



วารสารการสื่อสารมวลชน

Journal of Mass Communication

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2561
Vol. 6 No. 2 July - December 2018
ISSN : 1906-2591

วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2561
Vol. 6 No. 2 July - December 2018
ISSN : 1906-2591

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.อวรณ์ โอภาสพัฒนกิจ
รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา เกียรติ
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล
รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี
รองศาสตราจารย์ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตต์ ธรรมโม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข ภาระมรทัต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผงกา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลคำ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปั่นทรานวงศ์
อาจารย์ ดร.จักรพันธ์ ชัดชุ่มแสง
อาจารย์ ดร.ชนัญสราร อรนพ ณ อยุธยา
อาจารย์ ดร.พรรษาสิริ กุหลาบ
อาจารย์ ดร.พิรยุทธ โอพันธ์
อาจารย์ ดร.วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์
อาจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา
อาจารย์ ดร.วีระ สุภา
อาจารย์ ดร.ไววุฒิ วุฒิอรรถสาร
อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล
อาจารย์ ดร.ศศิธร ยุกโกศล

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.กรวรรณ กฤตวรกาญจน์
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันท์สิริ กิตติวรากุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวัลย์ อินทจักร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนันทา แยมทัพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิกันต์ ลิ้มปิติ
อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์
อาจารย์ ดร.จิรเวทย์ รักชาติ
อาจารย์ ดร.ภัทม์ อินทจักร
อาจารย์ ดร.วิทยา พาณิชล่อเจริญ
อาจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตน์

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสีมากุล

รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม

อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชล้อเจริญ

อาจารย์ ดร.วีระ สุทะ

กองจัดการ

นางสาวเกษรี ตติยะอนันต์

นายมีขวต พงศ์มขวาน

นางสาวศศิگانต์ ศรีนรพรรณ

นางสาวอรอนงค์ ดุ้ยแสน

เลขานุการ

นางสาวจิตราพรรณ รัตนวงษ์

นางสาวธนาภา ศรีสุวรรณ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการของคณาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการสื่อสารมวลชนและสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารในสาขาวิชาต่างๆ มากขึ้น

การพิจารณาบทความ

วารสารการสื่อสารมวลชน (Journal of Mass Communication) มีนโยบายรับพิจารณาบทความวิจัย บทความวิชาการ บทบรรณนิทัศน์ หรือข้อเขียนของนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ หรือสาขาอื่นๆ ที่มีผลงานเกี่ยวเนื่องกับศาสตร์ทางด้านนี้ โดยผลงานนั้นจะต้องได้มาตรฐานตามที่วารสารการสื่อสารมวลชนได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การพิจารณาจะไม่คำนึงถึงสถานที่ทำงาน สถาบันการศึกษา หรือศาสนาของผู้เขียน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาบทความ

1. กองบรรณาธิการจะไม่พิจารณาบทความหรือข้อเขียนที่ได้รับการตีพิมพ์แล้วในแหล่งอื่นๆ
2. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิในการพิจารณาคัดเลือกบทความวิชาการ/บทความจากผลการวิจัย ที่จะเผยแพร่โดยความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการและคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากภายในและภายนอก คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิในการพิจารณาตกแต่งต้นฉบับบางส่วนในด้านภาษา ตัวสะกด การันต์ เพื่อให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย
4. สำหรับบทความหรือข้อเขียนที่ส่งมาให้พิจารณา กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ โดยจะไม่ส่งต้นฉบับคืน ดังนั้นผู้เขียนควรทำสำเนาไว้ด้วย

รายละเอียดการจัดพิมพ์

1. การส่งบทความให้พิมพ์ลงกระดานขนาด A4 แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point ภาพประกอบความละเอียดที่ 300 Pixel/High Resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500 KB
2. ใช้โปรแกรม Microsoft Word
3. ควรมีความยาว 15-20 หน้า
4. การอ้างอิงให้ใช้รูปแบบ APA (American Psychological Association)

สถานที่ส่งผลงาน

หน่วยบริหารงานวิจัย คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ (053) 942703 ต่อ 195 โทรสาร (053) 942704
E-mail: journalmc.cmu@gmail.com

ออกแบบปก

นายอภิภู กิตติกำธร

จัดหน้า

นายมีชัย วัฒนพงษ์

พิมพ์ที่

พิมพ์ที่ โรงพิมพ์เชียงใหม่ บริษัท นันทพันธ์พรินติ้ง จำกัด
โทร. (053) 804909 โทรสาร. (053) 804958
Email address: Info@nuntapun.com

- วารสารการสื่อสารมวลชน กำหนดออกปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับเดือนมกราคม-มิถุนายน และฉบับเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม
- ลิขสิทธิ์เป็นของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ผู้ใดประสงค์จะนำข้อความใดๆ ไปพิมพ์เผยแพร่ต่อ ต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียน ตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์
- วารสารการสื่อสารมวลชน ได้รับเงินอุดหนุนจากคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ทศนะและข้อคิดเห็นในวารสารการสื่อสารมวลชนฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่ทศนะและข้อเขียนของกองบรรณาธิการหรือของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ดาวน์โหลดแบบฟอร์ม นำส่งบทความเพื่อพิจารณานำลงวารสารการสื่อสารมวลชน และแบบฟอร์มอื่นๆ ได้ที่

<https://goo.gl/rYzHXq>

หรือ สแกน QR Code และคลิกไอคอนมุมบนขวา เลือก “เกี่ยวกับเรา”



บทบรรณาธิการ

วารสารการสื่อสารมวลชนฉบับส่งท้ายปี พ.ศ. 2561 นี้ มาพร้อมกับบทความที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในหลากหลายมิติที่น่าสนใจในมิติแรก เป็นบทความที่เขียนถึงการศึกษาเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย ได้แก่ บทความเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อหนุนเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาวะ” ของ ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรต์นา เป็นการศึกษาที่เสริมสร้างการเข้าถึงบริการสุขภาวะของกลุ่มคนชาติพันธุ์ที่อาจเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ทางด้านสุขภาพร่างกายได้น้อยเมื่อเทียบกับคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคม การสื่อสารออนไลน์ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มชาติพันธุ์ได้อย่างไร สามารถติดตามศึกษาได้จากบทความชิ้นนี้ ต่อมาคือการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนของนักศึกษา เรื่อง “รูปแบบการมอบหมายงานที่เหมาะสมสำหรับผู้เรียนในกระบวนการวิจัยเพื่อการสื่อสาร คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” กระบวนวิชาการวิจัยเป็นกระบวนวิชาสำหรับนักศึกษาในชั้นปีที่สูงเพื่อฝึกกระบวนการคิดและการค้นหาคำตอบของปัญหา/โจทย์ต่างๆ อย่างเป็นระบบและมีกระบวนการที่เชื่อถือได้ วิทยา พานิชล้อเจริญ จึงได้ศึกษาเพื่อหาแนวทางของการจัดการเรียนที่เหมาะสมและช่วยให้เกิดการเรียนรู้ของนักศึกษาได้อย่างเกิดประสิทธิผล อีกบทความหนึ่งคือ “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารความรู้ และการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” ท่ามกลางกระแสของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โจทย์ที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจ คือ ประชากรในประเทศไทยมีความพร้อมในการปรับตัวเข้าสู่การเป็นพลเมืองอาเซียนมากน้อยเพียงใด สุธาทิพย์ เขียวขจี ทำการศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ของความรู้ และการเตรียมความพร้อมของเยาวชนไทยให้เห็นในบทความดังกล่าว

มิติของการศึกษาอีกด้านหนึ่งที่น่าสนใจ คือ การศึกษาปรากฏการณ์และผลผลิตทางการสื่อสารโดยใช้มุมมองการวิเคราะห์การละครและการเล่าเรื่อง บทความแรกเข้ากับเหตุการณ์ที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคม คือ เหตุการณ์เด็กติดอยู่ในถ้ำหลวง เทพฤทธิ์ มณีกุล เขียนบทความวิเคราะห์ไว้อย่างน่าสนใจในเรื่อง “การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบปรากฏการณ์ถ้ำหลวงในฐานะผลงานศิลปะการละครระดับโลก” อีกเรื่องหนึ่งที่น่าสนใจในการอ่านคือ บทความเรื่อง “‘หลอก’ และ ‘หลอน’:

อำนาจแห่งการถูกจ้องมองของ ผีผู้หญิงในภาพยนตร์ไทยเรื่อง ปอบ หิวด สยอง” ภาพยนตร์ผีแบบไทยๆ ที่ป็นรู้จักกันดี ซึ่ง ธนวัฒน์ ปัญญานันท์ ได้นำมาวิเคราะห์ ในมิติของอำนาจของ “ผีผู้หญิง” ได้อย่างน่าสนใจ อีกบทความหนึ่งที่เกี่ยวกับการนำเสนอของสื่อมวลชน คือ “การวางกรอบข่าวอาชญากรรมที่ประกอบสร้างผู้หญิง ที่เป็นผู้ต้องหาให้กลายเป็นคนมีชื่อเสียง กรณีคดี “นางสาวปริยานุช โนนวังชัย”” ที่ เบญจพร ศรีดี ได้วิเคราะห์ว่าด้วยการนำเสนอของสื่อมวลชน และการวางกรอบ การเล่าเรื่อง ทำให้ผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหากลายเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงได้อย่างไร

บทความที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในอีกมิติหนึ่งของวารสารการสื่อสารมวลชน ฉบับนี้ คือ การวิเคราะห์การสื่อสารภายใต้กรอบของความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นประเด็นที่สื่อมวลชนมักจะถูกตั้งคำถามถึงอยู่เสมอว่าจะมีการจัดการสมดุลของการเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหาผลกำไรไปพร้อมกับ การทำหน้าที่สื่อมวลชนที่รับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างไร บทความที่น่าสนใจนี้มีให้ผู้อ่านได้ศึกษาด้วยกัน 2 เรื่อง คือ “การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาบริษัท แครี่โฮม จำกัด” ของ ปัญญชลี พิมลวงศ์ และ “กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร: กรณีศึกษา บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด” ของ ชิสานาคเปลื้อง

วารสารการสื่อสารมวลชนดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาถึงปีที่ 6 ในปีหน้า พ.ศ. 2562 เราหวังว่าจะยังได้รับความสนใจจากทุกท่านในการส่งบทความ ทางด้านการสื่อสาร และนิเทศศาสตร์ มารวมตีพิมพ์เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน และเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการให้เติบโตยิ่งขึ้น และหวังว่าผู้อ่านวารสารจะได้มุมมอง ที่น่าสนใจ นำไปขบคิดวิเคราะห์ต่อยอดในการมองปรากฏการณ์ทางสังคมได้อย่างลึกซึ้ง ภายใต้วามิตใหม่ๆ อันจะทำให้เกิดการถกเถียง อภิปราย ได้แย้งกันในแวดวงการสื่อสาร ได้อย่างมีอรรถรสทางความคิดร่วมกันต่อไป

