN-I>
- พระนครฟิล์ม (2548), เด็กเดน: วิโรจน์ ทองชีว, สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=gPsxADjABl0>
- \_\_\_\_\_. (2552), ทำชน: ธนกร พงษ์สุวรรณ, สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=OSCcFAZuxvU>

ไฟว์สตาร์โปรดักชั่น (2539), เด็กเสเพล: นพพร วาทีน, สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=PVCf5M5ewh4>  
โมโนฟิล์ม (2555), มึงกูเพื่อนกันจนวันตาย: อัศจรรย์ สัตโกวิท, สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563  
จาก <https://www.youtube.com/watch?v=e8wWcnXiK3I>  
สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล (2545), โก๋หลังวัง: อัศรพล อัศเรศรณี, สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม  
2563 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=V2OjzUORWe4>  
\_\_\_\_\_. (2555), อันธพาล: ก้องเกียรติ โขมศิริ, สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=UBYhiEWGRF4>

# ทิศทางและการปรับตัวในยุคดิจิทัลของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย<sup>1</sup>

ชาติณรงค์ วิสตุกุล<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย เริ่มตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2450 และมีจำนวนมากถึง 95 ชื่อฉบับ แต่ปัจจุบันได้ทยอยปิดกิจการเหลือเพียง 6 ชื่อฉบับเท่านั้นที่ยังมีวางจำหน่าย ทั้งที่คนจีนที่เข้ามาอาศัยแผ่นดินไทยหรือคนไทยเชื้อสายจีนมีอยู่จำนวนมาก และสืบทอดเชื้อสายต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น อีกทั้งในอดีตหนังสือพิมพ์ภาษาจีนยังเป็นช่องทางสำคัญในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างจีนแผ่นดินใหญ่กับชาวจีนโพ้นทะเล และระหว่างคนไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทยด้วยกัน เมื่อเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป สื่อสิ่งพิมพ์ถูกรุกไล่และจำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบไปสู่สื่อดิจิทัลหรือสื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยก็หนีไม่พ้นวิกฤตนี้เช่นกัน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งทุน นโยบาย และรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย รวมทั้งศึกษาบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย และศึกษาทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารหนังสือพิมพ์ภาษาจีนทั้ง 6 ชื่อฉบับ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าของหรือบรรณาธิการหนังสือพิมพ์จำนวน 6 คน นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ 1 คน นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ 1 คน และประธานหอการค้าไทย-จีนอีก 1 คน

\* วันที่รับบทความ 30 กันยายน 2565; วันที่แก้ไขบทความ 22 พฤศจิกายน 2565; วันที่ตอบรับบทความ 10 ธันวาคม 2565

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนประเภท Investigator-Initiated Project (IIP) จากสายงานวิจัยพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์



ผลการวิจัยพบว่า ด้านนโยบายส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนนโยบายจากเดิม เนื่องจากสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป แต่พันธกิจการสนับสนุนเงินแผ่นดินใหญ่ยังคงอยู่ มีเพียงฉบับเดียวที่สนับสนุนได้หวั่นด้านรูปแบบส่วนใหญ่เป็นหนังสือพิมพ์ผู้นำ เนื้อหาทั้งข่าวหนักและข่าวเบา เน้นข่าวที่เกี่ยวกับคนจีนในต่างประเทศและข่าวต่างประเทศมากกว่าข่าวในประเทศไทย ด้านรายได้มาจากค่าโฆษณาและการลงประกาศข่าวต่างๆ จากสมาคมจีนและระบบอุปถัมภ์ รองลงมาคือ รายได้จากธุรกิจอื่นๆ ของบริษัทด้านบทบาทหน้าที่มี 3 ชื่อฉบับ ยังคงบทบาทเดิมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และมี 3 ชื่อฉบับที่มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทไปเนื่องจากสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง แต่แนวทางการสนับสนุนทางฝั่งเงินแผ่นดินใหญ่หรือฝั่งใต้หวันของแต่ละฉบับนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด ในด้านทิศทางและการปรับตัวสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มที่ไม่มีการปรับตัว (2) กลุ่มที่กำลังปรับตัว และ (3) กลุ่มที่มีการปรับตัวแล้ว ซึ่งมีข้อเสนอแนะ คือ หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทย ควรปรับรูปแบบการนำเสนอใหม่ ขยายฐานกลุ่มเป้าหมายโดยเปิดพื้นที่ให้กับคนไทยเชื้อสายจีนรุ่นต่างๆ มากขึ้น ยกเลิกระบบอุปถัมภ์แบบเก่า และขยายไปสู่แพลตฟอร์มอื่นๆ ได้แก่ เว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ เป็นต้น

**คำสำคัญ:** หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย คนไทยเชื้อสายจีน แหล่งทุน แหล่งรายได้ หนังสือพิมพ์ผู้นำ หนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไป

# Direction and Adaptation of Chinese Newspaper in Thailand

Chatnarong Visutkul<sup>3</sup>

## Abstract

Chinese newspapers have started publishing in Thailand since 1907. At that time, there are 95 Chinese newspapers. However, there are only 6 Chinese newspapers left in Thailand, although there are a lot of Chinese people in Thailand. Chinese newspaper used to be a communication channel for China and Chinese-Thai. Nowadays, the technology has been changed rapidly. Normal newspaper needs to adapt to be digital media. Also, Chinese newspaper in Thailand have to change to be digital newspaper or online newspaper. This research is to study about funding sources, policy, style, role and adaptation of Chinese newspaper in Thailand. This research analyzes the 6 Chinese newspapers in Thailand, and interviews key informants such as 6 owners, 1 academics in the academic field of communication arts, 1 political scientist, and Chairman of the Thai-Chinese Chamber of Commerce.

The research found that most policy has changed because of the political and economic changes. However, the mission about supporting China has continued. There is only one newspaper still supporting Taiwan. The type of Chinese newspaper looks like newspaper for leader. There are both serious news and normal news which talking about Chinese in other countries. The income normally comes from

---

<sup>3</sup> Assistant Professor, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

advertising and post for the Thai-Chinese Chamber of Commerce and patronage system. They also get the income from another company business. There are 3 Chinese newspapers which still do the same role as they did, but the 3 newspapers have changed their role because of political and economic changes. However, the policy about China and Taiwan of each newspaper has still not changed. The changing may be divided into 3 groups: (1) having never changed; (2) changing and (3) having changed already. The suggestions are changing to way to communicate with the consumers and expand the group of consumers by concentrating on the new generation of Chinese-Thai, cancel the patronage system, and move to other platforms such as WWW, or digital media.

**Keywords:** Chinese newspaper in Thailand, Chinese-Thai people, source of captions, source of income, leader newspaper, general newspaper

## ความเป็นมาของปัญหา

หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย เริ่มมีการตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2450 ชื่อหนังสือพิมพ์ คือ *จินสยามวารศัพท์* โดยมีนายเชียวฮุดเล้ง สืบญูเรือง คนไทยเชื้อสายจีนเป็นเจ้าของ บรรณาธิการโรงพิมพ์หนังสือพิมพ์ภาษาไทย-จีน ยุคแรก ตรงกับปลายรัชกาลที่ 5 จากนั้นมีการผลิตหนังสือพิมพ์ภาษาจีนชื่ออื่นๆ ต่อมาทั้งรายวัน รายสองสามวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน จำนวนทั้งสิ้นถึง 95 ชื่อฉบับ (คลังความรู้ ศูนย์บรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, ม.ป.ป.)

ณ ปัจจุบัน พบว่า หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยที่ยังตีพิมพ์และจัดจำหน่ายเหลืออยู่ 6 ชื่อฉบับ ได้แก่ (1) *ชิงจงเอี้ยน* (2) *ชิงเสียนเยอะเป๋* (3) *สากล* (4) *เกียฮั่วตงจวัน* (5) *เอเซียนิวส์ไทม์* และ (6) *ตงฮั่ว* ซึ่งบางชื่อฉบับมีอายุยาวนานกว่า 80 ปี บางฉบับเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่เคยมียอดขายมากที่สุดในประเทศไทย หนังสือพิมพ์ภาษาจีนทั้ง 6 ชื่อฉบับ ได้แก่

*ชิงจงเอี้ยน* หนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน เดิมชื่อ *ตงจวัน* โดยปัจจุบันเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นการลงข่าวประชาสัมพันธ์ ติดตามความเคลื่อนไหวของสมาคม องค์การการค้าของกลุ่มไทย-จีน กลุ่มต่างๆ รวมถึงข่าวความเคลื่อนไหวจากประเทศจีน มีการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือเพียงไม่กี่แห่งในเยาวราช ส่วนใหญ่จะส่งตรงไปถึงสมาชิก โดยอาศัยสายส่งของไทยรัฐ เป็นตัวกระจายหนังสือพิมพ์สู่สมาชิกทั่วประเทศ (Bangkok Chinatown, 2557)

*สากล* หรือหนังสือพิมพ์ภาษาจีนชื่อ *เจียฮั่วเป๋* เป็นสื่อสารมวลชนภาษาจีนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่ทางสำนักพิมพ์จะนำเสนอข่าว ข้อมูลที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในไทย ข่าวสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ มีการวางจำหน่ายทุกจังหวัด กลุ่มผู้อ่านมีทั้งคนจีนในสยาม นักธุรกิจไต้หวัน นักธุรกิจจีน และนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน (ASTV ผู้จัดการรายวัน, 2547)

*ชิงเสียนเยอะเป๋* เป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนที่มียอดขายสูงมาก

ฉบับหนึ่งในประเทศไทย (ASTV ผู้จัดการรายวัน, 2556) ในอดีตหนังสือพิมพ์ภาษาจีนฉบับนี้ได้รับความนิยมสูงจนได้ชื่อว่าเป็น “ไทยรัฐ ภาคภาษาจีน” แต่ช่วงหลังการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาจีนค่อยๆ ลดลง พร้อมกับความนิยมในหัวหนังสือพิมพ์จีนเหล่านั้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ *ชิงเสียนเยอะเป๋* ขึ้นมาอยู่หัวแถวเป็นประหนึ่ง *ไทยรัฐ* ของวงการหนังสือพิมพ์ภาษาจีน และเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่มีผู้อ่านในวงกว้างมากที่สุดในประเทศไทย

*เกียฮั่วตงจวัน* หรือ *ศิรินคร* เดิมชื่อ *จิงหว่าเยอะเป๋* เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่กรมประชาสัมพันธ์เริ่มดำเนินการขึ้นในปี พ.ศ. 2502 ปัจจุบันได้รวมกับหนังสือพิมพ์ *จงเหยียนเยอะเป๋* แล้วเปลี่ยนชื่อเป็น *เกียฮั่วตงจวัน* (BBC NEWS ไทย, 2563)

*เอเชียนิวส์ไทม์* พิมพ์ครั้งแรกราวปลายปี พ.ศ. 2536 เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่คนไทยเชื้อสายจีนในการติดตามข่าวสารบ้านเมือง (คมชัดลึก, 2558) เป้าหมายการทำหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่ยึดมั่นในกรอบจริยธรรม และการสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีระหว่างจีนกับไทย

*ตงฮั่ว* เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนเก่าแก่ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2504 โดยนายสาคร กยววัฒนกิจ ต่อมาได้พัฒนาเป็นกลุ่มสื่อจีน ที่ขยายฐานธุรกิจออกไปอย่างกว้างขวาง เช่น ธุรกิจการจัดงานนิทรรศการและคอนเสิร์ตชั้น ในชื่อบริษัททีซี เอ็กซ์ซิปปิชั่น เซอร์วิส มีเว็บไซต์ข่าวรายวันภาษาจีน ซึ่งน่าจะเป็นเว็บไซต์แรกของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทย (คมชัดลึก, 2558)

หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยแต่ละฉบับ มีนโยบาย รูปแบบ และวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันไป บางฉบับก่อตั้งขึ้นมาด้วยเหตุผลทางการเมือง บางฉบับนำเสนอข่าวเศรษฐกิจเป็นหลัก และบางฉบับก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างคนไทยเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยกับคนจีนในแผ่นดินใหญ่ หรือเป็นสื่อกลางระหว่างคนไทยเชื้อสายจีนกับคนจีนที่ไต้หวัน รูปแบบการนำเสนอข่าวสารจึงมีทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกันไป ส่วนใหญ่นำเสนอข่าวในจีนแผ่นดินใหญ่ ข่าวต่างประเทศ ข่าวจากไต้หวัน และข่าวในประเทศไทย และจำนวน 4 ใน 6 ชื่อฉบับระบุว่า หนังสือพิมพ์ของตนเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทผู้นำ หรือหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ (quality newspaper)

ในแง่ของบทบาทหน้าที่นั้น หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยยังคงมีบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั่วไป ทั้งที่เกี่ยวข้องกับชุมชนคนจีนในประเทศไทย ชุมชนคนจีนต่างๆ ทั่วโลก ข่าวสารในประเทศไทย และข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง มีการเผยแพร่ข่าวสารบ้านเมืองที่มีลักษณะยอมรับนับถือเงื่อนไขข้อจำกัดตามแบบที่ทางการไทยควบคุม โดยไม่เน้นวิพากษ์วิจารณ์และสนับสนุนอุดมการณ์ทางการเมือง แตกต่างกับด้านเศรษฐกิจที่จะมีการนำเสนอในลักษณะวิพากษ์วิจารณ์ วิเคราะห์ ความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมธุรกิจการค้าด้วยการเผยแพร่โฆษณา ธุรกิจต่างๆ ส่วนด้านสังคม วัฒนธรรม หนังสือพิมพ์ภาษาจีนจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเน้นการนำเสนอข่าวสารและให้ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับจีน รวมถึงนำเสนอข่าวสารในเชิงสังคมและวัฒนธรรมของไทยควบคู่ไปด้วย (มัลลิกา คล่องแคล่ว และวิทยากร เชียงกุล, 2560)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารปัจจุบัน ทั้งการเติบโตของโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์ต้องปรับตัวให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงนั้นๆ เพื่อความอยู่รอด การปรับตัวดังกล่าวส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์หลายๆ ด้าน ทั้งก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์เพื่อให้บริการข่าวสารแก่ผู้อ่านผ่านสื่อออนไลน์ (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2558)

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเชื่อว่าเกิดผลในเชิงบวกด้านเดียว ในทางตรงข้าม หากไม่สามารถปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้ หนังสือพิมพ์ภาษาจีนก็อาจจะต้องปิดตัวลงเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ภาษาไทยและหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศอื่นๆ ในประเทศไทย อาทิ *โพสต์ทูเดย์* *บ้านเมือง* ที่เลิกผลิตหนังสือพิมพ์กระดาษ แต่หันมาทำสื่อออนไลน์อย่างเดียว หรือหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับอื่นๆ มีการปรับเปลี่ยน อาทิ ลดจำนวนหน้า ลดจำนวนการผลิต โดยหันไปมุ่งที่สื่อออนไลน์เป็นหลัก ขณะที่หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษในประเทศไทยในปัจจุบันที่ยังตีพิมพ์อยู่มีเพียง 1 ชื่อฉบับเท่านั้น ได้แก่ *Bangkok Post*

เมื่อหันกลับไปพิจารณาหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับ ซึ่งดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์อยู่รอดมาจนถึงปัจจุบัน ยังคงมีการตีพิมพ์หนังสือพิมพ์ และจัดส่งให้กับผู้อ่าน ซึ่งแน่นอนว่าเป็นคนไทยเชื้อสายจีนรุ่น baby boomer ที่มีอายุ 58 ปีขึ้นไป หรือผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2489-2507 ยุคสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 (Post Today, 2562) สอดคล้องกับ ผุสดี คีตวรนาฏ บรรณาธิการผู้พิมพ์ ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์ *ชินจงเอี้ยน* ที่ให้สัมภาษณ์ BBC News ไทยว่า “รุ่นคนจีนที่เกิดเมืองไทย อย่างรุ่นพี่ที่เกิดเมืองไทย รุ่นนี้สามารถที่จะอ่านหนังสือพิมพ์จีนได้ แต่มีน้อยมาก คิดว่าต่ำกว่า 40 ปี ไม่มี จะเรียกว่าต่ำกว่า 50 ก็ได้” (BBC News ไทย, 2563)

ทั้งนี้ หนังสือพิมพ์ภาษาจีนมีการวางจำหน่ายตามแผงขายหนังสือขนาดใหญ่ เช่น แผงหนังสือสี่แยกสะพานควาย หรือในจุดที่ชุมชนคนไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่ อาทิ เยาวราช หรือมีการจัดจำหน่ายให้กับสมาชิก ห้างร้าน สมาคม ชาวจีนต่างๆ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาถึงแหล่งทุน นโยบาย และรูปแบบ การนำเสนอของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนทั้ง 6 ชื่อฉบับ รวมทั้งศึกษาบทบาทหน้าที่ ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนว่า มีบทบาทหน้าที่อย่างไรในปัจจุบัน เปลี่ยนแปลงหรือ แตกต่างจากในอดีตหรือไม่ ขณะเดียวกัน ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ถูกลดบทบาทลงจาก การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค หนังสือพิมพ์ภาษาจีน ในประเทศไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับ จะมีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับตัวไปในทิศทางใด เพื่อให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์ดำรงอยู่ต่อไปหรือไม่ อย่างไร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแหล่งทุน นโยบาย และรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ ภาษาจีนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย

## วิธีการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

- ศึกษาจากการวิเคราะห์เอกสาร โดยศึกษาหนังสือพิมพ์ภาษาจีนทั้ง 6 ชื่อฉบับ ในประเด็นการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ รูปแบบการนำเสนอชนิดของข่าว โดยศึกษาในช่วงวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 ถึง 15 พฤศจิกายน 2564 เป็นเวลา 15 วัน

- จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าของหรือบรรณาธิการ จำนวน 6 คน เนื่องจากบางฉบับเจ้าของและบรรณาธิการเป็นบุคคลคนเดียวกัน นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ 1 คน นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ 1 คน และประธานหอการค้าไทย-จีน 1 คน ในฐานะผู้อ่านและผู้อุปถัมภ์ รวมทั้งสิ้น 9 คน ในประเด็นเรื่องนโยบายการบริหารจัดการ แหล่งรายได้ บทบาทหน้าที่ ทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงแหล่งทุน นโยบาย และรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย
2. ทำให้ทราบบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย
3. ทำให้ทราบถึงทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย

## นิยามศัพท์

หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่จำหน่ายในประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 6 ชื่อฉบับ

คนไทยเชื้อสายจีน คือ คนจีนโพ้นทะเลที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย ตั้งแต่ในอดีตจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของประชาชนไทยที่มีเชื้อสายจีน

แหล่งทุน คือ แหล่งที่มาของเงินลงทุนในการผลิตหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีทั้งในประเทศและต่างประเทศ



แหล่งรายได้ คือ ผลตอบแทนจากการดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ผู้นำ คือ หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ เน้นนำเสนอข่าวหนัก  
หนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไป คือ หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ เน้นนำเสนอข่าวเบา

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

**แนวคิดและทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อ** การนำแนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมาอ้างในงานวิจัยชิ้นนี้ เนื่องจากผู้วิจัยใช้สื่อหนังสือพิมพ์เป็นตัวแทนของสื่อมวลชน และสื่อหนังสือพิมพ์มีหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารแก่สาธารณชน รวมถึงให้ข้อเสนอแนะ นำเสนอความรู้ และให้ความบันเทิง รวมถึงมีอิทธิพลในการโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด พฤติกรรม หรือจริยธรรมของสังคม และส่งผลกระทบต่อปัจจัยในการดำเนินของสื่อมวลชน ซึ่งผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ประกอบการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีน อันนำไปสู่การศึกษาทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยต่อไป

**แนวคิดธุรกิจสื่อสารมวลชน** หนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่ต้องหารายได้หล่อเลี้ยงองค์กร ดังนั้นแนวทางในการวิเคราะห์แหล่งทุน นโยบายรูปแบบการนำเสนอ รวมถึงบทบาทหน้าที่ จึงจำเป็นต้องทราบถึงแหล่งทุน แหล่งรายได้ของหนังสือพิมพ์ ขนาดองค์กร ซึ่งจะสะท้อนถึงรูปแบบในการนำเสนอข่าวและข้อเขียนอื่นๆ ในหนังสือพิมพ์ จำนวนหน้า และยอดพิมพ์ และทราบถึงทิศทางในการปรับตัวในอนาคตของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยด้วย

**แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบของสื่อ** เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลงไป สื่อสารมวลชนจึงเป็นเสมือนหนึ่งองค์กรธุรกิจหนึ่ง ฉะนั้น แนวทางในการวิเคราะห์ทิศทางและการปรับตัวในยุคดิจิทัลของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยว่า ครอบคลุมแหล่งทุน นโยบาย รูปแบบการนำเสนอ บทบาทหน้าที่ ทิศทาง และการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยในมิติใดบ้าง ตามกรอบแนวคิดจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งถือเป็นหน้าที่หลักของสื่อสารมวลชน

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัว** ด้วยการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลต่อการดำเนินการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งทำให้ทุกสื่อสิ่งพิมพ์ต้องปรับตัว รวมถึงหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัวมาวิเคราะห์เกี่ยวกับการปรับตัวในยุคดิจิทัลของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย

**ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด** หัวใจหลักของทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด คือ ช่องทางการสื่อสาร ฉะนั้น หากการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีแต่ละครั้งมีการเลือกใช้ช่องทางที่ไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร จะทำให้สารที่ส่งไปไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งในอดีตสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเพียงการสื่อสารแบบทางเดียว แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท ทำให้กลายเป็นการสื่อสารแบบสองทาง และใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวไปสู่ประชาชนให้มากขึ้น โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวที่ได้รวบรวมไว้มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ทิศทางและการปรับตัวในยุคดิจิทัลของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย

**ภาพที่ 1** หนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่วางจำหน่ายในประเทศไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับ บนสุดจากซ้าย ซิงจงเยี่ยน ซิงเสียนเยอะเป๋อ แฉวกลาง เกียฮั่วตงจวัน เอเซียนิวส์ไทม์ แฉวล่าง สากล และ ตงฮั่ว



ที่มา: ผู้วิจัย

## ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เอกสารหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย และการสัมภาษณ์เจ้าของหรือบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย ทั้ง 6 ชื่อฉบับ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาแหล่งทุน นโยบาย และรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย พบว่า หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับ มีแหล่งทุน นโยบาย และรูปแบบการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

**หนังสือพิมพ์ ชิงจงเหียน** ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2481 ชื่อเดิมคือ **ตงจ่วน** เป็นภาษาแต้จิ๋ว ก่อตั้งในปีที่ประเทศญี่ปุ่นกำลังบุกจีนอย่างหนัก และมีความต้องการยึดครองประเทศจีนทั้งหมด คนจีนในไทยที่มีฐานะและเป็นคนรักชาติจึงได้ออกทุนส่วนตัวจัดตั้งหนังสือพิมพ์เพื่อต่อต้านญี่ปุ่น หนังสือพิมพ์ **ตงจ่วน** จึงได้รับความนิยมมาก เรียกได้ว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่ขายดีที่สุดในกรุงเทพฯ ในเวลานั้น

ต่อมาในปี พ.ศ. 2501 จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ทำการปฏิวัติ ทำให้หนังสือพิมพ์ **ตงจ่วน** ถูกปิด เจ้าของเดิมรอโอกาสที่จะเปิดใหม่อีกครั้ง

เมื่อถึงปี พ.ศ. 2517 จึงใช้ชื่อใหม่ว่า **ชิงจงเหียน** โดยคำว่า “ชิง” แปลว่า ใหม่ คำว่า “จงเหียน” หากอ่านเป็นภาษาแต้จิ๋วคือ คำว่า “ตงจ่วน” ตัวหนังสือเหมือนกัน แต่เพิ่มตัว “ใหม่” ซึ่งเป็นภาษาจีนกลางเข้ามา เมื่อ **ชิงจงเหียน** เปิดขึ้นใหม่นั้น มีภาพลักษณ์ของการสนับสนุนประเทศจีน และไม่ได้อยู่ฝั่งเดียวกับไต้หวัน

ปัจจุบันบริหารงานโดยบริษัท ตลาดน้อย จำกัด มีนางผุสดี คีตวรนาฏ เป็นเจ้าของ และดำรงตำแหน่งบรรณาธิการผู้พิมพ์โฆษณา ที่ตั้งสำนักงานอยู่ที่ เลขที่ 1022/1030 ถนนเจริญกรุง แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 02-266-8501-4

นโยบายในปัจจุบันยังคงสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลจีน หนังสือพิมพ์ **ชิงจงเหียน** มีการปรับโครงสร้างใหม่ทั้งหมด โดยลดการใช้แรงงานคน และไม่ซื้อข่าวจากสำนักข่าวต่างๆ เนื่องจากสามารถหาข่าวผ่านช่องทางออนไลน์ได้

จำนวนบุคลากรทั้งโรงพิมพ์มีไม่เกิน 30 คน แบ่งเป็นนักเขียนคอลัมน์ไม่ถึง 10 คน นักเขียนแต่ละคนจะรับผิดชอบหลายหน้า ทำให้สามารถลดต้นทุนไปได้มาก

จุดขายของ *ซินจงเอี้ยน* อยู่ที่หน้าข่าวสังคม ประกาศของสมาคมจีนต่างๆ คอลัมน์วิจารณ์สังคมการเมืองจีน และนวนิยายจีน

กลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ *ซินจงเอี้ยน* เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ เฉลี่ย 60 ปีขึ้นไป และกลุ่มสมาคมจีนต่างๆ ซึ่งเมืองไทยมีสมาคมจีนกว่า 1,000 แห่ง เช่น หอการค้าไทยจีน สมาคมจีนแบ่งตามภาษา อาทิ แต่จิ๋ว แคะ ฮกเกี้ยน กวางตุ้ง ไหหลำ เซียงไฮ้ เจ้อเจียง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีสมาคมที่แยกตามมณฑลอำเภอ ในประเทศจีน รวมถึงมหาวิทยาลัย ศิษย์เก่า เป็นต้น

ราคาจำหน่ายฉบับละ 12 บาท ยอดพิมพ์อยู่ที่ 10,000 ฉบับต่อวัน รายได้มาจาก (1) การขายโฆษณา ประกาศในหน้าข่าวสังคมจีน (2) จากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ และ (3) จากกลุ่มธุรกิจอื่น ได้แก่ โรงเรียนสอนภาษาจีน

ถ้าจำแนกหนังสือพิมพ์จะพบว่า *ซินจงเอี้ยน* เป็นประเภทหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ ประเภทของข่าวเน้นไปที่ข่าวหนัก เนื้อหาข่าวหน้า 1 เป็นข่าวต่างประเทศและข่าวจากจีนแผ่นดินใหญ่มากกว่าข่าวในประเทศไทย โดยเนื้อหาภายในมีจำนวน 16 หน้า 2 Sections ได้แก่

### Section 1

หน้า 1 ข่าวที่น่าสนใจระหว่างประเทศ เช่น ข่าวจากจีน รัสเซีย อเมริกา เป็นต้น

หน้า 2 ข่าวทั่วไปในประเทศไทยและต่างประเทศ เช่น ข่าวการเมืองในประเทศไทย

หน้า 3 ข่าวต่างประเทศ

หน้า 4 - หน้า 5 ข่าวสังคม สมาคมจีนต่างๆ ข่าวอวยพร แสดงความยินดี กิจกรรมสังคมต่างๆ

หน้า 6 ข่าวอาชญากรรมในประเทศไทย

หน้า 7 ข่าวการเมืองในประเทศไทย

หน้า 8 ครึ่งบนเป็นข่าวในประเทศไทย ครึ่งล่างเป็นคอลัมน์ประวัติศาสตร์จีน

### Section 2

หน้า 9 ข่าวในประเทศไทย

หน้า 10 - หน้า 15 ละครจีน นิยายจีน

หน้า 16 ข่าวสุขภาพ การแพทย์ และวิทยาศาสตร์

ทั้งนี้ บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์ *ชิงจงเอี้ยน* ได้ตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า “แม้ว่า *ชิงจงเอี้ยน* จะยึดหลักความเป็นกลาง แต่ในสายตาของผู้อ่านถือว่า เราเป็นหนังสือพิมพ์ที่ค่อนข้างเอนเอียงไปทางจีนแผ่นดินใหญ่ แต่มีบางคอลัมน์ที่ผู้เขียนจะไม่สนับสนุนนโยบายของจีนมากนัก มักจะเขียนวิจารณ์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะมีสัดส่วนที่น้อย แต่ทำให้เนื้อหาของเรามีความหลากหลายและสมดุลกัน” (สัมภาษณ์ ผุสดี คีตวรนาฏ, 12 พฤศจิกายน 2564)

**หนังสือพิมพ์ *ชิงเสียนเยอะเป่า*** ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2492 โดยสองพี่น้องตระกูลไ้ว คือ ไ้วบนไ้ว และไ้วบนป้า เจ้าของกิจการผู้คิดค้นยาหม่องตราเสือสองพี่น้องตระกูลไ้วเป็นผู้มีชื่อเสียงอย่างมากในคาบสมุทรเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในสมัยนั้น พวกเขาได้ร่วมกันก่อตั้งกิจการค้าและการลงทุนหลายอย่าง โดยเฉพาะกิจการหนังสือพิมพ์ที่ในสมัยนั้นรู้จักกันดีในชื่อว่า *สตาร์นิวส์*

*ชิงเสียนเยอะเป่า* แปลอีกชื่อหนึ่งว่า “หนังสือพิมพ์รายวันดาวสยาม” เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่มีผู้อ่านเป็นจำนวนมากทั้งในประเทศไทยและประเทศจีน คำว่า “ชิงเสียน” เป็นภาษาจีนกลางสองคำนำมาผสมกัน โดยแปลความหมายได้ว่า “ชิง” หมายถึง “ดาว” และ “เสียน” หมายถึง “สยาม” ซึ่งเป็นคำที่คนจีนใช้เรียกประเทศไทยในอดีต และ “เยอะเป่า” หมายถึง “หนังสือพิมพ์รายวัน”

หนังสือพิมพ์ *ชิงเสียนเยอะเป่า* เผยแพร่ครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2493 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมจีน มีนโยบายเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีในการอยู่ร่วมกันระหว่างชาวจีนโพ้นทะเลกับคนในชาติ นำเสนอข่าวสารในประเทศไทยให้กับคนจีนที่อาศัยในไทยได้ทราบ รวมถึงข่าวจากจีนแผ่นดินใหญ่ยึดหลักเป็นหูเป็นตาให้กับผู้อ่านชาวจีนในประเทศไทย

ปัจจุบันบริหารงานโดยบริษัท *ชิงเสียนเยอะเป่า จำกัด* โดยนายไช่ ช้งชิง ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ และนายกั๋ว หยินเฉียว ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ สำนักงาน เลขที่ 267 ถนนเจริญกรุง แขวงบ้านบาตร

เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 02-225-0070

กลุ่มเป้าหมายคือ คนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มสมาชิกของสมาคมจีนต่างๆ ซึ่งเป็นเสมือนตัวแทนชุมชนชาวจีนในประเทศไทย

จุดขายคือ ความเป็น “หนังสือพิมพ์ผู้นำ” (elite newspaper) หรือมีแหล่งข้อมูลสำหรับชาวในประเทศและชาวต่างประเทศ ชาวสังคมและชุมชน รวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มทางเศรษฐกิจและการเมืองที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและธุรกิจของชาวจีนในประเทศไทย

ราคาจำหน่าย ฉบับละ 10 บาท ฉบับวันอาทิตย์ 5 บาท ยอดพิมพ์ 50,000 ฉบับต่อวัน

แหล่งรายได้มาจาก (1) การจำหน่ายหนังสือพิมพ์ (2) ค่าโฆษณา โดยเฉพาะหน้าข่าวสังคม หน้าข่าวสมาคมฯ และ (3) ธุรกิจอื่นๆ ของบริษัท ได้แก่ ธุรกิจนำเข้าและส่งออกสินค้าจากจีน

จากการจำแนกประเภทหนังสือพิมพ์ เป็นหนังสือพิมพ์ผู้นำ นำเสนอข่าวเกี่ยวกับจีนแผ่นดินใหญ่และข่าวเศรษฐกิจ ข่าวหน้า 1 ได้แก่ ข่าวต่างประเทศ และข่าวในประเทศไทย เนื้อหาภายในมี 16 หน้า 2 Sections ได้แก่

### Section 1

หน้า A1 ข่าวที่น่าสนใจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ครึ่งล่างเป็นโฆษณา

หน้า A2 ข่าวในประเทศไทย ข่าวการเมืองและสังคมทั่วไป

หน้า A3 ข่าวในประเทศจีน

หน้า A4 ข่าวต่างประเทศ

หน้า A5 ข่าวฮ่องกง-มาเก๊า-ไต้หวัน

หน้า A6 ข่าวเศรษฐกิจจีน

หน้า A7 - หน้า A8 ข่าวสังคม สมาคมต่างๆ ข่าวชาวจีนโพ้นทะเล แสดงความยินดี อวยพร ครึ่งล่างโฆษณา

### Section 2

หน้า B1 ข่าวเศรษฐกิจในประเทศไทย

หน้า B2 ข่าวสังคมไทย ครึ่งล่างโฆษณา

หน้า B3 ข่าวกีฬาและการออกกำลังกาย

หน้า B4 โฆษณา

หน้า B5 นิยายจีน

หน้า B6 ข่าวสุขภาพและคอลัมน์สุขภาพ

หน้า B7 บทความและคอลัมน์อาหารการกิน แนะนำเมนูอาหาร สูตรอาหาร

หน้า B8 ข่าวบันเทิงและบทความบันเทิงต่างประเทศ

ซิงเสียนเยอะเป่า มีเว็บไซต์ชื่อ <http://www.singsianyerpao.com/> และได้ขยายเครือข่ายธุรกิจสิ่งพิมพ์ออกไปยังหลายมณฑลในประเทศจีน ได้แก่ มณฑลกว่างตุง มณฑลฮกเกี้ยน และเขตปกครองพิเศษฮ่องกง รวมทั้งหลายประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และไทย

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการบริษัทซิงเสียนเยอะเป่า ได้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่า “นโยบายของเราเน้นการเชื่อมโยงระหว่างคนจีนแผ่นดินใหญ่กับคนจีนโพ้นทะเล ให้สามารถแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูลทางเศรษฐกิจ การค้าขาย เราเคยครองตำแหน่งหนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนที่มียอดจำหน่ายมากที่สุดในประเทศไทย ปัจจุบันแม้ว่ายอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะไม่เหมือนก่อน แต่เราจะขยายธุรกิจสิ่งพิมพ์ออฟไลน์และออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์” (สัมภาษณ์ ซิงหยวน เจิ้น, 26 พฤศจิกายน 2564)

**หนังสือพิมพ์ สากล** ก่อตั้งเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2498 โดยนายชิน โสภณพนิช ผู้ก่อตั้งธนาคารกรุงเทพ โดยก่อตั้งตามวัตถุประสงค์ของผู้ช่วยรัฐมนตรีกระทรวงมหาดไทย และพลตำรวจเอก เผ่า ศรียานนท์ ซึ่งต้องการให้จัดตั้งหนังสือพิมพ์ภาษาจีน โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาระบบการเมืองของไทย สนับสนุนแนวคิดต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ และแนวคิดการเมืองฝ่ายขวา

ในปี พ.ศ. 2529 หนังสือพิมพ์ **สากล** ได้ถูกซื้อกิจการโดย บริษัท Taiwan United Daily News และได้ส่งทีมงานมืออาชีพเข้ามา เพื่อจัดระเบียบการดำเนินงาน และทำให้เป็นธุรกิจหนังสือพิมพ์เอกชนที่ไม่ขึ้นตรงกับหน่วยงานใด

หนังสือพิมพ์ *สากล* มีนโยบายให้บริการชุมชนชาวจีนในประเทศไทย โดยมีพันธกิจที่ว่า ในขณะที่ชาวจีนในประเทศไทยถูกครอบงำโดยชุมชนชาวจีนโพ้นทะเลดั้งเดิมในกวางตุ้งและฝูเจี้ยน และส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในขณะนั้น ชาวไต้หวันยังไม่ได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย และการพัฒนาในเวลานั้น สังคมจีนอยู่ภายใต้ความเป็นจริงทางการเมือง ช้องแคปไต้หวันถูกใช้เป็นเขตแดนสำหรับการแบ่งแยกและการบริหาร ซึ่งการนำเสนอสถานการณ์ดังกล่าวนับเป็นการทดสอบครั้งใหญ่ของหนังสือพิมพ์ *สากล*

ปัจจุบันบริหารงานโดยบริษัท หนังสือพิมพ์สากล จำกัด มีนายเกรียง วงศ์สุขศิริ ดำรงตำแหน่งบรรณาธิการ สำนักงานอยู่ที่ เลขที่ 21/1 ถนนเจริญกรุง แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพฯ

กลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์สากล ได้แก่ (1) ชาวจีนดั้งเดิม (2) นักลงทุนไต้หวัน และ (3) นักลงทุนจีนแผ่นดินใหญ่

จุดขาย คือ บทบรรณาธิการ ข่าวชาวจีนโพ้นทะเล ข่าวในประเทศไทย และข่าวช่องแคบไต้หวัน

ราคาจำหน่าย ฉบับละ 15 บาท ยอดพิมพ์ 40,000 ฉบับต่อวัน

รายได้มาจาก (1) ค่าโฆษณา การลงประกาศต่างๆ 70% (2) การจำหน่ายหนังสือพิมพ์และค่าธรรมเนียมสมาชิก 30%

จากการจำแนกประเภทหนังสือพิมพ์ พบว่า เป็นหนังสือพิมพ์ผู้นำเสนอข่าวต่างประเทศและข่าวในประเทศไทย และข่าวจากไต้หวัน ข่าวหน้า 1 เป็นข่าวต่างประเทศ เนื้อหาภายใน มีจำนวน 24 หน้า แบ่งเป็น 3 Sections ได้แก่