พิมลพรรณ ไชยนันท์

บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

การพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อหนุนเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ: การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (รอบที่ 1) The Potential Development of Ethnic Group Leaders in Communication through Online Media for Supporting Accessibility to Health Services: Operational Research (Round 1) » ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์	1
แนวทางการมอบหมายงานที่เหมาะสมสำหรับผู้เรียน ในกระบวนการวิชาการวิจัยเพื่อการสื่อสาร คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ The Practical Assignment Approach for Students in the Course of Communication Research, Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University. » วิทยา พานิชล่อเจริญ	26
การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบปรากฏการณ์ถ้ำหลวง ในฐานะผลงานศิลปะการละครระดับโลก A Comparative Analysis of the Tham Luang Cave Rescue as a World-class Theatrical Performance » เทพฤทธิ์ มณีกุล	45

“หลอก” และ “หลอน”: อำนาจแห่งการถูกจ้องมองของ (ผี) ผู้หญิง ในภาพยนตร์ไทย เรื่อง ปอบ หวิด สยอง (2544) “Spoof” and “Haunt”: The Power of Being Gazed (upon) by Female (Ghosts) in The Film, Body Jumper (2001) » ธนวัฒน์ ปัญญานันท์ และชลธิป วสุวัต	72
การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา บริษัท แครี่โฮม จำกัด Communication of Corporate Social Responsibility (CSR) in Small and Medium Enterprises (SMEs). A Case Study of Dairy Home Co, Ltd. » ปัญญ์ชลี พิมลวงค์ และมนต์ ขจรเจริญ	93
การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการเตรียมความพร้อมด้านภาษา และวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร Exposure to Information, Knowledge, and Preparation for Languages and Cultures toward ASEAN Community of Thai Adolescents in Bangkok » สุรชาติพิย์ เขียวขจี และกิตติมา สุรสนธิ	123

กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของศิลปิน ที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร: กรณีศึกษา บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด Communication Strategy through Special Events Presenting Corporate Social Responsibility By Artists and the Brand Image of the Organization: A Case Study of Cerebos (Thailand) Ltd. » ชีสา นาคเปลื้อง ธรรมยุทธ ปัญญโสภณ และปีเตอร์ กัน	149
การวางกรอบข่าวอาชญากรรมที่ประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา กรณีคดี “นางสาวปริยานุช โนนวังชัย” Framing of Crime News which Constructed Woman Suspect in the Case of “Preyanuch Nonwangchai” » เบญจพร ศรีดี และชนัญสราร อรนพ ณ อยู่ธยา	168

การพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์
เพื่อหนุนเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ:
การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (รอบที่ 1)
The Potential Development of Ethnic Group Leaders
in Communication through Online Media
for Supporting Accessibility to Health Services:
Operational Research (Round 1)

ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรटना¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) เพื่อพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ และ 2) เพื่อแสวงหาแนวทางการสื่อสารส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) โดยดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือน กันยายน 2560 – กันยายน 2561 ผลการดำเนินการวิจัย พบว่า การจัดอบรมการผลิตสื่อออนไลน์โดยการอบรมเนื้อหา ศิลปะการใช้ภาพและเสียง การเขียนบท การถ่ายทำ และการตัดต่อ ช่วยพัฒนาให้แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ผลิตสื่อวิดีโอทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพได้ แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ คือ 1) การสร้างระบบพี่เลี้ยง 2) บูรณาการสื่อออนไลน์เข้ากับกิจกรรมการสื่อสารอื่นๆ 3) ส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชนประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมือง และ 4) ส่งเสริมให้เกิดแผนปฏิบัติการการส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองในหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานสาธารณสุข

¹อาจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรटना อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Abstract

The purposes of this research are; 1) develop online production of ethnic leaders for promoting government health welfare of ethnic, and tribal, and 2) develop higher government health welfare communication process and planning. The researcher was using an action research which conducted from September 2017 to September 2018. The results were found that online media production training by using audiovisual, scriptwriting, filming and editing can help ethnic leaders develop their media production to promote the accessibility of health services. The development guidelines of communication for promoting the accessibility of health services are; 1) creating a mentoring system, 2) integrated online media, with personal media, cultural media, local media, and mass media, 3) promote participatory communication among ethnic and tribal, and 4) collaborate with local government and local public health making action plans for ethnics health welfare promoting.

บทนำ

ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองในประเทศไทย คือ ไม่สามารถเข้าถึงบริการสุขภาพ และขาดความรู้ด้านการดูแลป้องกัน และส่งเสริมสุขภาพของตนเอง เนื่องจากมีข้อจำกัดที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) ประชากรกลุ่มดังกล่าวขาดความรู้เรื่องสิทธิบริการสุขภาพ ทำให้ไม่ทราบกระบวนการขั้นตอนการใช้สิทธิรักษาพยาบาลตามที่รัฐสวัสดิการจัดให้ได้ 2) ข้อจำกัดด้านการเข้าถึงสื่อและองค์ความรู้ในด้านการเข้ารับสิทธิบริการสุขภาพ ประชากรกลุ่มดังกล่าวสื่อสารโดยใช้ภาษาชนเผ่าของตนเอง ไม่เข้าใจภาษาทางราชการ จึงไม่ทราบแนวทางการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ และ 3) ข้อจำกัดด้านสื่อและการสื่อสารเพื่อรณรงค์ให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ ถึงแม้ในปัจจุบันสื่อมวลชนได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ แต่สื่อมวลชนเกือบทั้งหมดใช้ภาษาทางราชการสื่อสาร ทำให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองที่สื่อสาร

โดยใช้ภาษาชนเผ่าของตนเองไม่เข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอจึงขาดความรู้ และไม่สามารถเข้าถึงบริการดังกล่าว

จากสภาพปัญหาดังกล่าวมีองค์กรอิสระและสถาบันการศึกษาตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ และการส่งเสริมสุขภาพตนเอง ได้แก่ มูลนิธิพัฒนาชนกลุ่มน้อย และชาติพันธุ์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้รับงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ และช่วยเหลือให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวเข้าถึงบริการสุขภาพ และการส่งเสริมสุขภาพ โดยจัดกิจกรรมให้ความรู้ ความเข้าใจประเด็นการเข้าถึงบริการสุขภาพ คือ การจัดกิจกรรมสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่ การเจรจาด้วยวาจา การจัดประชุมและอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้การเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพและการส่งเสริมสุขภาพ ตามที่มูลนิธิพัฒนาชนกลุ่มน้อยและชาติพันธุ์ได้จัดขึ้น แต่การจัดกิจกรรมการสื่อสารดังกล่าวสามารถจัดให้ความรู้เฉพาะบางพื้นที่ และยังไม่สามารถขยายผลการดำเนินงานการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ และการส่งเสริมสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองในอีกหลายพื้นที่ (ไพสิฐ พาณิขกุล, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2560; วิวัฒน์ ตามี, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน, 2560; กิ่งแก้ว จันดี, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2561) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ คือ การใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบคลิปวิดีโอ ภาพถ่าย และการเขียนข้อความแล้วนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองนิยมเปิดรับมากขึ้น เพราะใช้ภาษาชนเผ่าทำให้เข้าใจเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอทำให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวเข้าถึง และเข้าใจเนื้อหาเกี่ยวกับการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพมากขึ้นอันจะทำให้มีความรู้ นำไปปฏิบัติเพื่อเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพสูงขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวในฐานะที่ผู้วิจัยได้รับมอบหมายให้เป็นหัวหน้าโครงการสื่อสารเพื่อหนุนเสริมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาสุขภาพะกลุ่มชาติพันธุ์ชนเผ่าพื้นเมือง และประชากรข้ามชาติ จึงได้จัดทำวิจัยแผนการส่งเสริมให้แกนนำมีศักยภาพการผลิตสื่อและสื่อสาร พร้อมทั้งพัฒนากระบวนการวิธีการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองได้รับความรู้ เข้าใจ และเข้าถึงการรับสิทธิบริการสุขภาพ และมีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการส่งเสริมสุขภาพตนเอง ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการส่งเสริมการดำเนินงานการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ และการส่งเสริมสุขภาพ คือ การพัฒนาศักยภาพการวางแผน

การรณรงค์การส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ และการผลิตสื่อออนไลน์โดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟนผลิตสื่อคลิปวิดีโอ ภาพนิ่ง และการเขียนบรรยาย เพื่อนำไปใช้เผยแพร่ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อดังกล่าวสอดคล้องกับการปฏิบัติงานของแกนนำที่ใช้สื่อดังกล่าวไปใช้ประกอบการอธิบาย และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองเลือกเปิดรับสื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวเข้าถึงสื่อ (ธีรภัทร วรรณฤมล และคณะ, 2561) ภายหลังจากการจัดทำแผนดังกล่าวผู้วิจัยได้พัฒนาหลักสูตรการจัดอบรมพัฒนาศักยภาพการผลิตสื่อออนไลน์ในรูปแบบของรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว ภาพยนตร์สั้น และรายการสารคดีให้แก่แกนนำที่ดำเนินงานส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ และการส่งเสริมสุขภาพแก่ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ได้นำสื่อที่ผลิตขึ้นไปใช้ในการอธิบาย และเผยแพร่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวได้รับความรู้ และนำไปใช้ปฏิบัติให้ได้เข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ และส่งเสริมสุขภาพของตนเองได้ เช่น กองทุนคืนสิทธิของ สปสช. เป็นต้น

การวิจัยในครั้งนี้นำเสนอผลการดำเนินงานวิจัยรอบที่ 1 ของการดำเนินงานการพัฒนาแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ให้มีศักยภาพการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อหนุนเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพะ โดยมีการจัดอบรมพัฒนาศักยภาพการผลิตสื่อออนไลน์ในรูปคลิปวิดีโอ ภาพนิ่ง การเขียนคำบรรยายในรูปแบบรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว ภาพยนตร์สั้นและรายการสารคดีเพื่อส่งเสริมให้แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์นำไปใช้ผลิตสื่อดังกล่าวเผยแพร่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และประสานความร่วมมือกับรายการวิทยุชนเผ่าเอเอ็ม 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงเชียงใหม่ ที่กระจายเสียงทางคลื่นวิทยุและเผยแพร่ภาพและเสียงทางวิทยุออนไลน์โดยใช้ภาษาชนเผ่าเพื่อช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวอันจะทำให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองได้รับความรู้จากสื่อที่แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ที่ได้รับการอบรมครั้งนี้ผลิตขึ้นพร้อมกันนี้ผู้วิจัยแสวงหาแนวทางการสื่อสารต้นแบบที่จะช่วยส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีรายละเอียดการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ
2. เพื่อแสวงหาแนวทางการสื่อสารส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ให้ผลิตสื่อออนไลน์ในรูปแบบรายการข่าว รายการสารคดี และภาพยนตร์สั้น เพื่อสื่อสารประเด็นการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน โดยใช้ภาษาชนเผ่า ได้แก่ ปะกาเกอญอ ลาหู่ ลีซู ดาราอาง เพื่อให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวมีความรู้ ความเข้าใจ และนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการเพื่อให้ตนเองเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวทางการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) ของ Kemmis และ McTaggard (2000) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) การวิจัยเชิงปฏิบัติการเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่นำมาใช้พัฒนาการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร โครงการที่มีผู้เกี่ยวข้องเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วางแผน แสวงหาแนวทางการพัฒนา ปฏิบัติตามแผนการพัฒนา ติดตามประเมินผลสะท้อนผลการดำเนินงาน เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการดังกล่าวจึงแสวงหาแนวทางการดำเนินงานในรอบต่อไป เพื่อให้ได้วิธีการและแนวทางการดำเนินงานที่ดีขึ้น ส่วนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ การสื่อสารที่ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วางแผน ปฏิบัติ ตรวจสอบและประเมินผล (พวงชมพู ไชยอาลา, 2556) เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน สังคมใดสังคมหนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะ สอดคล้องกับเป้าหมายของการวิจัยในครั้งนี้ จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิด 2 แนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์บริบท การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาใช้ร่วมการวิเคราะห์บริบทการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เนื่องจากการดำเนินงานการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองในครั้งนี้จำเป็นต้องใช้การสื่อสารในแนวราบ (horizontal communication) คือ แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์สื่อสารประเด็นการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพโดยใช้สื่อ วิธีการ และภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง เช่น ปะกาเกอญอ ไทใหญ่ อาข่า ม้ง ลีซู ลาหู่ เป็นต้น สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความรู้ ความเข้าใจ และนำไปใช้ปฏิบัติตนเพื่อให้เข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพผู้ดำเนินงานควรวิเคราะห์องค์ประกอบ ปัจจัยที่เป็นบริบทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชนเผ่าและชาติพันธุ์พื้นเมืองดังนี้

1.1 โครงสร้างระดับมหภาค หมายถึง กฎหมายในระดับรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติ พระราชกำหนด และพระราชกฤษฎีกาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดสิทธิและสถานะของบุคคลในการเข้าถึงบริการสุขภาพ เช่น การให้สิทธิประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีอิทธิพลต่อการดูแล ป้องกัน รักษาสุขภาพของประชาชนกลุ่มชาติพันธุ์ (นัยนันท์ สุวรรณนิษฐ์, 2547) พร้อมกันนี้ยังพบว่า โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่กำหนดให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองสามารถเข้าถึงอาชีพบางอาชีพได้มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ส่งผลต่อโอกาสในการเข้าถึงบริการสุขภาพในด้านต่างๆ

1.2 โครงสร้างทางประเพณีวัฒนธรรมของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง หมายถึง ประเพณีวัฒนธรรม ค่านิยม บรรทัดฐานทางสังคม วิถีชีวิตจารีตประเพณีการดำรงชีวิต (ธีราภรณ์ น้ำทอง, 2551; อำนวย คลีใบ, 2556) และความเชื่อมั่นในศาสนา และความสัมพันธ์เชิงอำนาจในมิติของเพศวิถีที่ชายเป็นใหญ่ ควบคุมสิทธิการใช้ชีวิตและมีเพศสัมพันธ์ของผู้หญิง (ศรีสุวรรณ วรบุตร, 2551) ของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองที่มีลักษณะความเชื่อที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความคิดความเชื่อในการเข้ารับการรักษาพยาบาล การส่งเสริมให้บุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนอันจะส่งผลต่อการเสริมสร้างศักยภาพและคุณค่าภายในของเยาวชนที่จะมีผลต่อการเข้าถึงการขอสัญชาติ การรู้เท่าทันกฎหมาย และแนวทางการปฏิบัติตนเพื่อให้เข้าถึงสิทธิสถานการณรับบริการสุขภาพ

1.3 การดำเนินงานของหน่วยงานสาธารณสุขในชุมชน หมายถึง นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนปฏิบัติการของหน่วยงานสาธารณสุขในชุมชน

และการส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านงบประมาณและบุคลากร (แสงเดือน ม่วยแดง และคณะ, 2550) เช่น โรงพยาบาลสุขภาพตำบลที่มีบุคลากรทางการแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ที่มีศักยภาพในการสื่อสารชักจูงโน้มน้าวใจและดำเนินกิจกรรมส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (นัยนันท์ สุวรรณภิษฐ์, 2547)

1.4 ภาศิเครือข่ายสมาชิกกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองที่ขับเคลื่อนการส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ ผลงานวิจัยของธีรภัทร วรรณฤมลและคณะ (2561) พบว่า แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง ควรได้รับความร่วมมือจากภาศิเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ มูลนิธิที่ดำเนินกิจกรรมการขับเคลื่อนการเข้าถึงสิทธิสถานะของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง อาสาสมัครพัฒนาสุขภาพในชุมชน พร้อมทั้งสื่อมวลชนที่มีช่องทางการสื่อสารไปยังกลุ่มประชากรชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองในพื้นที่ต่างๆ เช่น รายการวิทยุชนเผ่า เอเอ็ม 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่

พร้อมกันนี้การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ ปัจจัยนำเข้า (input) หรือต้นทุนทางสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการวิจัยเชิงปฏิบัติการประกอบด้วย

1.5 ปัจจัยด้านบุคลากร (man) หมายถึง ภาศิเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ เช่น มูลนิธิเยาวชนชนบท ศูนย์ประสานงานผู้มีปัญหาสิทธิสถานะ และผู้จัดและผู้ผลิตรายการวิทยุชนเผ่าเอเอ็ม 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ เพื่อเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ ส่งเสริมกำลังใจ เสริมสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการเข้าถึงบริการสุขภาพ

1.6 ปัจจัยด้านงบประมาณ (money) หมายถึง ปัจจัยด้านเงินทุน งบประมาณที่ช่วยเสริมการดำเนินกิจกรรมโครงการ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สสส. ในการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพการสื่อสารและการผลิตสื่อออนไลน์ เพื่อให้แกนนำที่ดำเนินงาน สามารถนำไปใช้สื่อสารสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมือง

1.7 ปัจจัยด้านอุปกรณ์ (material) หมายถึง การเป็นเจ้าของเครื่องมือ อุปกรณ์ช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับผิดชอบโครงการที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งเสริมการเข้าถึง

บริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองเป็นเจ้าของ และเครือข่ายที่มีคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและ/หรือวิทยุโทรทัศน์เผยแพร่เนื้อ หรือสนับสนุนอุปกรณ์ดำเนินงาน

1.8 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (management) หมายถึง ระบบและกลไก การดำเนินงานของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แบบแผน แนวทาง แผนปฏิบัติการ ของแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ของแต่ละมูลนิธิ เครือข่ายสื่อมวลชน และสถาบันการศึกษา ที่สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อร่วมกันพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง

2. การวางแผน เป็นขั้นตอนที่ผู้ดำเนินโครงการ และสมาชิกในองค์กร หน่วยงาน ชุมชนสังคมต้องประชุมวางแผน กำหนดเป้าหมาย กำหนดผลลัพธ์และกิจกรรม และกำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละส่วนและแต่ละฝ่ายนำไป ปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

2.1 กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และตัวชี้วัดการดำเนินงานเป็นขั้นตอน ที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องประชุม กำหนดเป้าหมาย หรือผลที่ต้องการให้เกิดขึ้น จากการดำเนินโครงการ การกำหนดวัตถุประสงค์ คือ การกำหนดรายการที่ต้องการ ดำเนินไปให้บรรลุเป้าหมายโดยจำแนกเป็นข้อ ส่วนตัวชี้วัด คือ รายการและรายละเอียด ของผลที่เกิดขึ้นสามารถสังเกตเห็น วัดและประเมินผลได้ ประกอบด้วยตัวชี้วัดเชิงปริมาณ และตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยของธีรภัทร วรรณฤมล และคณะ (2561) และศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์และคณะ (2561) มาใช้กำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ คือ การพัฒนาศักยภาพการผลิตสื่อออนไลน์ของแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการสุขภาพ ให้สามารถนำเสนอได้ทางสื่อ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เผยแพร่ผ่านภาคีเครือข่ายสื่อมวลชน เช่น รายการวิทยุชนเผ่า เอเอ็ม 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ พร้อมกันนี้แกนนำการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อส่งเสริม การเข้าถึงบริการสุขภาพของประชาชนกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง ทั้งนี้ การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ได้คัดเลือกเด็กและเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ที่กำลังศึกษา ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย นักศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้มีส่วนร่วม ในการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ

2.2 กำหนดผลลัพธ์และกิจกรรม เป็นขั้นตอนที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ต้องกำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการ กิจกรรมที่ต้องจัดขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ที่กำหนดเอาไว้ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ การกำหนดประเภทของสื่อ และผลที่ต้องการ

ให้เกิดขึ้นนั่นคือ การผลิตสื่อออนไลน์ เนื่องจาก ผลงานวิจัยในต่างประเทศ พบว่า การผลิตสื่อที่ใช้ภาษา รูปแบบวิธีการนำเสนอ โครงเรื่อง วิธีการเล่าเรื่องที่สอดคล้อง กับความคิด ความเชื่อ ประเพณีดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ความเชื่อและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้ (Cohen E.L., et al., 2010) และผลการสัมภาษณ์หัวหน้าโครงการและแกนนำที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเข้าถึง สิทธิสุขภาพต้องการใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างความเข้าใจ การเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ (วิวัฒน์ ตามี, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน, 2560; กิ่งแก้ว จันต๊ะ, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2561)

2.3 กำหนดแผนปฏิบัติการ เป็นขั้นตอนการกำหนดลำดับกิจกรรม และมอบหมายภาระหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้ปฏิบัติตามลำดับกิจกรรม ระยะเวลาที่กำหนด พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมการจัดกิจกรรมที่กำหนดไว้ทั้งในด้านการเตรียมบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ การบริหารจัดการ/การอำนวยความสะดวกเพื่อให้บรรลุผล ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้การดำเนินงานดังกล่าวต้องเกิดจากการกำหนดของผู้ที่รับผิดชอบ โครงการ หรือหน่วยงาน และองค์กรอื่นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับระบบและกลไกการดำเนินงานที่ต้องปฏิบัติตาม

3. นำไปปฏิบัติ เป็นขั้นตอนที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการ และภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยทั้งการดำเนินการ การติดตามประเมินผล การจัดประชุมร่วมกันเพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานในระหว่างปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการ

4. การติดตามสะท้อนผล เป็นขั้นตอนที่ต้องติดตามประเมินผลด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อวัดระดับความสำเร็จตามตัวชี้วัด วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในระหว่าง และเมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินงาน พร้อมทั้งวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม ร่วมกันเพื่อกำหนดแผนการดำเนินการสื่อสาร และแผนการดำเนินงานในระยะต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) ตามแนวคิดของ Kemmis และ McTaggart (2000) การดำเนินงานวิจัย 1 รอบ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์บริบท 2) การวางแผน 3) นำไปปฏิบัติ และ 4) การติดตามสะท้อนผล ผู้วิจัยได้ดำเนินงาน คือ 1) การพัฒนาหลักสูตรที่เกิดจากการวิเคราะห์บริบทและวางแผน 2) การจัดอบรม