### *Section 1*

หน้า A1 ข่าวต่างประเทศ (ด้านล่าง 1 ใน 4 เป็นโฆษณา)

หน้า A2 ข่าวประเทศไทย บทบรรณาธิการ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม

หน้า A3 ข่าวประเทศไทย ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม

หน้า A4 และหน้า A5 ข่าวต่างประเทศ



หน้า A6 ข่าวอาชญากรรมในประเทศไทย

หน้า A7 ข่าวอาเซียน

หน้า A8 ข่าวต่างประเทศ

## Section 2

หน้า B1 ข่าวธุรกิจต่างประเทศ (ครึ่งล่างเป็นโฆษณา)

หน้า B2 เรื่องเล่า สะท้อนสังคม

หน้า B3 เจาะลึกประเทศจีน

หน้า B4 โฆษณา

หน้า B5 หน้าเด็ก-เยาวชน คอลัมน์สอนภาษาจีน

หน้า B6 และ หน้า B7 ข่าวชาวจีนโพ้นทะเล

หน้า B8 ข่าวธุรกิจและการบริหาร

## Section 3

หน้า C1 ข่าวเศรษฐกิจในประเทศไทย

หน้า C2 - หน้า C3 ข่าวเศรษฐกิจไต้หวัน

หน้า C4 - หน้า C5 ตารางหุ้น

หน้า C6 - หน้า C7 ข่าวประเทศจีน ข่าวสังคมทั่วไป ข่าวเยาวชน

หน้า C8 ข่าวเศรษฐกิจในประเทศไทย

หนังสือพิมพ์ *สากล* มีเว็บไซต์ ชื่อ <http://www.udnbkk.com>

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *สากล* ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “เมื่อ United Daily News เข้ามาซื้อกิจการ มีการส่งผู้เชี่ยวชาญด้านบรรณาธิการธุรกิจและการพิมพ์มากกว่า 20 คน พร้อมอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ในการจัดการหนังสือพิมพ์เป็นแบบมืออาชีพอย่างแท้จริง ทำให้ช่วงปลายปี ค.ศ. 1980 หนังสือพิมพ์ *สากล* กลายเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่ได้รับความนิยมมากที่สุด จนถึงปี ค.ศ. 1990 ได้มีการเผยแพร่ไปยังเวียดนาม กัมพูชา เมียนมา และลาว แม้ปัจจุบันยอดขายหนังสือพิมพ์จะตกลงไป แต่เราจะเน้นการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น” (สัมภาษณ์ เกรียง วงศ์สุขศิริ, 19 มีนาคม 2565)

**หนังสือพิมพ์ เกียฮั่วตงจวัน** ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2500 ขณะนั้น ประเทศไทยมีหนังสือพิมพ์จีนเพียง 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ **เกียฮั่ว เกียฮั่วตงจวัน ตงฮั่ว และ ชิงเสียนเยอะเป้า** ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ทำการปฏิวัติ ทำให้หนังสือพิมพ์ทุกฉบับถูกปิด หลังจากนั้นจึงเริ่มกลับมาดำเนินการต่อ

ปี พ.ศ. 2534 เศรษฐกิจไทยตกต่ำหนังสือพิมพ์ **ตงจวันรายวัน** กับ **เกียฮั่วรายวัน** จึงรวมตัวกัน ทำให้หนังสือพิมพ์สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ มีเงินทุนมากขึ้น มีเครื่องพิมพ์สามารถมีกำลังการผลิตได้ครั้งละ 20,000 ฉบับต่อวัน

หนังสือพิมพ์ **เกียฮั่วตงจวัน** มีนโยบายคือ การนำเสนอข่าวสังคมกับข่าวเงินทั่วโลก โดยจะเน้นนำเสนอข่าวเงินทั่วโลกเป็นสำคัญ ซึ่งปรากฏอยู่ในหน้าแรก ด้านข่าวสังคมจะนำเสนอข่าวสังคมคนไทยเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นหลัก

ปัจจุบันบริหารงานโดยบริษัท ศิรินคร จำกัด มีนางจันทนา หรือ เมี่ยวเอง แซ่ลิ้ม ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ และนายสุรเดช กรกิตติชัย (กิมเซีย) ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการ บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา ที่ตั้งสำนักงานอยู่ที่ 108 ถนนเสือป่า เขตป้อมปราบ กรุงเทพมหานคร 10100 โทรศัพท์ 02-221-4181 ถึง 2, 02-225-4073

จุดขายของหนังสือพิมพ์ **เกียฮั่วตงจวัน** คือ ข่าวสังคม ข่าวผู้นำจีน นิยายจีน และข่าวหุ้น รวมถึงการนำเสนอข่าวที่รวดเร็วทันสถานการณ์

กลุ่มเป้าหมาย เป็นคนไทยเชื้อสายจีน อายุ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนเป็นลูกค้าที่เป็นสมาชิกประจำ 75% และกลุ่มร้านค้าและสมาคมจีนต่างๆ 25%

รายได้หลักมาจาก (1) ค่าโฆษณา ได้แก่ หน้าโฆษณา หน้าประกาศ และหน้าข่าวประชาสัมพันธ์ (2) จากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์

ราคาจำหน่าย ฉบับละ 10 บาท ยอดพิมพ์ 20,000 ฉบับต่อวัน

หากจำแนกประเภทหนังสือพิมพ์ ถือเป็นหนังสือพิมพ์ผู้นำ (elite newspaper) นำเสนอข่าวต่างประเทศและข่าวเศรษฐกิจเป็นหลัก ข่าวหน้า 1 เป็นข่าวต่างประเทศที่น่าสนใจจากทั่วโลก เนื้อหา มี 20 หน้า ได้แก่

หน้า 1 ข่าวต่างประเทศ

หน้า 2 ข่าวทั่วไปในประเทศไทย (โฆษณา 3 ส่วนล่าง)

|                   |                                    |
|-------------------|------------------------------------|
| หน้า 3 - หน้า 4   | ข่าวสังคม สมาคมต่างๆ กิจกรรม อวยพร |
| หน้า 5            | ข่าวต่างประเทศ                     |
| หน้า 6            | ข่าวเศรษฐกิจในประเทศไทย            |
| หน้า 7            | ข่าวสังคมทั่วไปในประเทศไทย         |
| หน้า 8            | ข่าวสุขภาพ                         |
| หน้า 9            | โฆษณา                              |
| หน้า 10 - หน้า 11 | ตารางหุ้น                          |
| หน้า 12           | ข่าวเศรษฐกิจจีน                    |
| หน้า 13           | โฆษณา ประกาศต่างๆ                  |
| หน้า 14           | ข่าวจีนแต่จิว                      |
| หน้า 15           | โฆษณา                              |
| หน้า 16           | ข่าวบันเทิงต่างประเทศ              |
| หน้า 17           | ข่าวฮ่องกง                         |
| หน้า 18           | เกร็ดประวัติศาสตร์จีน              |
| หน้า 19           | นิยายจีน                           |
| หน้า 20           | ข่าวกีฬา                           |

เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *เกียฮั้วตงจวัน* และเจ้าของหนังสือพิมพ์ *Asia News Time* ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า “*เกียฮั้วตงจวัน* จะนำเสนอข่าวสังคมชาวจีนในประเทศไทย และข่าวจีนจากทั่วโลก โดยจะเน้นนำเสนอข่าวจีนทั่วโลกเป็นสำคัญ ซึ่งปรากฏอยู่ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ เดิมหนังสือพิมพ์มี 32 หน้า แต่ประสบปัญหาเศรษฐกิจจำนวนลงเหลือ 20 หน้า อีกทั้งยังลดกองบรรณาธิการลง ปัจจุบันมีผู้สื่อข่าวประจำ 2 คน และช่างภาพอีก 2 คน เพื่อทำข่าวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของสมาคมจีนต่างๆ และมีนักแปล 10 คน” (สัมภาษณ์ สุรเดช กรกิตติชัย, 4 มีนาคม 2565)

หนังสือพิมพ์ *เอเชียนิวส์ไทม์* ตีพิมพ์ครั้งแรกในช่วงปลายปี พ.ศ. 2536 เกิดจากการรวมตัวกันของนายประพันธ์ สันธยาดี และกลุ่มเพื่อน โดยใช้ชื่อว่า

หนังสือพิมพ์ เอเชียนิวส์ไทม์ ซึ่งมีความหมายว่า ทวีปเอเชียมีข่าวสารตรง  
ฉบับไว ทันเหตุการณ์ หลังจากนั้นได้เชิญนักธุรกิจชั้นนำชาวจีนในประเทศไทย  
มาร่วมลงทุน

วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งคือ ต้องการให้คนไทยเชื้อสายจีนได้อ่าน  
หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม นโยบาย  
คือการทำหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่ยึดมั่นในกรอบจริยธรรม และสร้างสรรค์ความ  
สัมพันธ์อันดีระหว่างจีนกับไทย รวมทั้งยึดมั่นในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

ปัจจุบันบริหารงานโดยบริษัท เอเชีย นิวส์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด มีนาย  
สุรเดช กรกิจดิษฐ์ ดำรงตำแหน่งเจ้าของ และที่ปรึกษาบรรณาธิการหนังสือพิมพ์  
มีสำนักงานอยู่ที่ 330-1-3 ถนนพระราม 4 แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก  
กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ 02-238-2745 โทรสาร 02-238-2346

กลุ่มเป้าหมายคือ คนไทยเชื้อสายจีนอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ใน  
ประเทศไทยเป็นหลัก

ราคาจำหน่าย ฉบับละ 10 บาท ยอดพิมพ์ 15,000 ฉบับต่อวัน

รายได้หลักมาจาก (1) การจำหน่ายหนังสือพิมพ์ โดย 75% เป็น  
ลูกค้าประจำ และ 25% เป็นกลุ่มห้างร้าน สมาคมจีนต่างๆ (2) จากค่าโฆษณา  
หน้าโฆษณา หน้าประกาศ หน้าข่าวประชาสัมพันธ์

จุดขาย คือ ข่าวผู้นำจีน ข่าวสังคม ข่าวหุ้น นิยายจีน และสารคดี  
ประวัติศาสตร์จีน

จำแนกประเภทหนังสือพิมพ์ เป็นหนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไป นำเสนอข่าว  
ต่างประเทศ และนิยายจีนเป็นหลัก ข่าวหน้า 1 นำเสนอข่าวในประเทศไทยและ  
บทความการเมืองไทย เนื้อหามีจำนวน 16 หน้า แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ A มี  
8 หน้า และ B มี 8 หน้า ได้แก่

### Section 1

หน้า A1 ข่าวการเมืองในประเทศไทย และบทความการเมือง

หน้า A2 โฆษณา

หน้า A3 ข่าวต่างประเทศ

|         |                      |
|---------|----------------------|
| หน้า A4 | โฆษณา                |
| หน้า A5 | ข่าวสังคมในประเทศไทย |
| หน้า A6 | ข่าวในประเทศจีน      |
| หน้า A7 | ข่าวต่างประเทศ       |
| หน้า A8 | ข่าวชาวจีนโพ้นทะเล   |

## Section 2

|                    |                                |
|--------------------|--------------------------------|
| หน้า B1            | ข่าวต่างประเทศ                 |
| หน้า B2            | นิยายอิงประวัติศาสตร์          |
| หน้า B3            | นิยายจีน                       |
| หน้า B4 และหน้า B5 | ตารางหุ้น                      |
| หน้า B6            | นิยายจีน (ครึ่งล่างโฆษณา)      |
| หน้า B7            | ประวัติศาสตร์ บุคคลสำคัญของจีน |
| หน้า B8            | สังคม สมาคมต่างๆ กิจกรรม อวยพร |

“เอเชียนิวส์ไทม์” นำเสนอข่าวสารจากประเทศจีนและข่าวในประเทศไทยควบคู่กันไป เช่น ข่าวผู้นำในสังคมจีน รวมถึงข่าวสังคมคนจีนในประเทศไทยและความเคลื่อนไหวของสมาคมต่างๆ นอกจากนี้ยังมีหน้าประวัติศาสตร์และบุคคลสำคัญของจีนที่คนอ่านชื่นชอบ สำหรับ *เกียฮั่วตงจ้งวัน* กับ *เอเชียนิวส์ไทม์* แตกต่างกันอย่างไร *เกียฮั่วตงจ้งวัน* เน้นข่าวต่างประเทศและข่าวเศรษฐกิจ ส่วน *เอเชียนิวส์ไทม์* เนื้อหาจะเบากว่า เน้นข่าวในประเทศไทยมากกว่า และแม้ว่าตัวผมเองจะเป็นเจ้าของแต่จะให้ลูกสาวเป็นผู้ดูแลเป็นหลัก” (สุรเดช กรกิตติชัย, เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์เกียฮั่วตงจ้งวันและเจ้าของหนังสือพิมพ์ Asia News Time, สัมภาษณ์, 4 มีนาคม 2565)

**หนังสือพิมพ์ ตงฮั่ว** ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2503 โดยนายสาครและนางกัลยาณี กยาววัฒนกิจ ซึ่งเป็นชาวจีนที่มาทำงานเป็นผู้สื่อข่าวด้านการศึกษาในประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการก่อตั้งเพื่อต้องการให้เกิดความสามัคคีระหว่างคนไทยกับคนจีน รวมทั้งคนจีนด้วยตนเอง

ตงฮั่ว มีนโยบายนำเสนอข่าวสารที่เชื่อถือตรงและรวดเร็ว และเป็นข่าวที่สังคมต้องการรู้

ปัจจุบันบริหารงานโดยบริษัท ตงฮั่ว โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) มีนายสมนึก กายาวณกิจ ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ และนายภาวิธ โตกะคุณะ ดำรงตำแหน่งบรรณาธิการ สำนักงานอยู่ที่ เลขที่ 877-881 ถนนเจริญกรุง แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100 โทรศัพท์ 02-236-9172-6 โทรสาร 02-238-5286

หนังสือพิมพ์ ตงฮั่ว มีโรงพิมพ์ของตนเอง มีบุคลากรประมาณ 40 คน ส่วนใหญ่เป็นนักแปล มีหน้าที่แปลข่าวต่างๆ เป็นภาษาจีน ในส่วนของนักข่าวส่วนใหญ่จะทำข่าวเศรษฐกิจและข่าวสังคม ส่วนข่าวต่างประเทศมาจากสำนักข่าวต่างๆ เช่น สำนักข่าวซินหัว สำนักข่าวจีน โดยจะใช้สำนักข่าวจากประเทศจีนเป็นหลัก

จุดขายคือ กล้านำเสนอข่าวที่คนจีนในประเทศไทยอยากรู้ และไม่เปิดเผย

แหล่งรายได้มาจาก (1) ค่าโฆษณา (2) การจำหน่ายหนังสือพิมพ์ และ (3) ธุรกิจอื่นๆ ของบริษัท ได้แก่ ตงฮั่ว โฮลดิ้ง คอมพานี

ราคาจำหน่าย ฉบับละ 10 บาท ยอดพิมพ์ต่อวัน (ไม่เปิดเผย)

จากการจำแนกรูปแบบ ถือเป็นหนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไป (popular newspaper) นำเสนอข่าวต่างประเทศและข่าวในประเทศจีนเป็นหลัก ข่าวหน้า 1 เป็นข่าวต่างประเทศ เนื้อหามีจำนวน 24 หน้า ได้แก่

หน้า 1 ข่าวต่างประเทศ

หน้า 2 ข่าวการเมืองต่างประเทศ

หน้า 3 ข่าวต่างประเทศ

หน้า 4 ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ตารางหุ้น

หน้า 5 ข่าวเศรษฐกิจ

หน้า 6 ข่าวอาชญากรรม

หน้า 10-13 ตารางหุ้น ข่าวหุ้น ข่าวเศรษฐกิจ

หน้า 14 ข่าวอาชญากรรม ข่าวการเมือง

หน้า 15-16 ข่าวสังคม ข่าวสมาคม ประกาศต่างๆ

หน้า 17-24 นำเสนอนิยาย ข่าวบันเทิง ข่าวสุขภาพ และข่าวบันเทิงกรรม

ประธานกรรมการหนังสือพิมพ์ ดงฮั่ว ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า “ดงฮั่ว ดำเนินธุรกิจมาจากทุนพ่อของผมมาสู่รุ่นผม เราเน้นการนำเสนอข่าวที่ ชัดตรง รวดเร็ว ข่าวที่คนไทยเชื้อสายจีนอยากรู้ เช่น ประเทศจีนเป็นอย่างไร การค้าขายเป็นอย่างไร ตลาดหุ้นเป็นอย่างไร เป็นต้น แม้ว่ายอดพิมพ์จะลดลง แต่เราก็กังดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์ต่อไป โดยอาศัยค่าโฆษณาและธุรกิจอื่นๆ ช่วยสนับสนุน” (สัมภาษณ์ สมนึก กยววัฒนกิจ, 4 เมษายน 2565)

ตารางที่ 1 แสดงแหล่งทุนและรายได้ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย

| หนังสือพิมพ์     | แหล่งรายได้                                                                                               | แหล่งทุน         |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| ชิงจางเอี้ยน     | - จำหน่ายหนังสือพิมพ์<br>- ค่าโฆษณา หน้าประกาศ<br>- ธุรกิจอื่นๆ ได้แก่<br>โรงเรียนสอนภาษาจีน              | ทุนภายในประเทศ   |
| ชิงเสียนเยอะเป้า | - จำหน่ายหนังสือพิมพ์<br>- ค่าโฆษณา หน้าประกาศ<br>- ธุรกิจอื่นๆ ได้แก่ การนำเข้าและส่งออก<br>สินค้าจากจีน | ทุนจากต่างประเทศ |
| สากล             | - จำหน่ายหนังสือพิมพ์<br>- ค่าโฆษณา หน้าประกาศ                                                            | ทุนจากต่างประเทศ |
| เกียฮั่วตงจ้วน   | - จำหน่ายหนังสือพิมพ์<br>- ค่าโฆษณา หน้าประกาศ                                                            | ทุนภายในประเทศ   |
| เอเชียนิวส์ไทม์  | - จำหน่ายหนังสือพิมพ์<br>- ค่าโฆษณา หน้าประกาศ                                                            | ทุนภายในประเทศ   |
| ดงฮั่ว           | - จำหน่ายหนังสือพิมพ์<br>- ค่าโฆษณา หน้าประกาศ<br>- ธุรกิจอื่นๆ ของบริษัท                                 | ทุนภายในประเทศ   |

จากตารางที่ 1 พบว่า แหล่งรายได้ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย มาจาก 3 แหล่ง ได้แก่ (1) การจำหน่ายหนังสือพิมพ์ (2) ค่าโฆษณา ในหน้าโฆษณา และหน้าประกาศต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อโฆษณาหรือลงประกาศ ได้แก่ กลุ่มเจ้าของกิจการคนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มสมาคมชาวจีนต่างๆ และ (3) ธุรกิจอื่นๆ ที่เจ้าของกิจการประกอบธุรกิจควบคู่ไปกับธุรกิจหนังสือพิมพ์ภาษาจีน

แหล่งทุนของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นแหล่งทุนภายในประเทศ ได้แก่ ชิงจงเหียน ได้รับการสนับสนุนจากธนาคารกรุงเทพ ด้าน เกียฮั่วตงจ้วน เอเชียนิวส์ไทม์ และ ตงฮั่ว เป็นการดำเนินกิจการในรูปแบบธุรกิจครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น ขณะที่ ชิงเสี่ยเยอะเป้า มีแหล่งทุนสนับสนุนจากจีนแผ่นดินใหญ่ และ สากล ได้รับการสนับสนุนจากไต้หวัน

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการทั้ง 6 ชื่อฉบับ พบว่า ปัจจุบันรายได้หลักของหนังสือพิมพ์มาจากการขายโฆษณา และลงข่าวในหน้าประกาศของหนังสือพิมพ์ หรือหน้าโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งลูกค้าที่ซื้อโฆษณาและลงประกาศ คือ สมาคมจีนต่างๆ คนไทยเชื้อสายจีนที่เป็นเจ้าของกิจการ โดยหนังสือพิมพ์จีนจะมีนักข่าวเพื่อไปทำข่าวและถ่ายภาพในกิจกรรมเหล่านี้โดยเฉพาะ

บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์ ชิงจงเหียน ได้อธิบายว่า “ชิงจงเหียน มีธนาคารกรุงเทพถือหุ้นเกินกว่าครึ่งหนึ่ง มีตัวดิฉันและเพื่อนๆ ร่วมกันถือหุ้นอีก 4-5 ทำให้เรายังดำเนินธุรกิจอยู่ได้ โดยที่เราไม่ต้องปรับเปลี่ยนอะไรมาก” (สัมภาษณ์ ผุสดี คีตวรนาฏ, 12 พฤศจิกายน 2564)



ตารางที่ 2 แสดงนโยบายดั้งเดิมกับนโยบายปัจจุบันของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับ

| หนังสือพิมพ์     | นโยบายดั้งเดิม                                                                                                                                                                                                                   | นโยบายปัจจุบัน                                                         | พันธกิจ                |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| ชิงจิงเอี้ยน     | ต่อต้านญี่ปุ่น                                                                                                                                                                                                                   | ยึดนโยบายจีนเดียว                                                      | สนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ |
| ชิงเสียนเยอะเป้า | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เผยแพร่วัฒนธรรมจีนและสร้างความเข้าใจอันดีในการอยู่ร่วมกันระหว่างชาวจีนโพ้นทะเลกับชนในชาติ</li> <li>- เสนอข่าวสารในประเทศไทยให้กับคนจีนที่อาศัยในไทย และข่าวจากจีนแผ่นดินใหญ่</li> </ul> | เป็นหูเป็นตาให้กับผู้อ่านชาวจีนในไทย                                   | สนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ |
| สากล             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- รักษาระบบการเมืองของไทย</li> <li>-ต่อต้านคอมมิวนิสต์</li> </ul>                                                                                                                         | บริการชุมชนชาวจีนในประเทศไทย                                           | เป็นกลาง               |
| เกียฮั่วตงจ้วน   | เป็นทางเลือกใหม่ให้คนไทยเชื้อสายจีน (ขณะนั้นที่มีหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยเพียง 4 ชื่อฉบับ)                                                                                                                                       | นำเสนอข่าวสังคมและชาวจีนทั่วโลก                                        | สนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ |
| เอเชียนิวส์ไทม์  | ต้องการให้คนไทยเชื้อสายจีนได้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระดีๆ                                                                                                                                                                 | ยึดมั่นในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์                                     | สนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ |
| ตงฮั่ว           | ต้องการให้เกิดความสามัคคีระหว่างคนไทยกับคนจีน รวมทั้งในคนจีนด้วยกันเอง                                                                                                                                                           | ต้องการให้เกิดความสามัคคีระหว่างคนไทยกับคนจีน รวมทั้งในคนจีนด้วยกันเอง | เป็นกลาง               |

สรุป หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนนโยบายจากเดิมเป็นนโยบายใหม่ เนื่องจากสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองเปลี่ยนแปลงไป ในด้านพันธกิจตั้งแต่เริ่มก่อตั้งไม่มีการเปลี่ยนแปลง ส่วนใหญ่มีแนวโน้มสนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ มีสองฉบับที่ระบุว่าเป็นกลาง ได้แก่ *สากล* และ *ตงยี่ว* แต่มีข้อสังเกตในส่วนของ *สากล* ว่า ได้รับการสนับสนุนแหล่งทุนจากไต้หวัน

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *สากล* ได้กล่าวในกรณีนี้ว่า “เรานำเสนอข่าวทั้งจากฝั่งจีนแผ่นดินใหญ่และไต้หวันด้วย เรามีความเป็นกลางที่จะเสนอข่าวของทั้งสองฝั่งและเชื่อว่าคนไทยเชื้อสายจีนก็ต้องการรับรู้เรื่องราวของไต้หวันเช่นกัน” (สัมภาษณ์ เกรียง วงศ์สุขศิริ, 19 มีนาคม 2565)

ตารางที่ 3 แสดงรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับ

| หนังสือพิมพ์            | ประเภทหนังสือพิมพ์ | ประเภทข่าว | ข่าวหน้าหนึ่ง                              | เนื้อหาภายใน                                     |
|-------------------------|--------------------|------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <i>ชิงจางเอี้ยน</i>     | ผู้นำ              | ข่าวหนัก   | ข่าวที่น่าสนใจระหว่างประเทศ                | เน้นข่าวในประเทศไทย                              |
| <i>ชิงเสียนเยอะเป้า</i> | ผู้นำ              | ข่าวหนัก   | ข่าวที่น่าสนใจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ | เน้นข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเทศจีนและข่าวเศรษฐกิจ |
| <i>สากล</i>             | ผู้นำ              | ข่าวหนัก   | ข่าวต่างประเทศ                             | เน้นข่าวต่างประเทศและข่าวในประเทศไทย             |
| <i>เกียฮั่วตงจ้วน</i>   | ผู้นำ              | ข่าวหนัก   | ข่าวต่างประเทศ                             | เน้นข่าวต่างประเทศและข่าวเศรษฐกิจ                |

| หนังสือพิมพ์    | ประเภทหนังสือพิมพ์ | ประเภทข่าว | ข่าวหน้าหนึ่ง                             | เนื้อหาภายใน                   |
|-----------------|--------------------|------------|-------------------------------------------|--------------------------------|
| เอเชียนิวส์ไทม์ | ผู้อ่านทั่วไป      | ข่าวเบา    | ข่าวการเมืองในประเทศไทย และบทความการเมือง | เน้นข่าวต่างประเทศและนิยายจีน  |
| ตงฮั่ว          | ผู้อ่านทั่วไป      | ข่าวเบา    | ข่าวต่างประเทศ                            | เน้นข่าวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ |

จากตารางที่ 3 พบว่า รูปแบบของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นประเภท “ผู้นำ” หรือหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ เน้นนำเสนอข่าวหนักเป็นหลัก มีเพียงหนังสือพิมพ์ เอเชียนิวส์ไทม์ และ ตงฮั่ว ที่ระบุว่า เป็นหนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไป หรือหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ โดยส่วนใหญ่แล้วจะนำเสนอข่าวเบา ข่าวที่น่าสนใจมากกว่าข่าวหนัก และเน้นข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับคนจีนในต่างประเทศและข่าวต่างประเทศมากกว่าข่าวในประเทศไทยหรือข่าวอื่นๆ โดยกลุ่มเป้าหมายจะเป็นคนไทยเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย รองลงมาคือ สมาคมชาวจีนต่างๆ ในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์เอกสารหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย และการสัมภาษณ์เจ้าของหรือบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย พบว่า บทบาทของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยมีดังต่อไปนี้

บทบาทของหนังสือพิมพ์ ชิงจงเหียน ในอดีตนั้นคือ การต่อต้านญี่ปุ่นและสนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์แรกเริ่มในการก่อตั้งหนังสือพิมพ์ แต่ปัจจุบันบทบาทในการต่อต้านญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงไป มีเพียงการให้ข่าวสารและเป็นสื่อกลางของชุมชน แต่ยังคงให้การสนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่อยู่เช่นเดิม

หนังสือพิมพ์ *ชิงเสียนเยอะเป๋* มีบทบาทในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน สร้างความเข้าใจอันดีในการอยู่ร่วมกันระหว่างชาวจีนโพ้นทะเลกับชนในชาติเหล่านั้น รวมถึงนำเสนอข่าวสารในประเทศไทยและประเทศจีนให้กับคนจีนที่อาศัยในไทยได้รับทราบ ซึ่งในปัจจุบันยังมีคงบทบาทหน้าที่เช่นเดิมอยู่ไม่เปลี่ยนแปลง

หนังสือพิมพ์ *สาทกล* วางบทบาทที่ชัดเจนในการต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง แต่เนื่องจากสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เปลี่ยนไป ทำให้บทบาทของหนังสือพิมพ์ *สาทกล* เปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน ปัจจุบันมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารกับชุมชนชาวจีนที่อยู่ในประเทศไทย

การเป็นหนังสือพิมพ์ทางเลือกใหม่ ถือว่าเป็นบทบาทของหนังสือพิมพ์ *เกียฮั่วตงจ้วน* ในช่วงแรกของการก่อตั้ง เพราะแต่เดิมประเทศไทยยังมีหนังสือพิมพ์ภาษาจีนเพียง 4 ชื่อฉบับเท่านั้น แต่ในปัจจุบันบทบาทมีการเปลี่ยนแปลงคือ การให้ข่าวสารและเป็นสื่อกลางของชุมชนคนไทยเชื้อสายจีน

หนังสือพิมพ์ *เอเชียนิวส์ไทม์* มีบทบาทในการให้ข่าวสารและเป็นสื่อกลางของชุมชน รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับจีน โดยบทบาทดังกล่าวไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด

หนังสือพิมพ์ *ตงฮั่ว* มีบทบาทในการรับใช้สังคมไทยและรับใช้สังคมจีน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนจีนกับคนไทย รวมถึงคนจีนด้วยตนเอง ในปัจจุบันนี้ยังคงบทบาทเดิมตั้งแต่เริ่มการก่อตั้ง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด

#### ตารางที่ 4 แสดงบทบาทของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย

| หนังสือพิมพ์           | บทบาทในอดีต                                              | บทบาทในปัจจุบัน                                                |
|------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <i>ชิงจงเอี้ยน</i>     | ต่อต้านญี่ปุ่นและสนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่                  | ให้ข่าวสาร เป็นสื่อกลางของชุมชน และยังคงสนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ |
| <i>ชิงเสียนเยอะเป๋</i> | เผยแพร่วัฒนธรรม สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนจีนกับคนไทย | เผยแพร่วัฒนธรรม สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนจีนกับคนไทย       |
| <i>สาทกล</i>           | ต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์                                  | ให้ข้อมูลข่าวสารกับคนจีนในไทย                                  |

| หนังสือพิมพ์    | บทบาทในอดีต                        | บทบาทในปัจจุบัน                              |
|-----------------|------------------------------------|----------------------------------------------|
| เกียฮั่วตงจ้วน  | เป็นหนังสือพิมพ์ทางเลือกใหม่       | ให้ข่าวสารและเป็นสื่อกลางของคนไทยเชื้อสายจีน |
| เอเชียนิวส์ไทม์ | ให้ข่าวสาร และเป็นสื่อกลางของชุมชน | ให้ข่าวสารและเป็นสื่อกลางของชุมชน            |
| ตงฮั่ว          | รับใช้สังคมไทยและรับใช้สังคมจีน    | รับใช้สังคมไทยและรับใช้สังคมจีน              |

จากตารางที่ 4 พบว่า หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยบางฉบับยังคงบทบาทเดิมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และบางฉบับมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทของตนเนื่องจากสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย แต่ทว่าแนวคิดการสนับสนุนทางฝั่งจีนแผ่นดินใหญ่หรือฝั่งไต้หวันของแต่ละฉบับนั้นแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงไป

เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ เกียฮั่ว และเจ้าของหนังสือพิมพ์ Asia News Time ได้ขยายความเพิ่มเติมว่า “หนังสือพิมพ์ภาษาจีน มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงคนไทยเชื้อสายจีนกับคนจีน และเป็นสื่อกลางของชุมชนคนไทยเชื้อสายจีนด้วยกัน ยกตัวอย่าง ทุกคนมีเงินแล้วจะทำให้มีชื่อเสียงก็ต้องพึ่งหนังสือพิมพ์จีน คนไทยเชื้อสายจีนบางคนอ่านภาษาจีนออก บางคนอ่านไม่ออก แต่เมื่อมีรูปไว้ในหน้าหนังสือพิมพ์ว่า ช่วยงานการกุศล เปิดกิจการ จัดงานต่างๆ นานา ฯลฯ มันเป็นข่าวลงหนังสือพิมพ์ คนถึงสนใจ” (สัมภาษณ์ สุรเดช กรกิตติชัย, 4 มีนาคม 2565)

จากการวิเคราะห์เอกสารหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย และการสัมภาษณ์เจ้าของหรือบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยทั้ง 6 ชื่อฉบับ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย พบว่า หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยมีการปรับตัวเพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สภาพสังคม และพฤติกรรมของผู้บริโภคดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย

| หนังสือพิมพ์     | การปรับตัว      | ทิศทาง                                                             | อื่นๆ                                                            |
|------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| ชิงจิงเจี้ยน     | ไม่มีการปรับตัว | ยังคงทำสื่อสิ่งพิมพ์เช่นเดิม                                       | อาศัยรายได้จากธุรกิจอื่น                                         |
| ชิงเสียนเยอะเป้า | ปรับตัวแล้ว     | มุ่งสู่สื่อออนไลน์มากขึ้น ขยายธุรกิจหนังสือพิมพ์ไปยังแพลตฟอร์มอื่น | มีเว็บไซต์ของตัวเองแล้ว และขยายกิจการไปยังต่างประเทศ             |
| สากกล            | ปรับตัวแล้ว     | ประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์มากขึ้น                                  | มีเว็บไซต์ของตัวเองแล้ว                                          |
| เกียฮั่วตงจ่วน   | กำลังปรับตัว    | พัฒนาเนื้อหาสู่เว็บไซต์                                            | ยังไม่มีแผนการพัฒนาที่ชัดเจน                                     |
| เอเซียนิวส์ไทม์  | กำลังปรับตัว    | พัฒนาเนื้อหาสู่เว็บไซต์                                            | เว็บไซต์อยู่ในขั้นตอนการพัฒนา                                    |
| ตงฮั่ว           | กำลังปรับตัว    | พัฒนาเนื้อหาสู่เว็บไซต์ และดิจิทัลมากขึ้น                          | ยังไม่มีแผนการพัฒนาที่ชัดเจน อาศัยธุรกิจอื่นๆ เป็นรายได้สนับสนุน |

จากตารางที่ 5 พบว่า ทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มที่ไม่มีการปรับตัว โดยกลุ่มนี้ยังคงทำสื่อสิ่งพิมพ์กระดาษเช่นเดิม โดยอาศัยรายได้จากธุรกิจอื่น (2) กลุ่มที่กำลังปรับตัว โดยส่วนใหญ่เน้นมุ่งสู่สื่อออนไลน์มากขึ้น เช่น เว็บไซต์ และโซเชียลมีเดีย ซึ่งกำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนา แต่ยังไม่มีแผนงานที่ชัดเจน และ (3) กลุ่มที่มีการปรับตัวแล้ว ในกลุ่มนี้มีการพัฒนาเนื้อหาสู่เว็บไซต์แล้ว และมีแผนที่จะขยายสื่อสิ่งพิมพ์ไปยังแพลตฟอร์มอื่นๆ ด้วย

ด้านเนื้อหาภายในหนังสือพิมพ์จากการสัมภาษณ์เจ้าของและบรรณาธิการทั้ง 6 ชื่อฉบับ พบว่า ยังไม่มีแนวทางที่จะมีการปรับเปลี่ยนแต่อย่างใด โดยหนังสือพิมพ์ที่มีเว็บไซต์เป็นของตนเองนั้น ในส่วนของข่าวและข้อเขียนต่างๆ

ในหนังสือพิมพ์เป็นเนื้อหาเดียวกันกับในเว็บไซต์ ส่วนหนังสือพิมพ์ที่กำลังพัฒนา ก็ยังไม่มีแนวทางในการปรับด้านเนื้อหาแต่อย่างใด

เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *เกียฮัวตงจวัน* และเจ้าของหนังสือพิมพ์ *Asia News Time* ได้อธิบายว่า “ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ *เอเซียนิวส์ไทม์* กำลังปรับตัวเข้าสู่ระบบออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ซึ่งยังอยู่ในขั้นเตรียมการและเตรียมบุคลากร เพื่อจะเข้าถึงคนอ่านได้มากขึ้น แต่คนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของเราเป็นผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเขาก็ไม่เข้าไปอ่านในเว็บไซต์หรืออ่านในโทรศัพท์ อันนี้เป็นโจทย์ที่เราต้องคิดให้ดี” (สัมภาษณ์ สุรเดช กรกิจติชัย, 4 มีนาคม 2565)

ในส่วนของการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องแบบเจาะลึก เพื่อทราบถึงรูปแบบการนำเสนอ บทบาทหน้าที่ ทิศทาง และการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย ได้ทำการสัมภาษณ์ อัครวิน เนตรโพธิ์แก้ว นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ วรศักดิ์ มหัทธโนบล นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ และณรงศักดิ์ พุทธพรมงคล ประธานหอการค้าไทย-จีนในฐานะผู้อ่านและผู้อุปถัมภ์ ในส่วนของรูปแบบการนำเสนอหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย พบว่า รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อกระดาษจะลดลงเรื่อยๆ ทั้งจำนวนหน้าและขนาด จนในที่สุดต้องปิดตัวลงไปภายใน 5-10 ปี ในกลุ่มที่มีการปรับตัวคงหนีไม่พ้นการเข้าสู่ออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย เช่น นำเนื้อหาเข้าไปอยู่ในแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น ไลน์ เป็นต้น

ปัญหาหนึ่งของรูปแบบการนำเสนอคือ ภาษา ในอดีตชาวจีนที่มาอาศัยอยู่ในประเทศไทยส่วนใหญ่ไม่เข้าใจภาษาจีนกลาง ขณะที่หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยปัจจุบันใช้ภาษาจีนกลาง ทำให้กลุ่มผู้อ่านลดลง และลูกหลานชาวจีนรุ่นหลังไม่รู้ภาษาจีน คนกลุ่มนี้จึงไม่อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาจีนเช่นกัน

ในเรื่องของบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย ผู้เกี่ยวข้องทั้งสามคนกล่าวว่า แม้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นรุ่นเบบี้บูมยังมีความเหนียวแน่นผูกพันกับหนังสือพิมพ์ แต่คนกลุ่มนี้จะลดลงเรื่อยๆ ส่วนคนรุ่นอื่นไม่ได้บริโภคหนังสือพิมพ์ภาษาจีนเป็นหลัก แต่ยังคงมีความผูกพันในแง่ของความเป็นอัตลักษณ์ ความเป็นตัวตน