เป็นการดำเนินงานตามแผนที่กำหนด 3) แขนงกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้าร่วมอบรมผลิตสื่อออนไลน์เป็นขั้นตอนการนำไปปฏิบัติ และ 4) การสะท้อนผลการดำเนินงาน การประเมินผลสื่อที่ผลิตภายหลังการอบรมและการนำเสนอแนวทางการพัฒนาสื่อ กิจกรรม และแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองในอนาคต มีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

1. การพัฒนาหลักสูตรการส่งเสริมศักยภาพการผลิตสื่อออนไลน์ให้แก่ แขนงกลุ่มชาติพันธุ์นำไปใช้ผลิตสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ ของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง ผู้วิจัยได้นำแนวทางการดำเนินงานสื่อสาร สุขภาพของ Scheirer M.A. และคณะ (2017, pp.12-43) Kirati Kachentawa และ Patchanee Cheyjunya (2017, pp.13-28) และแผนการปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริม สุขภาพของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองของธีรภัทร วรรณฤมล และคณะ (2561) มีหลักสูตร 2 หลักสูตรที่จัดอบรม คือ

1.1 หลักสูตรที่ 1 การผลิตภาพยนตร์สั้นและรายการสาธิตเพื่อส่งเสริมการ เข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง (กำหนดจัดอบรม ระหว่างวันที่ 10-11 มี.ค. 2561) เป็นหลักสูตรที่อบรมให้แกนนำที่ปฏิบัติงานในศูนย์ ประสานงานผู้มีปัญหาสิทธิสถานะ ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการช่วยเหลือให้ประชากร กลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมือง ได้แก่ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ได้รับการช่วยเหลือเพื่อให้เข้าถึงบริการสุขภาพ

1.2 หลักสูตรที่ 2 การผลิตรายการข่าวและสารคดีเชิงข่าวเพื่อส่งเสริม การเข้าถึงสิทธิสถานะของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง (กำหนดจัดอบรม ระหว่างวันที่ 12-14 พฤษภาคม 2561) เป็นหลักสูตรที่มีเป้าหมายเพื่ออบรมให้ความรู้ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อเป็นเยาวชนที่มี ส่วนร่วมผลิตสื่อให้ความรู้ทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงบริการสุขภาพ โดยนำเสนอในรูปแบบของข่าวนำเสนอทางคลิป์วิดีโอที่สามารถเผยแพร่ทางสื่อ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (facebook) ยูทูบ (youtube) พร้อมทั้งสามารถ นำไปเผยแพร่ทางสื่อมวลชนกระแสหลักได้ เช่น รายการวิทยุกระจายเสียงชนเผ่าเอเอ็ม 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ ที่กระจายเสียงโดยใช้ภาษาชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง 7 ชนเผ่า ได้แก่ กะเหรี่ยง ไทใหญ่ ลahu ลีซู ม้ง อีเมียน และลีซู

เป้าหมายของการพัฒนาหลักสูตรดังกล่าวเพื่อให้ผู้เข้าร่วมการอบรมที่เป็นเด็ก

และเยาวชนกำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลาย และ นักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ได้มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ และสื่อสารให้ความรู้ความเข้าใจ ส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองนำไปปฏิบัติเพื่อให้เข้าถึงบริการสุขภาพได้

2. การจัดอบรมตามหลักสูตรที่กำหนดไว้ เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ประสานความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานการส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ ตั้งแต่การกำหนดเนื้อหาการจัดอบรม วิทยากร สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดอบรม การฝึกอบรม การติดตามประเมินผล โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

2.1 กำหนดเนื้อหาและเวลาจัดอบรม การกำหนดเนื้อหาการจัดอบรม วิทยากร สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดอบรม การฝึกอบรม ผู้วิจัยได้ประชุมกับผู้รับผิดชอบโครงการแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ เด็กและเยาวชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการกำหนดแนวทางการจัดอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าอบรม เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ และทักษะที่ได้รับไปใช้ปฏิบัติงานให้มีคุณภาพมากที่สุด การจัดอบรมทั้ง 2 หลักสูตรมีเนื้อหา และลำดับการจัดอบรมคล้ายคลึงดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1.1 การสื่อสารด้วยภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว หมายถึง การเรียนรู้องค์ประกอบศิลป์ของภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ภาษาภาพ ประกอบด้วย ขนาดภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนที่ของกล้อง การตัดต่อและลำดับภาพ เพื่อให้กลุ่มแกนนำเข้าใจไวยากรณ์ของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวที่ใช้สื่อสารในรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว ภาพยนตร์สั้น และรายการสารคดี ใช้เวลาในการจัดอบรม 3 ชั่วโมง

2.1.2 การจัดอบรมการเขียนบท และการผลิตเนื้อหาคลิปวิดีโอ ในรูปแบบข่าว สารคดีเชิงข่าว ภาพยนตร์สั้น และรายการสารคดี ใช้เวลาในการจัดอบรม 3 ชั่วโมง มีเนื้อหาในการจัดอบรมดังนี้

2.1.2.1 การเขียนบทและการผลิตรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว มีเนื้อหาการเรียนรู้เกี่ยวกับความหมาย ประเภท รูปแบบ องค์ประกอบ โครงสร้าง การเขียนบทรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว กระบวนการขั้นตอนการสื่อข่าวและรายงาน และกระบวนการขั้นตอนการเขียนบทรายการข่าวและสารคดีเชิงข่าว

2.1.2.2 การเขียนบทและการผลิตภาพยนตร์ มีเนื้อหาการเรียนรู้เกี่ยวกับความหมาย ประเภท รูปแบบ วิธีการเล่าเรื่อง โครงสร้าง ภาพยนตร์สั้น กระบวนการขั้นตอนการเขียนบทภาพยนตร์สั้น และหลักการ กระบวนการขั้นตอนการเขียนบทรายการภาพยนตร์สั้น

2.1.3 การฝึกปฏิบัติผลิตรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว ภาพยนตร์สั้น และรายการสารคดี หมายถึง การฝึกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนบุคคลถ่ายทำภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว บันทึกเสียง สัมภาษณ์ตามบทรายการโทรทัศน์ที่ได้จัดเขียนเอาไว้ เพื่อนำภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวมาใช้สำหรับตัดต่อเป็นรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว ภาพยนตร์สั้น และรายการสารคดี ใช้เวลาในการฝึกปฏิบัติ 5 ชั่วโมง

2.1.4 การฝึกปฏิบัติตัดต่อคลิปวิดีโอ หมายถึง การเรียนรู้การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ตัดต่อคลิปวิดีโอตามบทรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว ภาพยนตร์สั้น และรายการสารคดีที่กำหนดเอาไว้ มีเนื้อหาการเรียนรู้เกี่ยวกับการนำเข้าไฟล์ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว การแทรกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว การแทรกเสียงเพลง เสียงบรรยาย เสียงประกอบ (sound effect) ใช้เวลาในการฝึกปฏิบัติ 5 ชั่วโมง

2.1.5 วิทยาลัยให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ในรูปแบบรายการข่าว สารคดีเชิงข่าว ภาพยนตร์ และรายการสารคดี ประกอบด้วย อาจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรตนา หัวหน้าแขนงวิชาวิทยุโทรทัศน์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ อาจารย์ ดร.รัฐพล พรหมมาศ อาจารย์ประจำคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ นายกฤตยชญ์ สายใจ อดีตผู้ผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ให้ความคิดเห็น

2.2 คัดเลือกผู้เข้าร่วมการจัดอบรม หัวหน้าโครงการ หัวหน้ามูลนิธิ ที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพคัดเลือกผู้เข้าอบรมดังนี้

2.2.1 หลักสูตรที่ 1 คัดเลือกผู้เข้าอบรม คือ แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ ที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาสิทธิสถานะบุคคลและการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ โดยมีบุคคลวัยทำงานจำนวน 15 คน และเด็กและเยาวชนจำนวน 10 คน และชนเผ่าพื้นเมืองที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ได้แก่ ปะกาเกอญอ ไทใหญ่ ลาหู่ ลีซู ม้ง อาข่า และดาราอาง

2.2.2 หลักสูตรที่ 2 คัดเลือกผู้เข้าอบรม คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษา ในระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ มีนักศึกษาที่เป็นชาติพันธุ์ กะเหรี่ยง ไทใหญ่ และอาข่าเข้าร่วมการจัดอบรมรวมจำนวน 12 คน และมีนักศึกษาที่มีสัญชาติไทยจำนวน 13 คน และแกนนำ เด็กและเยาวชนที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย

2.3 การจัดอบรมตามเนื้อหาและลำดับหัวข้อการอบรมดังที่กล่าวไปแล้ว ในส่วนของ 2.1

2.4 การติดตามประเมินผลการจัดอบรม ผู้วิจัยกำหนดการประเมินผล การจัดอบรมดังต่อไปนี้

2.4.1 แบบประเมินคุณภาพสื่อจากการจัดอบรม ผู้วิจัยใช้แบบประเมินคุณภาพของสื่อในด้านความถูกต้องของเนื้อหา ความสวยงามของภาพและเสียง การเล่าเรื่อง การลำดับภาพและเสียง โดยมีผู้ประเมิน 3 คนดังกล่าวแล้วในข้อที่ 2.1.5 วิพากษ์ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์

2.4.2 การประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อการจัดอบรมโดยใช้แบบจำลอง CIPP (CIPP model) โดยใช้แบบสอบถามแบบผู้ตอบเป็นผู้ตอบเองให้ผู้เข้ารับการอบรม ประเมิน

2.4.3 ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้จากการจัดอบรม ผู้วิจัยติดตามประเมินผล จำนวนสื่อที่ผลิต คุณภาพของสื่อที่ผลิตโดยใช้เกณฑ์เดียวกับการประเมินคุณภาพสื่อจากการจัดอบรม เพื่อนำผลการประเมินสะท้อนให้หัวหน้าโครงการและแกนนำ กลุ่มชาติพันธุ์นำไปพัฒนาผลงานการผลิตสื่อของตนเองในอนาคต

3. แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้าร่วมการอบรมนำความรู้ และทักษะที่ได้รับ การจัดอบรมไปใช้ผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่สื่อส่งเสริมความรู้ และส่งเสริมแนวทางการเข้าถึง บริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง

4. สะท้อนผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้ติดตามผลการผลิตสื่อ ผลที่เกิดขึ้นกับ ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ที่ติดตามรับชมสื่อวีดิทัศน์ซึ่งเผยแพร่ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก และยูทูบ จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาแสวงหาแนวทางการพัฒนา การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมือง

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ผลการพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริม การเข้าถึงบริการสุขภาพ จากการจัดอบรมทั้ง 2 หลักสูตร มีผลการประเมินดังนี้

1.1 ผลการพัฒนาทักษะการผลิตในช่วงการจัดอบรม ประกอบด้วย การประเมิน ทักษะการผลิตสื่อภายหลังการอบรม และความพึงพอใจจากการจัดอบรม โดยมี ผลการพัฒนาทักษะการผลิตในช่วงการจัดอบรมแต่ละหลักสูตรดังนี้

1.1.1 ผลการพัฒนาทักษะการผลิตในช่วงการจัดอบรมหลักสูตรที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อพบว่าจากการจัดอบรมที่แบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมการอบรมจำนวน 5 กลุ่ม มีกลุ่มที่ได้รับคะแนนการประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 จำนวน 4 กลุ่ม (คิดเป็นร้อยละ 75) ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (70/70) มีเพียง 1 กลุ่มที่ได้คะแนนการประเมินน้อยกว่าร้อยละ 70 (คะแนนการประเมินคุณภาพสื่อ คือ ร้อยละ 58) ส่วนผลการประเมินความพึงพอใจการจัดอบรมตามแบบจำลอง CIPP มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92

ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลของกลุ่มที่ผลิตไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (ได้คะแนนการประเมินคุณภาพสื่อน้อยกว่าร้อยละ 70 จำนวน 1 กลุ่ม) มาวิเคราะห์พบว่า สาเหตุที่ทำให้กลุ่มดังกล่าวไม่สามารถผลิตสื่อผ่านเกณฑ์มาตรฐานเกิดจากสมาชิกภายในกลุ่มมีเด็กและเยาวชนอยู่ร่วมกันโดยไม่มีแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ร่วมด้วย จึงขาดการกำหนดเนื้อเรื่อง การเขียนบทที่มีเนื้อหา เมื่อไม่สามารถกำหนดเนื้อหาและโครงเรื่องได้จึงไม่สามารถกำหนดแผนการถ่ายทำ ถ่ายทำไม่ได้เนื้อหาที่มีคุณภาพมากพอจึงไม่ผ่านเกณฑ์ จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจึงได้นำมาพัฒนาปรับปรุงการจัดอบรมในหลักสูตรที่ 2 ที่ต้องจัดอบรมให้ น.ศ. ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษา โดยให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ แนะนำแหล่งข่าว พัฒนาประเด็น และช่วยให้ข้อเสนอแนะพัฒนาเนื้อหา บท ให้ละเอียดเพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมในหลักสูตรที่ 2 ผลิตสื่อได้ตามแผนที่กำหนด

1.1.2 ผลการพัฒนาทักษะการผลิตในช่วงการจัดอบรมหลักสูตรที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพสื่อพบว่าจากการจัดอบรมที่แบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมการอบรมจำนวน 5 กลุ่ม มีกลุ่มที่ได้รับคะแนนการประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 จำนวน 5 กลุ่ม (คิดเป็นร้อยละ 100) ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (70/70) ผลการประเมินในครั้งนี้พบว่าทุกกลุ่มสามารถผลิตสื่อได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทุกกลุ่มเกิดจากการนำข้อผิดพลาดที่พบจากการอบรมหลักสูตรที่ 1 มาปรับปรุงเนื้อหา และลำดับการจัดอบรม และกลุ่มผู้เข้าร่วมการอบรมในหลักสูตรที่ 2 มีนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ที่มีความรู้ประเด็นกฎหมาย สามารถกำหนดประเด็นเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ถูกต้อง และมีความรู้เกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีคุณภาพเพียงพอต่อการถ่ายทำ คลิปวิดีโอ และมีความรู้พื้นฐานการใช้คอมพิวเตอร์ เมื่อได้รับการอบรมทักษะการผลิตสื่อจึงสามารถผลิตสื่อได้ตามที่หลักสูตรกำหนด ส่วนผลการประเมิน

ความพึงพอใจการจตอบรมตามแบบจำลอง CIPP มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77

1.2 ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ ประกอบด้วยการประเมินจำนวนผลงาน และคุณภาพของสื่อออนไลน์ที่ผลิตขึ้นเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมือง โดยมีผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้แต่ละหลักสูตรดังนี้

1.2.1 ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้หลักสูตรที่ 1 ผลการดำเนินงานของผู้เข้ารับ การอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตภาพยนตร์สั้น และรายการสาธิต แขนงการส่งเสริม การเข้าถึงสิทธิสุขภาพและการแก้ไขปัญหาสถานะบุคคล ได้ผลิตสื่อภาพยนตร์จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ ล่ามชุมชนดาราอาก และการฝากครรภ์ของชาวลาหู่ โดยเผยแพร่ทางสื่อ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และยูทูป (www.youtube.com) ผลจากการเผยแพร่ สื่อคลิปลิขิตทั้ง 2 เรื่อง ทำให้ผู้รับชมมีความพึงพอใจ ต้องการให้ผลิตสื่อในลักษณะ ดังกล่าวเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นเรื่องสำคัญใกล้ตัวของประชากรกลุ่มเป้าหมาย พร้อมกัน นี้แกนนำในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อส่งเสริม การเข้าถึงสิทธิสุขภาพะนำคลิปลิขิตทั้ง 2 เรื่อง ไปใช้เผยแพร่ประกอบการจัดกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และแก้ไขปัญหาการเข้าถึงบริการสุขภาพ (กิ่งแก้ว จันดี, สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2561; วิวัฒน์ ตามี, สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2561)

1.2.2 ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้หลักสูตรที่ 2 ผลการดำเนินงานของผู้เข้ารับ การอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตข่าว และสารคดีเชิงข่าวฯ เด็กและเยาวชนที่เข้าร่วม การอบรมได้ผลิตสื่อและพัฒนาการดำเนินงานในหน้าที่ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.2.2.1 การผลิตรายการวิทยุให้ความรู้กฎหมายเกี่ยวกับ กลุ่มชาติพันธุ์ทางสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เอฟเอ็ม 100 คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ร่วมมือกับคณาจารย์ คณะนิติศาสตร์แสวงหานักศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ที่กำลังศึกษาในคณะนิติศาสตร์ โดยได้รับความร่วมมือจากนักศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ไทใหญ่ ผลจากการจัดรายการวิทยุ ดังกล่าวให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ได้รับฟังความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ชีวิตประจำวันของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ไทใหญ่ ทำให้ทราบถึงข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และแนวปฏิบัติในการแก้ไขปัญหาที่ประชากรกลุ่มดังกล่าว ประสบปัญหา พร้อมกันนี้ศูนย์ให้คำปรึกษาทางกฎหมายของคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ยังรับให้คำปรึกษาช่วยเหลือประชากรกลุ่มชาติพันธุ์หากประสบปัญหา

เกี่ยวกับการเอารัดเอาเปรียบแรงงาน หรือประสบปัญหาอื่นๆ ทางด้านกฎหมาย เช่น การจ้างเกิด การขอสัญชาติไทย เป็นต้น

1.2.2.2 การผลิตคลิปวิดีโอทัศน์เพื่อร่วมในรายการ ร้อยใจชาติพันธุ์ไทย วิเทศชนเผ่าเอเอ็ม 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ ในช่วงรายการบทความ ร้อยพันธุปัญญาไทยที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันกฎหมาย และการเข้าถึงบริการสิทธิ สุขภาวะแก่กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง มีการผลิตสื่อวิดีโอทัศน์ไปจำนวน 4 ชุด แบ่งเป็นภาษากะเหรี่ยง 2 ชุด และภาษาไทยใหญ่ 2 ชุด การดำเนินงานวิจัยรอบที่ 1 อยู่ในระหว่างการเผยแพร่และติดตามประเมินผล ความพึงพอใจ และผลที่มีต่อการส่งเสริมความรู้ทัศนคติ และแนวปฏิบัติในการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาวะของประชากร กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองที่รับฟังรายการวิทยุชนเผ่าฯ

1.3 การสะท้อนผลการจัดอบรมและแนวทางการพัฒนาในอนาคต ผู้วิจัย วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตสื่อในระหว่างการอบรมและภายหลังการอบรม สามารถนำเสนอได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาศักยภาพแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ จากการจัดอบรมทั้ง 2 หลักสูตร

ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
1. ขาดอุปกรณ์การผลิตสื่อออนไลน์ ผู้เข้าร่วมการอบรมขาดเครื่องมืออุปกรณ์ในการถ่ายทำ ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีคุณภาพเพียงพอสำหรับการผลิตคลิปวิดีโอ และภาพนิ่ง ขาดอุปกรณ์บันทึกเสียง เช่น ไมค์ไร้สาย (wireless microphone) และไม่มีคอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพเพียงพอสำหรับตัดต่อ “ทีมเขาผลิตแล้วขาดพวกไมค์ดีๆ ... ต้องใช้ไมค์ดีๆ ถึงจะได้เสียงชัด ะ” (พระสร้อย โสนันโท, สัมภาษณ์; 8 สิงหาคม 2561) “เด็กๆ มีคอมฯ ครับ แต่ว่ามีแบบเอาไว้ใช้พิมพ์งานได้อย่างเดียว...เอาโปรแกรมไปลงแล้วกระตุก ตัดไม่ได้เห็นว่ามันนะ” (วิวัฒน์ ตามี, สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2561)	จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวมีแนวทางการพัฒนาดังนี้ - สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อขอใช้อุปกรณ์ผลิตสื่อออนไลน์ โดยขอความอนุเคราะห์ให้อุปกรณ์ห้องปฏิบัติการ และคอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพเพียงพอต่อการผลิตสื่อคลิปวิดีโอ ภาพนิ่งอื่นๆ ที่สามารถนำไปเผยแพร่ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และยูทูบได้ - สร้างความร่วมมือกับบุคลากรสื่อมวลชน และสื่อท้องถิ่นร่วมมือกันคิด ประเด็น เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ การพัฒนาบท และขอความอนุเคราะห์ใช้สื่อผลิตเพื่อนำไปเผยแพร่ได้ทั้งสื่อมวลชน และสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
2. ขาดความรู้การคิดเรื่อง การถ่ายทำ และการตัดต่อ ผู้เข้าร่วมการอบรมได้รับความรู้เบื้องต้นในการคิดเรื่อง เขียนบท วางแผน การถ่ายทำในช่วงเวลาการอบรม 2-3 วัน เท่านั้น แต่การผลิตสื่อจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรม และแสวงหาประสบการณ์ การผลิตสื่อเพื่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพและน่าสนใจ (หลักสูตรการเรียนรู้วิทยาศาสตร์/ การสื่อสารมวลชนใช้เวลาอย่างน้อย 8 ภาคการศึกษา) จึงทำให้แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ บางส่วนยังไม่สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพ เพียงพอนำเสนอสื่อมวลชนกระแสหลัก “ผมคิดในหัวได้ครับอาจารย์ แต่ไม่รู้จะไปถ่ายยังไงดี” (สมเดช พรนิมิตกุล, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2561) “เด็กๆ ที่อบรมพอกลับไปบ้าน ไปตัดต่อเองก็ลืมค่ะ...ไม่ค่อยได้จับคอมด้วย” (กิ่งแก้ว จันต๊ะ, สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2561)	จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวมีแนวทางการพัฒนาดังนี้ - ผลิตคลิปวีดิทัศน์สอนการเขียนบท รายการข่าว การเขียนบทรายการละคร (ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตน์า จัดทำ) และผลิตคลิปวีดิทัศน์สอนการตัดต่อแล้วนำไปเผยแพร่ทางเว็บไซต์คณะกรรมการสื่อสารมวลชน จากนั้นส่งลิงค์ (link) ดังกล่าวให้แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ เด็กและเยาวชนที่สนใจเข้าไปรับชมรับฟังทบทวนความรู้ภายหลังการอบรม - แสวงหางบประมาณ และความร่วมมือสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์/การสื่อสารมวลชน หรือบุคลากรองค์กรสื่อจัดอบรมให้ความรู้การผลิตสื่อออนไลน์ขั้นสูง โดยแสวงหางบประมาณจากกองทุนต่างๆ เช่น กสทช. กองทุนสื่อสร้างสรรค์ หรือ สสส. เพื่อพัฒนาศักยภาพของแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ และเด็กและเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ให้มีความรู้และทักษะการผลิตสื่อออนไลน์สูงขึ้น

ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
3. ขาดความมั่นใจ ผู้เข้าร่วมการอบรมยังขาดความมั่นใจ การกำหนดเนื้อหาหลัก การเขียนบท การวางแผน การถ่ายทำ การตัดต่อ ทำให้ขาดแรงจูงใจในการผลิตสื่อ ต้องได้รับการกระตุ้นจากหัวหน้าโครงการและมูลนิธิ เช่น มูลนิธิพัฒนาชนกลุ่มน้อยและชาติพันธุ์ จึงผลิตสื่อได้ “ตอนนี้ก็เห็นว่าต้องไปเร่งให้ผลิตสื่อนะ....เด็กยังกลัวๆ กลัวๆ ไม่กล้าทำสื่อออกมา” (วิวัฒน์ ตามี, สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2561)	จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวมีแนวทางการพัฒนาดังนี้ - หัวหน้าโครงการและวิทยากรที่บรรยายติดต่อสื่อสารให้กำลังใจ ให้ข้อเสนอแนะในการวางแผน การเขียนบท และการผลิตสื่อ เพื่อให้แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ และเด็กและเยาวชนมั่นใจกล้าผลิตสื่อ หรืออาจใช้วิธีการไปร่วมผลิตให้ข้อเสนอแนะ และช่วยเหลือในระหว่างวางแผน เขียนบท ถ่ายทำ และตัดต่อ

2. เพื่อแสวงหา/แนวทางการสื่อสารต้นแบบที่ช่วยส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์เข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.1 สร้างระบบพี่เลี้ยง หมายถึง การพัฒนาแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ เด็กและเยาวชนที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพที่มีทักษะการผลิตสามารถผลิตสื่อออนไลน์เป็นผู้ปฏิบัติงานหลัก แล้วส่งเสริมให้มีเด็กและเยาวชนประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ที่สนใจเข้าร่วมการผลิตสื่อและดำเนินกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 หัวหน้าโครงการ แกนนำ เด็กและเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ที่ผลิตสื่อออนไลน์มีความคิดเห็นร่วมกันว่าควรให้การสนับสนุนเครื่องมือ อุปกรณ์งบประมาณการผลิต เพื่อให้ผู้ดำเนินงานผลิตสื่อที่มีคุณภาพเพียงพอเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ และสื่อมวลชน พร้อมกันนี้ยังเอื้ออำนวยให้พี่เลี้ยงมีเครื่องมือ อุปกรณ์ไว้ฝึกหัด พัฒนาศักยภาพการผลิตสื่อออนไลน์ให้แก่ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ที่สนใจผลิตสื่อ

“ผมอยากให้เด็กที่เข้ามาอบรม ผลิตสื่อให้เป็นแล้วเอาไปสอนน้องๆ ทำสื่อที่เอาไปออกทางเฟซบุ๊ก หรือทางสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้” (ไพสิฐ พานิชกุล, สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2561)

“...ตอนนี้พวกเราทำให้เด็กๆ ที่เข้าอบรมทำสื่อเอง....พระสร้อยท่านทำหนังสือได้ ก็เลยให้มาช่วยสอนคนอื่นๆ ทำสื่อเรื่องการใช้สิทธิ์ประกันสุขภาพกับเรื่องอื่นๆ ...” (กิงแก้ว จันดีบ, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2561)

2.1.2 แสวงหาเด็กและเยาวชน และประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ที่สนใจเข้าร่วมผลิตสื่อ ได้เข้าร่วมฝึกปฏิบัติผลิตสื่อออนไลน์ตามการเตรียมพร้อมดังที่กล่าวไปข้างต้น เพื่อสร้างผู้ผลิตสื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพให้มีจำนวนและคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

“...พอเราสอนให้เด็กชุดแรกทำเป็นแล้ว ก็ให้เขาชวนเพื่อนมาร่วมกันผลิตสื่อเป็นภาษาของเขาเอง จะได้ช่วยกันผลิตสื่อ...” (ไพสิฐ พานิชกุล, สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2561)

“...ผมประสานให้เด็กๆ กับคนที่สนใจมาช่วยดูงาน ใครอยากทำก็เอาเลย ฝึกไปกับทีมที่ผลิต เรียนรู้ไปแล้วก็คอยกระตุ้นให้ผลิตสื่อทำเป็นแผนเอาไว้แต่ละโครงการ” (วิวัฒน์ ตามี, สัมภาษณ์, สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2561)

2.1.3 พัฒนาให้แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ เด็กและเยาวชน และประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองที่มีความรู้และทักษะการผลิตสื่อออนไลน์ในระดับหรือพี่เลี้ยง จัดอบรมพัฒนาศักยภาพให้แกนนำ เด็กและเยาวชน และประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองให้มีศักยภาพการผลิตสื่อออนไลน์เพิ่มเติม โดยจัดเนื้อหาการจัดอบรม ได้แก่ ศิลปการสื่อสารด้วยภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหว การเล่าเรื่อง เทคนิคการเขียนเพื่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ และการติดต่อโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และ/หรือระบบปฏิบัติการในโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือแท็บเล็ต

2.2 บุคลากรสื่อออนไลน์เข้ากับกิจกรรมการสื่อสารอื่นๆ ที่ส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิ์บริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง ผู้วิจัยจัดประชุมร่วมกับหัวหน้าโครงการ และแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์แสวงหาแนวทางการนำพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมืองเข้าถึงสิทธิ์บริการสุขภาพ และได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาการนำสื่อออนไลน์ไปใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมอื่นๆ โดยใช้สื่อต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.2.1 แกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ที่ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองนำสื่อออนไลน์ที่ผลิตขึ้น เช่น คลิปวิดีโอ เป็นต้น ไปใช้ประกอบการอธิบาย ทั้งการติดต่อพบปะแบบส่วนตัว หรือการจัดกิจกรรมจัดอบรมโดยเปิดให้รับชมทางเครื่องฉายภาพระบบ LED พร้อมทั้งจัดกิจกรรมการถามตอบปัญหา การเล่นเกมเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับฟังการบรรยาย การจัดอบรมในพื้นที่เป้าหมาย เช่น โรงพยาบาลแม่ข่าย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

2.2.2 ผู้วิจัยให้คำปรึกษาเสนอแนวทางการประยุกต์สื่อออนไลน์ไปใช้สื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารประเพณีวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง โดยนำสื่อออนไลน์ส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพที่แกนนำ เด็กและเยาวชน ไปสอดแทรกการจัดกิจกรรมของประเพณีวัฒนธรรม เช่น นำคลิปวิดีโอที่บุตรหลาน หรือเพื่อน หรือญาติของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองร่วมแสดงให้รับชมในงาน ประเพณีทอข้าวใหม่ของม้ง ลีซู ลาหู่ เป็นต้น แนวทางการดำเนินงานดังกล่าวสอดคล้องกับองค์ประกอบ ปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองประสบความสำเร็จ คือ การจัดกิจกรรมการสื่อสารให้สอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง (ธีราภรณ์ น้ำทอง, 2551; อำนวย คลีใบ, 2556)

2.2.3 เผยแพร่สื่อออนไลน์ที่ผลิตขึ้นไปยังสื่อมวลชน และสื่อท้องถิ่น ต่างๆ เมื่อแกนนำ เด็กและเยาวชน และประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ผลิตสื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสิทธิสุขภาพผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อออนไลน์แล้ว ประสานงานไปยังวิทยุชุมชนในพื้นที่ต่างๆ เช่น วิทยุชุมชนอำเภอฝางจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความร่วมมือกระจายเสียง สื่อดังกล่าวทางวิทยุกระจายเสียง หรือการประสานงานไปยังสื่อมวลชน เช่น รายการวิทยุชนเผ่า เอเอ็ม 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่กระจายเสียงทางคลื่นวิทยุ และเผยแพร่ทางวิทยุออนไลน์เพื่อให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองที่อยู่ในพื้นที่ต่างๆ ได้รับฟังรับชมสื่อออนไลน์ในรูปแบบวิดีโอที่นำเสนอประเด็นการส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ

2.3 ส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชนประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง หมายถึง หัวหน้าโครงการและแกนนำกลุ่มชาติพันธุ์ที่ดำเนินงานการส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาการผลิตสื่อและการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารตามแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมดังนี้

2.3.1 การมีส่วนร่วมในการรับชมและเผยแพร่ เมื่อแกนนำ เด็กและเยาวชนที่ผลิตสื่อวีดิทัศน์ได้ผลิตสื่อขึ้นมาแล้วผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการส่งเสริมให้ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองเข้าถึง (access) สื่อที่ผลิตขึ้น โดยให้แกนนำที่ดำเนินกิจกรรมดังกล่าวนำไปเปิดให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอนได้รับชม พร้อมกับการประยุกต์ใช้ต้นทุนทางสังคมที่มีเครือข่ายความร่วมมือที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน เช่น เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครู เด็กและเยาวชนที่ติดต่อปฏิสัมพันธ์กระจายข่าว แนะนำให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายรับทราบช่องทางการเผยแพร่ เช่น เปิดคลิป์วีดิทัศน์ในยูทูป ให้รับชม เชิญให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมแฟนเพจเฟซบุ๊กที่ผลิตขึ้นมาเพื่อเผยแพร่สื่อออนไลน์ที่จัดทำขึ้น จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการรับชมและเผยแพร่ ส่งผลให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายเข้าถึงสื่อที่ผลิตขึ้นและได้รับความรู้ มีแนวทางการปฏิบัติตนเพื่อเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพมากยิ่งขึ้น แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธีรภัทร วรรณฤม และคณะ (2561) และศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน และคณะ (2561)

2.3.2 การมีส่วนร่วมในการผลิต ประสานความร่วมมือ แกนนำ เด็กและเยาวชน ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองในพื้นที่และโครงการอื่นๆ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่หน่วยงานสาธารณสุขในพื้นที่เป้าหมายจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอนให้การสนับสนุนด้านการกำหนด เป็นเนื้อหา การตรวจสอบความถูกต้อง การสนับสนุนสถานที่ งบประมาณ บุคลากร เพื่อผลิตสื่อออนไลน์ที่มีคุณภาพเพียงพอที่จะเผยแพร่ประเด็นเนื้อหาการส่งเสริม การเข้าถึงบริการสุขภาพ สอดคล้องกับองค์ประกอบปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมประสบความสำเร็จ คือ การให้การสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (แสงเดือน ม่วยคง และคณะ, 2550) และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข (นัยนันท สุวรรณนิษฐ์, 2547)