“หนังสือพิมพ์ภาษาจีนจะไม่กลับมาเป็นสื่อยอดนิยมเหมือนในอดีตอีกต่อไป แต่ถ้ามีแผนการปรับเปลี่ยนที่ชัดเจน ก็ยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ แม้จะไม่ได้มียอดจำหน่ายที่เหมือนก่อนก็ตาม โดยจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบเว็บไซต์ในสื่อออนไลน์ และยังสามารถผลิตหนังสือพิมพ์กระดาษออกมาได้” (สัมภาษณ์ อัครวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 24 มิถุนายน 2565)

หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยในอดีตมีความสำคัญและได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีคนจีนโพ้นทะเลที่เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทย ต้องการรับรู้ข่าวสารจากจีนแผ่นดินใหญ่ และต้องการสื่อที่เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจการค้าของตัวเอง แต่ปัจจุบันความสำคัญระหว่างหนังสือพิมพ์ภาษาจีนกับบรรดาเจ้าสัวจึงเป็นไปในรูปแบบของการพึ่งพาอาศัยในลักษณะของการอุปถัมภ์ ไม่ใช่เฉพาะการซื้อโฆษณาหรือการลงประกาศในหน้าประชาสัมพันธ์เท่านั้น

โดยในเรื่องนี้ ณรงค์ศักดิ์ พุทธพรมงคล กล่าวว่า ปัจจุบันยังมีทั้งการใส่ซองให้เงินกับหนังสือพิมพ์ภาษาจีน อาทิ งานวันเกิด งานแต่งงาน ศพ ตรุษจีน หรือเปิดกิจการ บรรดาเจ้าสัวจะใส่ซองให้หนังสือพิมพ์ภาษาจีน ถือเป็นธรรมเนียมจีน เป็นเรื่องปกติ แต่สื่อไทยไม่สามารถทำได้ เพราะยึดตามแนวทางของตะวันตก

“เชื่อว่าหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยยังคงดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เพราะยังได้รับการอุปถัมภ์จากบรรดาเจ้าของกิจการคนไทยเชื้อสายจีน เวลามาทำข่าวจะใส่ซองให้ทุกครั้ง แต่คงไม่ได้มีกำไรเหมือนเมื่อก่อน เป็นไปในลักษณะการประคับประคองช่วยเหลือกันไป แม้ว่าช่องทางในการประชาสัมพันธ์จะมีมากขึ้นแล้วในปัจจุบัน แต่คนจีนก็ยังต้องลงข่าวกับหนังสือพิมพ์ภาษาจีนอยู่” (สัมภาษณ์ ณรงค์ศักดิ์ พุทธพรมงคล, 5 กรกฎาคม 2565)

ในช่วงที่มีการแบ่งค่ายโลกเสรีกับคอมมิวนิสต์ หนังสือพิมพ์ภาษาจีนจะต้องเลือกข้าง ปัจจุบันค่ายต่างๆ สลายไปหมดแล้ว มีเพียงเรื่องของไต้หวันเท่านั้นที่เป็นประเด็นละเอียดอ่อน ซึ่งหนังสือพิมพ์ภาษาจีนส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ ขณะที่บทบาทในการเป็นสื่อกลางในการรายงานข่าวจากจีนแผ่นดินใหญ่นั้นลดความสำคัญลงไปมาก เนื่องจากมีช่องทางอื่นๆ ที่สามารถติดตามข่าวสารได้สะดวกและรวดเร็วกว่า



“แต่ก่อนหนังสือพิมพ์ 6 ฉบับนี้มีค่าย มีค่ายหมายถึงว่า ถ้าคุณไม่อยู่ ค่ายไต้หวัน คุณก็จะอยู่ค่ายจีนแผ่นดินใหญ่ มีบางฉบับที่ค่อนข้างเป็นกลาง ที่นี้ ฉบับที่ค่อนข้างเป็นกลางคนที่อ่านก็มักจะเป็นพวกที่ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด ก็คือเป็น กลาง แต่มันจะมีข้อเสียที่ว่า ถ้าไม่เป็นกลางมันจะได้รับการอุปถัมภ์ หรือบอกว่า เป็นกลางแต่อาจจะเอนเอียงไปทางไต้หวันหรือจีนแผ่นดินใหญ่” (สัมภาษณ์ วรศักดิ์ มหัทธโนบล, 6 กรกฎาคม 2565)

ด้านทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย พบว่า กลุ่มที่ไม่ปรับตัวจะหายไปก่อน แต่อาจดำเนินกิจการไปได้สักระยะ สำหรับกลุ่มที่ปรับตัวแล้วและกำลังปรับอยู่นั้นมีโอกาสที่จะอยู่รอดและไปต่อได้ โดยเฉพาะกลุ่มที่ปรับแล้วจะไปได้ไกล เนื่องจากการขยายเครือข่าย มีกลุ่ม ทุนจากต่างประเทศสนับสนุนทั้งฝั่งจีนแผ่นดินใหญ่และไต้หวัน ขณะเดียวกัน คนรุ่นใหม่ที่มีวิถีชีวิตไม่เหมือนคนรุ่นเก่าจะมีความเป็นจีนสากล คือให้คุณค่ากับ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ อารยธรรม รักเสรีและประชาธิปไตย จุดยืนทางการเมืองไม่เหมือนกับรัฐบาลจีนแผ่นดินใหญ่ คนกลุ่มนี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถือเป็น กลุ่มเป้าหมายใหม่และมีจำนวนมาก

ส่วนการจัดทำเว็บไซต์ควรทำแบบ 2-3 ภาษา คือ ภาษาจีน ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย ให้คนไทยเชื้อสายจีนที่ไม่รู้ภาษาจีน สามารถเข้ามาดูเว็บไซต์ได้ สามารถรับข้อมูลข่าวสารหรือมุมมองที่แตกต่างออกไปจากสื่อจีนอื่นๆ

“ขณะที่จุดขายเดิมๆ จะใช้ไม่ได้แล้ว หน้าประกาศ หน้าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ยังจำเป็นที่จะต้อง มี แต่นวนิยาย สุขภาพ ฯลฯ จะไม่ใช่จุดขาย อีกต่อไป ต้องหาจุดขายใหม่ ได้แก่ การเปิดพื้นที่ในการแสดงตัวตนของคนไทย เชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย หรือการเล่าเรื่องที่สะท้อนถึงค่านิยมของ ความเป็นจีนในปัจจุบันได้ และระบบอุปถัมภ์จะอยู่ได้เพียงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น หากอาศัยระบบอุปถัมภ์โดยไม่ปรับเปลี่ยนหนังสือพิมพ์ภาษาจีนก็จะล่มสลายไป ในที่สุด” (สัมภาษณ์ อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 24 มิถุนายน 2565)

## อภิปรายผล

การวิจัยหัวข้อ *ทิศทางและการปรับตัวในยุคดิจิทัลของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทย* จากวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาแหล่งทุน นโยบาย และรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย พบว่า นโยบายของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง หนังสือพิมพ์บางฉบับมีนโยบายตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเพื่อสนับสนุนจีนแผ่นดินใหญ่ บางฉบับก่อตั้งขึ้นเพื่อต่อต้านประเทศญี่ปุ่น แต่ในปัจจุบันที่บริบททางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไป หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยจึงมีการปรับเปลี่ยนนโยบายดั้งเดิมตามไปด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของผู้คนหรือชุมชน และความต้องการในการรับรู้ข่าวสารในปัจจุบัน

ในด้านรูปแบบการนำเสนอ หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยแต่ละฉบับจะนำเสนอข่าวหนักมากกว่าข่าวเบา เนื้อหาข่าวจะเกี่ยวข้องกับประเทศจีนหรือชาวจีนที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ รวมถึงข่าวต่างประเทศ ซึ่งจะแปลมาจากสำนักข่าวของจีนและสำนักข่าวต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีลักษณะจดขายคล้ายกันคือ หน้าข่าว หน้าสังคม หน้าประกาศ และหน้าโฆษณา ซึ่งจะนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์และประกาศต่างๆ ของชาวจีนในประเทศไทย กิจกรรมห้างร้านต่างๆ ของคนไทยเชื้อสายจีน และสมาคมจีนในประเทศไทย โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนทุกฉบับคือ คนไทยเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับ สมสุข หินวิมาน และคณะ (2558) กล่าวไว้ใน *ธุรกิจสื่อสารมวลชน* ว่า “หนังสือพิมพ์จะมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่มีผลกระทบกับประชาชนจำนวนมาก หรือในลักษณะของข่าวหนัก (hard news) อาทิ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ซึ่งภายใต้สถานะนี้ หนังสือพิมพ์จะไม่สามารถสร้างผลกำไรได้เท่ากับการมุ่งเน้นสถานะความเป็นองค์กรธุรกิจ” (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2558) ส่งผลให้ต้องพึ่งพารายได้จากการโฆษณาหน้าประกาศข่าวประชาสัมพันธ์ และอยู่ในระบบอุปถัมภ์ต่อไป

ในเรื่องของระบบอุปถัมภ์ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยที่มีความเกี่ยวข้องกับบทบาทในปัจจุบัน จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนหรือยกเลิกไป เพื่อให้เป็นสื่อกลางของชุมชนชาวจีนอย่างแท้จริง ณรงค์ศักดิ์ พุทธพรมงคล ประธานหอการค้าไทย-จีน ให้สัมภาษณ์ว่า “ในอดีตหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยมีความสำคัญมาก เวลาจ้างงานไม่ว่างานแต่ง งานเลี้ยง กิจกรรมเปิดร้านต้องเชิญมาทำข่าว ลงประกาศ ซื้อโฆษณา และใส่ซองให้ด้วย เป็นไปในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เมื่อเขามาทำข่าวให้เราก็ต้องดูแลให้ดี แต่เดี๋ยวนี้ความสำคัญลดลงไปมาก มีสื่ออื่นๆ เข้ามาแทนที่” (สัมภาษณ์ ณรงค์ศักดิ์ พุทธพรมงคล, 5 กรกฎาคม 2565)

สอดคล้องกับ วรศักดิ์ มหัทธโนบล นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ ที่กล่าวว่า “ความสัมพันธ์ระหว่างหนังสือพิมพ์ภาษาจีนกับบรรดาเจ้าสัวเป็นไปในรูปแบบของการพึ่งพาอาศัยในลักษณะของการอุปถัมภ์ ไม่ใช่เฉพาะการซื้อโฆษณาหรือการลงประกาศในหน้าประชาสัมพันธ์เท่านั้น มีทั้งการใส่ซองให้เงิน อาทิ งานวันเกิด งานแต่ง งานศพ ตรุษจีน หรือเปิดกิจการ เจ้าสัวจะใส่ซองให้หนังสือพิมพ์ภาษาจีนถือเป็นธรรมเนียมจีน เป็นเรื่องปกติ แต่ถ้าเป็นสื่อไทยทำไม่ได้เพราะสื่อไทยยึดตามแนวทางของสื่อตะวันตก” (สัมภาษณ์ วรศักดิ์ มหัทธโนบล, 6 กรกฎาคม 2565)

ทั้งนี้ การที่หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยใช้ระบบอุปถัมภ์ตามค่านิยมชาวจีนเป็นส่วนหนึ่งในการทำหน้าที่สื่อ หรือเป็นแสดงถึงบทบาทของสื่อมวลชนนั้น ขัดต่อข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2541 ข้อที่ 22 ที่ว่า ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ต้องละเว้นการรับอามิสสินจ้างอันมีค่าหรือผลประโยชน์ใดๆ เพื่อให้กระทำการหรือไม่กระทำการใด อันจะขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องรอบด้าน ในอนาคตหากหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยต้องการขยายฐานไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ หรือคนไทยเชื้อสายจีนในรุ่นต่อๆ ไป จำเป็นจะต้องยกเลิกระบบอุปถัมภ์ดังกล่าว เพราะสื่อมวลชนในประเทศไทยไม่ควรใช้ระบบนี้ในการทำหน้าที่หรือแสดงบทบาทของสื่อมวลชน

สำหรับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทย พบว่า บางส่วนมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่จากอดีต ในขณะที่บางส่วนยังคง บทบาทเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด ซึ่งในปัจจุบันนี้บทบาทหน้าที่ของ หนังสือพิมพ์ภาษาจีนคือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับประเทศจีนหรือ ชาวจีน และเป็นสื่อกลางของชุมชนชาวจีนในที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยมีความ สอดคล้องกับแนวคิดของอุทธรณ์ พลกุล (อ้างถึงใน กอบกุล กาญจนาลัย, 2539) ที่กล่าวว่า หนังสือพิมพ์มีบทบาทในการให้การศึกษาและความรู้เกี่ยวกับสังคม ทุกด้าน หนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของสังคม มีภาระ หน้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคม มีหน้าที่หลักในการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงนำเสนอให้สาธารณชนได้รับทราบในลักษณะของข่าว บทความ บทบรรณาธิการ คอลัมน์ เป็นต้น

ในเรื่องของทิศทางและการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนใน ประเทศไทย พบว่า มีการแบ่งกลุ่มหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทยออกเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มที่ไม่มีการปรับตัว (2) กลุ่มที่กำลังปรับตัว และ (3) กลุ่มที่มีการ ปรับตัวแล้ว การปรับตัวมีแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเป็นหลัก เช่น การทำเว็บไซต์ การขยายเนื้อหาไปสู่แพลตฟอร์มอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหา ในหนังสือ *ธุรกิจสื่อสารมวลชน* ของ สมสุข หินวิมาน และคณะ (2558) ที่ว่า “หนึ่งในทิศทางเริ่มแรกของการปรับตัวของหนังสือพิมพ์คือ การเปิดเว็บไซต์เพื่อ ให้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์” และ Everett Rogers (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2552: 112-113) นักทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด มีความคิดพื้นฐานว่า “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารบวกผสมกับปัจจัยอื่นๆ จะร่วมกันเป็น สาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม” กล่าวคือ เทคโนโลยี การสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งในการเปลี่ยนแปลงสังคม ทว่าปัจจัยนี้ ต้องทำงานร่วมไปกับปัจจัยตัวอื่นๆ ด้วย

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ กล่าวถึงการปรับตัว ของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยว่า “กลุ่มที่ไม่ปรับตัวจะหายไปก่อน แต่ จะดำเนินกิจการไปได้สักระยะ สำหรับกลุ่มที่ปรับแล้วและกำลังปรับอยู่ มีโอกาส

ที่จะอยู่รอดและไปได้ โดยเฉพาะกลุ่มที่ปรับแล้ว หากต้องการดำเนินธุรกิจต่อไปในระยะยาวนอกจากมีกลุ่มทุนต่างประเทศให้การสนับสนุนทั้งฝั่งเงินแผ่นดินใหญ่และไต้หวันแล้ว ควรขยายกลุ่มผู้อ่านไปยังคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Gen-Y และ Gen-Z ปรับเปลี่ยนเนื้อหาเดิมๆ มานำเสนอเรื่องราวใหม่ๆ เพราะคนกลุ่มนี้วิถีชีวิตไม่เหมือนรุ่นปู่รุ่นพ่อ มีความเป็นจีนสากล คือ ให้คุณค่ากับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ อารยธรรม และรักเสรีประชาธิปไตย จุดยืนทางการเมืองก็ไม่เหมือนกับรัฐบาลจีนแผ่นดินใหญ่ ซึ่งคนกลุ่มนี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่และมีจำนวนมากของหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในไทย” (สัมภาษณ์ อัครวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 24 มิถุนายน 2565) ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ อุทธรณ์ พลกุล ที่กล่าวว่า หนังสือพิมพ์มีบทบาทในการให้การศึกษาและความรู้เกี่ยวกับสังคมทุกด้าน หนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของสังคม มีภาระหน้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคม มีหน้าที่หลักในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงนำเสนอให้สาธารณชนได้รับทราบในลักษณะของข่าว บทความ บทบรรณาธิการ คอลัมน์ เป็นต้น (กอบกุล กาญจนาลัย, 2539)

### ข้อเสนอแนะ

(1) หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยควรปรับรูปแบบการนำเสนอให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพิ่มเติมเนื้อหาให้เข้ากับคนรุ่นใหม่ และเพิ่มพื้นที่ในการสื่อสารสำหรับคนไทยเชื้อสายจีน รวมถึงปรับเปลี่ยนจุดขายเดิม เช่น หน้านวนิยาย เนื่องจากคนรุ่นใหม่ไม่นิยมอ่านนิยายในหนังสือพิมพ์ แต่หน้าโฆษณาและประชาสัมพันธ์ยังสามารถใช้เป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มเป้าหมายเดิมได้ ไปอีกระยะเวลาหนึ่ง แต่โดยภาพรวมแล้วต้องหาจุดขายใหม่ ปรับเนื้อหา และเพิ่มข่าวสารให้ครอบคลุมทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นข่าวจากจีนแผ่นดินใหญ่ ฮองกง ไต้หวัน เป็นต้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น

(2) หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยควรวางบทบาทใหม่ นอกเหนือจากการให้ข่าวสารและเป็นสื่อกลางของชุมชนชาวจีน เพื่อเป็นตัวแทนของคนไทยเชื้อสายจีนในการเผยแพร่เรื่องราวต่างๆ ไม่ใช่เพียงแค่ลงประกาศข่าว

แต่ควรเจาะลึกถึงวิถีชีวิต สังคม และเศรษฐกิจของคนไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบันด้วย รวมถึงมองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายใหม่ว่า มีความต้องการรับข่าวสารในด้านใดบ้าง เนื่องจากคนรุ่นใหม่สามารถรับสื่อจากแหล่งอื่นๆ ได้หลากหลายมากขึ้น ทำให้มีตัวเลือกเพิ่มขึ้น

(3) หนังสือพิมพ์ภาษาจีนในประเทศไทยควรขยายไปสู่แพลตฟอร์มอื่นๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เป็นต้น สำหรับเว็บไซต์ควรทำเป็น 2-3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ เพื่อให้เท่าทันเทคโนโลยี และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้มากขึ้น

(4) ระบบอุปถัมภ์ซึ่งเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของหนังสือพิมพ์ภาษาจีน อาจไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ ควรปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทสังคมไทย และดำเนินการภายใต้จริยธรรมสื่ออย่างแท้จริง เนื่องจากคนรุ่นใหม่อาจไม่ยึดถือค่านิยมแบบเก่า และไม่จำเป็นต้องพึ่งพาหนังสือพิมพ์ภาษาจีนอีกต่อไป

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กอบกุล กาญจนาลัย (2539), *การวิเคราะห์การเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ และสำรวจการเปิดรับความเข้าใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเรื่องการเจรจาแกตروبอูรูกวัย, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท* ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ (2545), *สื่อสารมวลชนและแนวทางการศึกษา*, กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. (2547), *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*, กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจจำกัด.
- กิตติมา สุรสนธิ (2542), *ความรู้ทางการสื่อสาร*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุมพล ศรีจตุรวิทย์ (2553), *การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฝรั่งเศส*, กรุงเทพฯ: สำนักงานกฤษฎีกา.
- ดร. หิรัญรักษ์ (2542), *การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์*, กรุงเทพฯ: เอกพิมพ์ไทย.
- ธนากร กัมมจารี (2547), *การวิเคราะห์เนื้อหาด้านสุขภาพในหนังสือพิมพ์รายวัน*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระ จิระโสภณ (2546), "ทฤษฎีการสื่อสาร", *เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 11*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มัลลิกา คล่องแคล่ว และวิทยากร เขียวกุล (2560), "การปรับตัวของหนังสือพิมพ์จีนในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัทซิงเสียนเยอะเป่า", *วารสารวิจัยสังคมศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 3(1-2).
- ราชบัณฑิตยสถาน (2546), *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*, กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- วิจิตร ศรีอาน และคณะ (2538), *ปัจจัยที่มีผลต่อคุณธรรมจริยธรรมสำหรับวิชาชีพนิเทศศาสตร์*, นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541), *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*, กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สถาบันไทยพัฒน์ (2552), *6 ทิศทาง CSR ปี 2552*, กรุงเทพฯ: มูลนิธิชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สมควร กวียะ (2547), *การสื่อสารมวลชน บทบาท หน้าที่ สิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โกสินทร์.
- สมสุข หินวิมาน และคณะ (2558), *ธุรกิจสื่อสารมวลชน*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพงษ์ โสธนะเสถียร (2533), *การสื่อสารกับสังคม*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. (2549), *การสื่อสารเพื่อการจัดการ*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์ แอนพริ้นติ้ง.
- เสวี วงษ์มณฑา (2536), *ยุทธวิธีการตลาด*, กรุงเทพฯ: สามัคคีสาร.

## ภาษาอังกฤษ

- Dominick, J. (1994), *The Dynamics of Mass Communication*, London: McGraw-Hill.
- Good, C. (1956), *Dictionary of Education*, London: McGraw-Hill.
- McQuail, D (1994), *McQuail's Mass Communication Theory*, London: Sage.
- \_\_\_\_\_. (2000), *McQuail's Mass Communication Theory*, 4<sup>th</sup>ed., Oxford: The Alden Press.
- Pulitzer, J. (1904), *The College of Journalism*, Boston: The North American Review.

## สื่อออนไลน์

- คลังความรู้ ศูนย์บรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (ม.ป.ป.), สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2563 จาก <http://www.lib.hcu.ac.th/KM/chinese-newspaper>
- สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.), จริยธรรมวิชาชีพของสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2565 จาก [www.tja.or.th](http://www.tja.or.th)
- ASTV ผู้จัดการรายวัน (2547), “หนังสือพิมพ์จีน' หน้าต่างสู่แดนมังกร”, สืบค้นเมื่อ 2 เมษายน 2565 จาก <https://m.mgonline.com/live/detail/9470000046856>
- \_\_\_\_\_. (2556), “มองทุนจีนผ่านธุรกิจสื่อ ดึง 'ชิงเสียนเยอะเป้า' สู่ AEC”, สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2565 จาก <https://mgonline.com/daily/detail/9560000139620>
- Bangkok Chinatown (2557), สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2565 จาก <https://walk.in.th/wp-content/uploads/2019/06/Bangkok-chinatown-issue-07-p1-32.pdf>
- BBC News ไทย (2563), “ตรุษจีน: หนังสือพิมพ์จีนในไทย โชว์เชี่ยลยุคระดาศของคนไทยเชื้อสายจีน ยังมีคนอ่านอยู่แค่ไหน”, สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51222024>
- Post Today (2562), “เข้าใจความต่างคน 4 เจเนอเรชัน ทลายช่องว่างเพื่อการทำงานที่แฮปปี้”, สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/587633>
- คมชัดลึก (2558), “คนชาวจีนในไทย”, สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2565, จาก <http://www.komchadluek.net/news/201101>



## สัมภาษณ์

เกรียง วงศ์สุขศิริ, บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *สากล*, สัมภาษณ์, 19 มีนาคม 2565.

ชิงหยวน เจิ้น, ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการบริษัทชิงเสียนเยอะเป้า, สัมภาษณ์, 26 พฤศจิกายน 2564.

ณรงค์ศักดิ์ พุทธพรมงคล, ประธานหอการค้าไทย-จีน, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2565.

ดุสิตี คีตวรนาฏ, บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์ *ชิงจางเหียน*, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2564.

วรศักดิ์ มหัทธโนบล, นักวิชาการ, สัมภาษณ์, 6 กรกฎาคม 2565.

สมนึก กยาวัฒน์กิจ, ประธานกรรมการหนังสือพิมพ์ *ตงฮั่ว*, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2565.

สุรเดช กรกิจดิษฐ์, เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *เกียฮั่ว* และเจ้าของหนังสือพิมพ์ *Asia News Time*, สัมภาษณ์, 4 มีนาคม 2565.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, นักวิชาการ, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2565.

# การเขียนบทออริจินัลซีรีส์และการปรับตัวของผู้เขียนบทไทย ในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ

วรลักษณ์ กล้าสุนทร<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาขั้นตอนการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของไทย และการปรับตัวของผู้เขียนบทไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้เขียนบทไทยที่ต้องการทำงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ผู้เขียนบทชาวไทยที่ร่วมงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศจำนวน 9 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ขั้นตอนการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ มีความคล้ายคลึงกับการเขียนออริจินัลซีรีส์ในแพลตฟอร์มของไทย คือ เริ่มจากการพัฒนาแนวความคิดหลัก เรื่องย่อ และโครงเรื่องขยาย ก่อนจะเขียนบทซีรีส์ ส่วนเรื่องที่ผู้เขียนบทชาวไทยต้องปรับตัวในการทำงานมี 4 เรื่องหลักๆ คือ (1) การทำงานแบบสากล (2) การทำงานแบบผสมผสานวัฒนธรรม (3) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (4) เวลา

**คำสำคัญ:** การเขียนบทออริจินัลซีรีส์ การปรับตัว ผู้เขียนบทไทย ออริจินัลซีรีส์ของไทย แพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ

\* วันที่รับบทความ 4 กรกฎาคม 2565; วันที่แก้ไขบทความ 22 ตุลาคม 2565; วันที่ตอบรับบทความ 10 พฤศจิกายน 2565

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

# The Script Development Process and Adjustment Process of Thai Scriptwriters Working for Global SVOD Platforms

Voraluk Klasukon<sup>2</sup>

## Abstract

This research aims to study the script development process of original Thai series on global SVOD platforms and the adjustment process of Thai scriptwriters who have worked for global SVOD platforms. Data was collected through qualitative research, consisting of document searches and in-depth interviews with Thai scriptwriters who have worked on original Thai series for global SVOD platforms. The key informants were selected by a purposive sampling method.

The findings show that the script development process for global SVOD platforms is similar to that for Thai platforms. The process begins with developing the story concept, synopsis, and outline and proceeds to writing the script. Throughout the process, the Thai scriptwriters have to work within the parameters of (1) international working standards, (2) multicultural teams, (3) intercultural communication, and (4) time.

**Keywords:** writing an original series, adjustment process, Thai scriptwriters, original Thai series, SVOD platforms

---

<sup>2</sup> Lecturer in the Department of Film and Digital Media, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

## บทนำ

การให้บริการแบบ OTT (over-the-top) หรือการให้บริการคอนเทนต์ที่เจ้าของคอนเทนต์สามารถติดต่อกับผู้ชมได้โดยตรงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง (Ganuza and Viece, 2014) ได้กลายมาแทนที่การชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ Pay-TV (Park, 2017) Digital TV Research ได้คาดการณ์ว่า ในปี 2024 OTT ทั่วโลกจะมีรายได้รวมสูงถึง 159 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยประเทศที่มีรายได้จาก OTT สูงสุด 5 อันดับแรกได้แก่สหรัฐอเมริกา จีน อังกฤษ ญี่ปุ่น และเยอรมนี (Hodjat, 2020) ทั้งนี้ การให้บริการ OTT ในรูปแบบ SVOD (subscription video on demand) ซึ่งเป็นการให้บริการที่ผู้ให้บริการเรียกเก็บค่าสมาชิกแบบรายเดือนหรือรายปีจากสมาชิกผู้ให้บริการ โดยสมาชิกสามารถรับชมเนื้อหารายการบน OTT ได้อย่างไม่จำกัดตลอดระยะเวลาที่เป็นสมาชิก ได้เติบโตและขยายไปทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วเนื่องจากราคาที่เข้าถึงได้มากขึ้น ความหลากหลายของเนื้อหา ไม่มีโฆษณาแทรก สามารถเข้าถึงคอนเทนต์ได้อย่างสะดวกแม้อยู่ระยะไกล สามารถสตรีมบนมือถือได้ทุกที่ทุกเวลา รวมไปถึงวิดีโอสตรีมมิ่งมีคุณภาพและความคมชัดยิ่งขึ้น (Park, 2017) ในปัจจุบันบริษัทที่ให้บริการแบบ SVOD ที่ขยายไปทั่วโลก และได้รับความนิยมในวงกว้าง ได้แก่ Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Apple TV และ Disney+ เป็นต้น

สำหรับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องของจำนวนสมาชิกในภูมิภาคนี้ ได้ดึงดูดให้บริษัทผู้ให้บริการ OTT ระดับโลกเข้ามาลงทุนและแข่งขันในทวีปนี้อย่างดุเดือด โดยมีบริษัท Netflix ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติอเมริกันที่บุกเบิกการให้บริการประเภท OTT (Halton, 2021) ครองตำแหน่งผู้นำในตลาด online streaming ในภูมิภาคนี้ (Zhao, 2020; Lotz, 2020) ทั้งนี้ ในช่วงวิกฤติโควิด-19 ที่ผ่านมา มาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจนี้เป็นอย่างมาก เห็นได้จากอัตราการเติบโตของธุรกิจประเภทนี้ที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 (ETDA, 2564) สำหรับการเติบโตในประเทศไทย Ovum

ได้คาดการณ์ว่า รายได้ของผู้ประกอบการ SVOD ในภาพรวมจะมีมูลค่าถึง 181 ล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2567 ในขณะเดียวกันจำนวนผู้บอกรับสมาชิกก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น โดยแนวโน้มการเติบโตดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการเติบโตของจำนวนผู้ชมทั่วโลก (infoquest, 2564)

การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้บอกรับสมาชิกดังกล่าว ได้ส่งผลให้ผู้ให้บริการ SVOD แต่ละแพลตฟอร์มต้องแข่งขันกันอย่างสูง เพื่อดึงดูดสมาชิกไปพร้อมกับการรักษาสมาชิก กลยุทธ์หนึ่งที่ถูกนำมาใช้คือ การลงทุนผลิตเนื้อหาภายใต้รูปแบบลิขสิทธิ์ที่เรียกว่า “commissions” หรือที่รู้จักกันดีในชื่อ “originals” โดยกลยุทธ์นี้ทางแพลตฟอร์มจะร่วมมือด้านการผลิตกับผู้ผลิตในประเทศต่างๆ เพื่อสร้างคอนเทนต์ท้องถิ่นที่สามารถเอาชนะใจผู้ชมภายในประเทศ แต่ในขณะเดียวกันก็ดึงดูดผู้ชมทั่วโลกด้วย สอดคล้องการศึกษาของ Frater (2017) และ Zhao (2020) ที่พบว่า คอนเทนต์ท้องถิ่นเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัท Netflix และทำให้ Netflix นำหน้าคู่แข่งในเอเชีย โดยที่ผ่านมามีคอนเทนต์ท้องถิ่นที่เป็นตัวชูโรงและกระตุ้นให้เกิดผลกระทบในตลาด Netflix ทั่วเอเชีย ได้แก่ การ์ตูนของญี่ปุ่น และซีรีส์ของเกาหลีใต้ เช่น *Kingdom* (2019) และ *Squid Game* (2021) (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

นอกจากนี้ การให้บริการแบบ SVOD ยังสร้างชุมชนแบบใหม่ เป็นชุมชนแบบที่ผู้คนเชื่อมต่อกันข้ามโลกโดยรสนิยมหรือความสนใจ (Douglas, 2018) ด้วยเหตุนี้ หากมองแบบมหภาค ผู้ผลิตเนื้อหาจึงต้องปรับให้เข้ากับแนวทางธุรกิจของแพลตฟอร์ม แต่ในขณะเดียวกัน หากมองแบบจุลภาค ทางแพลตฟอร์มก็มีการปรับให้เข้ากับเงื่อนไขของท้องถิ่น เพื่อปรับให้เหมาะสมกับรสนิยมของผู้ชมและเงื่อนไขการทำงานตามวัฒนธรรมของแต่ละแหล่ง (วิโรจน์ สุทธิสีมา, 2021) ตำแหน่งหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ในการปรับและกำหนดทิศทางของเนื้อหาในห่วงโซ่มูลค่าของการผลิตเนื้อหาภายใต้รูปแบบลิขสิทธิ์ให้กับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ คือ ผู้เขียนบท ซึ่งการเข้ามาของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ ทั้งแพลตฟอร์มของสหรัฐอเมริกาและแพลตฟอร์มของเอเชีย เช่น จีน และเกาหลีใต้ ได้เปิดโอกาสใหม่ๆ ให้กับผู้เขียนบท

ชาวไทย อย่างไรก็ดี เนื่องจากการทำงานในช่วงเริ่มต้นหรือในระยะบุกเบิก (ปี พ.ศ. 2561-2565) ผู้ที่มีบทบาทดูแลและควบคุมด้านเนื้อหา (head of content) ของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศเป็นชาวต่างชาติ ส่งผลให้ผู้เขียนบทชาวไทยต้องทำงานภายใต้รูปแบบโลกาเทศาภิวัตน์ (glocalization) กล่าวคือ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทีมเนื้อหาของแพลตฟอร์มที่เป็นชาวต่างชาติ เอเจนซีและสตูดิโอที่เป็นชาวต่างชาติ (หรือในบางโปรเจกต์อาจเป็นชาวไทย) และ ทีมงานเขียนบทและทีมผลิตที่เป็นชาวไทย ซึ่งเป็นรูปแบบการทำงานที่ต่างไปจากการทำงานกับสตูดิโอและโปรดิวเซอร์ชาวไทย ผู้เขียนบทจึงต้องปรับตัวในหลายๆ เรื่อง เช่น การคิดเนื้อหาที่ดึงดูดคนดูทั่วโลก การประชุมแบบสองภาษา การเขียนบทและการแปลบทจากไทย-อังกฤษ หรือจากอังกฤษ-ไทย เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของสื่อวิดีโอสตรีมมิ่งที่มีต่ออุตสาหกรรมไทยที่ผ่านมา ได้ศึกษาผลกระทบและการปรับตัวในภาพรวมของ กระบวนการของห่วงโซ่มูลค่า (วิโรจน์ สุทธิสีมา, 2021; Ramasoota and Kitikamdhorn, 2021; ภัทร รัตนกุสุมภ์, 2562) มากกว่าจะเจาะลึกไปที่ ฝ่ายผลิตเนื้อหา โดยเฉพาะผู้เขียนบท งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา ขั้นตอนการพัฒนาทอริจินัลซีรีส์ของไทยและการปรับตัวของผู้เขียนบทชาวไทย ในการทำงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ ทั้งแพลตฟอร์มของ สหรัฐอเมริกาและแพลตฟอร์มของเอเชีย เช่น จีน และเกาหลีใต้ ในยุคเริ่มต้น (ปี พ.ศ. 2561-2565) เพื่ออธิบายกระบวนการสร้างสรรค์คอนเทนต์ท้องถิ่น ภายใต้วัฒนธรรมแบบโลกาเทศาภิวัตน์ (glocalization) และต่อยอดองค์ความรู้ จากงานวิจัยก่อนหน้า

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการเขียนบททอริจินัลซีรีส์ของไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของผู้เขียนบทชาวไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ

## ทบทวนวรรณกรรม

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อวิดีโอสตรีมมิ่ง (SVOD) และออริจินัลซีรีส์ (Original Series)

วิดีโอสตรีมมิ่ง (SVOD / subscription video on demand) เป็นการให้บริการแบบหนึ่งของ OTT โดยการให้บริการในรูปแบบวิดีโอสตรีมมิ่ง ผู้ให้บริการจะเรียกเก็บค่าสมาชิกแบบรายเดือนหรือรายปีจากสมาชิกผู้ให้บริการ โดยสมาชิกสามารถรับชมเนื้อหารายการบน OTT ได้อย่างไม่จำกัดตลอดระยะเวลาที่เป็นสมาชิก

Netflix เป็นบริษัทสัญชาติอเมริกันผู้บุกเบิกการให้บริการประเภทวิดีโอสตรีมมิ่ง และครองตำแหน่งผู้นำในตลาดนี้ในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (Zhao, 2020; Lotz, 2020; Halton, 2021) อย่างไรก็ตาม ตลาดของวิดีโอสตรีมมิ่งได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการสูงขึ้น และมีผู้ให้บริการหลากหลายสัญชาติมากขึ้น จากการสำรวจตลาดวิดีโอสตรีมมิ่งของไทยในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 โดย Media Partners Asia พบว่า บริษัทที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยรองจาก Netflix ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาด 24% ได้แก่ We TV 22% และ Viu 13% (Techfeedthai, 2022)

ในยุคแรก บริษัทวิดีโอสตรีมมิ่งซื้อลิขสิทธิ์ในการฉายคอนเทนต์จากสตูดิโอต่างๆ เพื่อดึงดูดสมาชิก แต่วิธีนี้มีข้อเสียคือ ใช้งบประมาณสูงและระยะเวลาของลิขสิทธิ์ในการฉายมีจำกัด ทำให้บริษัทวิดีโอสตรีมมิ่งหันมาลงทุนผลิตเนื้อหาภายใต้รูปแบบลิขสิทธิ์ที่เรียกว่า “commissions” หรือที่รู้จักกันดีในชื่อ “originals” โดยการผลิตรูปแบบนี้ ทางบริษัทเป็นผู้ลงทุนและถือลิขสิทธิ์ทั้งหมด และจัดฉายบนแพลตฟอร์มของบริษัทเท่านั้น นอกจากการลงทุนในรูปแบบ commissions บางบริษัทยังมีการลงทุนผลิตเนื้อหาภายใต้รูปแบบการร่วมทุน co-commissions กล่าวคือเป็นการลงทุนและแบ่งลิขสิทธิ์ร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้ผลิตในประเทศอื่นๆ อีกด้วย (Hadida et al., 2020)

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ (Original Series)

### 2.1 นิยามและความเป็นมา

Yvonne Grace (2014) ได้ให้นิยามของซีรีส์ (series) ไว้ว่า ซีรีส์คือละครที่มีตอนจบแบบปลายเปิด มีตัวละครหลักและฉากที่ปรากฏต่อเนื่องในตอนต่อไป โดยในแต่ละตอนอาจจะมีหลายเส้นเรื่องที่คลี่คลายหรือจบลง แต่เส้นเรื่องหลักของซีรีส์ที่ขับเคลื่อนโดยตัวละครหลักจะจบแบบปลายเปิดไว้ ไม่คลี่คลายหรือจบลง สอดคล้องกับคำนิยามของ Brembilla and De Pascalis (2018) ที่กล่าวว่า ซีรีส์คือเรื่องแต่งที่ประกอบไปด้วยเรื่องราวหลายตอน แต่ละตอนเป็นได้ทั้งพล็อตที่จบในตอน หรือจบเพียงบางส่วน โดยพล็อตเหล่านี้จะพัฒนาไปตามตัวละครและสถานที่กลุ่มเดิมที่เดินไปตามเรื่องราวที่เป็นภาพใหญ่ (macro-narrative)