“เราโชคดีค่ะ พี่ๆ น้องๆ ที่โรงพยาบาลฝางกับแม่ข่าย ให้เราไปถ่ายในพื้นที่ จัดรถ หาคณมาร่วมแสดงในหนังสือที่เราทำด้วย” (กิ่งแก้ว จันดีบ, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2561)

2.4 การส่งเสริมให้เกิดแผนปฏิบัติการการผลิตสื่อและกิจกรรมการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง หัวหน้าโครงการและผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการพัฒนาการผลิตสื่อออนไลน์และการจัดกิจกรรมการสื่อสารส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพโดยการพัฒนาการผลิตสื่อออนไลน์

และกิจกรรมการสื่อสารอื่นๆ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชากร กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองให้เป็นต้นแบบแนวทางการพัฒนาการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพ เพื่อให้หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานด้านสาธารณสุขได้จัดทำเป็นแผนปฏิบัติการกำหนดกิจกรรมและโครงการการส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองเพื่อให้เกิดระบบและกลไกการพัฒนาการดำเนินงานและกิจกรรมการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงสิทธิบริการสุขภาพมากยิ่งขึ้น แนวทางการดำเนินงานดังกล่าวเป็นไปตามปัจจัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองประสบความสำเร็จโดยการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนปฏิบัติการของหน่วยงานองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานสาธารณสุขในชุมชน (แสงเดือน มุ่ยแดง และคณะ, 2550; นัยนันท์ สุวรรณกนิษฐ์, 254)

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- จิรภัทร วรณฤมณ และคณะ. (2561). การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารสุขภาพ แก่บุคลากรทางการแพทย์ และแกนนำการดำเนินงานสร้างเสริมสุขภาพ แก่กลุ่มชาติพันธุ์ ชนเผ่าพื้นเมือง และประชากรข้ามชาติ: การวิจัยเชิงปฏิบัติการ. บทความวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2561.
- ธีรารณ น้าทอง. (2551). เรือมะजूด: ทางเลือกในการจัดการสุขภาพของกลุ่มชาติพันธุ์ ไทย-เขมร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นัยนันท์ สุวรรณกนิษฐ์. (2547). การพัฒนาแนวทางปฏิบัติการให้บริการคุมกำเนิด สำหรับชาวม้ง. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาล สตรี. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พวงชมพู ไชยอาลา. (2556). “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในการขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการทัศน์การพัฒนาแบบทางเลือก”วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์. 30(2) : 23-42.

- ศรีสุวรรณ วรบุตร. (2551). เพศภาวะ เพศวิถี และเอชไอวี/เอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในสังคมอาชวาท: กรณีศึกษาโครงการพัฒนาจากต่างประเทศในเมืองสิงและเมืองลอง แขวงหลวงน้ำทา. วิทยาลัยนพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสตรีศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุภฤกษ์โพธิ์ไพรัตน์และคณะ. (2561). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงชาติพันธุ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนกลุ่มชาติพันธุ์. บทควมวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2561. แสงเดือน ม่วยแดง และคณะ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับวัคซีนในเด็ก 0-5 ปี พื้นที่ชาวเผ่าม้ง หมู่ที่ 5 บ้านม้งใหม่พัฒนา ตำบลทองฟ้า อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสาธาณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสาธาณสุขศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อานวย คลีโบ. (2556). การดูแลสุขภาพตนเองด้วยการแพทย์พื้นบ้านของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงหุยาน: กรณีศึกษา บ้านแม่สิน บ้านค้ำปิ่นใจ และบ้านสลก อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่. วิทยาลัยนพนธ์สาธาณสุขศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

ภาษาอังกฤษ

- Cohen, E.L., et al.. (2010). “Engaging ethnic media to expand the reach and effectiveness of communication strategies to reduce health disparities” Health Communication. 25 : 569-571.
- Kemmis.S. and McTaggart.R.. (2000). “Participatory action research: Communication and the public sphere.” Strategies of Qualitative Inquiry. Denzin & Lincoln.
- Kirati Kachentawa and Patchanee Cheyjunya. (2017). Factors Promoting Participatory Communication to Create Health Communication Behavior in the Community. International Journal of Behavioral Science. 12, 13-28. Doi:1906-4675.

Scheirer M.A. et al. (2017). Dimension of Sustainability for a Health Communication Intervention in African American Churches: A multi-methods study. Implementation Science. 12-43. Doi: 10.1186/s13012-017-0576-x.

สัมภาษณ์

กิ่งแก้ว จันทิ์, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2561.
กิ่งแก้ว จันทิ์, สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2561.
กิ่งแก้ว จันทิ์, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2561.
กิ่งแก้ว จันทิ์, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2561.
พระสร้อย โสนันโท, สัมภาษณ์; 8 สิงหาคม 2561.
ไพสิฐ พาณิชกุล, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2560.
ไพสิฐ พาณิชกุล, สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2561
วิวัฒน์ ตามี, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน, 2560.
วิวัฒน์ ตามี, สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2561.
สมเดช พรนิมิตกุล, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2561

แนวทางการมอบหมายงานที่เหมาะสมสำหรับผู้เรียน
ในกระบวนวิชาการวิจัยเพื่อการสื่อสาร
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
The Practical Assignment Approach for Students
in the Course of Communication Research,
Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University.

วิทยา พานิชล้อเจริญ¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางการมอบหมายงานที่เหมาะสมในการจัดการเรียนการสอนในกระบวนวิชา 851306 การวิจัยเพื่อการสื่อสาร (Communication Research) โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างรูปแบบการมอบหมายงานที่เหมาะสม สำหรับการจัดการเรียนการสอน ในอนาคต การวิจัยดำเนินการโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ อาศัยเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้วิจัยในฐานะผู้สอน และการสนทนากลุ่มกับผู้เรียนจำนวน 10 คน จากนักศึกษาที่ลงทะเบียนใน 2 กลุ่มเรียน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการมอบหมายงานที่เหมาะสมในการจัดการเรียนการสอนสามารถจำแนกเป็นขั้นตอนก่อนการมอบหมายงาน ผู้สอนจำเป็นต้องเชื่อมโยงให้ผู้เรียนสามารถเห็นความสัมพันธ์กับองค์ความรู้ก่อนหน้า จากกระบวนวิชา 851406 ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory) และผูกโยงไปถึงกระบวนวิชา 851409 สัมมนาการสื่อสารมวลชน (Seminar in Mass Communication) ที่อยู่ภาคการเรียนถัดไป อีกทั้ง ต้องติดตั้งองค์ความรู้ที่เป็นข้อมูลจากการบรรยายและองค์ความรู้ที่เป็นมโนภาพที่สามารถจับต้องได้ในความคิด จากการยกกรณีตัวอย่างให้เห็นเป็นรูปธรรม และขั้นตอนหลังมอบหมายงาน ผู้สอนจำเป็นต้องเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกโครงการ

¹อาจารย์ ดร. วิทยา พานิชล้อเจริญ อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตามความสนใจ และเลือกขนาดของกลุ่ม ตลอดจนสมาชิกกลุ่ม โดยคำนึงถึง การนำโครงการวิจัยไปพัฒนาต่อในกระบวนวิชา 851409 ด้วย อีกทั้งในระหว่าง การดำเนินโครงการ ผู้สอนจำเป็นต้องสวมบทบาท “วิทยากรกระบวนการ” (Facilitator) ทำหน้าที่เป็นผู้ที่เลี้ยงในกระบวนการเรียนรู้ (Learning Coach) ที่คอยสังเกตการณ์ กระตุ้น และแก้ปัญหา รวมทั้งจำเป็นที่จะต้องมีส่วนที่ให้ผู้เรียนนำผลที่ได้จากการวิจัยไป แลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม

Abstract

The objective of this research is to develop a practical assignment approach for the course number 851306—Communication Research. This study adopts learner-centered education and uses the results to develop a proper approach to design effective assignment for future teaching and researching. The qualitative research method is employed, relying on using participant observation done by the researcher as an instructor. Focus group is also conducted to gather data from 10 students sampling from the ones enrolling in two sections.

The findings show that the process of designing a suitable approach for effective assignment can be divided into two steps. The first step refers to preceding process to assignment giving in which the instructor has to show the students the relations between previous knowledge acquired from Communication Theory (851406) and knowledge that will be gained from the following semester’s course—Seminar in Mass Communication (851409). At this stage, students are well-equipped with two types of knowledge: information gained from lectures and visualization gained from case studies. The second step refers to post assignment giving process in which the instructor allows students to freely select a project based on their interests, select their group members and size their own group. The students have to consider to further develops their project in 851409 as well. In this research, the researcher needs to role play as a facilitator

serves as a learning coach observing and encouraging students, together with solving problems. The learning coach needs to provide space for students, bringing the results from their research to learn and exchange the idea appropriately.

บทนำ

การจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษานั้น มีความพยายามที่จะมุ่งเน้นที่จะสร้างนักศึกษาให้เป็นผู้ที่มีทักษะเบื้องต้นในวิธีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง เพื่อที่จะสามารถต่อยอดสู่การศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งมุ่งให้นักศึกษาทดสอบองค์ความรู้ที่มีอยู่แต่เดิมและสร้างองค์ความรู้ใหม่ขึ้น ด้วยเหตุนี้ การบริหารจัดการหลักสูตรในระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันนี้ จึงได้มีการจัดการเรียนการสอนวิชา “วิจัย” ขึ้นในเกือบทุกสถาบันอุดมศึกษา เพื่อสร้างพื้นฐานในการพัฒนาทักษะนักศึกษาเพื่อเตรียมการก้าวสู่การศึกษาในระดับที่สูงขึ้น

แต่สำหรับนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่เรียนรู้ศาสตร์แห่งการวิจัยครั้งแรกนั้น มักจะตกอยู่ในภาวะจับต้นชนปลายไม่ถูก เนื่องจากด้านหนึ่งนั้น วิชาวิจัยเป็นวิชาที่มีลักษณะเป็นวิชาทฤษฎีที่มีความเป็นนามธรรมสูง นักศึกษาจึงประสบปัญหาในการเชื่อมโยงความรู้สู่การปฏิบัติ ในขณะที่อีกด้านหนึ่งก็คือ การลงมือปฏิบัตินั้น นักศึกษาซึ่งไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำวิจัย จึงประสบปัญหาที่ไม่ทราบว่าจะเริ่มต้นลงมือทำงานวิจัยได้อย่างไร