จุดเปลี่ยนครั้งแรกของซีรีส์กับละครโทรทัศน์ (แบบ soap operas และ serials) เกิดขึ้นระหว่างยุค 1980-1990 เมื่อซีรีส์เริ่มมีคุณค่าด้านศิลปะ (Sepiwall, 2014) โดยในส่วนของโครงสร้างการเล่าเรื่อง ซีรีส์ยังใช้เทคนิคส่วนใหญ่ของละครโทรทัศน์ แต่ในส่วนของสไตล์ภาพ (visual style) ซีรีส์ได้ยืมเทคนิคส่วนใหญ่มาจากการเล่าเรื่องด้วยภาพแบบภาพยนตร์ฮอลลีวูด ด้วยเหตุนี้ ซีรีส์จึงเป็นรูปแบบการเล่าเรื่องที่ผสมผสานกันระหว่างโทรทัศน์และภาพยนตร์ (Zagalo and Barker, 2006)

### 2.2 ประเภทของซีรีส์

Linda Venis (2013) ได้แบ่งประเภทของซีรีส์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) *Procedural Shows (Procedural-Driven Shows)* คือ ซีรีส์ที่ขับเคลื่อนด้วยพล็อต (plot) ตัวละครหลักมักมีอาชีพที่พิเศษ หรือมีทักษะเฉพาะบางอย่าง เช่น ซีรีส์ทนาย แพทย์ ตำรวจ นักวิเคราะห์พฤติกรรมอาชญากร เป็นต้น และเน้นการเล่าเรื่องมากกว่าพัฒนาการของตัวละคร ด้วยเหตุนี้ในแต่ละตอน (episode) จะเป็นคดีใหม่หรือเคสใหม่ มีตัวละครหน้าใหม่ๆ และเรื่องราวทั้งหมดคลี่คลายและจบในตอน ตัวอย่างของซีรีส์ประเภทนี้ ได้แก่ *Suits, Sherlock Homes, CSI, Criminal Minds* เป็นต้น

(2) *Character Shows (Character-Driven Shows)* คือ ซีรีส์ที่



ซับซ้อนด้วยตัวละคร เนื้อหาในแต่ละตอนมักจะเริ่มต้นด้วยปัญหาหรืออุปสรรคใหม่ที่ตัวละครหลักต้องแก้ไขและเอาชนะ เพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ เน้นพัฒนาการของตัวละคร (character arc) ในซีรีส์ประเภทนี้ ตัวละครมักจะแก้ปัญหาประจำตอนนั้นๆ ได้สำเร็จในช่วงท้ายเรื่อง และจบด้วยฉากที่แนะนำปัญหาใหม่ที่ตัวละครจะต้องเผชิญในตอนต่อไป ตัวอย่างของซีรีส์ประเภทนี้ได้แก่ *Prison Break*, *Breaking Bad*, *House of Cards*, *The Queen's Gambit* เป็นต้น

(3) *Hybrids* เป็นซีรีส์ที่ผสมผสานแบบที่ 1 และ 2 เข้าด้วยกัน กล่าวคือ มีตัวละครหลักและเน้นพัฒนาการของตัวละครในแต่ละตอน มีเส้นเรื่องหลักที่ดำเนินต่อเนื่องไปจนจบซีซั่น แต่ในขณะเดียวกันก็จะมีเส้นเรื่องรองที่เกิดขึ้นและจบในตอนผสมอยู่ ตัวอย่างของซีรีส์ประเภทนี้ได้แก่ *How to Get Away with Murder*, *Daredevil* เป็นต้น

นอกจาก 3 ประเภทดังกล่าว ยังมีซีรีส์อีกประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมาอย่างยาวนาน คือ

(4) *Anthology* เป็นซีรีส์ที่แต่ละตอนอยู่ภายใต้คอนเซ็ปต์เดียวกัน แต่ละตอนเป็นเรื่องราวที่จบในตอน (stand-alone story) และมีแนวเรื่อง (genre) ตัวละคร และฉากที่แตกต่างกันและแยกออกจากกันอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น *The Twilight Zone*, *Black Mirror* และ *Love, Death & Robots* เป็นต้น

## 2.3 ขั้นตอนในการเขียนบทซีรีส์

ขั้นตอนการเขียนบทละครซีรีส์ของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้

(1) *การเสนอขายโปรเจกต์ (Pitching)* เริ่มจากการเสนอขายแนวความคิดหลักและโครงเรื่อง โดยผู้ที่มีโปรเจกต์ไปเสนอขายในด่านแรกมักเป็นเอเจนซีหรือสตูดิโอ โดยเอเจนซี/สตูดิโอ จะต้องทำเอกสารที่มีความยาวตั้งแต่ 5-20 หน้า ที่เรียกว่า pitch document (pitch deck, pitch bible, series proposal) ไปเสนอกับฝ่ายพัฒนาเนื้อหาของทางแพลตฟอร์ม (Grace, 2014) ซึ่งผู้เขียนบทอาจทำงานกับเอเจนซี/สตูดิโอตั้งแต่ขั้นตอนการเสนอขายนี้ หากแพลตฟอร์มสนใจ ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนที่เรียกว่า “ขั้นพัฒนาบท” (development)

(2) *การพัฒนาซีรีส์ไอบีล (Series Bible)* เมื่อทางแพลตฟอร์มตกลงที่จะพัฒนาโปรเจกต์ร่วมกับเอเจนซี/สตูดิโอ ทางเอเจนซี/สตูดิโอจะติดต่อว่าจ้างผู้เขียนบทให้พัฒนาซีรีส์ไอบีลร่วมกับทางเอเจนซี/สตูดิโอ และแพลตฟอร์มโดยปกติซีรีส์ไอบีลจะประกอบไปด้วยข้อมูลสำคัญๆ ได้แก่ แนวเรื่อง (genre) แนวความคิดหลักของเรื่อง (concept) กลุ่มเป้าหมาย (target audience) ฉากหลัง (the world/ setting) ตัวละคร (characters) เรื่องย่อโดยรวม (overview) เรื่องย่อของแต่ละตอน (episodic breakdown) ภาพอ้างอิงตัวละคร และอารมณ์และบรรยากาศของเรื่อง (mood and tone) และความเป็นไปได้ในการสร้างภาคต่อ (franchise potential) เป็นต้น เมื่อได้ซีรีส์ไอบีลที่มีรายละเอียดทุกอย่างที่สมบูรณ์และตอบโจทย์ความต้องการของทุกฝ่าย ทางเอเจนซี/สตูดิโอก็จะส่งให้ทางแพลตฟอร์มพิจารณา หากแพลตฟอร์มสนใจ ก็จะให้ทีมพัฒนาบททำงานในขั้นตอนต่อไป

(3) *การเขียนโครงเรื่องขยาย (Outline/Treatment)* เป็นการเขียนโครงเรื่องขยายของแต่ละตอนไปจนจบทั้งซีซั่น โดยในแต่ละตอน (episode) ผู้เขียนต้องไล่ฉากและเขียนรายละเอียดของเหตุการณ์และการกระทำทุกอย่างที่อยู่ในฉากนั้น ตั้งแต่ฉากแรกจนถึงฉากสุดท้ายของตอนนั้นๆ เมื่อจบกระบวนการนี้ ผู้เขียนบทจะต้องส่งให้กับทางแพลตฟอร์มเพื่อพิจารณาและอนุมัติการทำงานในขั้นตอนต่อไป

(4) *การเขียนบทซีรีส์ตอนที่ 1 (Pilot)* ในขั้นตอนนี้ ผู้เขียนบทจะต้องนำโครงเรื่องขยายมาเขียนให้เป็นบทซีรีส์ โดยใช้บทบรรยายและบทสนทนาให้กลายเป็นบทที่สมบูรณ์ โดยใช้รูปแบบ (format) ของบทซีรีส์ ทั้งนี้ รูปแบบบทซีรีส์ของอเมริกาจะใช้รูปแบบเดียวกับบทภาพยนตร์ เมื่อขั้นตอนนี้เสร็จสมบูรณ์ บท pilot จะถูกส่งไปยังแพลตฟอร์ม เพื่ออนุมัติการทำงานในขั้นตอนต่อไป

(5) *การเขียนบทซีรีส์ทั้งซีซั่น และการแก้ไขบท* เมื่อทางแพลตฟอร์มอนุมัติบท pilot หรือที่เรียกว่า ไฟเขียว (greenlight) ผู้เขียนบทก็จะเข้าสู่กระบวนการเขียนบทอย่างเต็มรูปแบบ โดยระหว่างทางจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างทีมงานที่เกี่ยวข้อง และมีการแก้ไขบทจนกว่าจะได้บทร่างสุดท้าย

การผลิตซีรีส์แตกต่างจากภาพยนตร์ตรงที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดและบทบาทสำคัญที่สุดในการผลิตซีรีส์คือ showrunner ซึ่งมีหน้าที่ควบคุมภาพรวมและดูแลการผลิตซีรีส์ทั้งเรื่อง ตั้งแต่การผลิตบทซีรีส์ ไปจนถึงการบริหารจัดการงบประมาณถ่ายทำ การคัดเลือกทีมงาน นักแสดง ฯลฯ รวมไปถึงการควบคุมการตัดต่อ ซึ่งในระบบการผลิตซีรีส์ของอเมริกา ครีเอเตอร์ (creator) หรือเจ้าของเรื่อง จะทำหน้าที่เป็นทั้ง showrunner หัวหน้าทีมบท (head writer) และผู้เขียนบท pilot หรือบทซีรีส์ตอนแรก (Douglas, 2018; Landau, 2014) ในบางกรณี showrunner ก็ควบตำแหน่งผู้กำกับซีรีส์ด้วย เช่น *Stranger Things*, *Breaking Bad* เป็นต้น

สำหรับการเขียนบทซีรีส์สำหรับแพลตฟอร์มของไทยนั้น มีขั้นตอนที่คล้ายกัน นั่นคือ เริ่มจากการเสนอขายโปรเจกต์ให้กับช่องหรือแพลตฟอร์ม หากทางช่องหรือแพลตฟอร์มสนใจ ก็จะมีการพัฒนาบทร่วมกันต่อไป เพียงแต่ของไทยนั้นอาจมีการรวบขั้นตอน 1-2 หรือ 1-3 เป็นขั้นตอนเดียว

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับโลกาเทศาภิวัตน์ (Glocalization)

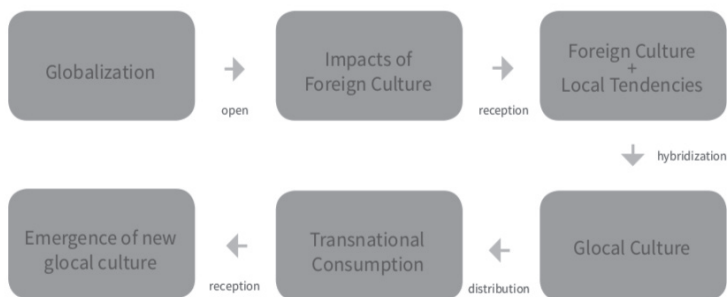
Ritzer (2004) ได้ให้ความหมายของคำว่า “โลกาเทศาภิวัตน์” ว่า เป็นการผสมผสานความเป็นโลกเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น ในปัจจุบันโลกาเทศาภิวัตน์ครอบคลุมไปถึงการผสมผสานความเป็นโลกเข้ากับวัตถุและบริการท้องถิ่นด้วย (Jang and Song, 2017) ซึ่งการเข้ามาของเทคโนโลยีการสื่อสารและเครือข่ายสื่อได้ช่วยส่งเสริมให้การผสมผสานระหว่างความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่นเกิดขึ้นเร็วขึ้น กว้างขึ้น นอกจากนี้ รูปแบบการพึ่งพาซึ่งกันและกันของการแลกเปลี่ยน การท่องเที่ยว และการติดต่อในระดับโลก ก็เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการนี้ (Ryoo, 2009)

ในด้านสื่อบันเทิง Oh and Jang (2020) ได้อธิบายว่า โลกาเทศาภิวัตน์คือการผลิตสินค้าท้องถิ่นวัฒนธรรมที่มีคุณภาพสูง เพื่อส่งออกกลับไปในประเทศต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาตลาดภายในประเทศมีขนาดเล็ก ทั้งนี้ glocalization ถูกอ้างถึงในแนวคิดด้านกลยุทธ์ของ Netflix ที่บอกว่า “Think Local for Global” ซึ่ง

หมายถึงการสร้างสรรคคอนเทนต์ในรูปแบบที่สะท้อนถึงตัวตน วัฒนธรรม และความเป็นท้องถิ่นของแต่ละประเทศ ภายใต้บริบทที่เข้าใจได้ทั่วโลก ก่อนจะนำไปผสมผสานกับสิ่งที่เรียกว่า “universal resonance” คือความเป็นสากลที่ไม่ว่าคนชาติไหนก็มีความรู้สึกเช่นเดียวกัน เช่น ความรัก ความเหงา ความมุ่งมั่น ความฝัน (Marketingoops!, 2019)

Jang and Lee (2017) ได้แสดงกระบวนการพัฒนาวัฒนธรรมแบบโลกาเทศาภิวัตน์และการบริโภคแบบข้ามชาติไว้ดังภาพที่ 1

**ภาพที่ 1** กระบวนการพัฒนาวัฒนธรรมแบบโลกาเทศาภิวัตน์และการบริโภคแบบข้ามชาติ



ที่มา: ปรับปรุงใหม่โดย Wonho et al. (2017: 8)

## วิธีการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยศึกษาจาก (1) การค้นคว้าเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี บทความสัมภาษณ์ และ (2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้เขียนบทชาวไทยที่ทำงานให้กับแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งของต่างประเทศทั้งของสหรัฐอเมริกาและของเอเชีย จำนวน 9 คน โดยการคัดเลือกใช้การคัดเลือก

แบบเจาะจง ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลจะเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างและ  
ไม่เป็นทางการผ่านวิดีโอคอล ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ เฉลี่ยคนละ 1.30-2 ชั่วโมง  
และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล  
งานวิจัยนี้ได้ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูลคือ (1) การวิเคราะห์  
เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (2) การรวบรวมข้อมูลจากการเข้าไปสังเกต  
แบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลขณะที่ผู้วิจัยพัฒนาบทออริจินัลซีรีส์ร่วมกับ  
แพลตฟอร์มต่างประเทศ และ (3) การสัมภาษณ์ผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
พบความสอดคล้องของข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

### ข้อจำกัดในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อจำกัดสำคัญคือ ผู้ให้ข้อมูล (key informants) ทั้ง 9 คน  
ได้เซ็นสัญญาการเก็บรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ (non-disclosure agreement/  
NDA) กับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศก่อนทำงาน ทำให้ไม่สามารถ  
เปิดเผยรายละเอียดเรื่องการทำงานได้ทั้งหมด และไม่สามารถเปิดเผยชื่อ  
ผู้ให้ข้อมูล ชื่อผลงาน และชื่อแพลตฟอร์มได้

### ผลการศึกษา

#### 1. ขั้นตอนการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่ง ของต่างประเทศ

จากการศึกษาพบว่า ขั้นตอนการพัฒนาและเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของ  
ไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศมีดังนี้

**1.1 การเสนอขายโปรเจกต์** ขั้นตอนนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตซีรีส์  
โดยการเสนอขายโปรเจกต์มีหลายรูปแบบ รูปแบบที่พบบ่อยที่สุดมีคล้ายคลึง  
กับการทำงานของไทยคือ บริษัทที่เสนอขายเรื่องจะต้องทำเอกสารที่มีความยาว  
ตั้งแต่ 5-20 หน้า ที่เรียกว่า pitch document (pitch deck, pitch bible,  
series proposal) ส่งให้กับทางช่อง/แพลตฟอร์ม และนัดเสนอขายงาน (pitching)  
อย่างไรก็ดี การทำงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศมีขั้นตอนที่

ซับซ้อนมากกว่าของไทย โดยมีรายละเอียดการทำงานดังนี้

การเสนอขายโปรเจกต์จะเริ่มจากตัวแทนจากบริษัทที่เป็นเจ้าของเรื่อง (ซึ่งเป็นได้ทั้งบริษัทเอเจนซี หรือสตูดิโอในประเทศไทย หรือสตูดิโอในต่างประเทศ) จะเป็นผู้เสนอขายแนวความคิดหลักและโครงเรื่องให้กับฝ่ายพัฒนาเนื้อหาของแพลตฟอร์ม โดยเอเจนซี/สตูดิโอจะจัดทำเอกสารที่มีความยาวตั้งแต่ 5-20 หน้า ที่เรียกว่า pitch document (pitch deck, pitch bible, series proposal) และส่งให้กับทางแพลตฟอร์ม หากทางแพลตฟอร์มสนใจจะมีการนัดเสนอขายงาน (pitching) ส่วนรูปแบบอื่นๆ ที่พบ ได้แก่ (1) ทางสตูดิโอพัฒนาซีรีส์ไบเบิล (series bible) ร่วมกับผู้เขียนบทจนได้ไบเบิลที่สมบูรณ์ จากนั้นจึงนำโปรเจกต์ไปเสนอขายกับทางแพลตฟอร์ม (2) ทางแพลตฟอร์มและสตูดิโอร่วมกันจัดโครงการประกวดบทซีรีส์เพื่อค้นหาเรื่องจากบุคคลทั่วไป

ในขั้นตอนนี้ หากแพลตฟอร์มมีสำนักงานตั้งอยู่ในประเทศไทย ทางเอเจนซี/สตูดิโอจะติดต่อและเสนอขายงานกับฝ่ายพัฒนาเนื้อหาในประเทศไทยโดยตรง แต่หากแพลตฟอร์มตั้งอยู่ในต่างประเทศ ทางเอเจนซี/สตูดิโอจะต้องติดต่อและเสนอขายโปรเจกต์ให้กับฝ่ายพัฒนาเนื้อหาในระดับภูมิภาค หรือสำนักงานใหญ่ โดยโปรเจกต์ที่ผ่านการพิจารณามักจะเป็นโปรเจกต์ที่มีแนวเรื่อง (genre) แนวความคิดหลัก (concept) โครงเรื่อง (plot) และกลุ่มเป้าหมาย (target audience) ที่ตรงกับเป้าหมาย แนวทาง และความต้องการของทางแพลตฟอร์ม ทั้งนี้ หัวหน้าฝ่ายพัฒนาเนื้อหาในประเทศไทยอาจมีสิทธิ์ขาดในการตัดสินใจอนุมัติหรือปฏิเสธโปรเจกต์ หรืออาจต้องนำโปรเจกต์ที่มีศักยภาพไปเสนอขายต่อหัวหน้าในระดับภูมิภาคและสำนักงานใหญ่อีกทอดหนึ่ง ขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัท

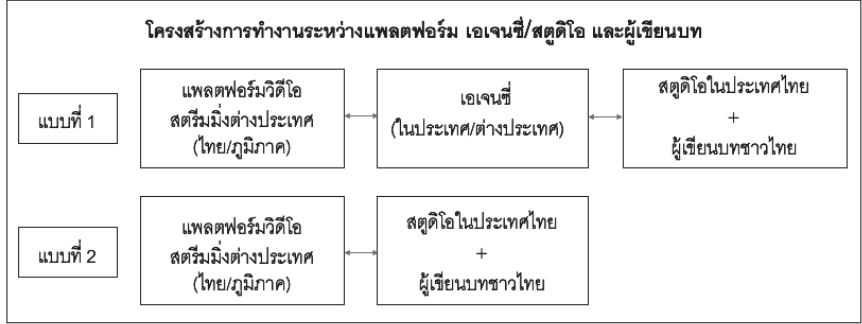
หลังการเสนอขายงาน หากแพลตฟอร์มสนใจและต้องการพัฒนาโปรเจกต์ดังกล่าว ทางแพลตฟอร์มจะทำสัญญากับเอเจนซี/สตูดิโอเพื่อให้ทุกอย่างเข้าสู่ “ขั้นพัฒนาบท” (development process) อย่างจริงจัง ในขั้นตอนนี้ หากทางเอเจนซีเป็นเจ้าของโปรเจกต์ เอเจนซีจะติดต่อสตูดิโอผู้ผลิตในประเทศไทยเพื่อหาผู้เขียนบทชาวไทยและจัดตั้งทีมพัฒนาบทต่อไป แต่หากสตูดิโอเป็นผู้เสนอ

ขายโปรเจกต์โดยตรง โดยไม่ผ่านเอเจนซี ทางสตูดิโอจะเป็นคนติดต่อผู้เขียนบทชาวไทยที่มีคุณสมบัติตรงกับที่ต้องการ

**1.2 การคัดเลือกผู้เขียนบทซีรีส์** ในขั้นตอนนี้ หากผู้เขียนบทมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการเสนอขายเรื่อง ผู้เขียนบทจะได้ตำแหน่งครีเอเตอร์และหัวหน้าทีมบทโดยอัตโนมัติ แต่ในบางกรณี ทางแพลตฟอร์มอาจซื้อลิขสิทธิ์เรื่อง และนำเรื่องไปให้ทีมบททีมอื่นพัฒนาต่อ ซึ่งขั้นตอนในการติดต่อและคัดเลือกผู้เขียนบท มี 2 แบบ แบบแรกเป็นการแนะนำผ่านคนรู้จัก แบบที่สองเป็นการเปิดรับสมัครหรือการคัดเลือกผ่านโครงการประกวด เมื่อได้ผู้เขียนบทที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ ทางโปรดิวเซอร์จะนัดสัมภาษณ์ และเสนอชื่อผู้เขียนบทที่ผ่านการสัมภาษณ์ไปให้ทางแพลตฟอร์มพิจารณา เมื่อทางแพลตฟอร์มตอบตกลงก็จะเข้าสู่ขั้นตอนของการว่าจ้าง การเซ็นสัญญา และการทำงานในขั้นพัฒนาบท

ทั้งนี้ คุณสมบัติสำคัญของผู้เขียนบทที่ผ่านการคัดเลือกคือ (1) มีประสบการณ์การทำงาน และมีผลงานบทภาพยนตร์หรือบทซีรีส์ที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักในวงกว้าง สำหรับบางแพลตฟอร์ม หากผู้เขียนบทมีผลงานติดอันดับของแพลตฟอร์มนั้น ก็ยังมีโอกาสสูงที่จะได้งาน (2) มีผลงานที่ได้รับรางวัลในระดับประเทศและนอกประเทศ (3) มีทักษะด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งจะทำให้ผู้เขียนบทได้เปรียบในการทำงาน โดยเฉพาะการทำงานกับแพลตฟอร์มของอเมริกา

ภาพที่ 2 โครงสร้างการทำงานระหว่างแพลตฟอร์ม สตูดิโอ และผู้เขียนบท



### 1.3 การพัฒนาซีรีส์ไบเบิล (Series Bible)

หลังจากที่โปรดิวเซอร์ได้หัวหน้าทีมเขียนบท (head writer) และทีมเขียนบทแล้ว ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการพัฒนาซีรีส์ไบเบิลในห้องประชุมทีมบท (writers' room) โดยในขั้นตอนนี้อาจมีตำแหน่งอื่นๆ ที่เข้าร่วมประชุมและพัฒนาบทด้วย ซึ่งแต่ละโปรเจกต์จะมีจำนวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาบทที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายและสไตล์ในการทำงาน ตำแหน่งหลักๆ ที่แต่ละแพลตฟอร์มมีเหมือนกัน ได้แก่ หัวหน้าทีมเขียนบท (ซึ่งมักเป็นครีเอเตอร์เนื่องจากเป็นเจ้าของเรื่องหรือโอเดียตั้งแต่ต้น) ผู้เขียนบท และโปรดิวเซอร์ฝั่งสตูดิโอในประเทศไทย ตำแหน่งนอกเหนือจากนี้ ได้แก่ ที่ปรึกษาบท (script doctor/script consultant) ฝ่ายดูแลบทหรือโปรดิวเซอร์จากฝั่งแพลตฟอร์ม ล่ามผู้กำกับ (ในกรณีที่ผู้กำกับร่วมเขียนบทด้วย) เป็นต้น

โดยปกติการพัฒนาซีรีส์ไบเบิลจะเป็นการนำแนวความคิดหลักและโครงเรื่องที่เอเจนซี/สตูดิโอขายผ่านมายายรายละเอียด และปรับให้ตรงตามแนวทางและความต้องการของแพลตฟอร์มมากขึ้น รายละเอียดในไบเบิลประกอบไปด้วยแนวเรื่อง (genre) แนวความคิดหลักของเรื่อง (concept) แก่นเรื่อง (theme) กลุ่มเป้าหมาย (target) ฉากหลัง (the world) เรื่องย่อโดยรวม (overview) ตัวละคร (characters) เรื่องย่อของแต่ละตอน (episodic breakdown) ภาพอ้างอิงตัวละคร (character references) และอารมณ์และบรรยากาศของเรื่อง (mood and tone) และความเป็นไปได้ในการสร้างภาคต่อ (franchise potential) เป็นต้น การทำงานในขั้นตอนนี้จะมีการแปลไทย-อังกฤษ หรืออังกฤษ-ไทย และการแก้ไขไปมาระหว่างทีมพัฒนาบทและสตูดิโอ เมื่อได้ไบเบิลที่มีรายละเอียดทุกอย่างที่สมบูรณ์และตอบโจทย์ความต้องการของทุกฝ่าย ทางเอเจนซี/สตูดิโอก็จะส่งให้ทางแพลตฟอร์มพิจารณา หากแพลตฟอร์มสนใจ ก็จะทำให้ทีมพัฒนาบททำงานในขั้นตอนต่อไป ส่วนในกรณีที่เอเจนซี/สตูดิโอมีไบเบิลที่สมบูรณ์ตั้งแต่ขั้นตอนเสนอขายโปรเจกต์ ขั้นตอนก็จะเริ่มด้วยการปรับไบเบิลต้นฉบับให้ตรงตามความต้องการและทิศทางของแพลตฟอร์มมากขึ้น

ทั้งนี้ หากโอเดียเริ่มต้นมาจาก showrunner/ครีเอเตอร์ต่างชาติ



ในกระบวนการพัฒนาซีรีส์ไบเบิลก็จะมีการปรับรายละเอียดต่างๆ ให้มีความเป็นท้องถิ่นหรือเป็นไทยมากขึ้น แต่หากโอเดียเริ่มต้นมาจาก showrunner/ครีเอเตอร์ชาวไทย ก็จะมีการเพิ่มรายละเอียดบางอย่างให้เป็นสากลมากขึ้น ในขณะเดียวกันเอกสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาจะต้องถูกแปลเป็น 2 ภาษา คือ ไทย และอังกฤษ เพื่อให้ทีมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าใจตรงกัน

#### 1.4 การพัฒนาโครงเรื่องขยาย (Outline)

ในขั้นตอนนี้ ทางทีมเขียนบทจะนำองค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในซีรีส์ไบเบิล อาทิ ตัวละคร โลกของตัวละคร และเรื่องย่อ มาขยายให้เป็นฉากเหตุการณ์ต่างๆ ในแต่ละตอน โดยเรียงลำดับตั้งแต่ฉากแรกไปจนถึงฉากสุดท้าย และทำเช่นนี้ตั้งแต่ตอนแรกไปจนจบทั้งซีซั่น โดยจำนวนตอนในแต่ละซีซั่นขึ้นอยู่กับบทกลงกันสำหรับฝั่งอเมริกัน ก็จะนิยม 6-8 ตอน เนื่องจากเป็นจำนวนตอนที่เหมาะกับพฤติกรรมคนดูในปัจจุบันที่นิยมดูซีรีส์แบบรวดเร็วจบ แต่ทางฝั่งเอเชียก็จะนิยมจำนวนตอนที่มากกว่านั้น

จากการสัมภาษณ์พบว่า บางครั้งโครงเรื่องที่สตูดิโอขายผ่านเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นที่ใดบนโลกก็ได้ ทำให้ทีมบทต้องปรับองค์ประกอบต่างๆ ในบทภาพยนตร์ เช่น ตัวละคร ฉากหลัง และสถานการณ์ต่างๆ ให้เข้ากับประเทศไทย และทำให้ทุกอย่างในเรื่องมีความสมจริง และสมเหตุสมผลกับโลกของเรื่องและบริบทที่เปลี่ยนไปมากที่สุด ทั้งนี้ ในการคิดการกระทำ-การโต้ตอบ-การตัดสินใจ (action-reaction-decision) และบทสนทนาของตัวละคร (dialogue) จะคิดจากแคแรกเตอร์ของตัวละครเป็นหลักว่า ตัวตนของตัวละครเป็นอย่างไร มีลักษณะนิสัยอย่างไร อะไรที่ตัวละครควรทำ ไม่ควรทำ ตัวละครควรพูดอย่างไร จึงจะเป็นธรรมชาติมากที่สุด ฯลฯ โดยไม่ได้เน้นการขายเรื่องภาพลักษณ์ หรือความเป็นไทย (ผู้เขียนบท 3, สัมภาษณ์ 20 มิถุนายน 2565)

สำหรับประเด็นหรือเนื้อหาที่ผู้เขียนบทพยายามหลีกเลี่ยง ไม่ใส่ลงไป ในบท ได้แก่ (1) ประเด็นที่ต้องใช้เวลาอธิบายกับคนดูมากไป เช่น เรื่องของบุคคลหรือเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ เรื่องที่เป็นวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่นมากๆ ทุกอย่างที่อยู่ในบทต้องเป็นเรื่องที่คนดูทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสามารถเข้าใจได้

อย่างรวดเร็ว หรือเข้าใจได้ทันที (ผู้เขียนบท 5, สัมภาษณ์ 25 มิถุนายน 2565) ซึ่งการที่ทีมงานมีทั้งชาวไทยและต่างชาติ ก็ช่วยในการเช็คและยืนยันว่า สิ่งทีเลือกเล่าเป็นสิ่งที่คนต่างวัฒนธรรมเข้าใจได้ (2) ประเด็นที่อ่อนไหวและส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ก็เป็นอีกอย่างที่คุณเขียนบทพยายามเลี่ยง

ในขั้นตอนการพัฒนาโครงเรื่องขยายนี้ ทีมพัฒนาบทจะมีไบเบิลเป็นกรอบบังคับการทำงาน แต่ในบางกรณี ทีมบทก็สามารถเสนอความคิดใหม่ที่ต่างไปจากไบเบิลได้ หากสิ่งที่เสนอนั้นดีกว่าเดิม ทางแพลตฟอร์มก็จะอนุมัติให้ปรับเปลี่ยนเรื่องไปจากไบเบิลได้ สำหรับระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาโครงเรื่องขยาย แต่ละเรื่อง แต่ละทีมจะใช้เวลาต่างกัน บางเรื่องอาจมีเวลาเพียง 2-4 สัปดาห์ ในขณะที่บางเรื่องอาจมีเวลา 2-3 เดือน หรือมากกว่านั้น อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ทำให้เห็นรายละเอียดของซีรีส์ทั้งเรื่อง แพลตฟอร์มหลายแห่งสามารถตัดสินใจที่จะยกเลิกโปรเจกต์หรือไฟเขียว (greenlight) อนุมัติการสร้างโปรเจกต์ได้ตั้งแต่ขั้นตอนนี้

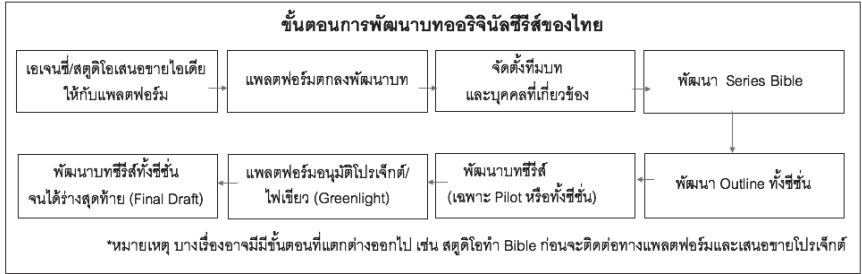
### 1.5 การเขียนบทซีรีส์ (Script)

ในขั้นตอนนี้ หากแพลตฟอร์มไฟเขียว (greenlight) ตั้งแต่ขั้นตอนโครงเรื่องขยาย (outline) ผู้เขียนบทจะลงมือพัฒนาบทไปจนจบทั้งซีซั่น แต่หากทางแพลตฟอร์มยังไม่ไฟเขียว ผู้เขียนบทก็ต้องเขียนบทและส่งให้ทางแพลตฟอร์มพิจารณาต่อ โดยจำนวนบทที่ต้องเขียนขึ้นอยู่กับสัญญาที่ทำไว้กับทางแพลตฟอร์ม บางแห่งอาจต้องการแคบทตอนที่ 1 (pilot) บางแห่งอาจต้องการบทตอนที่ 1-3 เป็นต้น

โดยส่วนใหญ่ทีมบทจะเขียนบทเป็นภาษาไทย แต่ใช้รูปแบบ (format) ที่เป็นมาตรฐานสากล บางทีมอาจเขียนแต่ละฉากไปพร้อมกัน ในขณะที่บางทีมอาจแบ่งหน้าที่ให้ผู้เขียนบทรับผิดชอบกันคนละตอน และแยกย้ายกันเขียน เมื่อบทร่างแรกเสร็จสมบูรณ์ จะมีการประชุมบท เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ดิชม และแก้ไขร่วมกันอีกครั้ง โดยในขั้นตอนนี้ คนที่มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดคือ หัวหน้าทีมบท เมื่อทุกอย่างสมบูรณ์ ก็จะส่งบทให้กับผู้แปลบท เพื่อแปลเป็นภาษาอังกฤษ และส่งบทภาษาอังกฤษให้กับทางสตูดิโอ/เอเจนซี ที่เป็นตัวกลางในการติดต่อกับ

แพลตฟอร์มต่อไป หลังจากนั้น ทางทีมบทจะได้รับความเห็นจากทางสตูดิโอ/เอเจนซี และทางแพลตฟอร์ม เป็นแนวทางในการแก้ไขบท (rewriting) ร่างต่อไป ขั้นตอนของการแก้ไขบท ส่งบทร่างใหม่ และรับฟังความคิดเห็น จะดำเนินไปจนกว่าจะได้บทร่างสุดท้าย (final draft) ที่แพลตฟอร์มพอใจและอนุมัติให้นำไปใช้ในการถ่ายทำต่อไป

ภาพที่ 3 ขั้นตอนการพัฒนามทอริจินัลซีรีส์ของไทยระหว่างแพลตฟอร์มเอเจนซี/สตูดิโอ และผู้เขียนบท



2. การปรับตัวของผู้เขียนบทชาวไทยภายใต้การทำงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ

จากการเก็บข้อมูลพบว่า ทีมพัฒนามทมีอิสระในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และมีอิสระในการทำงานสูง อีกทั้งการทำงานภายในทีมก็เป็นไปอย่างประนีประนอม เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด เรื่องที่ผู้เขียนบทชาวไทยต้องปรับตัวในการทำงานสามารถสรุปได้เป็น 4 หัวข้อหลักๆ ดังนี้

2.1 การทำงานแบบสากล ในภาพรวมขั้นตอนการพัฒนามทและการทำงานในห้องประชุมบท (writers' room) ของต่างประเทศมีความคล้ายคลึงกับของไทย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ผู้เขียนบทต้องปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานแบบสากลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

**2.1.1 มาตรฐานในการทำงาน** เช่น การทำงานอย่างมืออาชีพ การส่งงานตรงตามเวลาและแผนการทำงานที่วางไว้ การทำตามข้อสัญญาและเงื่อนไขของแพลตฟอร์ม เช่น การรักษาความลับในการทำงาน การให้อำนาจการทำงานและการตัดสินใจกับครีเอเตอร์ (เจ้าของไอเดียตั้งแต่ต้น) มากกว่าผู้กำกับ การปฏิบัติตามสิ่งที่สรุปหรือตกลงกันภายในห้องประชุมอย่างเคร่งครัด ห้ามเปลี่ยน หรือการถ่ายทำและตัดต่อต้องเป็นไปตามบทร่างสุดท้าย ห้ามแก้ไข เว้นแต่จะมีการอนุมัติจากทางแพลตฟอร์มให้แก้ไขได้ เป็นต้น

**2.1.2 มาตรฐานของบท** เช่น มีการใช้โปรแกรมเขียนบทที่ทางแพลตฟอร์มกำหนด มีการเล่าเรื่องตามทฤษฎีโครงสร้างที่แพลตฟอร์มต้องการ ให้ความสำคัญกับ character-driven story (มากกว่า plot-driven story ที่นิยมใช้ในละคร/ซีรีส์ไทย) การเขียนบทสนทนาแบบตะวันตกที่ไม่สื่อสารแบบตรงๆ (subtext) เป็นต้น ซึ่งทางแพลตฟอร์มอาจจัดเวิร์กชอปด้านการเขียนบทเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่ผู้เขียนบท หรืออาจจ้างที่ปรึกษาบทเข้าร่วมในทีมพัฒนาบท

**2.2 การทำงานแบบผสมผสานวัฒนธรรม** การศึกษาพบว่า ในการทำงานระหว่างแพลตฟอร์มเอเจนซี/สตูดิโอ และผู้เขียนบท ซึ่งเป็นการทำงานที่ผสมผสานคนทำงานจากหลายชาติ หลายวัฒนธรรม (โดยส่วนใหญ่จะเป็นการผสมผสานระหว่างเอเชีย-ตะวันตก) ทีมพัฒนาบทฝั่งไทยมีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมของเอเชียและตะวันตกอยู่แล้ว ทำให้ไม่ต้องปรับตัวมากนัก ต่างจากฝั่งตะวันตกที่ต้องปรับตัวและต้องเรียนรู้ ทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมไทยมากกว่า โดยทีมพัฒนาบทส่วนใหญ่มีการเปิดกว้างทางความคิด รับฟังความคิดเห็นทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง และมีการประนีประนอมในการทำงานสูง เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ทั้งนี้ เนื่องจากเป้าหมายของการพัฒนาทอริจินัลซีรีส์คือ การบอกเล่าเรื่องราวของตัวละครที่เป็นคนไทยอย่างสมจริงและสมเหตุสมผลมากที่สุด ทำให้ทีมงานต่างชาติให้อิสระกับทีมงานไทยในการทำงาน และเสนอความคิดเห็น แต่ก็อาจมีบางประเด็นที่ประนีประนอมได้ยาก เช่น ด้านความเชื่อเรื่องผีและวิญญาณ

ที่อาจแตกต่างกันมาก และส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเส้นเรื่องและตัวละคร ความสมเหตุสมผล และความสมจริงของบท ซึ่งในกรณีแบบนี้ หากทีมพัฒนาบทสามารถประนีประนอมและหาจุดที่เห็นตรงกันได้ ก็จะสามารถพัฒนาบทไปในทิศทางที่เห็นตรงกัน และทำงานร่วมกันต่อไปได้ แม้ว่าคุณภาพงานอาจจะไม่ตรงตามความต้องการของทีมมากนัก แต่หากทีมพัฒนาบทไม่สามารถหาจุดร่วมที่เห็นตรงกันได้ ก็อาจมีการถอนตัว เปลี่ยนตัว หรืออาจถึงขั้นยกเลิกการพัฒนาบท ทั้งนี้ ผู้เขียนบทได้ให้ข้อสังเกตว่า ยิ่งวัฒนธรรมต่างกัน จะยิ่งใช้เวลาในการพูดคุย อธิบาย และทำความเข้าใจกันนาน ทีมพัฒนาบทที่เป็นคนเอเชียด้วยกันจึงใช้เวลาพูดคุยและเข้าใจตรงกันเร็วกว่าทีมพัฒนาบทที่เป็นชาวเอเชียและตะวันตก (ผู้เขียนบท 2, สัมภาษณ์ 17 มิถุนายน 2565)

**2.3 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม** การศึกษาพบว่า ทักษะด้านภาษาอังกฤษเป็นอุปสรรคสำคัญในการทำงาน ทั้งในการประชุมบท และการเขียนบทซีรีส์ โดยในการประชุมบท หากทีมพัฒนาบทต้องใช้ล่ามในการประชุม การประชุมก็จะมีผลล่าช้าและใช้เวลามากกว่าปกติ นอกจากนี้ ทีมพัฒนาบทยังพบปัญหาเรื่องการแปล เช่น ผู้ทำหน้าที่ล่ามเลือกใช้คำที่ความหมายไม่ตรงกับสิ่งที่ผู้เขียนบทต้องการสื่อสาร หรือการไม่เข้าใจศัพท์เฉพาะด้านการเขียนบท และการผลิตซีรีส์ ทำให้มีการสื่อสารที่ผิดพลาด เป็นต้น ซึ่งปัญหานี้พบในการแปลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบทด้วย การปรับตัวในการทำงานจึงมีตั้งแต่การให้เวลากับการตรวจสอบบทภาษาอังกฤษหลังจากแปล และแก้ไขจุดที่แปลผิดพลาดอีกครั้งก่อนส่งให้กับแพลตฟอร์ม ไปจนถึงการจ้างผู้เขียนบทชาวไทยที่สามารถเขียนบทเป็นภาษาอังกฤษได้ เพื่อให้การทำงานในขั้นตอนนี้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากเรื่องของทักษะด้านภาษาอังกฤษ การศึกษาในประเด็นของสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมยังพบว่า ทีมพัฒนาบทมีการสื่อสารกันอย่างมีอาชีพ ทั้งในการระดมสมอง การแลกเปลี่ยนความคิด การให้ความคิดเห็น (feedback) และการพูดคุยกันอย่างตรงไปตรงมาเมื่อมีปัญหาต่างๆ เพื่อหาทางแก้ปัญหาาร่วมกัน โดยยึดผลประโยชน์ของแพลตฟอร์มเป็นหลัก วิธีการสื่อสารมีทั้งการพูดตรงๆ

ชัดเจน ไม่อ้อมค้อม และการพูดอ้อมๆ ระมัดระวังการใช้คำพูดเพื่อรักษาน้ำใจ ซึ่งวิธีการสื่อสารทั้งสองแบบนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยของผู้เขียนบทมากกว่า เชื้อชาติหรือวัฒนธรรม

## 2.4 เวลา ผู้เขียนบทต้องปรับตัวในเรื่องต่อไปนี้

**2.4.1 เวลาในการทำงานที่จำกัด** ซึ่งเกิดจาก (1) การที่ทีมงานต้องแปลบทจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษก่อนส่งให้แพลตฟอร์ม การแปลแต่ละครั้งใช้ระยะเวลา ทำให้ทีมบทต้องแบ่งเวลาในการเขียนบทให้กับการแปลบท ทีมบทจึงมีเวลาในการเขียนบทน้อยลงและต้องทำงานให้ไวขึ้นเพื่อให้บทเสร็จทันกำหนด (2) การพัฒนาแต่ละโปรเจกต์มีเวลานาน แต่เวลาในการทำงานแต่ละชิ้นหรือแต่ละขั้นตอนมีน้อย เช่น ผู้เขียนบทต้องเขียนบทหนึ่งตอนให้จบภายในหนึ่งอาทิตย์ หรือเขียนโครงเรื่องขยายและบททั้งซีซั่นให้จบภายในสามเดือน เป็นต้น ทำให้ผู้เขียนบทต้องเผชิญกับความเครียดและความกดดันในการทำงาน

**2.4.2 เขตเวลา (Time Zone)** ที่แตกต่างกันของทีมงาน ทีมพัฒนาบทบางทีมอาจอยู่กันคนละประเทศ และคนละเขตเวลา ทำให้ผู้เขียนบทต้องประนีประนอมและยืดหยุ่นเมื่อมีการนัดเวลาประชุม เพราะต้องเลือกเวลาที่เหมาะสมกับทุกคนในทีม

## สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนابทออริจินัลซีรีส์ของไทยในแพลตฟอร์มของต่างประเทศเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ทั้งความคิดสร้างสรรค์และความร่วมมือกันอย่างเต็มที่ของทีมงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะทีมผู้เขียนบทและโปรดิวเซอร์ เพื่อพัฒนabt จากแนวความคิดหลักไปจนได้บทออริจินัลซีรีส์ที่สมบูรณ์ สามารถนำไปใช้ในขั้นเตรียมการผลิต (pre-production) และในขณะเดียวกันก็ดึงดูดทีมงาน นักแสดง และผู้ลงทุนรายอื่นๆ ให้เข้ามาร่วมในโปรเจกต์ ขั้นตอนที่ว่ามานี้สอดคล้องกับคำนิยามของการพัฒนabt (script development) ของ Pamela Douglas (2005), Lucy Scher (2011) และ Peter Bloore (2012)

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า บทออริจินัลซีรีส์ทั้งหมดเป็นบทดั้งเดิม

(original script) กล่าวคือ เป็นเรื่องราวที่เขียนขึ้นมาใหม่ทั้งหมด ไม่ได้ดัดแปลงจากนิยาย เรื่องสั้น ภาพยนตร์ หรือสื่ออื่นๆ ที่เคยมีมาก่อน ดังนั้น การพัฒนาบทจะเริ่มต้นขึ้นเมื่อทางแพลตฟอร์มต่างประเทศตัดสินใจเลือกโปรเจกต์ที่เอเจนซี/สตูดิโอเสนอขาย โดยดูจากแนวความคิดหลัก โครงเรื่อง กลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ทางการตลาด ซีรีส์ที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่มก็สามารถที่จะขายโปรเจกต์ผ่านและได้รับโอกาสในการพัฒนา หากทางแพลตฟอร์มเห็นว่าโปรเจกต์นั้นมีกลุ่มเป้าหมายและความเป็นไปได้ทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hadida et al. (2020) ที่พบว่า SVOD ได้ท้าทายการดำเนินการและตัดสินใจของสตูดิโอแบบดั้งเดิม โดยในยุคก่อน SVOD การดำเนินการและการตัดสินใจเลือกโปรเจกต์ของสตูดิโอขนาดใหญ่จะเป็นไปตาม commitment logic กล่าวคือตัดสินใจสร้างโดยพิจารณาจากบท ตัวแสดง งบประมาณ ทีมงานผลิต และการโปรโมตในสื่อ แต่ในยุค SVOD ซึ่งใช้รูปแบบการสร้างเพื่อฉายให้กับผู้ที่สมัครสมาชิกของผู้ให้บริการ SVOD การดำเนินการและการตัดสินใจจะเป็นไปตาม convenience logic กล่าวคือ ตัดสินใจสร้างโดยพิจารณาจากบทที่ถูกพัฒนาหรือถูกเขียนขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูล (data analytics-driven scripts) ตัวแสดงที่ถูกเลือกจากการวิเคราะห์ข้อมูล การแบ่งกลุ่มการตลาด (segmentation) และกลุ่มเป้าหมายขนาดเล็ก (micro-targeting)

เมื่อโปรเจกต์ขายผ่านและเข้าสู่ขั้นพัฒนาในห้องประชุมบท (writers' room) การทำงานร่วมกันระหว่างโปรดิวเซอร์ หัวหน้าทีมพัฒนาบท/ครีเอเตอร์ ผู้เขียนบท และทีมงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้กำกับ (ในกรณีที่ผู้กำกับเขียนบทด้วย) ที่ปรึกษาบท ฝ่ายคอนเทนต์จากทางแพลตฟอร์ม ก็จะเริ่มต้นขึ้น ทั้งนี้ ในการผลิตออริจินัลซีรีส์ของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่างประเทศ showrunner ซึ่งควบตำแหน่งครีเอเตอร์และหัวหน้าทีมเขียนบทจะมีบทบาทสูงสุด (Douglas, 2018; Landau, 2014) เนื่องจากเป็นคนที่สร้างสรรค์ซีรีส์ขึ้นมาเป็นคนแรก แตกต่างจากระบบช่องของไทยที่ให้อำนาจกับทางผู้จัด โปรดิวเซอร์ของสตูดิโอผู้ผลิต และผู้กำกับมากกว่า ผู้เขียนบทซีรีส์ที่ทำงานกับแพลตฟอร์มต่างประเทศจึงต้องมีความเป็นผู้นำ และมีความคิดสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับความสามารถด้านการบริหารจัดการ

อย่างไรก็ดี งานวิจัยชิ้นนี้พบว่า ออริจินัลซีรีส์ของไทยที่มีครีเอเตอร์หรือเจ้าของเรื่องเป็นชาวต่างชาติ ครีเอเตอร์จะมีบทบาทเป็น showrunner ควบคู่ไปด้วย แต่ออริจินัลซีรีส์ของไทยที่มีครีเอเตอร์เป็นชาวไทย ครีเอเตอร์จะรับหน้าที่เป็นหัวหน้าทีมบท และมอบหน้าที่ showrunner ให้กับโปรดิวเซอร์ที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการโดยตรงแทนที่จะทำหน้าที่นี้เอง

ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญสำหรับการผลิตออริจินัลซีรีส์คือ การสร้างสรรค์เนื้อหาที่สะท้อนตัวตน อัตลักษณ์ และความเป็นท้องถิ่นของประเทศผู้ผลิต มากกว่าการพยายามเป็นอีกเวอร์ชันของซีรีส์ฮอลลีวูด ในขณะเดียวกัน คอนเทนต์ท้องถิ่นที่ทำออกมาต้องดีกว่าคอนเทนต์ฉบับดั้งเดิมของตะวันตก และต้องสามารถส่งออกไปในระดับโลกได้ (Oh and Jang, 2020) ในการทำงานเพื่อให้ประสบผลสำเร็จดังกล่าว ทางแพลตฟอร์มจึงต้องให้ความรู้ที่เป็น (explicit knowledge) กับทีมพัฒนาบท เช่น ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผู้ชมและพฤติกรรมของผู้ชม ความรู้ด้านการเล่าเรื่องแบบสากล (เช่น โครงสร้างที่นิยมใช้ในซีรีส์ตะวันตก การเขียนบทแบบ character-driven story โปรแกรมเขียนบท ฯลฯ) เพื่อให้ผลงานมีมาตรฐานในระดับสากล และตอบโจทย์ของผู้ชมในระดับสากล ในขณะที่ทางผู้เขียนบทไทยต้องให้ความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวตน (tacit knowledge) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว มุมมอง ทักษะคิด นวัตกรรม และความรู้ด้านต่างๆ ที่สั่งสมมาจากการเติบโตในประเทศไทย เช่น ประวัติศาสตร์ การเมือง วัฒนธรรม ความเชื่อ เป็นต้น ซึ่งความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวตนของผู้เขียนบท จะทำให้เรื่องราวและตัวละครมีความจริงแท้ (authenticity) อันเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ออริจินัลซีรีส์เอาชนะใจผู้ชมทั้งในระดับประเทศและระดับโลก (Wayne and Sandoval, 2021; Oh and Jang, 2020)

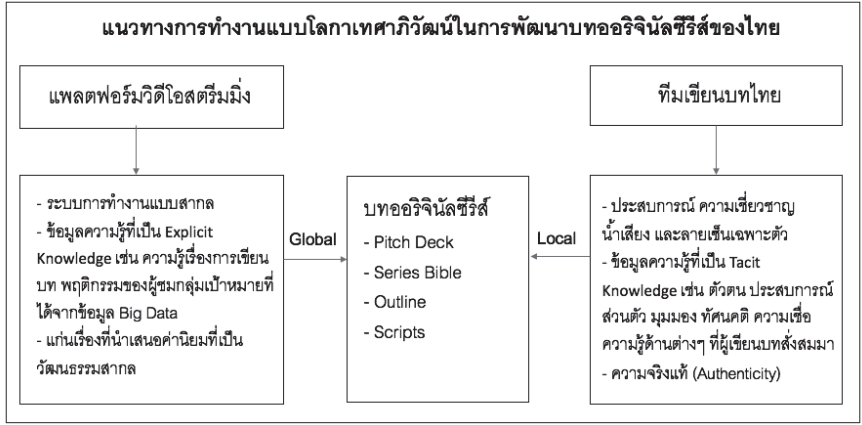
ด้วยเหตุนี้ ยิ่งทางแพลตฟอร์มให้อิสระในการทำงาน และเปิดใจ รับฟัง และเคารพความคิดเห็นจากทีมเขียนบทมากเท่าไร บทออริจินัลซีรีส์ก็จะมีความจริงแท้และประสบความสำเร็จมากเท่านั้น ในทางกลับกัน หากทางแพลตฟอร์มพยายามปรับหรือเปลี่ยนวัฒนธรรม/ความเชื่อบางอย่างเพื่อให้เนื้อเรื่องเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหญ่มากเกินไป ก็อาจส่งผลกระทบต่อแก่นเรื่องและความสมเหตุสมผลได้



การหาความสมดุลระหว่างทิศทางที่ควรจะเป็นและกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย จึงยังเป็นสิ่งที่แพลตฟอร์มและผู้เขียนบทต้องเรียนรู้และทดลองกันต่อไป

นอกจากองค์ประกอบข้างต้นที่กล่าวมาแล้ว ผลการศึกษาความสำเร็จของ Netflix Originals ยังพบว่า ออริจินัลซีรีส์ที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติต้องมีการเสนอค่านิยมที่เป็นวัฒนธรรมสากล (universal or relatable content) ที่ผู้ชมทั่วโลกสามารถเข้าใจและเชื่อมโยงได้ (Oh and Jang, 2020; Ohmae, 1989) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปแนวทางโลกาเทศาภิวัตน์ของการผลิตบทออริจินัลซีรีส์ของไทยได้ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 ขั้นตอนการพัฒนาบทออริจินัลซีรีส์ของไทยระหว่างแพลตฟอร์ม สตูดิโอ และผู้เขียนบท



การทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศจึงเป็นโอกาสให้ผู้เขียนบทไทยได้ประสบการณ์ใหม่ๆ จากการเรียนรู้และการทำงานแบบผสมผสานวัฒนธรรม และพัฒนาตัวเองไปอีกขั้น โดยสิ่งที่ต้องปรับตัวมีทั้งปัจจัยด้านบวกและด้านลบ ปัจจัยด้านบวกคือ การทำงานภายใต้มาตรฐานแบบสากล ทำให้ผู้เขียนบทได้รับประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างไปจาก

มาตรฐานแบบไทย เช่น การทำงานอย่างมีอาชีพและปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม การเซ็นสัญญาก่อนทำงาน การจ่ายค่าจ้างอย่างเป็นธรรมและตรงเวลา การทำงานภายใต้กติกาและเงื่อนไขที่สมเหตุสมผล ส่วนปัจจัยด้านลบ คือ การทำงานภายใต้การผสมผสานทางวัฒนธรรม และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ทำให้เกิดความกดดันในการสื่อสาร เนื่องจากไม่สามารถสื่อสารความคิดผ่านการพูดและการเขียนได้อย่างที่ต้องการ ผู้เขียนบทจึงต้องผลักดันและพัฒนาตัวเองเพื่อก้าวข้ามอุปสรรคด้านภาษาและการสื่อสาร สุดท้ายคือการมีเวลาที่จำกัดในการทำงานแต่ละชิ้น รวมถึงการทำงานร่วมกับทีมงานหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่คนละเขตเวลา ก็ทำให้ผู้เขียนบทต้องมีความยืดหยุ่นและประนีประนอมในการทำงานเพิ่มขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

(1) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาขั้นตอนการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของไทยในยุคเริ่มต้น (ปี 2561-2565) ซึ่งเป็นยุคที่ผู้อำนวยการฝ่ายคอนเทนต์ของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิงของต่างประเทศเป็นชาวต่างชาติ ก่อนหน้าที่จะมีการตั้งสาขาในประเทศไทย และแต่งตั้งโปรดิวเซอร์และผู้กำกับที่มีประสบการณ์ของไทยเป็นผู้อำนวยการฝ่ายคอนเทนต์ในประเทศไทย ดังนั้น สิ่งที่เคยเป็นปัญหาในการประชุมบทที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ภาษา และเขตเวลาก็อาจจะหมดไป งานวิจัยชิ้นนี้จึงน่าจะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจทำงานกับแพลตฟอร์มที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ เช่น Prime Video เป็นต้น

(2) เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ได้รวบรวมข้อมูลในช่วงที่แพลตฟอร์มหลายแห่งยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการทดลองและค้นหาแนวทางในการผลิตออริจินัลซีรีส์ร่วมกับผู้ผลิตชาวไทย ด้วยเหตุนี้จึงควรมีการศึกษาต่อยอดไปในยุคที่สอง ซึ่งเป็นยุคที่ผู้อำนวยการฝ่ายคอนเทนต์ของแต่ละแพลตฟอร์มเป็นชาวไทย

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- ภรภัทร รัตนกุสมภ์ (2562), *การสร้างสรรค์เนื้อหาและกระบวนการผลิตของผลงานภายใต้ Netflix Original ประเทศไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิโรจน์ สุทธิสีมา (2021), "ความเปลี่ยนแปลงของสื่อสตรีมมิ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย: มุมมองจากกลุ่มผู้สร้างและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง", *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 9(2): 104-120.

### ภาษาอังกฤษ

- Bloore, P. (2012), *The Screenplay Business: Managing Creativity and Script Development in the Film Industry*, Abingdon: Routledge.
- Brembilla P. and De Pascalis, I. (2018), *Reading Contemporary Serial Television Universes: A Narrative Ecosystem Framework*, New York: Routledge.
- Douglas, P. (2018), *Writing the TV Drama Series: How to Succeed as a Professional Writer in TV*, Studio City: Michael Wiese Productions.
- Ganuza, J. and Vieceus, M. (2014), "Over-the-top (OTT) Content: Implications and Best Response Strategies of Traditional Telecom Operators", *Evidence from Latin America*, 16(5): 59-69.
- Grace, Y. (2014), *Writing for Television: Series, Serials, and Soaps*, Harpenden: Kamera Books.
- Jang, W. and Song, J. (2017), "Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Glocalization", *Kritika Kultura*, 168-187.
- Landau, N. (2014), *The TV Showrunner's Roadmap*, Burlington: Focal Press.
- Oh, I. and Jang, W. (2020), "From Globalization to Glocalization: Configuring Korean Pop Culture to Meet Glocal Demands", *Culture and Empathy*, 3(1-2): 23-42.
- Park, E. (2017) "Why the Networks Can't Beat Netflix: Speculations on the US OTT Services Market", *Digital Policy, Regulation and Governance*, 19(1): 21-39.
- Ritzer, G. (2004), *The Globalization of Nothing*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Ryoo, W. (2009), "Globalization, or the Logic of Cultural Hybridization: The Case of the Korean Wave", *Asian Journal of Communication*, 19(2): 137-151.
- Scher, L. (2011), *Reading Screenplays: How to Analyze and Evaluate Film Scripts*, Harpenden: Kamera Book.

Sepiwall A. (2014), *Telerivoluzione. Da Twin Peaks a Breaking Bad, Come Leserie TV Hanno Cambiato Per Sempre la Televisione*, Milan: BUR.

Venis, L. (2013), *Inside the Room: Writing Television with the Pros at UCLA Extension Writers' Program*, New York: The Penguin Group.

## สื่อออนไลน์

ผู้จัดการออนไลน์ (2563), “เอเชียชอบดู! Netflix ไทยรายได้เพิ่ม 3 เท่าตัวใน 2 ปี”, สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9630000007067>

E-Commerce (2564), “ใช้บริการ VDO Streaming ยังไงให้ Secure”, สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564 จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Articles/e-Commerce/VDO-Streaming.aspx>

Frater, P. (2017), “For Netflix, Local Content Is King in Asia”, *Variety*, 16 October, retrieved 10 January 2021 from <https://variety.com/2017/tv/markets-festivals/for-netflix-local-content-is-king-in-asia-1202588618/>

Hadida, A. et al. (2020), “Hollywood Studio Filmmaking in the Age of Netflix: A Tale of Two Institutional Logics”, *Journal of Cultural Economics*, retrieved 15 December 2020 from <https://doi.org/10.1007/s10824-020-09379-z>

Hadjat, A. (2020), “Streaming Giants: The Global Growth of OTT Subscription Video On-Demand Services”, retrieved 15 December 2020 from <https://www.intertrust.com/blog/streaming-giants-the-global-growth-of-ott-subscription-video-on-demand-services/>

Halton, C. (2021), Over the Top (OTT), retrieved 15 December 2020 from <https://www.investopedia.com/terms/o/over-top.asp>

Infoquest (2564), “ภูมิทัศน์สื่อไทย 2564 Over-the-Top TV (OTT TV) ‘กระแสเลือกดาวนั้ัน OTT TV เติบโตต่อเนื่อง’”, สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2564 จาก <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2021>

Lotz, A. (2020), “Why is Competition the Wrong Frame for Understanding the Relationship between SVODs and Ad-Supported, Linear Television?”, retrieved 15 December 2020 from <http://www.amandalotz.com/netflix-30-qa/2020/6/29/q8-why-is-competition-the-wrong-frame-for-understanding-the-relationship-between-svods-and-ad-supported-linear-television>

Marketingoops! (2019), “‘Think Local for Global’ กลยุทธ์ ‘Netflix’ เพิ่มคอนเทนต์ท้องถิ่นจากทั่วโลก เร่งสปีดทั้งทางคู่แข่ง”. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564 จาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/netflix-think-local-for-global-strategy/?fbclid=IwAR2ypPDE4AhKOkRVbxbpAl8C1eCw95oosq8xSeSeElxy4ewebtWgBDy366jk>

- Ohmae, K. (1989), "Managing in a Borderless World", *Harvard Business Review*, May-June 1989, retrieved 20 February 2021 from <https://hbr.org/1989/05/managing-in-a-borderless-world?fbclid=IwAR0yjuNQkhkOcN3WipzKwvC63qjv9AL1VKi7pY7CW9gwRBCyJeTevjaH7Vk>
- Ramasoota, P. and Kitikamdhorn, A. (2021), "'The Netflix Effect' in Thailand: Industry and Regulatory Implications, Telecommunication Policy", retrieved 30 October 2021 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308596121000604?via%3Dihub>
- Techfeedthai (2022), "ผลสำรวจตลาดสตรีมมิ่งไทย: Netflix ครองเบอร์ 1 แต่ WeTV-Viu ตามติดด้วยคอนเทนต์เอเชีย", สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564 จาก <https://techfeedthai.com>
- Wayne, M. and Uribe Sandoval, A. (2021), "Netflix Original Series, Global Audiences and Discourses of Streaming Success", retrieved 10 January 2021 from <https://doi.org/10.1177/17496020211037259>
- Zhao, S. (2020), "Netflix Plans to Double Spending on Original Content in Asia", retrieved 15 December 2020 from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-12-01/netflix-plans-to-double-spending-on-original-content-in-asia>
- Zagalo, N. and Barker, A. (2006), "Television Drama Series' Incorporation of Film Narrative Innovation", retrieved 1 June 2022 from [https://www.researchgate.net/publication/327190224\\_Television\\_Drama\\_Series'\\_Incorporation\\_of\\_Film\\_Narrative\\_Innovation\\_24](https://www.researchgate.net/publication/327190224_Television_Drama_Series'_Incorporation_of_Film_Narrative_Innovation_24)

# ต้นแบบสื่อรับสมัครงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสรรหา และลดอัตราการลาออกของพนักงานผ่านกระบวนการคิด เชิงออกแบบ: การศึกษาธุรกิจสื่อโฆษณา

ศีล จิตต์มัน<sup>1</sup>

วิเชียร ลัทธิพงษ์พันธ์<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาต้นแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพการสรรหาและลดอัตราการลาออกของพนักงานในธุรกิจขนาดย่อมผ่านแนวคิดเชิงออกแบบ และศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกใช้ข้อมูลสำหรับผลิตสื่อโฆษณาเพื่อสรรหาพนักงานในธุรกิจขนาดย่อม โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 8 คน ที่ทำงานในตำแหน่งฝ่ายบุคคลหรือเกี่ยวข้องกับการคัดสรรบุคคลเข้าในธุรกิจสื่อโฆษณา ผลการวิจัยพบว่า (1) ต้นแบบสื่อรับสมัครงานควรเป็นลักษณะสื่อแบบรูปภาพและข้อความ ใช้สื่อสารควบคู่กันเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร (2) องค์ประกอบของต้นแบบสื่อรับสมัครงานในส่วนของรูปภาพควรมีองค์ประกอบดังนี้ ชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร รายละเอียดตำแหน่งงาน 3 ข้อหลัก วัฒนธรรมองค์กร รายละเอียดองค์กร (3) องค์ประกอบของต้นแบบสื่อรับสมัครงานในส่วนของข้อความ ควรมีองค์ประกอบดังนี้ ชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร รายละเอียดตำแหน่งงาน คุณสมบัติของผู้สมัคร ทศนคติของผู้สมัคร รายละเอียดองค์กร วัฒนธรรมองค์กร สวัสดิการองค์กร นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เสนอ

\* วันที่รับบทความ 29 กรกฎาคม 2565; วันที่แก้ไขบทความ 22 กันยายน 2565; วันที่ตอบรับบทความ 10 ตุลาคม 2565

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรมการ คณะนิติศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะนิติศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ต้นแบบที่ครอบคลุมสำหรับเพิ่มความสามารถในกระบวนการสรรหาพนักงาน (prototype) และต้นแบบสื่อรับสมัครงานที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้ในการประกาศรับสมัครพนักงานในองค์กรธุรกิจ สื่อโฆษณาต่อไป

**คำสำคัญ:** การสื่อสารรับสมัครงาน ต้นแบบสื่อรับสมัครงาน ลดอัตราการลาออก แนวคิดเชิงออกแบบ ธุรกิจสื่อโฆษณา

# The Prototype of Job Recruitment Advertisement for Maximizing Recruiting Efficiency and Reducing the Turnover Rate: A Study of Advertising Media Business

Seel Jitman<sup>3</sup> and Wichian Lattipongpun<sup>4</sup>

## Abstract

The purposes of this research aimed at developing content and recruitment process using design thinking as a basis and to studying the factors affecting the selection of information for a production of advertising media for recruiting personnel using a qualitative research model. The study was conducted on a group of 8 interviewees who were required to work in an HR position or be involved in recruiting people into the advertising media business. The results showed that (1) The key elements in communicating a job announcement are job description and attitude. (2) The most important step in the selection process is the job description discussion step. (3) The objective of the organization has a significant impact on content selection concerning recruiting and selecting personnel with knowledge and abilities for the organization. Therefore, the researchers have proposed a model of the recruitment process called the Maximizing Competency Framework for Job Recruitment Process (Prototype) and a communication model

---

<sup>3</sup> MA student in the Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration (NIDA)

<sup>4</sup> Assistant Professor in the Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration (NIDA)



for job postings called The Right Job for the Right-Minded Employees Advertisement Prototype for those involved to apply in the announcement and recruitment of employees in advertising media companies.

**Keywords:** job recruitment communication, advertising job recruitment prototype, reducing the turnover rate, design thinking, advertising media business

## บทนำ: ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่ช่วงปี 2564 ที่สถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทยเริ่มคลี่คลาย เศรษฐกิจเริ่มฟื้น (แม้จะยังมีการระบอบต่อไปก็ตาม) คนมีพฤติกรรมการลาออกจากงานกันมากขึ้นเพื่อไปหางานใหม่ ทำให้เกิดปรากฏการณ์การลาออกจากงานประจำอย่างแพร่หลาย (great resignation) โดยเป็นผลกระทบจากปัจจัยดังนี้ (1) โควิดทำให้รูปแบบการทำงานของคนเปลี่ยนไป เช่น การทำงานที่บ้าน นั้นทำให้กลายเป็นวัฒนธรรมใหม่ คนเริ่มชินกับวัฒนธรรมนี้ และเริ่มมองหางานใหม่ที่ทำให้ความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น (2) ภาวะหมดไฟ (burnout) ซึ่งภาวะหมดไฟเกิดขึ้นจากการที่ไม่สามารถแบ่งเวลาทำงานกับเวลาพักผ่อนส่วนตัว หักโหมทำงานมากเกินไป เพราะหวังว่าประสิทธิภาพการทำงานจะดีขึ้น กลายเป็นมีแรงกดดันมากขึ้นจากการทำงานด้วยตัวเอง จนนำมาสู่ความเครียด นอนไม่หลับ ส่งผลเสียต่อสุขภาพ เบื่อหน่าย และอยากลาออกในที่สุดนั่นเอง (กนกวรรณ มากเมฆ, 2564) ซึ่งสามารถพบได้ในบริบทขององค์กรสื่อโฆษณาที่เป็นธุรกิจขนาดย่อม

สำหรับในธุรกิจสื่อโฆษณาก็ได้รับผลกระทบในข้อนี้ ด้วยเหตุผลที่ว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่มีการตัดสินใจลาออกค่อนข้างง่าย และไม่สนใจว่ามีงานใหม่มารองรับหรือไม่ เพราะด้วยอายุน้อยทำให้ไม่มีภาระที่ผูกพัน (กุลประภา บุญโต, ม.ป.ป.) ทำให้องค์กรเกิดปัญหาช่องว่างทางความสามารถ (talent gap) เป็นปัญหาใหญ่ในปัจจุบัน โดยองค์กรพยายามแก้ปัญหาโดยการจ้างและฝึกฝนผู้สมัครที่ไม่มีความรู้หรือทักษะเกี่ยวกับตำแหน่ง ทำให้ต้องใช้เวลาและความพยายามอย่างมากในการฝึกฝน (Manatal, ม.ป.ป.) ดังนั้น การรับสมัครงานในช่วงโควิด-19 เกิดความยากลำบากที่คัดสรรพนักงานที่มีความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งเข้ามาทำงานในทันที เพื่อลดระยะเวลาและความเสี่ยงจากกระบวนการรับสมัครพนักงาน

จากการสำรวจของ We Are Rosie Survey โดย Bain (2021) ที่ได้ทำการศึกษาอัตราการลาออกในธุรกิจสื่อโฆษณาจำนวน 423 คน ผลการสำรวจพบว่า หลังจากวิกฤติโควิด-19 ทำให้มีการทำงานที่บ้านมากขึ้น และยังไม่มีความต้องการ

ที่จะกลับไปทำงานที่องค์กร และมี 63% ของผู้สำรวจที่ได้วางแผนจะเปลี่ยนงาน โดยได้วางแผนที่จะไปทำในบริษัทที่มีการจ้างคนในทำงานกันเอง (inhouse) มากกว่าที่จะเปลี่ยนงานไปบริษัทธุรกิจโฆษณา

จากงานวิจัยของ สุพิศา ผลทรัพย์ และอัศวิน ปสุธรรม (ม.ป.ป) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางแก้ไขปัญหาการลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการที่มี แนวโน้มเพิ่มขึ้น กรณีศึกษาขององค์กรเทรดดิ้งแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยในงานวิจัยเน้นการศึกษาในแง่มุมมองของการบริหารจัดการงานบุคคล และ วัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางที่จะสามารถลดอัตราการลาออกของพนักงาน ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยพบว่า การทำงานหนักและการเปลี่ยนแผนงาน บ่อยคือสาเหตุการลาออกของพนักงาน เช่น การทำงานล่วงเวลาไม่ได้เป็นการ ทำงานตามรูปแบบที่ควรจะเป็น ส่งผลให้พนักงานเกิดความเครียดและตัดสินใจ ลาออก และในงานวิจัยต่างประเทศของ Vetráková, M. et al. (2018) ศึกษา เรื่องความยั่งยืนขององค์กรในกระบวนการสรรหาพนักงานผ่านการสื่อสารของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้นำเสนอมุมมองของผู้เชี่ยวชาญในประเทศ และต่างประเทศเกี่ยวกับการรับสมัครพนักงานโดยใช้เครือข่ายสังคมไว้ว่า องค์กร ที่มีส่วนแบ่งทุนจากต่างประเทศใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อนำเสนองาน และรับข้อมูล เกี่ยวกับผู้หางานผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และในประเทศสโลวาเกีย มีการ ใช้กระบวนการสรรหาบุคลากร โดยมีบทบาทของผู้จัดการในการตัดสินใจเลือก พนักงาน และเนื่องจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนี้ง่ายต่อการนำไปใช้ในทาง ปฏิบัติ เนื่องจากองค์กรสามารถนำเสนอตนเองและรับข้อมูลเกี่ยวกับผู้หางานที่ มีศักยภาพ ความสำเร็จของกระบวนการสรรหาพนักงานจะเพิ่มขึ้นหากการรับรู้ ของสาธารณชนเกี่ยวกับนายจ้างเป็นไปในเชิงบวก ซึ่งในงานวิจัยเน้นการศึกษา ในแง่มุมมองการเลือกใช้สื่อเพื่อสื่อสารประกาศรับสมัครงาน

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่า มีการศึกษาในแง่มุมมองของการ บริหารจัดการงานบุคคลและการเลือกใช้สื่อเพื่อประกาศรับสมัครงาน แต่ยังไม่มีการ ศึกษาในมิติของเนื้อหาที่ใช้ในการทำสื่อประกาศรับสมัครงาน ประกอบกับ การเกิดขึ้นของปรากฏการณ์การลาออกจากงานประจำอย่างแพร่หลายที่กระทบ

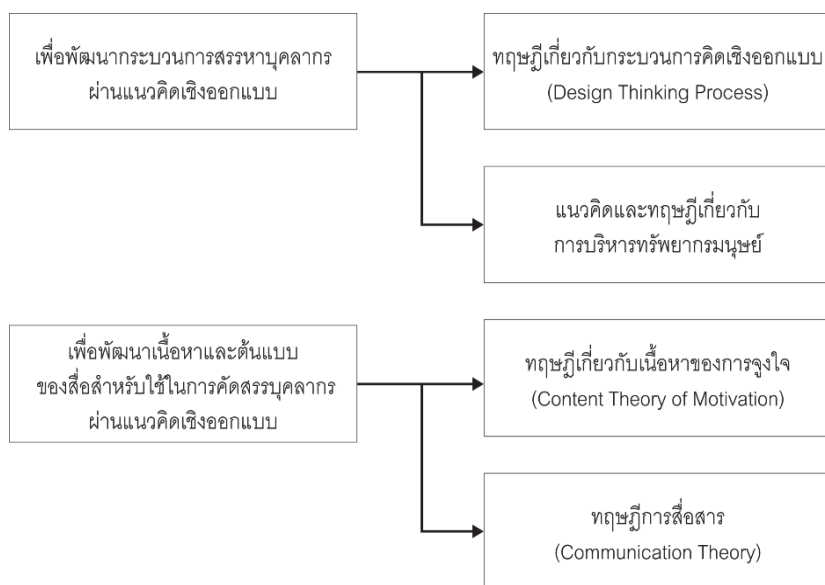
กับธุรกิจสื่อโฆษณา ทำให้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในมิติของการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารเพื่อการสรรหาและลดอัตราการลาออกของพนักงานในธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งยังไม่มีปรากฏในงานวิจัยที่ผ่านมา โดยเฉพาะในธุรกิจสื่อโฆษณา

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาระบวนการสรรหาพนักงานในธุรกิจสื่อโฆษณาผ่านแนวคิดเชิงออกแบบ
2. เพื่อศึกษาพัฒนาเนื้อหาและต้นแบบของสื่อสำหรับใช้ในกระบวนการคัดสรรพนักงานในธุรกิจสื่อโฆษณา

## กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## ทบทวนวรรณกรรม: ความสำคัญของพนักงานต้อนรับ

ในการสื่อสาร สำหรับบทบาทของฝ่ายบุคคลขององค์กร (senders) นั้นมีความสำคัญโดยเฉพาะในแง่ของการสื่อสารภายนอกเพื่อคัดสรรบุคคล (prospective employees/receivers) ที่องค์กรต้องการเพื่อนำมาร่วมปฏิบัติงานภายในองค์กร ซึ่งเป็นการทำงานที่มีหลายภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกัน ไม่ใช่เพียงฝ่ายบุคคลฝ่ายเดียว โดยกลุ่มคนที่มีส่วนร่วมในการคัดสรรควรเป็นเจ้าขององค์กร หรือผู้จัดการ (executives/gatekeepers) เพื่อร่วมกันใช้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ในการทำงาน นำมาสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่ตรงกับความต้องการขององค์กร ดังปรากฏในงานวิจัยของธนากรพาณิชย์แห่งหนึ่ง โดย ศศิวิมล ภิวัฒน์ (2560) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานมีนัยสำคัญต่อองค์กร ในด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยผู้ว่าจ้างหรือหัวหน้างาน เพราะว่าธนากรมีกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานและคุณสมบัติของพนักงาน ตามเงื่อนไขของลักษณะงานที่ว่าจ้าง เพื่อใช้ผลจากการปฏิบัติงานเป็นเกณฑ์ในการเพิ่มค่าตอบแทนหรือการเลื่อนตำแหน่ง และส่งผลให้พนักงานรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานเพื่อนำไปปรับปรุงให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนา และชาญชัย ปัญญาพัฒน์ศักดิ์ดา (2561) ได้เสนอแนะถึงมิติของการที่องค์กรควรให้ความสำคัญของทรัพยากรบุคคล เมื่อได้พ้นสภาพการเป็นพนักงานไปแล้วไว้ว่า ควรมีการเสริมกระบวนการที่จะต้องหาวิธีการที่ทำให้พนักงานในองค์กรสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขต่อไปได้ เมื่อต้องพ้นจากการปฏิบัติงานด้วยสาเหตุต่างๆ เช่น ทุพพลภาพ เกษียณอายุ หรือเหตุอื่นๆ

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันนั้น ได้มีแนวคิดที่หลากหลายด้วยรูปแบบของการทำงานที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน ซึ่งจากอดีตจะมองว่า พนักงานในองค์กรนั้นเป็นแรงงานหนึ่งที่ขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมาย แต่ได้เปลี่ยนมุมมองต่อพนักงานว่าเป็นสินทรัพย์ขององค์กรที่มีสภาพเป็นทุนมนุษย์ (human capital) ซึ่งเป็นแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่มองว่า ทุนไม่ใช่เงินอย่างเดียว ซึ่งทุนมนุษย์ทำให้องค์กรมองพนักงานมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น เช่น ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์

เทคโนโลยี และทักษะที่แฝงอยู่ในบุคคล และแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับจากภาครัฐและเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เกียรติ บุญโย (2562) ที่ได้กล่าวถึงปรัชญาของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ไว้ว่า เป็นแนวทางการบริหารคล้ายคลึงกับแนวทางเดิม แต่มีจุดมุ่งเน้นที่ต่างกัน และมองบุคคลว่าเป็นสินทรัพย์ขององค์กรที่มีสภาพเป็นทุน และในแต่ละคนก็มีคุณค่าในตัวเอง ได้แก่ เทคโนโลยี ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และสมรรถนะที่แฝงอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ (1) เพื่อสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กร (recruitment and selection) (2) เพื่อใช้คนในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (utilization) (3) เพื่อรักษาบุคคลที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรนานๆ (maintenance) (4) เพื่อพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถ (development) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล ภิวัฒน์ (2560) ที่กล่าวว่า พนักงานที่มีคุณภาพจะดำเนินการตามแผนปฏิบัติการตามแนวทางที่ผู้นำระดับสูงวางไว้ให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ซึ่งได้สนับสนุนในเหตุผลข้อนี้ กล่าวคือ พนักงานที่มีคุณภาพในความหมายนี้คือ พนักงานที่มีคุณสมบัติ ทักษะ และวัฒนธรรมองค์กรตรงกับองค์กร จะช่วยผลจากการดำเนินงานนั้นมีประสิทธิภาพต่อองค์กร และยังมีอีกแนวคิดหนึ่งของ ศศิวิมล ภิวัฒน์ (อ้างถึงใน เกียรติ บุญโย, 2562) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ทางสังคม (societal objective) เพื่อให้เกิดจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความต้องการและท้าทายของสังคม (2) วัตถุประสงค์ทางองค์กร (organizational objective) เพื่อตระหนักว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ยังคงมีอยู่ที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กร (3) วัตถุประสงค์ด้านหน้าที่ (functional objective) เพื่อรักษาไว้ซึ่งการทำประโยชน์ของหน่วยงานในระดับที่เหมาะสมกับความต้องการขององค์กร (4) วัตถุประสงค์ทางด้านบุคคล (personal objective) เพื่อช่วยให้พนักงานบรรลุเป้าหมายส่วนบุคคล

ในการบริหารพนักงานที่เข้ามาในองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น เป็นเป้าหมายวัตถุประสงค์หลักขององค์กรเพื่อให้เกิดงานที่มีประสิทธิภาพ

สูงสุด และส่งผลให้องค์กรขับเคลื่อนได้ ดังนั้นจึงมีการจูงใจพนักงานด้วยวิธีอื่น นอกเหนือจากเงินรางวัลและสวัสดิการที่ส่งผลในระยะสั้น เช่น ความสำเร็จในการทำงานหรือการที่พนักงานได้ใช้ทักษะของตนเองอย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McClelland (cited in Vetráková, et al., 2018) ที่ได้กล่าวว่า การจูงใจของพนักงานที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จไม่ได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของตน ซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงานหมายถึงความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อตนทำอะไรสำเร็จได้ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไปในอนาคต และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล ภิวัฒน์ (2560) ที่กล่าวว่า พนักงานที่มีคุณภาพจะดำเนินการตามแผนปฏิบัติการตามแนวทางที่ผู้นำระดับสูงวางไว้ให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ซึ่งได้สนับสนุนในเหตุผลข้อนี้คือ พนักงานที่คุณภาพในความหมายนี้คือ พนักงานที่มีคุณสมบัติ ทักษะ และวัฒนธรรมองค์กรตรงกับองค์กร จะช่วยผลจากการทำงานมีประสิทธิภาพต่อองค์กร และสอดคล้องกับแนวคิดของ ธีทัต ตริศิริโชติ (2564) ได้กล่าวว่า การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมนุษย์ (direction of human resource) คือ การกักในการใช้พนักงานเพื่อให้พนักงานที่มีอยู่ได้มีโอกาสใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดต่อตนเองและองค์กร การใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้ทำงานตามที่ต้องการนั้นต้องอาศัยกระบวนการ เช่น การบรรจุแต่งตั้ง การปฐมนิเทศ และการทดลองงาน การสร้างแรงจูงใจ การสร้างทีมงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมและพัฒนา

## การสื่อสารรับสมัครงาน

*มิติของผู้ส่งสาร (senders)* การสื่อสารรับสมัครงานเป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์หลักในการให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่พึงประสงค์ ผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ได้ผู้สนใจสมัครมาทำการสัมภาษณ์ตามขั้นตอน และคัดเลือกเพื่อรับพนักงานเข้ามาในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการแทนที่พนักงานที่

ลาออก หรือเป็นการทำงานในตำแหน่งใหม่ขององค์กร โดยการสื่อสารเป็นการจูงใจ “บุคคลกลุ่มเป้าหมาย” (prospective employees/receivers) ให้สนใจเข้ามาสมัครงานกับองค์กร โดย “บุคคลกลุ่มเป้าหมาย” เป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และคุณสมบัติตามที่องค์กรต้องการ ดังที่ ฌ็อง-ฌัก เซอร์นันทน์ (2545) ได้กล่าวว่า การสรรหาพนักงานจากภายนอกองค์กรมีผลดีต่อองค์กร ดังนี้ (1) สร้างความหลากหลายในการวิเคราะห์ โอกาส การแก้ปัญหา และการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ (2) สร้างโอกาสในการคัดเลือกพนักงานที่มีความเหมาะสมในแต่ละหน้าที่งาน (3) แก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนพนักงานภายในองค์กร ทั้งในด้านจำนวน คุณสมบัติ และเป้าหมายขององค์กรในการคิดสรร

มติของช่องทางการสื่อสาร (channels) ในปัจจุบันนั้นองค์กรที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มีการสื่อสารการรับสมัครงานผ่านช่องทางกลุ่มโซเชียลแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น เพราะสามารถเข้าถึงผู้หางานที่มีศักยภาพ และองค์กรสามารถนำเสนอตนเองได้หลากหลายรูปแบบ รวมถึงค่าใช้จ่ายที่ลดลง ซึ่งการที่องค์กรสามารถนำเสนอตนเองได้หลากหลายรูปแบบ ทำให้ควบคุมเนื้อหาที่สื่อสารออกไปได้ และเนื้อหาที่ดีก่อให้เกิดมุมมองเชิงบวกต่อนายจ้าง ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Vetráková, et al. (2018) ที่ได้ศึกษาความยั่งยืนขององค์กรในกระบวนการสรรหาพนักงานผ่านการสื่อสารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า องค์กรที่มีส่วนแบ่งทุนจากต่างประเทศมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเสนองานรวมถึงรับข้อมูลเกี่ยวกับผู้หางานผ่านช่องทางกลุ่มโซเชียลแพลตฟอร์ม และมีการใช้ในกระบวนการสรรหาพนักงาน โดยมีบทบาทของผู้จัดการในการตัดสินใจเลือก และรูปแบบการสื่อสารที่ใช้อินเทอร์เน็ตนั้น ง่ายต่อการนำไปใช้ในทางปฏิบัติ เนื่องจากองค์กรสามารถนำเสนอองค์กรและรับข้อมูลเกี่ยวกับผู้หางานที่มีศักยภาพ และความสำเร็จของกระบวนการสรรหาพนักงานจะเพิ่มขึ้น หากการรับรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับนายจ้างเป็นไปในเชิงบวก

มติของผู้รับสาร (receivers) ในการสื่อสารเพื่อคัดสรรพนักงาน เป็นการสื่อสารภายนอกองค์กร ผ่านช่องทางกลุ่มโซเชียลแพลตฟอร์มไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการหลากหลาย ซึ่งควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายใน



การสื่อสารให้ชัดเจน ดังที่ Schramm (cited in Vetráková, et al., 2018) กล่าวว่า การสื่อสารนั้นอาจมีบุคคลซึ่งไม่ใช่ผู้รับสารเป้าหมาย (non-intended receiver) แต่เผชิญได้รับสารนั้นโดยไม่เจตนา ซึ่งเท่ากับว่าผู้ส่งสารควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการสื่อสาร ที่จะส่งผลต่อการตอบสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ดังนั้นควรระลึกไว้เสมอว่า การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการสื่อสารจะส่งผลต่อการตอบสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสารและการกำหนดขอบเขตของผลสำเร็จผลกระทบและอิทธิพลที่มีต่อผู้รับสารและสังคมในภาพรวม

**มิติของเนื้อหาสาร (messages)** การสื่อสารรับสมัครงานมีเนื้อหาหลักที่มีนัยความเกี่ยวข้องกับความต้องการพื้นฐานของผู้รับสาร ที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาที่ชี้แจงถึงรายละเอียดภาระงาน ค่าตอบแทน และสวัสดิการจากการทำงานซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กลุ่มเป้าหมายนั้นให้ความสำคัญเพื่อนำไปตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานในชีวิตประจำวันของตนเอง Alderfer (อ้างถึงใน มัลลย์พรณ์ บัณฑิตพร, 2560) กล่าวว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (existence needs [E]) เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุด และมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุด ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกาย บวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง ตามทฤษฎีของ Maslow องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนหรือสวัสดิการขั้นพื้นฐานที่เป็นธรรม รวมถึงการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

### สาเหตุของการสื่อสารรับสมัครงานในธุรกิจสื่อโฆษณา

ในกรณีของปรากฏการณ์การลาออกจากงานประจำอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน การลาออกคือ การที่องค์กรสิ้นสุดการว่าจ้างพนักงาน ซึ่งเป็นผลทำให้พนักงานต้องออกจากองค์กรไปด้วย และในขณะเดียวกัน ก็จะมีการว่าจ้างพนักงานคนใหม่เข้ามาทดแทน ซึ่ง Sayles and Strauss (1977 อ้างถึงใน ณัฐวิพันธุ์ เชรนนันท์, 2545) กล่าวว่า การลาออกนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

คือ การลาออกโดยสมัครใจ และการลาออกโดยไม่สมัครใจ ซึ่ง Mobley (1982 อ้างถึงใน ญัฐพันธ์ เจริญนัธ, 2545) กล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการลาออกออกจากงานคือ การที่พนักงานมีทัศนคติไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในองค์กร หรือมีความไม่พอใจในองค์กร ซึ่ง สุทิศา ผลทรัพย์ และอัศวิน ปสุธรรม (ม.ป.ป) ได้นำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาการลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นได้ 3 แนวทาง ดังนี้ แนวทางที่ 1 คือ ส่งเสริมการเป็นผู้นำ โดยการสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำ แนวทางที่ 2 คือ พัฒนาระบบการประเมินผลงาน เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระบบ และแนวทางที่ 3 คือ การฝึกอบรม ซึ่งจะช่วยเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงพฤติกรรม และทัศนคติของพนักงานให้สอดคล้องกับทิศทางองค์กร และจะช่วยแก้ปัญหาการลาออกของพนักงานในระยะยาวได้

อนึ่ง ในธุรกิจสื่อโฆษณาก็ได้รับผลกระทบในปรากฏการณ์นี้ด้วยเช่นกัน ซึ่งธุรกิจสื่อโฆษณานั้นเป็นธุรกิจบริการวางแผนและผลิตสื่อโฆษณา และมีหน้าที่หลักในเรื่องของการลงสื่อ ความสำเร็จของสื่อ ช่องทางของสื่อ การประเมินผล รวมถึงการสร้างสรรคและผลิตเนื้อหา (content creation and production) ซึ่งเป็นการกำหนดขอบข่ายมากกว่าแค่การบริหารจัดการการใช้สื่อเท่านั้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการและบริหารจัดการการใช้สื่อโฆษณาตรงตามวัตถุประสงค์ของลูกค้าขององค์กร อย่างไรก็ตาม โดยปกติธุรกิจสื่อโฆษณาและองค์กรตัวแทนสร้างสรรค์โฆษณา (creative agency) ต้องทำงานร่วมกันโดยอยู่ด้วยกัน แต่จะทำงานควบคู่กันไปโดยที่ธุรกิจสื่อโฆษณาไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรตัวแทนสร้างสรรค์โฆษณาดังเช่นในอดีต สอดคล้องกับ อักษิภา อักษรศิลป์ (2563) ที่กล่าวว่า ธุรกิจสื่อโฆษณาบางแห่งมีการให้บริการแค่บริการใดบริการหนึ่ง หรือให้บริการทั้งสองบริการ เพราะในการทำการตลาดบนช่องทางต่างๆ จำเป็นต้องทำควบคู่กัน ไปทั้งด้านครีเอทีฟ (creative) และด้านมีเดีย (media) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น ควรเริ่มตั้งแต่ทีมครีเอทีฟคิด วิเคราะห์ และสร้างสรรค์ไอเดีย และนำมาส่งต่อให้ทีมมีเดียบริหารช่องทางหรือแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตั้ง KPI พร้อมวางแผน

การงบประมาณในการซื้อสื่อโฆษณาบนช่องทางหรือแพลตฟอร์มนั้นๆ รวมถึงคอยติดตามรายงานผล วิเคราะห์ผล และวัดผลอย่างชัดเจนด้วย

ด้วยภาระหน้าที่ของพนักงานในธุรกิจสื่อโฆษณา จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดพนักงานลาออกด้วยภาวะการทำงานที่มากกว่าเดิม ดังที่ อรพิน การะกุล (2557) พบว่า ปัจจัยด้านหัวหน้างานและลักษณะงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานในองค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ดีความได้ว่า การที่พนักงานได้รับมอบหมายงานที่สอดคล้องกับลักษณะพนักงาน ปริมาณงานที่ได้รับมีความเหมาะสม มีอิสระในการเลือกปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมให้คำปรึกษาโดยหัวหน้างาน การที่หัวหน้ากระจายงานเหมาะสม และเปิดโอกาสให้ร่วมตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็น เป็นปัจจัยที่สามารถลดอัตราการลาออกได้

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดนี้ แสดงให้เห็นได้ว่า มีการศึกษาถึงความสำคัญของบุคลากรต่อองค์กร (senders and receivers) และสาเหตุของการลาออก (causes/messages) ที่เป็นเหตุให้ต้องมีการสื่อสารเปิดรับสมัครงาน แต่ยังไม่มีการศึกษาในมิติของตัวสื่อ (channels) และเนื้อหา (messages) ในสื่อที่ใช้ประกาศรับสมัครงาน โดยเฉพาะในมิติของธุรกิจสื่อโฆษณา ซึ่งทำให้นำไปสู่วัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ (1) เพื่อพัฒนาเนื้อหาและต้นแบบของสื่อสำหรับใช้ในการคัดสรรพนักงานผ่านแนวคิดเชิงออกแบบ (2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางด้านเนื้อหาที่มีผลต่อการเลือกใช้ข้อมูลสำหรับผลิตสื่อโฆษณาเพื่อการสรรหาพนักงานในธุรกิจสื่อโฆษณา

## ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเชิงการออกแบบ (design thinking) ที่เป็นกระบวนการศึกษาเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ในการดำเนินงานวิจัย ซึ่งเป็นกระบวนการคิดที่เป็นระบบและตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเก็บข้อมูลที่มีความสำคัญที่ปัญหาของบุคคลหรือกลุ่มที่เป็นเจ้าของปัญหานั้นๆ (user-centric approach) ภายใต้บริบทเฉพาะหนึ่งๆ

การคิดเชิงออกแบบยังช่วยนักแก้ไขปัญหามีเจตคติ (mindset) ในการมองปรากฏการณ์ต่างๆ ได้ทะลุถึงสาเหตุของปัญหา (pain point) ที่เกิดขึ้นแบบองค์รวม (holistic view) ก่อนการคิดสร้างสรรค์แล้วนำเสนอทางออก (solution) เพื่อแก้ปัญหานั้นๆ (Lawson, 2012) ดังที่ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ และปณทริการวิกุล (2564) ได้กล่าวว่า นักสื่อสาร (communicators) คือนักออกแบบแขนงหนึ่ง (designers) ที่สามารถประยุกต์แนวคิดการออกแบบมาใช้ในการศึกษาทำความเข้าใจ (empathize and define) ถึงประเด็นที่ศึกษา จากนั้นชี้ถึงปัญหาแล้วนำเสนอทางออก ผ่านมิติของการออกแบบเนื้อหาและสื่อกลางในรูปแบบต่างๆ และสามารถนำสื่อที่ผลิตขึ้นนั้นไปประเมินประสิทธิภาพ (test) ฉะนั้นแนวคิดเชิงออกแบบจึงสามารถประยุกต์ใช้ในงานวิจัยการสื่อสารได้เช่นกัน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเพื่อทำความเข้าใจถึงปัญหา ด้วยการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ผ่านแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลแบบเจาะจง (specific sampling) จำนวน 8 คน ที่มีปัญหาหลักคล้ายคลึงกัน มีเกณฑ์ดังนี้ (1) ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องมีวุฒิทางการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีและมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป (2) ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องทำงานในตำแหน่งฝ่ายบุคคลหรือเกี่ยวข้องกับการคัดสรรบุคคลเข้าในธุรกิจสื่อโฆษณา

นอกจากนั้น เพื่อทำความเข้าใจถึงประเด็น และชี้ให้เห็นถึงปัญหา ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (qualitative content analysis) ร่วมด้วยประกอบกรวิจัย เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในประกาศโฆษณาการรับสมัครงานในอดีตของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการวิเคราะห์รูปแบบนี้เป็นกรวิเคราะห์จากการศึกษาข้อมูล นำไปสู่บริบทหรือข้อเท็จจริงและแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงาน โดยรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลไม่ได้สนใจเพียงข้อความที่ปรากฏในเอกสาร (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555) แต่พยายามค้นหาและตีความหมายที่แฝงอยู่ในข้อความเหล่านั้น โดยพิจารณา เนื้อหาจากข้อความที่เป็นเนื้อหาหลัก ข้อมูล หรือบริบทที่เป็นเนื้อหาแฝงรวมไปถึงแหล่งที่เผยแพร่ข้อมูลซึ่งอาจส่งผลให้การส่งต่อข้อมูลเป็นไปตามจุดมุ่งหมาย (Mayring, 2000) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ด้วยตารางข้อมูล (coding sheet) ที่จำแนกด้วย

(1) รูปแบบการนำเสนอ (2) ตำแหน่งงาน (3) คำอธิบายตำแหน่งงาน (4) องค์กรที่เปิดรับสมัคร โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เริ่มวันที่ 1 มกราคม 2565 และสิ้นสุดวันที่ 31 พฤษภาคม 2565 อันประกอบไปด้วยสื่อประกาศรับสมัครงานจำนวนทั้งสิ้น 48 ชุดข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยด้านล่างนี้

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างและสื่อประกาศรับสมัครงาน แบ่งตามวัตถุประสงค์เป็น 2 ส่วนดังนี้

### วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาระบบการสรรหาพนักงานในธุรกิจสื่อโฆษณาผ่านแนวคิดเชิงออกแบบ

ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเชิงออกแบบมาเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาเนื้อหา ประกอบไปด้วย 5 ระยะตามแนวทางของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ดังนี้

ระยะที่ 1 การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize) เกี่ยวกับองค์ประกอบเนื้อหาที่เลือกใช้และกระบวนการในคัดสรรพนักงาน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า องค์ประกอบของเนื้อหาที่ผู้ให้สัมภาษณ์ (interviewees) ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ “รายละเอียดในตำแหน่งงาน” (job description) และที่สำคัญ “ทัศนคติ” ที่เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร ถือเป็นเกณฑ์อันดับแรกในการคัดเลือกพนักงานขององค์กรส่วนใหญ่ที่ให้ความสำคัญ

ระยะที่ 2 การนิยามปัญหา (Define) ซึ่งเป็นกระบวนการวิเคราะห์เพื่อระบุถึงปัญหา ซึ่งผู้วิจัยสามารถระบุได้ถึงปัญหาสำคัญในการเลือกเนื้อหาและกระบวนการคัดสรรพนักงาน ดังนี้

ปัญหาที่ (1) ธุรกิจสื่อโฆษณาในธุรกิจระดับย่อมส่วนใหญ่ไม่มีแผนกหรือตำแหน่งฝ่ายบุคคล ทำให้ตำแหน่ง co-founder หรือเจ้าขององค์กรต้องทำหน้าที่นี้ด้วยตัวเอง และทำให้เสียทรัพยากรด้านเวลาเพื่อจัดการในส่วนอื่นที่สำคัญ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“เวลาในการทำค่อนข้างน้อย เพราะพนักงานที่ต้องการมีความ  
เร่งด่วน”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ E, 18 พฤษภาคม 2565)

“เมื่อมาทำการคัดสรรพนักงานเองจะทำให้ไม่มีเวลาไปจัดการ  
ส่วนอื่น เช่น เสียเวลาไปกับการนั่งอ่าน Resume ทั้งหมด”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ B, 11 พฤษภาคม 2565)

“เสียเวลากับการทำสื่อประกาศรับสมัครงานเอง แต่แก้ไขด้วยการ  
ทำครั้งเดียวและมีเปลี่ยนแปลงบ้างตามสถานการณ์ขององค์กร แต่จะไม่มี  
ความหลากหลาย”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ G, 20 พฤษภาคม 2565)

ปัญหาที่ (2) ข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการคัดสรรพนักงานทำให้  
ขั้นตอน เกณฑ์คัดเลือกพนักงานที่สำคัญถูกกลดทอนออกไป ส่งผลให้ได้พนักงาน  
ที่ไม่ตรงกับวัฒนธรรมองค์กร และเกิดการลาออกในที่สุด ดังความคิดเห็นของ  
ผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“และอีกปัญหาสำคัญคือการทำที่ต้องรีบรับสมัครพนักงานทำให้ขั้นตอน  
การคัดสรรมันหายไป”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ E, 18 พฤษภาคม 2565)

และปัญหาที่ (3) ข้อจำกัดด้านวัฒนธรรมการทำงานในธุรกิจสื่อโฆษณา  
และวัฒนธรรมองค์กร ที่มีลักษณะการทำงานกับลูกค้าที่เป็นองค์กร ทำให้มีความ  
กดดัน และเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีผลต่อการลาออก ทำให้พนักงานในองค์กร  
หมุนเวียนตลอดเวลา เป็นผลให้ต้องสรรหาพนักงานเพื่อเข้ามาทดแทนอย่าง  
รวดเร็ว ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ใช้เกณฑ์ด้านประสบการณ์ ดูว่าเคยทำงานในเอเจนซีมาก่อนหรือไม่ และหลังจากสัมภาษณ์ จะดูในเรื่องการรับมือความกดดันในการทำงานที่ต้อง คุยกับลูกค้า เพราะกำลังขยายองค์กรทำให้เกณฑ์ด้านประสบการณ์ในการทำงาน ด้านนี้ค่อนข้างสำคัญ”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ A, 10 พฤษภาคม 2565)

ระยะที่ 3 การระดมความคิด (Ideate) โดยเป็นการหาแนวทางในการ แก้ไขปัญหาที่ระบุได้ข้างต้น ซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางการสื่อสารเพื่อคัดสรร พนักงาน และลดอัตราการลาออกเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ (1) ควรมีการสื่อสาร “วัฒนธรรมองค์กร” ให้ชัดเจนผ่าน สื่อประกาศรับสมัครงาน ผ่านลักษณะการเขียนข้อความ รูปภาพที่แสดงถึง อัตลักษณ์องค์กร (corporate identity) เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะตรง หรือใกล้เคียงกับวัฒนธรรมขององค์กรมาสมัครกับทางองค์กร ดังความคิดเห็น ของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“สื่อประกาศรับสมัครงานที่ดีคือเห็นว่าองค์กรมีวัฒนธรรมองค์กร อย่างไร เพราะวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจนจะดึงดูดให้คนที่คิดคล้ายกันสมัครเข้ามา”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ B, 11 พฤษภาคม 2565)

“ประกาศรับสมัครพนักงานที่ดีควรมีรายละเอียดงานที่ชัดเจน งานวันต่อวันมีอะไรบ้าง และบอกความต้องการขององค์กรทั้งหมด และมีการบอก วัฒนธรรมขององค์กรเพื่อให้ผู้สมัครรับรู้ ว่า องค์กรต้องการคนลักษณะแบบไหน”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ D, 17 พฤษภาคม 2565)

แนวทางที่ (2) ควรมีการสื่อสาร “รายละเอียดตำแหน่งงาน” ให้ชัดเจน โดยรูปแบบควรอยู่ในรูปแบบหัวข้อที่สามารถอธิบายรายละเอียดงานในตำแหน่งได้

โดยสามารถสรุปเป็นรายงานเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่เห็นรับรู้ได้ว่า องค์กรกำลังต้องการรูปแบบงานแบบไหน โดยควรมีจำนวน 3 ถึง 5 หัวข้อหลักในสื่อประกาศรับสมัครงาน ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“สื่อประกาศรับสมัครงานที่ดีคือมีการใส่รายละเอียดงานที่เห็นเป็นรายงานได้ เพราะรายละเอียดงานที่ชัดเจนจะช่วยให้ได้คนที่มีความสามารถตรงกับที่เราอยากได้จริงๆ”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ B, 11 พฤษภาคม 2565)

“ประกาศรับสมัครพนักงานที่ดีควรมีรายละเอียดงานที่ชัดเจนงานวันต่อวันมีอะไรบ้าง และบอกความต้องการขององค์กรทั้งหมด”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ D, 17 พฤษภาคม 2565)

และแนวทางที่ (3) ควรมีกระบวนการประเมินความเร่งด่วนของตำแหน่งที่ต้องการ ตามประเภทของพนักงานดังนี้ พนักงานจ้างงานแบบสัญญาชั่วคราว และพนักงานประจำ ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารนั้นทำได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และลดอัตราการลาออกของพนักงานได้ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

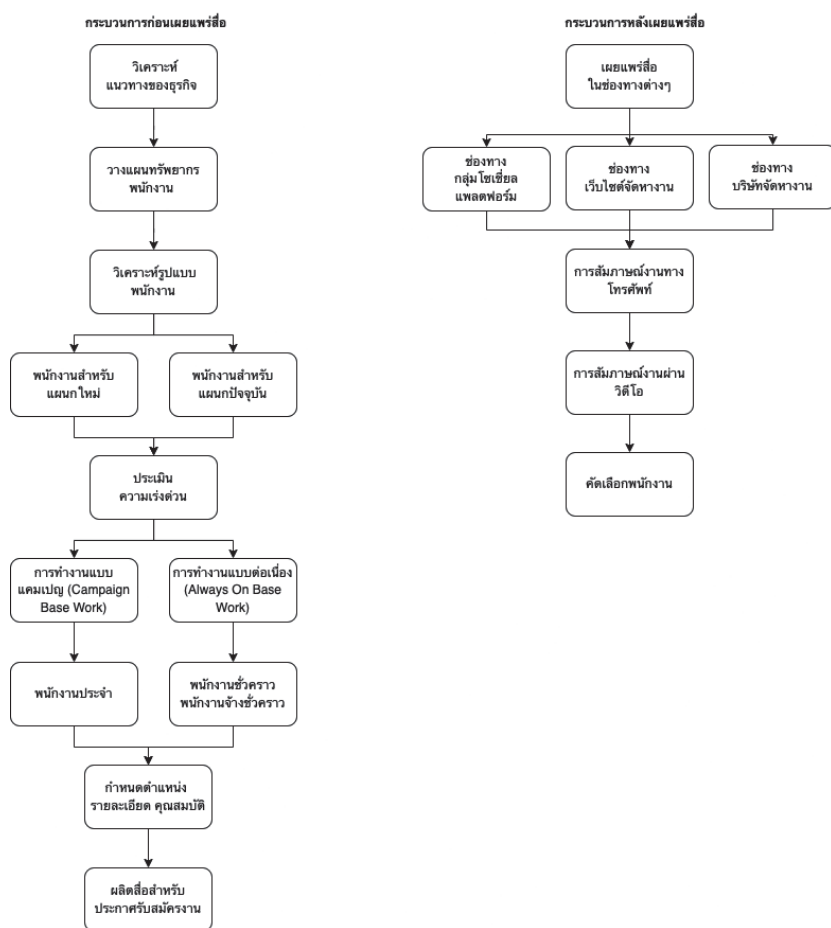
“องค์กรมีวิธีการประเมินความเร่งด่วนโดยวิเคราะห์จากงานที่เข้ามา ดังนี้ (1) Campaign Base Work ซึ่งจะเป็นงานที่มีระยะเวลาแน่นอน เช่น 2-3 เดือน ก็จะมองหา freelance เข้ามาช่วยงานในงานประเภทนี้ (2) Always on Base Work เป็นงานที่ต้องทำต่อเนื่องตลอดเวลา องค์กรก็จะมองหาคนที่เป็นพนักงานประจำมีระยะเวลาในการสรรหามากขึ้น และได้คนที่องค์กรต้องการ”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ G, 20 พฤษภาคม 2565)



ระยะที่ 4 ผู้วิจัยนำผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 ถึง 3 มาสร้างแบบจำลองเนื้อหา และกระบวนการคัดสรรพนักงานเพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงาน (prototype) ดังนี้

ภาพที่ 2 กรอบสำหรับกระบวนการสรรหาพนักงานที่มีประสิทธิภาพ (The Maximizing Competency Framework for Job Recruitment Process)



จากต้นแบบข้างต้น เป็นกรอบสำหรับเพิ่มความสามารถในกระบวนการสรรหาพนักงาน เป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบของผู้วิจัย ที่อิงอาศัยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์สื่อ ที่ใช้สื่อประกาศรับสมัครงานของกลุ่มตัวอย่างในการออกแบบนี้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหา ทั้งทางด้านการบริหารเวลาของเจ้าขององค์กร และแก้ปัญหาด้านระยะเวลาในการคัดสรรพนักงาน ทำในขั้นตอนที่สำคัญ คือ ขั้นตอนวิเคราะห์แนวทางธุรกิจ ขั้นตอนวางแผนทรัพยากรพนักงาน ขั้นตอนการวิเคราะห์รูปแบบพนักงานที่ต้องการเข้ามาว่าเป็นรูปแบบใด ถูกลดทอนออกไปด้วยข้อจำกัดด้านเวลาและหน้าทำงานของเจ้าขององค์กร โดยแบบจำลองนี้จะเพิ่มขั้นตอนการวิเคราะห์แนวทางธุรกิจและการวางแผนทรัพยากรเข้าไปในช่วงเริ่มต้น เพื่อให้เห็นภาพรวมว่าต้องใช้กลยุทธ์ในการสรรหาพนักงาน และทำให้เห็นได้ชัดเจนว่า แต่ละขั้นตอนมีฝ่ายใดที่มีส่วนเกี่ยวข้องอีกด้วย สำหรับในมิติขององค์กรธุรกิจสื่อโฆษณาจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการคัดสรรพนักงาน ในขั้นตอนวิเคราะห์แนวทางของธุรกิจและขั้นตอนวางแผนทรัพยากรพนักงาน ซึ่งสามารถช่วยวางแผนระยะยาวได้ว่า องค์กรจะดำเนินไปทิศทางใด และต้องการพนักงานที่มีคุณสมบัติใดบ้างเข้ามาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในระยะยาว และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการคัดสรรพนักงาน ซึ่งเป็นผลการวิจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการคัดสรรพนักงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข้อที่ 1 ส่วนผลการศึกษาในมิติของเนื้อหาและต้นแบบของสื่อมีรายละเอียดดังที่นำเสนอด้านล่างนี้

## วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพัฒนาเนื้อหาและต้นแบบของสื่อสำหรับใช้ในกระบวนการคัดสรรพนักงานในธุรกิจสื่อโฆษณา

จากข้อมูลสัมภาษณ์ ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากสื่อประกาศรับสมัครงานผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้ถึงองค์ประกอบทางเนื้อหา 7 ประการที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพในสื่อประกาศรับสมัครงาน ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร (Job Title) ซึ่งผู้วิจัยพบว่าองค์ประกอบด้านชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัครนั้นมีความสำคัญเป็นอันดับแรก

และเป็นพื้นฐานในสื่อประกาศรับสมัครงาน เพราะเป็นองค์ประกอบที่บ่งบอกกับผู้รับสารว่า จะสื่อสารกับใคร และผู้ที่ยากสื่อสารความสามารถอยู่ในระดับใด ซึ่งในธุรกิจสื่อโฆษณา ตำแหน่งที่สื่อสารค่อนข้างมีความเฉพาะเจาะจงมากกว่าทั่วไป ผู้วิจัยได้ทำการแยกองค์ประกอบของชื่อตำแหน่งดังนี้

(1) ระดับตำแหน่ง (Level) มีหน้าที่บอกถึงระดับของตำแหน่งโดยเกณฑ์วัดจากองค์ประกอบนี้คือ ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษามาจะพบว่า มี 4 ระดับ คือ เจ้าหน้าที่ระดับต้น (junior) เจ้าหน้าที่อาวุโส (senior) ผู้จัดการ (manager) กรรมการ (director)

(2) ชื่อตำแหน่ง (Position Name) มีหน้าที่บ่งบอกถึงลักษณะงานเบื้องต้น ซึ่งในธุรกิจสื่อโฆษณา ชื่อตำแหน่งบางตำแหน่งนั้นจะต่อด้วยลักษณะหน้าที่เจาะจง

ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“สื่อประกาศรับสมัครงานที่ดีควรมีชื่อตำแหน่งที่ชัดเจน เพราะชื่อตำแหน่งจะดึงดูดให้คนที่ทำในตำแหน่งนั้นอยู่แล้วเข้ามาสมัครกับองค์กร”

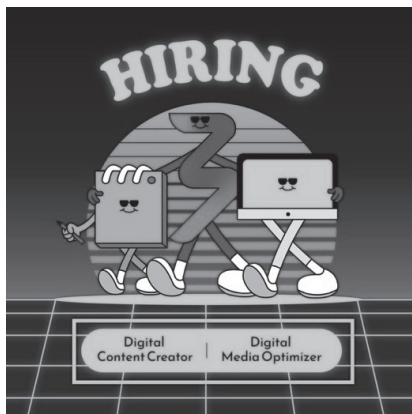
(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ E, 18 พฤษภาคม 2565)

“ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตจะไม่มี แต่จะมีในเชิงการสื่อสาร เพราะบางตำแหน่งที่ต้องการค่อนข้างหายาก บางทีอาจจะสื่อสารได้ไม่ตรงกลุ่มที่ต้องการในตำแหน่งที่เฉพาะทาง เช่น ตำแหน่ง media optimizer”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ F, 18 พฤษภาคม 2565)

และดังตัวอย่างสื่อประกาศรับสมัครงาน

ภาพที่ 3 ประกาศรับสมัครงานองค์กร F แสดงถึงองค์ประกอบตำแหน่งที่เจาะจง



องค์ประกอบที่ 2 รายละเอียดตำแหน่งงานผู้วิจัย พบว่า ลักษณะองค์ประกอบนี้มีความสำคัญต่อการประกาศรับสมัครงาน โดยควรอยู่ในรูปแบบหัวข้อที่สามารถอธิบายรายละเอียดงานในตำแหน่งได้ โดยสามารถสรุปเป็นรายงานเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่เห็นรับรู้ได้ว่า องค์กรกำลังต้องการรูปแบบงานแบบไหน โดยควรมีจำนวน 3 ถึง 5 หัวข้อหลักในประกาศรับสมัครงาน ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ประกาศรับสมัครบุคลากรที่ดีควรมีรายละเอียดงานที่ชัดเจน งานวันต่อวันมีอะไรบ้างและบอกความต้องการขององค์กรทั้งหมด และมีการบอกวัฒนธรรมขององค์กรเพื่อให้ผู้สมัครรับรู้ว่าองค์กรต้องการคนลักษณะแบบไหน”  
(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ D, 17 พฤษภาคม 2565)

## และดังตัวอย่างสื่อประกาศรับสมัครงาน

ภาพที่ 4 ประกาศรับสมัครงานองค์กร H แสดงถึงองค์ประกอบรายละเอียดของตำแหน่งงาน

บริษัท Native Jump (Digital Agency)  
เปิดรับสมัคร Digital Marketing 1 ตำแหน่ง

Job Responsibilities

- วางแผนสื่อ (Campaign Planning)
- ลงโฆษณา (Campaign Setup)
- วิเคราะห์พร้อมทำ Report (Campaign Report)

Requirements

- ประสบการณ์ 0-2 ปีในสายงาน advertising (ยินดีรับนักศึกษาจบใหม่ครับ)
- พัฒนาตัวเองอยู่เสมอปรับตัวไว
- มีความรับผิดชอบ
- สามารถสื่อสารและประสานงานภาษาอังกฤษได้
- คุ้นเคยกับตัวเลข และสามารถใช้ MS Excel หรือ Spreadsheet ได้
- มีความรู้ด้าน Online Media Platform เช่น Facebook, Google Ads, TikTok and etc. จะพิจารณาเป็นพิเศษครับ

องค์ประกอบที่ 3 คุณสมบัติของผู้สมัคร (Qualifications and Skills) เป็นองค์ประกอบที่ใช้สื่อสารในประกาศรับสมัครงาน ส่วนใหญ่นั้นผู้สัมภาษณ์จะไม่นิยามใส่ไว้ในรูปภาพ แต่จะใส่ไว้ในส่วนของข้อความหรือแคปชั่น (caption) ของประกาศรับสมัครงาน ผู้วิจัยสามารถแบ่งและจัดหมวดหมู่ได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

(1) ทักษะด้านวิชาชีพ (Hard Skill) คือ ทักษะที่มีความเกี่ยวข้องสอดคล้องกับตำแหน่งและรายละเอียดงาน ใส่ตั้งแต่ 3 ถึง 5 ทักษะหลักจำเป็นในตำแหน่งนั้น ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“จะเน้นหลักไปที่การหาคนมีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กร เพื่อให้ Man Hour ในองค์กรนั้นสมดุลกันยิ่งถ้าคนมีความรู้ความสามารถมาก จะทำให้ Man Hour ของบุคลากรเดิมที่อยู่ก่อนหน้านี้ลดลงไม่มากเกินไป”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ G, 20 พฤษภาคม 2565)

## และดังตัวอย่างสื่อประกาศรับสมัครงาน

ภาพที่ 5 ประกาศรับสมัครงานขององค์กร B แสดงถึงองค์ประกอบคุณสมบัติทักษะด้านวิชาชีพ

Cotactic Media - Digital Marketing Agency

13 April · 🌐

รับสมัคร #DigitalMediaBuyer เพิ่ม 1 คนสุดท้าย!

ประสบการณ์ 1 ปีขึ้นไป ใช้ Ads Manager คล่อง

เคยทำ Campaign ใน Facebook และ Google

### ✈ Responsibility:

- **Digital Media Buying & Strategic Optimization:** สร้างและบริหารแคมเปญใน Facebook Ads, Google Search Ads, Google GDN, Youtube ของลูกค้าให้บรรลุเป้าหมาย และแก้ไขปัญหาเวลาที่ Performance ของแคมเปญไม่ดี
- **Budget Optimization:** วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และใช้งบประมาณให้เกิดประสิทธิภาพตามจุดประสงค์ เช่น Brand Awareness, Lead Generation, Traffic, Sales
- **Digital Analysing & Reporting:** ทำ Digital Report เพื่ออัปเดตความคืบหน้ารายเดือน
- **Client Servicing:** ดูแลลูกค้า Check-in รับ Feedback ผลลัพธ์ฝั่งลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาแคมเปญของลูกค้าเหมือนเป็นทีม In-House Marketing และคอยอัปเดต Digital เทรนด์และแนวทางการทำ Marketing ใหม่ๆ ให้กับลูกค้า
- **Team Management:** ประสานงานกับทีม Graphic และ Content เพื่อทำ Ads ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และร่วมสร้างทีม Digital Strategist ไปด้วยกัน

(2) ทักษะทางสังคม (Soft Skill) คือ ทักษะที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรหรือกับลูกค้าขององค์กร มักใส่ต่อท้ายองค์ประกอบทักษะด้านวิชาชีพ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ตัวอย่างเช่น ตำแหน่ง AE (Account Executive) ที่เป็นคนประสานงานระหว่างลูกค้าและพนักงานองค์กร ก็ต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี และทักษะการประสานงานที่ราบรื่น”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ A, 10 พฤษภาคม 2565)

และดังตัวอย่างสื่อประกาศรับสมัครงาน

ภาพที่ 6 ประกาศรับสมัครงานองค์กร F แสดงถึงองค์ประกอบคุณสมบัติทักษะทางสังคม

Birthmark Agency มารับเพิ่มอีกแล้วจ้าเกินปุยมั้ยยยย

1.Account Executive

- ✖ รับบริพแก่ง ประสานงานเร็ด
- ✖ ละเอียด รอบคอบ
- ✖ พร้อมเรียนรู้งานใหม่ๆ
- ✖ เข้าใจลูกค้า
- ✖ วาง Timeline ดี
- ✖ วางแผนบัดเจ็ทได้
- ✖ เขียนได้ดี สื่อสารเข้าใจ ตรง Target ของลูกค้า
- ✖ มีความคิดสร้างสรรค์ อัปเดตเทรนด์ตลอดเวลา
- ✖ สามารถประสานงาน วางแผนได้

👉น้องจบใหม่ที่มีความสนใจสมัครมาได้เลยจ้า👈

(3) ประสบการณ์ทำงาน (Experience) ใสในประกาศรับสมัครงาน ประสบการณ์ทำงานจะเป็นคุณสมบัติที่มีความสอดคล้องกับระดับตำแหน่งงาน เฉพาะเจ้าหน้าที่ระดับต้น เจ้าหน้าที่อาวุโสและผู้จัดการเท่านั้น ประสบการณ์ทำงาน 0 ถึง 2 ปี จะอยู่ในหมวดหมู่ของระดับตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ระดับต้น และ ประสบการณ์ทำงานมากกว่า 3 ปีขึ้นไปจะอยู่ในหมวดหมู่ของระดับตำแหน่ง เจ้าหน้าที่อาวุโสและผู้จัดการ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“เกณฑ์คัดเลือกด้านประสบการณ์ในหลายๆ ตำแหน่ง ต้องการคนที่ม่ประสบการณ์ที่เข้ามาและสามารถทำงานได้เลย หรือเด็กจบใหม่ส่วนใหญ่ก็จะดู portfolio ของเขาว่า ทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยอะไรมาบ้าง”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ F, 18 พฤษภาคม 2565)

## และดังตัวอย่างสื่อประกาศรับสมัครงาน

ภาพที่ 7 ประกาศรับสมัครงานองค์กร H แสดงถึงองค์ประกอบประสบการณ์ทำงาน

บริษัท Native Jump (Digital Agency)

เปิดรับสมัคร Digital Marketing 1 ตำแหน่ง

Job Responsibilities

📌 วางแผนสื่อ (Campaign Planning)

📌 ลงโฆษณา (Campaign Setup)

📌 วิเคราะห์พร้อมทำ Report (Campaign Report)

Requirements

📌 ประสบการณ์ 0-2 ปีในสายงาน advertising (ยินดีรับนักศึกษาจบใหม่ครับ)

📌 พัฒนาตัวเองอยู่เสมอปรับตัวไว

📌 มีความรับผิดชอบ

องค์ประกอบที่ 4 ทักษะของผู้สมัคร (Attitude) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสารเพื่อให้สอดคล้องและแสดงถึงวัฒนธรรมขององค์กร ซึ่งองค์กรจะใส่องค์ประกอบนี้รวมไปกับทักษะและคุณสมบัติของผู้สมัคร และต่อท้ายในส่วนทักษะทางสังคม ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“เกณฑ์คัดเลือกด้าน ทักษะ มีความสำคัญเพราะมีผลกระทบกับสภาพแวดล้อมการทำงานในองค์กร”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ B, 11 พฤษภาคม 2565)

“เกณฑ์คัดเลือกด้านทักษะ เป็นเกณฑ์ที่สำคัญมาก เพราะในการทำงานไม่มีอะไรเป็นตามที่ต้องการ และการทำงานกับลูกค้าจะมีความต้องการหลากหลาย บางทีลูกค้าไม่เข้าใจ digital marketing หรือต้องให้ความรู้กับลูกค้าเพิ่มเติม ก็ต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือต่อเพื่อนร่วมงาน เพราะคนในองค์กรเอเจนซีมีความหลากหลายมากๆ”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ D, 17 พฤษภาคม 2565)



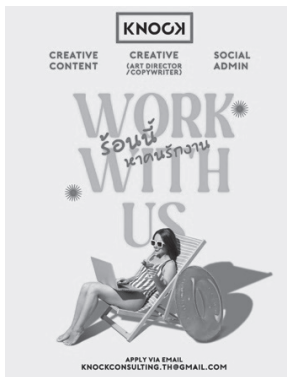
องค์ประกอบที่ 5 รายละเอียดองค์กร (Company Profile) คือ องค์ประกอบที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายนั้นรู้จัก และเข้าใจถึงประเภทรธุรกิจขององค์กรมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยสามารถจัดหมวดหมู่ขององค์ประกอบนี้ได้ 2 ประเภท ดังนี้ (1) ตราสัญลักษณ์หรือชื่อองค์กรสถานที่ตั้งองค์กร และ (2) ช่องทางการติดต่อ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“เป็นประกาศสมัครงานที่เน้นโลโก้และชื่อขององค์กรให้เด่นชัด และมีรายละเอียดงานที่ครบถ้วน ในส่วนของรูปภาพต้องอิงกับกระแสในช่วงนั้น เพื่อเพิ่มความสะดุดตา และสื่อสารตัวองค์กรว่ามีวัฒนธรรมที่เป็นกันเอง”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ C, 12 พฤษภาคม 2565)

และดังตัวอย่างสื่อประกาศรับสมัครงาน

ภาพที่ 8 ประกาศรับสมัครงานองค์กร E แสดงถึงองค์ประกอบรายละเอียดองค์กร



**KNOCK**  
CREATIVE CONTENT CREATIVE (ART DIRECTOR / COPYWRITER) SOCIAL ADMIN

**WORK WITH US**  
ร้อนนี้ มาค้นหางาน

APPLY VIA EMAIL  
KNOCKCONSULTING.TH@GMAIL.COM

**Benefits**  
ประกันสังคม / ประกันกลุ่ม (เมื่อผ่านโปร)  
เครื่องดื่ม / อาหาร / กินเลี้ยงประจำเดือน / Outing และอื่นๆอีกมากมาย  
Bonus ทุกปี

**Office Location:**  
ประตูพิพิธ 17 (BTS อารีย์ / สะพานควาย)  
Office Hour 10.00-19.00 | Mon - Fri

**How to Apply?**  
ส่ง CV พร้อมทั้งเขียนแนะนำตัวเองสั้นๆ  
ให้เราอยากเรียกคุณมาสัมภาษณ์ และเงินเดือนที่ต้องการ  
ได้เลขที่ knockconsulting.th@gmail.com

องค์ประกอบที่ 6 วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) ผู้วิจัยพบว่า องค์ประกอบในข้อนี้มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านทัศนคติ และยังเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้สมัครงาน ซึ่งองค์กรส่วนใหญ่ต้องการพนักงานที่เข้าใจ วัฒนธรรมการทำงานในธุรกิจสื่อโฆษณา ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ด้วยความที่องค์กรเป็นเอเจนซี ดังนั้นจะมีวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างจากองค์กรทั่วไป จึงอยากได้คนที่เข้าใจวัฒนธรรมแบบเอเจนซีเข้ามาทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุด”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ A, 10 พฤษภาคม 2565)

“รายละเอียดของงานที่ชัดเจนและวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครงาน เพราะจากที่ได้เจอมา ถ้ารายละเอียดงานที่ครบถ้วนตรงกับความสามารถของผู้สมัคร ก็จะดึงดูดให้มาสมัครได้”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ D, 17 พฤษภาคม 2565)

องค์ประกอบที่ 7 สวัสดิการองค์กร (Corporate Welfare) เป็นองค์ประกอบที่ใส่ไว้ตอนสุดท้ายของประกาศรับสมัครงาน และเป็นจุดที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายผู้วิจัยแบ่งออกได้ดังนี้

(1) สวัสดิการพื้นฐาน คือ เป็นสวัสดิการพื้นฐานตามกฎหมายแรงงาน เช่น ประกันสุขภาพ ซึ่งในประกาศรับสมัครงานจะลงรายละเอียดในส่วนนี้ไม่มากนัก เพราะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ทุกองค์กรต้องมี

(2) สวัสดิการเพิ่มเติม เป็นสวัสดิการที่ทางองค์กรกำหนดเพิ่มขึ้นมา มีผลต่อการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเข้ามาสมัครกับองค์กร เช่น ค่าตอบแทนใจ (incentive) วันหยุดเพิ่มเติมนอกเหนือจากสวัสดิการพื้นฐาน

ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ประกาศรับสมัครงานที่ดูควรจะมีรายละเอียดงานทั้งหมดที่ชัดเจน เพื่อให้คนที่สมัครเข้ามานั้นตรงกับความต้องการที่เราอยากได้จริงๆ และอีกอย่างคือ สวัสดิการที่แตกต่างจากองค์กรอื่น”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ H, 21 พฤษภาคม 2565)

และดังตัวอย่างสื่อประกาศรับสมัครงาน

## ภาพที่ 9 ประกาศรับสมัครงานองค์กร G แสดงถึงองค์ประกอบสวัสดิการองค์กร (Corporate Welfare)

COMBA Co., Ltd.

2 February · 🌐

JOBs AVAILABLE POSITIONS !

#Biddable media specialist

เตรียมเพียง Resume คุณมาได้เลย jobs@comba.co

Qualifications

- 🔥 ชอบความท้าทายใหม่ๆ
  - 🔥 มีไอเดีย ชอบทำอะไรเกินกว่าเหตุ
  - 🔥 ยากปล่อยของเต็มที่
  - 🔥 ยากทำงานที่ตอบสนองโจทย์ลูกค้าจริงๆ
- ให้ลองมาเจอกันนะครับ

สวัสดิการดีงามตามท้องเรื่อง

- เที่ยว ตปท ทุกปี
- ประกันสุขภาพครบ
- ดูละดี ชมมพรี มีโบนัส
- วันศุกร์เลิกบ่าย 2
- e-sport ก็ได้ เมามายก็มี
- ข้าวฟรี ตามอารมณ์ดีดีของบัญชี และ AE
- เหล้ามี บุหรี่ซื้อเอง

ส่งอะไรก็ได้ที่เล่าถึงตัวคุณ

Jobs@comba.co

นอกจากองค์ประกอบทั้ง 7 ด้าน ที่ควรจะปรากฏในเนื้อหาของสื่อประกาศรับสมัครงานที่ผู้วิจัยค้นพบนั้นแล้ว ผู้วิจัยยังพบอีกว่า “เป้าหมายขององค์กร” คือประเด็นสำคัญที่เป็นตัวกำหนดขอบเขตในการสื่อสารรับสมัครงานทั้งหมด ซึ่งผู้วิจัยพบว่า มี 2 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้

เป้าหมายที่ 1 เพื่อสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กร

ธุรกิจสื่อโฆษณาในปัจจุบันมีความต้องการขยายรูปแบบการให้บริการกับลูกค้า ทำให้ต้องสรรหาพนักงานที่มีความรู้ในรูปแบบบริการใหม่เข้ามาทำงานทันที ทำให้เป้าหมายในข้อนี้มีผลต่อการเลือกข้อมูลเพื่อนำมาสื่อสาร โดยองค์ประกอบที่สัมพันธ์นั้นคือ ตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร รายละเอียดงานในตำแหน่ง คุณสมบัติของผู้สมัคร ทักษะของผู้สมัคร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารที่สูงที่สุด

ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“องค์กรอยากได้คนที่มีความสามารถและประสบการณ์ในตำแหน่งระดับหนึ่ง เพราะกำลังขยายองค์กรที่เข้ามาและสามารถทำงานได้เลย”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ A, 10 พฤษภาคม 2565)

“จะเน้นหลักไปที่การหาคนมีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กร เพื่อให้ man hour ในองค์กรนั้นสมดุลกันยิ่ง ถ้าคนมีความรู้ความสามารถมาก ก็จะทำให้ man hour ของพนักงานเดิมที่อยู่ก่อนหน้าลดลงไม่มากเกินไป”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ F, 18 พฤษภาคม 2565)

เป้าหมายที่ 2 เพื่อใช้คนในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เป็นเป้าหมายที่สอดคล้องกับเป้าหมายในข้อหนึ่ง เพราะเมื่อนำพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กรได้แล้ว ก็ต้องการที่จะทำให้พนักงานคนนั้นมีประโยชน์สูงสุดกับทางองค์กร เพื่อนำความรู้ความสามารถนั้นมาเป็นต้นแบบให้กับรูปแบบบริการที่เปิดใหม่ขององค์กร และเพื่อบรรลุตัวชี้วัด (KPI) ของทางลูกค้าองค์กร ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ด้วยความที่ตอนนี้องค์กรยังทำงานแบบ work from home ก็ต้องการคนที่มีความสามารถทำงานได้แบบมีประสิทธิภาพที่สุด”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ D, 17 พฤษภาคม 2565)

“เกี่ยวข้องกับคนที่ได้คนมีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กร เพราะเมื่อได้คนเก่งเข้ามา เราก็จะใช้เขาให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อทีมและต่อองค์กร”

(สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ E, 18 พฤษภาคม 2565)

จากผลวิจัยข้างต้นที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบกับการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพจากสื่อประกาศรับสมัครงาน ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบต้นแบบสื่อรับสมัครงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสรรหาและลดอัตราการลาออกของพนักงานได้ดังนี้

ภาพที่ 10 ต้นแบบสื่อรับสมัครงานที่เหมาะสมกับองค์กร (The Right Job for the Right-Minded Employees Advertisement Prototype)

| รูปภาพ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ข้อความ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>ตราสัญลักษณ์บริษัท</div> <div><b>ชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร</b></div> <div>ระดับตำแหน่ง / จำนวนที่เปิดรับ</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>• รายละเอียดตำแหน่งงานข้อที่ 1</li><li>• รายละเอียดตำแหน่งงานข้อที่ 2</li><li>• รายละเอียดตำแหน่งงานข้อที่ 3</li></ul></div> <div>วัฒนธรรมองค์กร</div> <div>ช่องทางติดต่อ</div> | <div>ชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร</div> <div>รายละเอียดตำแหน่งงาน 5 ข้อ</div> <div><div>คุณสมบัติและทักษะ</div><ul style="list-style-type: none"><li>• ทักษะด้านวิชาชีพ</li><li>• ทักษะทางสังคม</li><li>• ประสบการณ์ทำงาน</li></ul></div> <div>ทัศนคติการทำงาน</div> <div>วัฒนธรรมองค์กร</div> <div><div>สวัสดิการของบริษัท</div><ul style="list-style-type: none"><li>• สวัสดิการบริษัท</li><li>• สวัสดิการเพิ่มเติม</li></ul></div> <div>สถานที่และช่องทางการติดต่อ</div> |

จากต้นแบบสื่อรับสมัครงานที่เหมาะสมกับองค์กร (The Right Job for the Right-Minded Employees Advertisement Prototype) ได้ออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาข้อจำกัดด้านวัฒนธรรมการทำงานในธุรกิจสื่อโฆษณาและวัฒนธรรมองค์กร ที่มีความกดดันและส่งผลต่อการลาออก (pain point) โดยแบบจำลองนี้ให้ความสำคัญที่ “วัฒนธรรมองค์กรและทัศนคติ” ขององค์กร โดยมีการเพิ่มเติมและแยกสื่อสารเนื้อหา (messages) เรื่องวัฒนธรรมองค์กรและทัศนคติ เข้ามาเป็นองค์ประกอบให้เด่นชัด และไม่ควรรวมเข้าไปกับองค์ประกอบทาง

ด้านเนื้อหาอื่นๆ อันจะเอื้อประโยชน์ต่อองค์กรและผู้สนใจสมัครงาน ที่ส่งผลให้องค์กร (senders) ได้บุคลากรที่ตรงกับวัฒนธรรมองค์กร และสามารถช่วยลดอัตราการลาออกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนทางด้านผู้สนใจสมัครงาน (receivers) ก็จะสามารถได้งานที่ตรงตามทัศนคติของตนเอง สามารถปฏิบัติงานและมีความเจริญก้าวหน้าอยู่ในองค์กรได้อย่างยั่งยืน อันเป็นผลให้องค์กรไม่สูญเสียทรัพยากรบุคคล ที่องค์กรได้มีการลงทุนในการส่งเสริมพัฒนาบุคลากรนั้นๆ ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งต่อความรู้เพื่อปฏิบัติงานรวมถึงการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษสวัสดิการต่างๆ และที่สำคัญ จะสามารถช่วยลดการสูญเสียทรัพยากรทางด้านเวลาที่ไม่สามารถจะเรียกกลับคืนมาได้

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง *ต้นแบบสื่อรับสมัครงานเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสรรหาและลดอัตราการลาออกของพนักงานผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ: การศึกษารูรูกิจสือโฆษณา* ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายโดยสามารถแบ่งได้ 3 ส่วน ดังนี้

#### ในมิติที่ 1 การพัฒนากระบวนการสรรหาพนักงานในธุรกิจสือโฆษณาผ่านแนวคิดเชิงออกแบบ

จากกรอบสำหรับกระบวนการสรรหาพนักงานที่มีประสิทธิภาพในขั้นตอนที่ 2 ถึง 4 เป็นการวางแผนในการจัดเตรียมสรรหาพนักงานเพื่อให้ตรงกับความต้องการขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ริทต ดรีศิริโชติ (2564) ที่ได้กล่าวว่า การจัดหาทรัพยากรมนุษย์ ต้องอาศัยการออกแบบงาน (job design) การวิเคราะห์งาน (job analysis) การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (human resource planning)

ในด้านกระบวนการคัดสรรพนักงาน จะเห็นได้ว่า ไม่ใช่หน้าที่ของฝ่ายบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่เป็นหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งจะสามารถเห็นได้ในต้นแบบ ขั้นตอนที่ 5 กำหนดตำแหน่ง รายละเอียด คุณสมบัติ

ที่ตำแหน่งระดับผู้จัดการแผนก (manager) หรือแม้แต่ผู้ประกอบการ (entrepreneur) ร่วมกับฝ่ายบุคคล เพื่อกำหนดรายละเอียดและคุณสมบัติร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิวิมล ภิวัฒน์ (2560) ที่ว่า การที่ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้อง กับการพนักงานหรือบุคคลที่ต้องปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกันกับพนักงานขององค์กร ร่วมกันใช้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ในการสรรหา การคัดเลือก และ บรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้เข้าปฏิบัติงานในองค์กร พร้อมทั้งดำเนินการ รักษาและพัฒนาให้พนักงานขององค์กรมีศักยภาพที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน และมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่เหมาะสม ตลอดจนสร้างเสริมหลักประกัน ให้แก่สมาชิกที่ต้องพ้นจากการร่วมงานกับองค์กรให้สามารถดำรงชีวิตในสังคม อย่างมีความสุขในอนาคต

ในขั้นตอนที่ 6 ผลิตี้อีเมลสำหรับประกาศรับสมัครงาน จะมีความสัมพันธ์ กับขั้นตอนที่ 2 ถึง 4 ที่เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายว่า มีลักษณะแบบใด ดังนั้นการผลิตี้อีเมลจะต้องสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น ในตำแหน่งงานที่ จะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ สื่อประกาศรับสมัครงานไม่ควรมีความเป็นทางการ มากจนเกินไป ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีเนื้อหาจาก ธิทัต ตรีศิริโชติ (2564) ที่กล่าวว่า การสร้างสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มี ระดับการศึกษาต่างๆ กัน ก็ต้องมีการออกแบบ เลือกใช้ภาษาเลือกใช้สื่อให้ เหมาะสมด้วย นอกจากนี้ความสนใจด้านเนื้อหาข่าวสารของกลุ่มประชาชน เป้าหมายจะแตกต่างกันไปตามอาชีพแล้ว

ในขั้นตอนที่ 7 ของต้นแบบกระบวนการคัดสรรบุคลากร คือ เผยแพร่สื่อ ในช่องทางต่างๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีเนื้อหา (content theories) ของ ธิทัต ตรีศิริโชติ (2564) ที่ว่า การใช้สื่อมวลชนของคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ก็มีความแตกต่างกันออกไปอีกด้วย เป็นต้นว่า คนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชน ประเภทสิ่งพิมพ์มากกว่าคนที่มีระดับการศึกษา ซึ่งในบริบทนี้มีความสอดคล้อง ในที่ว่า ระดับบุคลากรที่แตกต่างกันก็จะมีการเลือกใช้ทางที่จะสื่อสารต่างกันไป ด้วย เช่น ระดับผู้จัดการแผนก (manager) มักจะใช้ช่องทางเว็บไซต์หางาน เป็นหลัก หรือเจ้าหน้าที่ระดับต้น (junior) มักจะใช้ช่องทางกลุ่มเฟสบุ๊ก เป็นต้น

## ในมิติที่ 2 การพัฒนาเนื้อหาและต้นแบบของสื่อสำหรับการ คัดสรรพนักงานในธุรกิจสื่อโฆษณา

องค์ประกอบที่ 1 ชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร เป็นการระบุถึงชื่อตำแหน่งงาน และระดับของตำแหน่งคร่าวๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะเห็นเมื่อได้เจอประกาศรับสมัครงาน และเป็นการคัดกรองกลุ่มเป้าหมายที่มีความตรงกับความต้องการขององค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารของ Schramm (cited in Vetráková et al., 2018) ที่กล่าวว่า ในขณะที่สื่อสารนั้น อาจมีบุคคลซึ่งไม่ใช่ผู้รับสารเป้าหมาย (non-intended receiver) เผอิญได้รับสารนั้นโดยไม่เจตนา ซึ่งเท่ากับว่า ผู้ส่งสารจึงควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการสื่อสาร ซึ่งจะส่งผลต่อการตอบสนองของวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

องค์ประกอบที่ 2 รายละเอียดตำแหน่งงาน และองค์ประกอบที่ 3 คุณสมบัติของผู้สมัคร นับเป็นองค์ประกอบที่ผู้ให้สัมภาษณ์เน้นให้ความสำคัญในส่วนนี้ โดยบอกหน้าที่การทำงานว่า ในแต่ละวันต้องทำอะไรบ้างของตำแหน่งที่เปิดรับสมัครอยู่ รวมถึงมีผลต่อการลาออกในอนาคต ด้วยเหตุผลที่ว่า ถ้าได้รับเข้ามาทำงานในระยะหนึ่งแล้ว มีการเพิ่มหน้าที่เข้าไปโดยมิได้แจ้งให้ทราบล่วงหน้า จะทำให้เกิดความสงสัยในตำแหน่งหน้าที่ และไม่พอใจจนส่งผลถึงการลาออกในที่สุด แต่กลับกัน ถ้าองค์ประกอบในข้อนี้สามารถอธิบายได้ละเอียดและชัดเจน จะส่งผลดีต่อพนักงานและองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vetráková et al. (2018) ที่ว่า พนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักต้องการจะทำงานมีความต้องการงานที่มีความแน่นอนและต่อเนื่อง ซึ่งสร้างผลงานได้และทำให้มีความก้าวหน้าในงาน เพื่อจะพิสูจน์ตนเองถึงความสามารถได้

และในด้านองค์ประกอบของเนื้อหา องค์ประกอบที่ 4 ทักษะของผู้สมัคร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในธุรกิจสื่อโฆษณา ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการคัดสรรบุคคลเลือกจะใช้เกณฑ์ข้อนี้เป็นการคัดเลือกด้วย ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ทักษะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และนำไปสู่ความประสบความสำเร็จในการทำงานในแง่พนักงานและองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ McClelland (cited in Vetráková M., 2018) กล่าวว่า



การจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จ มิได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของตน ซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงาน หมายถึงความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุด และทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อตนทำอะไรสำเร็จได้ ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 รายละเอียดองค์กร องค์ประกอบในข้อนี้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่องค์กรต้องใส่เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นรับรู้ว่าเป็นผู้ส่งสาร โดยสามารถสื่อสารออกมาได้ดังนี้ ตราสัญลักษณ์หรือชื่อองค์กร และการใส่รายละเอียด เช่น สถานที่ตั้ง และช่องทางการติดต่อเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นสามารถติดต่อกลับได้ เมื่อมีความสนใจที่จะสมัครงานในองค์กร ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคลภายนอกรู้จักองค์กรนั้นๆ ดังที่ ฌ็อง-ฌัก แอลเฟร็ด (2545) ได้กล่าวว่า การสรรหาพนักงานจากภายนอกองค์กรมีผลดีต่อองค์กร ดังนี้ (1) สร้างความหลากหลายในการวิเคราะห์โอกาส การแก้ปัญหา และการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ (2) สร้างโอกาสในการคัดเลือกพนักงานที่มีความเหมาะสมในแต่ละหน้าที่งาน (3) แก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนพนักงานภายในองค์กร ทั้งในด้านจำนวน คุณสมบัติ และเป้าหมายขององค์กรในการคัดสรร

องค์ประกอบที่ 6 วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวนน้อยใส่ไว้ในประกาศรับสมัครงาน ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ควรถูกสื่อสารในการรับสมัครงาน เพื่อที่จะได้มาซึ่งผู้สมัครที่มีลักษณะนิสัยที่คล้ายกับวัฒนธรรมองค์กร ดังที่ ศศิวิมล ภิวัฒน์ (2560) กล่าวว่า พนักงานที่มีคุณภาพจะดำเนินการตามแผนปฏิบัติการตามแนวทางที่ผู้นำระดับสูงวางไว้ให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ซึ่งได้สนับสนุนในเหตุผลข้อนี้ว่า พนักงานที่มีคุณภาพในความหมายนี้คือ พนักงานที่มีคุณสมบัติ ทักษะ และวัฒนธรรมองค์กรตรงกับองค์กรจะช่วยผลจากการทำงานนั้นมีประสิทธิภาพต่อองค์กร

องค์ประกอบที่ 7 สวัสดิการองค์กร (Corporate Welfare) นับเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ใส่ในประกาศรับสมัครงาน เพื่อให้พนักงานมีความมั่นใจในองค์กรรวมถึง

มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer (อ้างถึงใน มัลลัพรณ บัณฑิตพร, 2560) ที่กล่าวว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (existence needs [E]) เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุด ประกอบด้วย ความต้องการทางร่างกาย บวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง ตามทฤษฎีของ Maslow องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนหรือสวัสดิการขั้นพื้นฐานที่เป็นธรรม รวมถึงการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

ในองค์ประกอบของเนื้อหาทั้ง 7 ข้อนั้น จัดว่าเป็นสาร (message) ซึ่งอยู่ในรูปแบบข้อความและรูปภาพ มีการจัดการสาร (message treatment) โดยรวบรวมเนื้อหาและนำมาเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ใจความต้องการและสื่อสารออกไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ครบถ้วน โดยขั้นตอนการจัดเรียงเนื้อหานั้น จะเริ่มที่ชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร เพราะเป็นองค์ประกอบแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะสังเกตว่าตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ และจัดเรียงองค์ประกอบ รายละเอียดตำแหน่งงาน เพื่อให้ข้อมูลของตำแหน่งงานว่ามีลักษณะงานเช่นใด และนำเสนอองค์ประกอบอื่นตามลำดับ ดังนี้ คุณสมบัติของผู้สมัคร ทศนคติของผู้สมัคร รายละเอียดองค์กร วัฒนธรรมองค์กร สวัสดิการองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นสนใจและติดต่อเพื่อสมัครงานกับทางองค์กร ซึ่งตรงกับรูปแบบวัตถุประสงค์การสื่อสาร 2 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารเพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (propose or persuade) เช่น สวัสดิการที่จะได้รับหรือการได้ทำงานในบริษัทที่มีชื่อเสียง และการสื่อสารเพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (dispose or decide)

ในมิติที่ 3 องค์ประกอบที่ทางด้านเนื้อหาที่มีผลต่อการเลือก  
ใช้ข้อมูลสำหรับผลิตสื่อโฆษณาเพื่อการสรรหาพนักงาน (นโยบายและ  
แผนการบริหารจัดการขององค์กร)

(1) เป้าหมายเพื่อสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ  
เข้ามาในองค์กร

การสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กร  
เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกใช้ข้อมูลเพื่อสื่อสาร เพราะด้วยรูปแบบองค์กร  
ธุรกิจสื่อโฆษณาที่ส่วนใหญ่นั้น มีการขยายรูปแบบบริการใหม่ๆ เพื่อตอบรับความ  
ต้องการของลูกค้า และเพื่อไม่ให้เสียโอกาสและเวลาที่จะได้พนักงานที่มีความรู้  
ความสามารถตามที่องค์กรต้องการ ทำให้ปัจจัยข้อนี้เป็นข้อหลักที่ใช้กำหนด  
องค์ประกอบในการสื่อสาร เช่น รายละเอียดตำแหน่งงาน คุณสมบัติผู้สมัคร ทักษะ  
เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาการบริหารทรัพยากรมนุษย์แนวใหม่ของ ศศิวิมล  
ภักดิ์ (อ้างถึงใน เกียรติ บุญโย, 2562) ที่กล่าวว่า วัตถุประสงค์ทางด้านหน้าที่  
(functional objective) เพื่อรักษาไว้ซึ่งการทำประโยชน์ของหน่วยงานในระดับ  
ที่เหมาะสมกับความต้องการขององค์กร

(2) เป้าหมายเพื่อใช้คนในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จากเป้าหมายเพื่อใช้คนในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด จะสอดคล้อง  
กับเป้าหมายในข้อแรกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และประโยชน์สูงสุดที่เกิดขึ้นนั้น  
รวมถึงทั้งองค์กรและตัวพนักงานเอง ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยที่ ธิดา ตรีศิริโชติ  
(2564) ได้กล่าวว่า การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมนุษย์ คือ การกิจในการใช้  
พนักงานเพื่อให้พนักงานที่มีอยู่ได้มีโอกาสใช้ความสามารถของตนเองอย่าง  
เต็มที่ในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดต่อตนเองและองค์กร ตลอดจน  
การควบคุมดูแลให้ทรัพยากรมนุษย์มีการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบอย่าง  
มีประสิทธิภาพ การใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้ทำงานตามที่ต้องการนั้น ต้องอาศัย  
กระบวนการต่างๆ ได้แก่ การบรรจุแต่งตั้ง การปฐมนิเทศ การทดลองงาน การสร้าง  
แรงจูงใจ การสร้างทีมงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมและพัฒนา

นอกจากนั้น ในด้านวัตถุประสงค์ของเป้าหมายเพื่อใช้คนในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ยังมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล ภิวัฒน์ (2560) ที่กล่าวว่า วัตถุประสงค์ทางด้านองค์กร (organizational objective) คือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยังคงมีอยู่ที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์กร และการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นเพียงแนวทางที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า เจ้าขององค์กรนั้นมีวัตถุประสงค์ในการคัดเลือกสรรพนักงาน เพื่อหาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กร และหวังผลให้พนักงานที่คัดสรรเข้ามานั้นทำประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กร ซึ่งจากวัตถุประสงค์ของการคัดสรรนี้ ทำให้การสื่อสารออกไปเพื่อให้ได้พนักงานตามที่เจ้าขององค์กรต้องการนั้นต้องมียุทธศาสตร์ประกอบในสื่อประกาศรับสมัครงาน ดังนี้ ชื่อตำแหน่งที่เปิดรับสมัคร รายละเอียดตำแหน่งงาน คุณสมบัติของผู้สมัคร ทักษะของผู้สมัคร รายละเอียดองค์กร วัฒนธรรมองค์กร สวัสดิการองค์กร และอยู่ในประเภทสื่อรูปภาพและข้อความที่เป็นพื้นฐาน

สรุป (1) เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพด้านกระบวนการคัดสรรพนักงานในธุรกิจขนาดย่อมของธุรกิจสื่อโฆษณา เจ้าขององค์กร (founder) ในแต่ละองค์กรควรจะมีขั้นตอนคัดสรรพนักงานอย่างเป็นรูปเป็นร่าง และควรเพิ่มกระบวนการวิเคราะห์ธุรกิจในปี และการวิเคราะห์พนักงานที่รับสมัครเข้ามาใหม่ว่าเป็นรูปแบบใดในทุกครั้งที่รับสมัคร เพื่อให้พนักงานที่เข้ามาใหม่นั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้นตรงกับรูปแบบงานในระยเวลานั้นๆ และ (2) เพื่อพัฒนาเนื้อหาในการประกาศรับสมัครงาน องค์กรควรใส่เนื้อหาด้านทัศนคติและวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจสื่อโฆษณามีการใส่ 2 องค์ประกอบนี้ค่อนข้างน้อย แต่เกณฑ์ในการคัดเลือกส่วนใหญ่จะมีเรื่องทัศนคติเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นควรใส่ลงไปในการสื่อสารรับสมัครงาน เพื่อเป็นการดึงดูดคนที่มีความเหมาะสมตามที่องค์กรต้องการเข้ามาในองค์กร

## ข้อเสนอแนะ

(1) ควรจะมีการพัฒนาต่อยอดทางการศึกษา โดยทำการทดสอบแบบจำลองทั้งสองที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในงานวิจัยนี้ กับกลุ่มผู้สัมภาษณ์ (กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการคัดสรรพนักงาน) และกลุ่มเป้าหมายของผู้สัมภาษณ์ (ผู้สมัครงาน) ในธุรกิจสื่อโฆษณาเพื่อใช้เป็นแนวทางในกำหนดเนื้อหาและกระบวนการคัดสรรพนักงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงานของธุรกิจสื่อโฆษณา

(2) ควรขยายขอบเขตการศึกษาวิจัยไปยังกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เพื่อยืนยันหรือปรับปรุงแบบจำลองกระบวนการคัดสรรพนักงานและแบบจำลองการสื่อสารประกาศรับสมัครงาน ให้มีความเหมาะสมในแต่ละประเภทของธุรกิจ

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- เกียรติ บุญโย (2562), “การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคใหม่”, *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(1): 165-170.
- ชู หลี (2562), *การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรร้านอาหารเชิงวัฒนธรรมจีนสำหรับผู้บริโภควัยรุ่นชาวไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฐิติรัตน์ ศิริเลิศ (2545), *ปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของผู้บริหารหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์ในโรงงานอุตสาหกรรมของบริษัทข้ามชาติในจังหวัดระยอง*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐพรณ์ เจริญนันท (2545), *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธีรุต ตรีศิริโชติ (2564), “ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2”, *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประจักษ์*, 3(1).
- ณกุล ทรัพย์หลาย และวิชากร เสงษ์ภูิกุล. (2562), “ความสัมพันธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัทเอกชน (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดสมุทรสาคร)”, *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(1): 89-109.
- มัลลย์พรรณ ปันทรัพย์ (2560), “ผลกระทบของประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของพนักงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา”, *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*.
- รยวินท์ วิทยสกุลวงศ์ (2558), *การพัฒนาตราสัญลักษณ์ด้วยกระบวนการออกแบบเอกลักษณ์องค์กร กรณีศึกษาบริษัท วิลเลินดรอพ จำกัด*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ และปณชกริภา ธิกุล (2564), “ศาสน-บันเทิง: การสื่อสารการทำบุญตามหลัก พระพุทธศาสนาบนสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ”, *วารสารศาสตร์*, 15(1): 229-264.
- ศศิวิมล ภิวัฒน์ (2560), “ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง”, *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 13(1): 198-215.
- สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พนา และชาญชัย บัญชาพัฒน์ศักดิ์ดา (2561), “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการเข้ามาของเทคโนโลยีของธนาคารพาณิชย์ไทย”, *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 9(1).

อรพิน การะกุล (2557), *ปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานในบริษัทเอกชน*, การค้นคว้าวิจัยอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัศิกา อักษรศิลป์ (2563), *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทเอกชนที่โฆษณา*, ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

เอี่ยมพร หลินเจริญ (2555), "เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ", *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 17(1): 17-29.

## ภาษาอังกฤษ

Choueiri, L. and Mhanna, S. (2013), "The Design Process as a Life Skill", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93: 925-929.

Lawson, J. (2012), "Sociological Theories of Intimate Partner Violence", *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 22: 572-590.

Vetráková, M. et al. (2018). "Corporate Sustainability in the Process of Employee Recruitment through Social Networks in Conditions of Slovak Small and Medium Enterprises", *Sustainability*, 10(5): 16-70.

## สื่อออนไลน์

กนกวรรณ มากเมฆ (2564), "Great Resignation หลังโควิดคนจะ 'ลาออก' มหาศาล ผู้บริหารต้องรับมืออย่างไร?", สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2565 จาก <https://workpointtoday.com/great-resignation-more-workers-plan-to-quit-job-after-covid/>

กุลประภา บุญโต (ม.ป.ป.), "การดูแลคนในบริษัทที่มีพนักงานเฉลี่ยอายุแค่ 25 ปี เอเจนซี่ที่ขับเคลื่อนด้วยไอเดียของคนรุ่นใหม่", สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2565 จาก <https://www.careerisathailand.com/การดูแลคนในบริษัทที่มีพนักงานเฉลี่ยอายุแค่-25-ปี-เอเจนซี่ที่ขับเคลื่อนด้วยไอเดียของคนรุ่นใหม่>

Bain (2021) "We Are Rosie Survey: 63% of Marketers Plan a 2021 Job Change", retrieved 10 September 2022 from <https://www.marketingbrew.com/stories/2021/06/25/rosie-survey-63-marketers-plan-2021-job-change>

Manatal (ม.ป.ป.), "โควิด 19 และความท้าทายของการรับสมัครงานรูปแบบใหม่: การรับสมัครงานควรปรับเปลี่ยนอย่างไรให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โควิด 19", สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2565 จาก <https://www.manatal.com/th/blog/ความท้าทายในการสรรหาคน>

# บรรณนิทัศน์

## โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ

ศิริมิตร ประพันธ์รุจิกร<sup>1</sup>



ชื่อหนังสือ: โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ  
ผู้แต่ง: อารดา ครุจิต  
ปีที่พิมพ์: พฤศจิกายน 2560  
สำนักพิมพ์: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
จำนวนหน้า: 212 หน้า  
ราคา: 250 บาท

<sup>1</sup> รองศาสตราจารย์ ดร. กลุ่มวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



ก่อนเข้ารายการโทรทัศน์ในบางรายการ คุณเคยสังเกตหรือไม่ว่า จะมีการโปรยข้อความหรือขึ้นโลโก้ที่มีตัวอักษรว่า SL, CC หรือ AD อยู่บนหน้าจอโทรทัศน์ มันหมายความว่าอะไร? หนังสือเล่มนี้จะคลี่ขยายความหมายให้ผู้อ่านได้เข้าใจอย่างง่ายๆ และมีรายละเอียดเพียงพอสำหรับการสร้างพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับสื่อเพื่อคนพิการ

## เกี่ยวกับผู้แต่งหนังสือ

อารดา ครุจิต ผู้แต่งหนังสือเล่มนี้เป็นหนึ่งในกลุ่มคนที่บุกเบิกเรื่องเสียงบรรยายภาพ (audio description) ในประเทศไทย โดยเธอเป็นอาจารย์ของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่มีประสบการณ์การสอนในวิชา “สื่อเฉพาะกลุ่ม” มาก่อน ผลงานก่อนหน้าของอารดาเคยเป็นบรรณาธิการบริหารและคณะผู้เขียนหนังสือ *หลักการผลิตเสียงบรรยายภาพ* (อารดา ครุจิต และคณะ, 2558) ให้กับสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ซึ่งถือเป็นคู่มือการผลิตเสียงบรรยายภาพเล่มแรกของไทย นอกจากนี้ ยังมีผลงานวิจัยเรื่อง *การศึกษาหลักการผลิตสื่อเสียงบรรยายภาพในโทรทัศน์สำหรับผู้พิการทางการเห็น* (2558) และเป็นวิทยากรการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการจัดทำเสียงบรรยายภาพให้แก่ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลอีกด้วย

## เนื้อหาและจุดเด่นในแต่ละบท

ก่อนจะเขียนถึงเนื้อหาในหนังสือเรื่อง *โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ (Television for All)* ผู้แนะนำหนังสือเล่มนี้อยากให้ผู้อ่านทำความเข้าใจก่อนว่า “คนตาบอด” และ “คนหูหนวก” นั้น เสพสื่อโทรทัศน์เช่นเดียวกับคนทั่วไป แต่ปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นในขณะที่รับชมรายการต่างๆ นั้น พวกเขาอาจเข้าใจได้เพียงบางส่วน ไปจนถึงไม่สามารถเข้าใจได้เลย เช่น เมื่อคนหูหนวกฟังผู้ประกาศข่าวอ่านข่าวประจำวัน คนหูหนวกจะไม่ทราบว่าเป็นผู้ประกาศข่าวคนนั้นกำลังพูดอะไรอยู่บ้าง หรือเมื่อคนตาบอดดูข่าวพยากรณ์อากาศที่มีแต่การปล่อย

ภาพกับเสียงดนตรี คนตาบอดก็จะไม่ทราบว่ามีสภาพอากาศในแต่ละสถานที่นั้นเป็นอย่างไร และสิ่งเหล่านี้เองที่เป็นปัญหาเกี่ยวกับ “การเข้าถึงสื่อ” ของคนพิการ หนังสือ โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ ที่หยิบมาแนะนำในครั้งนี้ เป็นหนังสือเกี่ยวกับแนวคิด หลักการ และแนวทางผลิตสื่อสำหรับคนพิการในรูปแบบของภาษามือ (sign language หรือ SL) คำบรรยายแทนเสียง (closed caption หรือ CC) และเสียงบรรยายภาพ (audio description หรือ AD) รวมถึงการผลิตเนื้อหารายการที่มีเกี่ยวข้องกับคนพิการ ซึ่ง อารดา ครุจิต ผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ มุ่งหวังที่จะสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้คนในสังคมได้ตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิคนพิการในการเข้าถึงสื่อได้อย่างเท่าเทียมกับคนทั่วไป

เนื้อหาของหนังสือแบ่งออกเป็น 6 บท พร้อมกับภาคผนวก โดยก่อนเข้าบทที่ 1 ผู้แต่งมีการจัดทำอภิธานศัพท์และคำย่อต่างๆ ไว้ให้ เนื่องจากหนังสือเล่มนี้มีการกล่าวอ้างถึงองค์กรและหน่วยงานในต่างประเทศหลายแห่ง ที่มีการจัดทำบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ สาเหตุเป็นเพราะองค์ความรู้ด้านการผลิตสื่อเพื่อคนพิการในสังคมไทยนั้นยังมีน้อย และจำเป็นต้องแสวงหาความรู้จากต่างประเทศเพื่อนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสังคมไทยต่อไป

ในบทที่ 1 “บทนำ: โทรทัศน์เพื่อคนพิการ” บทนี้กล่าวถึงแนวคิดและความเป็นมาของโทรทัศน์เพื่อคนพิการที่เริ่มต้นจากแนวคิดเกี่ยวกับสิทธิและความเท่าเทียมของคนพิการ ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของคนพิการในอันที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนพิการได้ สื่อที่ถูกเน้นในหนังสือเล่มนี้ก็คือ สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ผู้คนเข้าถึงได้จำนวนมาก การจัดให้บริการที่ช่วยให้คนพิการเข้าถึง (accessibility) ข้อมูลข่าวสารในรายการโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการเสริมพลัง (empowerment) คุณภาพชีวิตของคนพิการให้พึ่งพาตนเอง (independence) และสร้างโอกาส (opportunity) ตามหลักสากล (universality) ที่ว่าด้วยเรื่องสิทธิความเท่าเทียม จนเป็นที่มาของชื่อภาษาอังกฤษของหนังสือเล่มนี้ว่า “Television for All”

บทแรกนี้ อารดาได้อธิบายถึงภาพรวมเกี่ยวกับประเภทของคนพิการ

และกลุ่มคนพิการที่เป็นเป้าหมายหลักตามประกาศ กสทช. เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (5 กุมภาพันธ์ 2559) อันได้แก่ คนพิการทางการเห็น และคนพิการทางการได้ยิน ซึ่งประกาศดังกล่าวมีการกำหนดมาตรการพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ให้จัดทำบริการจอล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพตามที่กำหนด พร้อมมีมาตรการส่งเสริม การกำกับดูแล การประเมินผล และบทกำหนดโทษ เพื่อให้บริการต่างๆ สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2 ว่าด้วยเรื่อง “เสียงบรรยายภาพทางโทรทัศน์” หลังจากอาร์ดาได้อธิบายภาพกว้างเกี่ยวกับสามบริการหลักๆ สำหรับการเข้าถึงสื่อของคนพิการไปแล้ว ในบทที่สองเธอเริ่มต้นเขียนถึงบริการที่เธอมีต้นทุนความรู้มากที่สุดก่อนหน้านี้คือ เสียงบรรยายภาพ หรือ audio description (AD) ซึ่งเป็นบริการสำหรับคนพิการทางการเห็นที่คนไทยไม่ค่อยคุ้นเคยกันมากนัก เมื่อเทียบกับบริการล่ามภาษามือและการขึ้นคำบรรยายแทนเสียงที่อาจพบเห็นกันมาบ้างบนหน้าจอโทรทัศน์

ในบทที่สองนี้ อาร์ดาให้ผู้อ่านทำความรู้จักกับเสียงบรรยายภาพ โดยอธิบายถึงความหมาย และพัฒนาการของเสียงบรรยายภาพในแง่ประวัติศาสตร์ว่า เริ่มต้นเป็นมาอย่างไรในต่างแดน ก่อนที่จะเข้ามาสู่สังคมไทยในปี พ.ศ. 2556 และใครบ้างที่ได้รับประโยชน์จากเสียงบรรยายภาพทางโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังเขียนถึงแนวทางและกระบวนการขั้นตอนในการผลิตเสียงบรรยายภาพและความท้าทายของการผลิตงานเสียงบรรยายภาพอีกด้วย

จุดเด่นของบทนี้ ประการแรกอยู่ที่การไล่เรียงความเป็นมาของเสียงบรรยายในต่างประเทศที่เริ่มจากสื่อภาพยนตร์ ละครเวที และเข้ามาสู่สื่อโทรทัศน์ และเมื่อประเทศไทยเริ่มมีการทดลองผลิตเสียงบรรยายภาพด้วยเหตุผลที่เชื่อมโยงกับการเป็นภาคีสมาชิกขององค์การสหประชาชาติที่ต้องให้ความสำคัญกับสิทธิความเท่าเทียมกันของมนุษย์ จึงทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนเรื่องสิทธิของคนพิการมากขึ้น หน่วยงานและองค์กรต่างๆ จึงร่วมมือกันส่งเสริมคุณภาพชีวิตของ

คนพิการตามหลักสากล รวมถึงการส่งเสริมให้คนพิการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างเท่าเทียมกับคนทั่วไป ซึ่งหนังสือเล่มนี้ได้แสดงให้เห็นถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการขับเคลื่อนบริการเสียงบรรยายภาพในประเทศไทยในยุคเริ่มต้นได้อย่างละเอียด เนื่องจากผู้แต่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มขับเคลื่อนเรื่องเสียงบรรยายภาพในประเทศไทยด้วยนั่นเอง

จุดเด่นประการต่อมาก็คือ การอธิบายให้เข้าใจว่าเสียงบรรยายภาพคืออะไร โดยมีการหยิบยกตัวอย่าง และการอธิบายให้เห็นถึงกระบวนการขั้นตอนการผลิตเสียงบรรยายภาพไว้อย่างละเอียดทุกขั้นตอน สำหรับผู้อ่านที่ยังไม่มีประสบการณ์ด้านการผลิตเสียงบรรยายภาพมาก่อน ก็น่าจะใช้เป็นแนวทางการผลิตงานเสียงบรรยายภาพให้มีมาตรฐานได้อย่างแน่นอน

บทที่ 3 ว่าด้วยเรื่อง “ภาษามือในโทรทัศน์” หรือการใช้ล่ามภาษามือเพื่อให้คนพิการทางการได้ยินเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในรายการโทรทัศน์ได้ ภาษามือหรือ sign language (SL) เป็นภาษาหนึ่งที่ยอมรับใช้สื่อสารกันในกลุ่มคนพิการทางการได้ยิน ซึ่งคนทั่วไปอาจคุ้นเคยจากมุมจอภาพโทรทัศน์ด้านขวาล่างที่ในบางรายการจะมีล่ามภาษามือปรากฏอยู่ด้วย

การนำเสนอของบทนี้ ผู้แต่งได้จัดแบ่งหัวข้อให้สอดคล้องกับเรื่องเสียงบรรยายภาพของบทก่อนหน้านี้ ได้แก่ การกล่าวถึงความหมายและพัฒนาการของภาษามือทางโทรทัศน์ กลุ่มผู้ได้รับประโยชน์จากภาษามือทางโทรทัศน์ รูปแบบการนำเสนอภาษามือทางโทรทัศน์ แนวทางการจัดทำภาษามือทางโทรทัศน์ ล่ามภาษามือทางโทรทัศน์ และความท้าทายของการผลิตภาษามือทางโทรทัศน์

จุดเด่นของบทที่สาม คือ การให้ผู้อ่านได้เข้าใจว่าการใช้ภาษามือในแต่ละแห่งนั้นมีความแตกต่างกัน เช่นเดียวกับการใช้ภาษาพูดที่มีการออกเสียงแตกต่างกันไปในแต่ละท้องที่ นอกจากนี้ผู้อ่านจะได้ทราบเหตุผลว่า ทำไมรายการโทรทัศน์ของไทยจึงจำเป็นต้องมีการให้บริการจอล่ามภาษามือ ทั้งๆ ที่มีการขึ้นคำบรรยายแทนเสียง ซึ่งเนื้อหาในหัวข้อพัฒนาการภาษามือทางโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศและประเทศไทย จะอธิบายให้เห็นถึงภูมิหลังของสังคมที่แตกต่างกันที่ทำให้สังคมไทยจำเป็นต้องมีทั้งจอล่ามภาษามือและคำบรรยายแทนเสียงสำหรับ

ผู้ชมที่เป็นคนพิการทางการได้ยิน และที่น่าสนใจอีกประการก็คือ การเจาะลึกเรื่องราวของอาชีพ “ล่ามภาษามือในโทรทัศน์” ซึ่งเป็นอาชีพที่คนทั่วไปไม่ค่อยสนใจกันมากนัก แต่เมื่อได้อ่านหนังสือเล่มนี้แล้ว จะช่วยให้ตื่นรู้ถึงบทบาทความสำคัญของอาชีพนี้ และทำให้ทราบว่า การเป็นล่ามภาษามือในรายการโทรทัศน์ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะต้องมี “บัตรล่าม” และคุณสมบัติต่างๆ ที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แน่ใจว่าล่ามคนนั้นจะสามารถถ่ายทอดเนื้อหาการแปลออกมาได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์

สำหรับเนื้อหาในเล่มเกี่ยวกับการผลิตจอล่ามภาษามือ ผู้แต่งได้แบ่งรูปแบบการนำเสนอภาษามือในรายการโทรทัศน์ออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การนำเสนอโดยใช้จอล่ามภาษามือ และการนำเสนอภาษามือในเนื้อหารายการ ซึ่งในหนังสือมีภาพประกอบจากรายการตัวอย่างมาแสดงให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้ผู้อ่านสามารถเห็นภาพตามได้ทันทีว่า ทั้งสองรูปแบบนั้นมีความแตกต่างกันอย่างไร และหากผู้ผลิตรายการท่านใดที่สนใจเกี่ยวกับเทคนิคการผลิตจอล่ามภาษาผลิตให้ได้มาตรฐาน หนังสือเล่มนี้ได้รวบรวมเทคนิคจากคู่มือเล่มสำคัญๆ เกี่ยวกับแนวทางการจัดทำภาษามือในโทรทัศน์ที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้อ่านได้ทราบ ได้แก่ ขนาดของจอล่ามภาษามือ ตำแหน่งจอล่ามภาษามือ การแต่งกายของล่ามภาษามือ และอื่นๆ เพื่อให้ผู้ชมที่เป็นคนพิการทางการได้ยินสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจนและสิ้นไหวลขณะรับชมรายการ

บทที่ 4 ว่าด้วยเรื่อง “คำบรรยายแทนเสียงในโทรทัศน์” หรือ closed captions (CC) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งบริการสำหรับการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการทางการได้ยิน หลายคนอาจคุ้นเคย caption ในลักษณะของการขึ้นซับไตเติ้ลแปลในสื่อภาพยนตร์ แต่คำบรรยายแทนเสียงที่เรียกย่อๆ ว่า CC นั้น มีความหมายที่แตกต่างจากการขึ้นซับไตเติ้ล ซึ่งผู้แต่งได้สร้างความกระจ่างเกี่ยวกับความแตกต่างของคำว่า caption, open caption, closed caption (CC), subtitle, translation subtitling (TS), same language subtitling (SLS) และ subtitling for the deaf and hard-of-hearing (SDH) เอาไว้ในบทนี้

เช่นเดียวกันกับสองบทก่อนหน้านี้ อารดามีการอธิบายความหมายของ

คำบรรยายแทนเสียง พัฒนาการของคำบรรยายแทนเสียงตั้งแต่จุดเริ่มต้นในต่างประเทศ จนกระทั่งเริ่มมีการใช้คำบรรยายแทนเสียงที่เป็น closed caption ทางโทรทัศน์ในประเทศไทยตามประกาศของ กสทช. รูปแบบของคำบรรยายแทนเสียงในโทรทัศน์ที่มีทั้งบันทึกไว้ล่วงหน้าและคำบรรยายแทนเสียงแบบสด คำบรรยายแทนเสียงแบบแก้ไขและคำบรรยายแทนเสียงแบบคำต่อคำ คำบรรยายแทนเสียงแบบ pop on และคำบรรยายแทนเสียงแบบ roll up รวมถึงหลักการผลิตคำบรรยายแทนเสียงตามมาตรฐานคุณภาพของสหรัฐอเมริกาและของไทยว่าควรมีลักษณะและรูปแบบอย่างไรบ้าง เช่น การกำหนดจำนวนแถวและจำนวนคำที่ปรากฏบนหน้าจอ ขนาดตัวอักษร และตำแหน่งในการวางข้อความ เป็นต้น ทั้งนี้หลักการพื้นฐานของการผลิตคำบรรยายแทนเสียง ได้แก่ หลักแห่งความถูกต้อง หลักแห่งความรับผิดชอบ หลักของความคงเส้นคงวา และหลักของความชัดเจน หลักการเหล่านี้ผู้เขียนได้เขียนรายละเอียดพร้อมกับการยกตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมมากพอ จนน่าจะทำให้คนที่ไม่เคยจัดทำคำบรรยายแทนเสียงมาก่อนสามารถจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียงในเบื้องต้นได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

บทที่ 5 ว่าด้วยเรื่อง “ข้อควรรู้ด้านการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับคนพิการ” ในบทนี้แตกต่างจากบทที่ 2-4 ที่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับบริการสำหรับการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของคนพิการ แต่ในบทนี้มุ่งเน้นถึงเรื่องการสร้างความหมายเกี่ยวกับคนพิการในรายการโทรทัศน์ว่า ผู้ผลิตสื่อควรนำเสนอเนื้อหาหรือพูดถึงคนพิการอย่างไรให้เหมาะสมโดยไม่ดูหมิ่นศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เช่น คำที่ควรหลีกเลี่ยงและคำที่ควรใช้ การนำเสนอรายการด้วยความสร้างสรรค์มากกว่าการกีดกันหรือด้อยค่าคนพิการ เป็นต้น และในหัวข้อสุดท้ายของบทนี้ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพิการของคนพิการแต่ละประเภทในเชิงกายภาพ รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของคนพิการ สื่อที่คนพิการแต่ละประเภทใช้สำหรับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และวิธีการสื่อสารกับคนพิการแต่ละประเภทอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเมื่ออ่านจบบทนี้ก็จะทำให้ผู้อ่านรู้จักคนพิการดีขึ้น และเมื่อต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนพิการ ก็จะสามารถปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องเหมาะสมต่อไป

และบทสุดท้าย บทที่ 6 ว่าด้วยเรื่อง “การพัฒนาโทรทัศน์เพื่อคนพิการ” แม้บทนี้จะเกริ่นนำด้วยการพูดถึงรายการโทรทัศน์ทั่วไปและรายการโทรทัศน์เพื่อคนพิการว่า มีความเหมือนและแตกต่างกันอย่างไร แต่เป้าหมายที่แท้จริงดูเหมือนต้องการจะบอกว่า รายการโทรทัศน์ทั่วไปที่มุ่งเป้าหมายไปที่มวลชนนั้น สามารถทำให้เป็นสากลมากขึ้นด้วยการส่งเสริมให้มีบริการ AD, SL และ CC สำหรับคนพิการเข้าไปด้วย ก็จะช่วยให้ขยายกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการผลิต และความไม่พร้อมของผู้ประกอบการบางส่วนในเรื่ององค์ความรู้และค่าใช้จ่ายที่เพิ่มเข้ามา ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับทัศนคติจากต้นทุนในแง่มุมมองธุรกิจมาเป็นต้นทุนและกำไรของสังคม โดยผู้แต่งได้ทิ้งท้ายเจตจำนงนี้ไว้ในย่อหน้าสุดท้ายของบทนี้ว่า

“แนวทางในการพัฒนางานด้านคนพิการ จำเป็นต้องคำนึงว่า การพัฒนางานด้านนี้ไม่ได้ทำขึ้นในเชิงการสงเคราะห์ หรือมองว่าเป็นการสามารถใช้การขับเคลื่อนในเชิงการตลาดได้ หากแต่ต้องมองในเชิงการดำเนินงานนั้นเกิดเพื่อประโยชน์ของสังคม อันเป็นหน้าที่หลักของสื่อมวลชน ที่จะทำให้คนพิการสามารถใช้ข้อมูลในสื่ออันเอื้อประโยชน์ต่อชีวิตตนเอง และทำให้สังคมได้รับประโยชน์ด้วยเช่นกัน”

และในส่วนสุดท้ายของหนังสือเล่มนี้เป็นภาคผนวก ที่ผู้แต่งได้รวบรวมประกาศ กสทช. 3 ฉบับ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2559 และวันที่ 4 เมษายน 2560 และประกาศหลักเกณฑ์สำหรับการจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2559 มาให้ผู้อ่านได้ทราบถึงเนื้อหาทางด้านกฎหมายว่า ประเทศไทยได้ดำเนินการอย่างไรเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์เพื่อคนพิการ ซึ่งเนื้อหาในส่วนนี้ได้อ้างอิงข้อมูลหลักฐานด้านกฎหมายที่สิ้นสุดลงในปี พ.ศ. 2560 ที่เป็นปีที่หนังสือเล่มนี้ได้ตีพิมพ์เป็นครั้งแรกเท่านั้น

## คุณูปการของหนังสือ

ตั้งแต่ประเทศไทยได้ออกพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งในมาตรา 36 ได้บัญญัติถึงการส่งเสริม และคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการ ของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป ในช่วงเวลานั้น หนังสือภาษาไทยที่เกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์เพื่อคนพิการถือว่ามียุ่่น้อย มาก จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2557 จึงเริ่มมีหนังสือที่เขียนถึงการผลิตสื่อสำหรับคน พิการประเภทต่างๆ หยอຍออกมามากขึ้น ได้แก่ *คู่มือการผลิตเสียงบรรยายภาพ* (ธีรวัช เจนวัชรรักษ์, 2557) *หลักการผลิตเสียงบรรยายภาพ* (อารดา ครุจิต และคณะ, 2558) *คู่มือการจัดทำคำบรรยายแทนเสียง* (มลิวัลย์ ธรรมแสง และคณะ, 2559) *แนวทางการจัดทำล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และ เสียงบรรยายภาพสำหรับการให้บริการโทรทัศน์* (กสทช., 2560) และ *โทรทัศน์ เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ* (อารดา ครุจิต, 2560) เป็นต้น

สำหรับหนังสือ *โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ (Television for All)* มีจุดเด่นด้านการเรียบเรียงเนื้อหาให้อ่านได้เข้าใจง่าย และครอบคลุมบริการ สื่อเพื่อคนพิการในรายการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. ทั้งหมดมาไว้ในเล่ม เดียวกัน คือ เสียงบรรยายภาพ จอล่ามภาษามือ และคำบรรยายแทนเสียง ซึ่งการให้บริการแต่ละประเภคนั้นได้เขียนแยกไว้เป็นบทๆ โดยมีส่วนผสมทั้ง เนื้อหาด้านแนวคิด ทฤษฎี และแนวทางการปฏิบัติงานในเบื้องต้นได้อย่างลงตัว

แม้ว่าหนังสือเล่มนี้มีเนื้อหาบางส่วนคล้ายๆ กับ *หลักการผลิตเสียง บรรยายภาพ* (อารดา ครุจิต และคณะ, 2558) และ *แนวทางการจัดทำล่าม ภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสำหรับการให้บริการ โทรทัศน์* (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2560) แต่ผู้แต่งได้นำเนื้อหาต่างๆ มาเรียบเรียง และแต่งขึ้นใหม่โดยมีการค้นคว้าข้อมูลเอกสารจากในและต่างประเทศ พร้อม กับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านเพิ่มเติมเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมื การวางแผนการเขียนที่ไล่เรียงจากภาพกว้าง และค่อยๆ เจาะเนื้อหาเชิงลึก



เข้าไปในบริการแต่ละประเภท โดยมีการกำหนดจำนวนหน้าในแต่ละบทที่ใกล้เคียงกัน พร้อมกับวางหัวข้อย่อยในแต่ละบทให้สอดคล้องกันไปทำให้อ่านได้สันทัด นอกจากนี้ หนังสือเล่มนี้ยังไม่ลืมที่จะให้รายละเอียดเกี่ยวกับคนพิการในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้ผู้อ่านได้รู้จักและเข้าใจคนพิการประเภทต่างๆ มากยิ่งขึ้น จนถึงได้ว่า หนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือเพื่อคนพิการเล่มหนึ่งของไทยที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ และน่าอ่าน

หากมองเพียงผิวเผินหรือเปิดพลิกไปดูบรรณานุกรมในแต่ละบทของหนังสือเล่มนี้ ที่มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นหน่วยงานและรายนามที่มีความน่าเชื่อถือในทางวิชาการ ผู้อ่านอาจสรุปว่า หนังสือเล่มนี้เหมาะเป็นหนังสือหรือตำราเรียน ซึ่งก็ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้แต่งที่เขียนไว้ในคำนำว่า ต้องการให้เป็นหนังสือสำหรับผู้เรียนด้านโทรทัศน์หรือผู้ที่ศึกษาด้านสื่อเพื่อคนพิการ แต่หากมองในแง่คุณค่าของหนังสือเล่มนี้ที่ทำให้คนในสังคมได้ตระหนักถึงความสำคัญของสื่อเพื่อคนพิการในฐานะเครื่องมืออย่างหนึ่ง ที่ช่วยเพิ่มพลังอำนาจให้กับคนพิการได้ใช้ชีวิตอย่างเท่าเทียมกับคนทั่วไปอย่างมีศักดิ์ศรี หนังสือเล่มนี้ก็ควรค่ากับการเป็นหนังสือเล่มหนึ่งที่ทุกคนสามารถอ่านกันได้โดยกว้าง เพราะคนพิการก็คือเพื่อนมนุษย์คนหนึ่ง ในสังคม ที่ต้องการเสฟสื่อและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในการดำรงชีวิตเช่นเดียวกันกับพวกเราทุกคน

## บรรณานุกรม

- ธีรวัช เจนวัชรรักษ์ (2557), *คู่มือการผลิตเสียงบรรยายภาพ*, กรุงเทพฯ: สถาบันคนตาบอดแห่งชาติเพื่อการวิจัยและพัฒนา.
- มลิวลย์ ธรรมแสง (2559), *คู่มือการจัดทำคำบรรยายแทนเสียง*, กรุงเทพฯ: กราฟ픽ไซด์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2560), *แนวทางการจัดทำล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ สำหรับการให้บริการโทรทัศน์*, กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.
- อารดา ครุจิต (2558), *หลักการผลิตเสียงบรรยายภาพ*, ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2560), *โทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ*, ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

# ใบสมัครสมาชิกวารสารศาสตร์

## คณะกรรมการศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ข้าพเจ้า นาย นาง นางสาว \_\_\_\_\_  
(ชื่อ-นามสกุล)

- ประสงค์จะ ☐ สมัครสมาชิก “วารสารศาสตร์” ตั้งแต่เล่มที่ \_\_\_\_\_  
☐ ต่ออายุสมาชิก เลขที่สมาชิก \_\_\_\_\_  
☐ เปลี่ยนที่อยู่ในการจัดส่ง

โดยชำระเงินค่าสมาชิก

- ☐ จำนวน 320 บาท (วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์” 3 เล่ม รวมค่าจัดส่ง)  
เข้าบัญชี คณะวารสารศาสตร์ฯ มธ. (กองทุนวิจัย)  
ธนาคารกรุงเทพ สาขามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์-รังสิต  
เลขที่บัญชี 091-0-59902-6

สถานที่จัดส่ง

- ☐ บ้าน ที่อยู่ \_\_\_\_\_  
โทรศัพท์ \_\_\_\_\_ โทรศัพท์มือถือ \_\_\_\_\_  
☐ ที่ทำงาน ที่อยู่ \_\_\_\_\_  
โทรศัพท์ \_\_\_\_\_ โทรศัพท์มือถือ \_\_\_\_\_  
โทรสาร \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_  
+++

กรุณากรอรายละเอียดพร้อมส่งหลักฐานการชำระเงิน

ส่งกลับมายัง ฝ่ายสมาชิก “วารสารศาสตร์”  
คณะกรรมการศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
เลขที่ 99 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121  
โทรสาร 02-696-6218 อีเมล oilsumol@hotmail.com

## การส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”

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

### คุณลักษณะของบทความ

1. เป็นบทความที่มีคุณลักษณะตามเกณฑ์ของ อ.ก.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งได้แก่
  - บทความวิเคราะห์วิจัย (Research Article)
  - เอกสารกรณีศึกษา (Case Material)
  - บทความสำรวจวิจัย (Survey Article)
  - บทความวิจารณ์ (Review Article)
  - บทความทางวิชาการ (Theoretical Article)
  - รายงานสำรวจ (Survey Report)ทั้งนี้ ไม่รวมงานวิทยานิพนธ์ของผู้เขียนบทความ บทความประเภทงานแปล และเอกสารประกอบคำบรรยาย
2. ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างรอการพิจารณาจากสำนักพิมพ์อื่น
3. หากเป็นงานวิจัยดีเด่นที่เคยตีพิมพ์มาก่อนแล้ว ต้องมีการนำมาวิเคราะห์ด้วยมุมมองใหม่ นำเสนอข้อมูลใหม่โดยได้รับอนุญาตจากผู้เขียน
4. ผู้เขียนหรือผู้เขียนร่วมได้รับอนุญาตให้ตีพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลในวารสารวิชาการ
5. ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 คน และ/หรือ การอ่านเพื่อปรับแก้ไขจากบรรณาธิการ หรือบรรณาธิการรับเชิญ ตามกำหนดเวลาของกองบรรณาธิการ ทั้งนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะคัดเลือกตามสาขาวิชาหรือประเด็นเนื้อหาที่อยู่ในบทความนั้นๆ และหากเป็นบทความจากผู้เขียนภายในมหาวิทยาลัย จะต้องได้รับพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงาน จำนวน 3 คน และไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียน โดยชื่อของผู้เขียนและผู้ประเมินจะเป็นไปในลักษณะปกปิด หรือ double blinded

### การส่งต้นฉบับเนื้อหา

1. จัดพิมพ์เนื้อหาด้วยอักษร Cordia New ขนาด 15 pt ในโปรแกรม Microsoft Word (ไฟล์.doc)
2. ควรมีความยาว 15-20 หน้ากระดาษ A4 พร้อมจัดเรียงภาพประกอบลงในไฟล์ Microsoft Word
3. ส่งพร้อมบทคัดย่อและคำสำคัญ เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

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

#### การส่งไฟล์ภาพประกอบ

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

#### จริยธรรมการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานและบทความวิชาการ

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

#### การเขียนเอกสารอ้างอิงและบรรณานุกรม

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

### 1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง, (ปีที่พิมพ์), ชื่อเรื่อง, ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี), สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.  
กิตติมา สุรสนธิ (2548), *ความรู้ทางการสื่อสาร*, พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์  
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.  
พิศิษฐ์ ขวาลาวัช และคณะ (2539), *การรายงานข่าวชั้นสูง*, กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.  
สุวรรณา สถาอานันท์ และเนืองน้อย บุญยเนตร (2537), คำ: *ร่องรอยความคิดความเชื่อไทย*,  
พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
McQuail, D. (2005), *McQuail's Mass Communication Theory*, 5<sup>th</sup> ed., London: Sage.  
Sharrock, W. et al. (2003), *Understanding Modern Sociology*, London: Sage.  
Windhal, S. and Signitzer, B. (2009), *Using Communication Theory: An Introduction  
to Planned Communication*, Los Angeles: Sage.

### 2. บทความในวารสาร หนังสือพิมพ์ และหนังสือรวมเล่ม

#### 2.1 บทความในวารสาร

ชื่อผู้เขียน (ปีที่พิมพ์), "ชื่อบทความ", ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่): เลขหน้า (ถ้ามี).  
เกศราพร ทองพุ่มพุกษา (2561), "การนำเสนอภาพความเป็นแม่ในหนังสือเด็กใน  
ประเทศไทย", *วารสารศาสตร์*, 11(2): 113-160.

#### 2.2 บทความ ข่าว หรือคอลัมน์จากหนังสือพิมพ์

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

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

#### 2.3 บทความในหนังสือรวมเล่ม

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

ภัทริรา สารการปริรักษ์ (2558), "ธุรกิจเพลง", ใน สมสุข หินวิมาน และคณะ (บ.ก.), *ธุรกิจ  
สื่อสารมวลชน*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

### 3. รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ หรือสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย (ปีที่พิมพ์), ชื่อรายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หรือสารนิพนธ์, สถาบันต้นสังกัดหรือ  
รายละเอียดของระดับปริญญาของรายงานวิจัยดังกล่าว.

ไวยวุฒิ ภูฉัตรธรรสาร (2556), *การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของคนรุ่นใหม่ไทย*,  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสาร  
มวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

**4. เอกสารที่ไม่เป็นเล่ม เช่น เอกสารประกอบการสอน เอกสารอัดสำเนา แผ่นพับ**

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

**5. ข้อมูลออนไลน์ หรือสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต**

ให้ระบุข้อมูลจากหนังสือ บทความ หรือเนื้อหาที่อ้างอิง จากนั้นตามด้วยแหล่งที่มาและ  
วันเดือนปีที่สืบค้นจากฐานข้อมูลออนไลน์ ดังตัวอย่าง  
ระพีพรรณ พัฒนาเวช และคณะทำงานห้องสมุดไทยคิด (มปป.), *คู่มือการคัดเลือกหนังสือ  
สำหรับเด็กแต่ละวัย*, สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก [https://www.tkpark.or.th/  
stocks/extra/000597.pdf](https://www.tkpark.or.th/stocks/extra/000597.pdf)

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

**ส่งบทความหรือติดต่อสอบถาม**

**กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์”**

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



พิมพ์ที่: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ. 2565

โทรศัพท์ 0-2564-3104 ถึง 6

โทรสาร 0-2564-3119

<http://www.thammasatprintinghouse.com>