ทั้งนี้ ในการจัดการเรียนการสอนในกระบวนวิชา 851306 การวิจัยเพื่อการสื่อสาร คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในภาคการเรียนที่ 2/2557 นั้น ได้แบ่งห้องเรียน 1 ห้องเรียนต่ออาจารย์ 1 คน ไม่เข้าผู้สอนแต่คณาจารย์ผู้สอนได้วางเป้าหมายการเรียนการสอนร่วมกัน โดยให้นักศึกษาในแต่ละห้องได้รับประสบการณ์การเรียนการสอนแบบมอบหมายงานเป็นโครงการวิจัย เพื่อฝึกฝนและพัฒนาทักษะการทำวิจัย รวมทั้งยังถือได้ว่าเป็นการจัดการศึกษาผ่านการลงมือกระทำจริง (Learning by Doing) โดยได้มอบหมายให้นักศึกษาออกแบบงานวิจัย และกำหนดปัญหาการวิจัยด้านการสื่อสารที่สนใจขึ้นมาเป็นโครงการวิจัยรายบุคคล จากนั้น อาจารย์ผู้สอนจะทำหน้าที่เลือกสรรโครงการวิจัยรายบุคคลที่เหมาะสม เพื่อที่จะนำมามอบหมายให้สมาชิกนักศึกษาในห้องเรียนจัดแบ่งกลุ่มลงมือดำเนินการวิจัยจริงในขั้นตอนต่อไป แต่ในระหว่าง

การดำเนินการเรียนการสอนตามที่คณาจารย์ตกลงกันไว้นั้น พบว่า การมอบหมายให้นักศึกษาจัดทำร่างโครงงานวิจัยการสื่อสารที่ตนเองสนใจรายบุคคลนั้น กลับไม่ได้รับการตอบรับในเชิงบวกจากนักศึกษาเท่าที่ควร กล่าวคือ ผลงานโครงงานวิจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาไม่มีคุณภาพดีพอที่จะยอมรับได้ จากการให้ปากคำของนักศึกษาพบสาเหตุหลัก 2 ประการ คือ ประการแรก นักศึกษายังไม่มีประสบการณ์ลงมือทำวิจัยจึงไม่มีหลักการที่ถูกต้องให้ยึดถือเป็นแนวทางริเริ่ม นอกจากนี้ ประการที่สอง เมื่อนักศึกษาต่างไม่มีความมั่นใจที่จะทำโครงงานวิจัยที่ถูกต้อง จึงไม่ประสงค์ที่จะผลักดันให้โครงงานวิจัยของตนเองถูกอาจารย์เลือกให้ผลิตเป็นงานวิจัยกลุ่มในชั้นตอนต่อไป ดังนั้น จึงผลิตชิ้นงานโครงงานวิจัยอย่างไม่เอาใจใส่เท่าที่ควร

ด้วยเหตุข้างต้น ในฐานะผู้วิจัยและผู้สอนในกระบวนวิชาการวิจัยเพื่อการสื่อสารจึงเล็งเห็นว่า เป็นเรื่องเหมาะสมที่จะมีการปรับปรุงวิธีการการมอบหมายงานเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ด้านงานวิจัยของนักศึกษาตามแนวทางที่ผู้สอนตกลงร่วมกันไว้ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของนักศึกษาในห้องเรียนที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้สอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการมอบหมายงาน เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของนักศึกษาในกระบวนวิชาฯ ให้สามารถที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนได้ โดยจะได้นำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงวิธีการเรียนการสอนแบบมอบหมายงานที่มีความเหมาะสมตามสภาพเพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้และความสามารถในการทำวิจัยของนักศึกษามือใหม่ ซึ่งเป็นไปตามกรอบแนวทางการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student-centered Learning) ที่ถือเป็นการจัดการเรียนการสอนตามเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาหาแนวทางการมอบหมายงานที่เหมาะสมในการจัดการเรียนการสอนในกระบวนวิชา 851306 การวิจัยเพื่อการสื่อสาร โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการเรียนรู้

ทฤษฎีการเรียนรู้เป็นแนวความคิดที่ได้รับการยอมรับว่า สามารถใช้อธิบายลักษณะของการเกิดการเรียนรู้หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (ทิตนา แชมณี, 2551: 43) ทั้งนี้ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 หมวด 4 ว่าด้วยแนวการจัดการศึกษา มาตรา 22 ได้ระบุการจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่า ผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนา ตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ ดังนั้น ยุทธศาสตร์การจัดการเรียนการสอนของชาติ จึงมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางเป็นแนวทางสำคัญจนถึงปัจจุบัน

ทฤษฎีการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางนั้น (Child-centered Approach) มีรากฐานมาจากปรัชญาการศึกษาพิพัฒนนิยม (Progressivism) ซึ่งมีนักปรัชญาคณสำคัญ คือ Dewey (1859 – 1952) สำหรับ Dewey นั้น เขามีแนวคิดสรุปได้ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคมและเรียนรู้จากการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับผู้อื่น และการเรียนรู้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับเสรีภาพในการเข้าไปร่วมทำกิจกรรมที่มีความหมายต่อตนเอง ดังนั้น ความรู้ในแนวคิดของ Dewey จึงเกิดขึ้นจากการที่บุคคลประยุกต์ใช้ประสบการณ์เดิมในการดำเนินการแก้ปัญหาใหม่ การจัดการศึกษาจึงควรมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับ “กระบวนการเรียนรู้” (Learning Process) ของนักเรียน มากกว่าความรู้หรือความสามารถที่ครูมี นักเรียนจะต้องได้รับการสนับสนุนหรือส่งเสริมให้ใช้กระบวนการสร้างประสบการณ์ จากการได้ลงมือปฏิบัติ (เฉลิมลาภ ทองอาจ, 2555: ออนไลน์) หรือสรุปได้ว่า เป็นการเรียนรู้ผ่านการกระทำจริง

1.1 การจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นหลัก (Project-based Learning)

การกำหนดการกระทำ (Doing) เพื่อการเรียนรู้นั้น ผู้สอนสามารถกำหนดการกระทำให้เกิดขึ้นผ่านโครงการเฉพาะ ที่เป็นการตกลงร่วมกันระหว่างผู้สอนและผู้เรียน หรือเรียกว่า “การจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นหลัก” การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบดังกล่าว ถือเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้ากระทำในสิ่งที่ตนเองสนใจ และเป็นผู้วางแผนการทำงานด้วยตนเอง โดยมีผู้สอนเป็นผู้ให้คำปรึกษา หรือ

เสนอแนะแนวทาง ผู้เรียนจะต้องมีการฝึกกระบวนการทำงานอย่างมีขั้นตอน คือวางแผนการดำเนินงานด้วยการเขียนโครงงานเสนอผู้สอน เมื่อได้รับการอนุมัติก็จะดำเนินงานตามแผน (สุคนธ์ สินธพานนท์, 2558: 118)

การจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นหลัก ถือเป็นแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่พัฒนาสืบต่อจากทฤษฎีการประกอบสร้างความรู้ (Constructivism) ของฌอง เพียเจต์ (Jean Piaget) โดยเซมัวร์ เพพเพิร์ต (Seymour Papert) ทั้งนี้ ทฤษฎีการประกอบสร้างความรู้ มีสาระสำคัญที่กล่าวถึงว่า ความรู้ไม่ใช่เกิดจากผู้สอนอย่างเดียว แต่สามารถสร้างขึ้นโดยผู้เรียนเองได้ และการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ดีก็ต่อเมื่อผู้เรียนลงมือกระทำด้วยตนเอง (Learning by Doing) ซึ่งการลงมือกระทำนี้ ไม่เพียงแต่ได้รับความรู้ใหม่ด้วยตนเองแล้ว แต่ยังจะสามารถเก็บข้อมูลของสิ่งแวดล้อมเข้าไปเป็นโครงสร้างของสมองตนเอง ขณะเดียวกันก็สามารถนำความรู้เดิมที่มีอยู่ ปรับให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ และจะเกิดเป็นวงจรเช่นนี้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การลงมือกระทำด้วยตนเอง จะสามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างความรู้เก่าและความรู้ใหม่ สร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมา ซึ่งทั้งหมดจะอยู่ภายใต้ประสบการณ์และบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ โดยยึดหลักคิดที่ว่า “การเรียนรู้ที่ดีไม่ได้มาจากการหาวิธีการสอนที่ดีแก่ผู้สอน แต่มาจากการให้โอกาสที่ดีแก่ผู้เรียนในการสร้าง” (วัชรินทร์ โพธิ์เงิน, พรจิต ประทุมสุวรรณ และสันติ หุตะมาน, ม.ป.ป.: ออนไลน์)

การจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นหลักนั้น สามารถสรุปขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยพิจารณาจากบริบทของหลักสูตรและผู้เรียน โดยมีขั้นตอนในการจัดกิจกรรม 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นให้ความรู้พื้นฐาน ผู้สอนให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการทำโครงงานก่อนการเรียนรู้ เนื่องจากการทำโครงงานมีรูปแบบและขั้นตอนที่ชัดเจนและรัดกุม ดังนั้น ผู้เรียนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับโครงงานไว้เป็นพื้นฐานเพื่อใช้ในการปฏิบัติขณะทำงานโครงงานจริงในขั้นแสวงหาความรู้

ขั้นกระตุ้นความสนใจ ผู้สอนเตรียมกิจกรรมที่จะกระตุ้นความสนใจของผู้เรียน โดยต้องคิดหรือเตรียมกิจกรรมที่ดึงดูดให้ผู้เรียนสนใจใคร่รู้ถึงความสนุกสนานในการทำโครงงานหรือกิจกรรมร่วมกัน โดยกิจกรรมนั้น อาจเป็นกิจกรรมที่ผู้สอนกำหนดขึ้น หรืออาจเป็นกิจกรรมที่ผู้เรียนมีความสนใจต้องการจะทำอยู่แล้ว ทั้งนี้ในการกระตุ้นของผู้สอนจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเสนอจากกิจกรรมที่ได้เรียนรู้ผ่านการจัดการเรียนรู้ของผู้สอนที่เกี่ยวข้องกับชุมชนที่ผู้เรียนอาศัยอยู่ หรือเป็นเรื่อง

ใกล้ตัวที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

ชั้นจัดกลุ่มร่วมมือ ผู้สอนให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มกันแสวงหาความรู้ใช้กระบวนการกลุ่มในการวางแผนดำเนินกิจกรรม โดยผู้เรียนเป็นผู้ร่วมกันวางแผนกิจกรรมการเรียนรู้ของตนเอง โดยระดมความคิดและหารือ แบ่งหน้าที่เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน หลังจากที่ได้ทราบหัวข้อสิ่งที่ตนเองต้องเรียนรู้ในภาคเรียนนั้นๆ เรียบร้อยแล้ว (ไพฑูรย์ นันตะสุนทร และวัลลภา อยู่ทอง, 2557: 55-59)

ชั้นแสวงหาความรู้ ในชั้นแสวงหาความรู้มีแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้เรียนในการทำกิจกรรม ดังนี้ นักเรียนลงมือปฏิบัติกิจกรรมโครงการ ตามหัวข้อที่กลุ่มสนใจ ผู้เรียนปฏิบัติหน้าที่ของตนตามข้อตกลงของกลุ่ม พร้อมทั้งร่วมมือกันปฏิบัติกิจกรรม โดยขอคำปรึกษาจากครูเป็นระยะเมื่อมีข้อสงสัยหรือปัญหาเกิดขึ้น ผู้เรียนร่วมกันเขียนสรุปเล่ม สรุปรายงานจากโครงการที่ตนปฏิบัติ

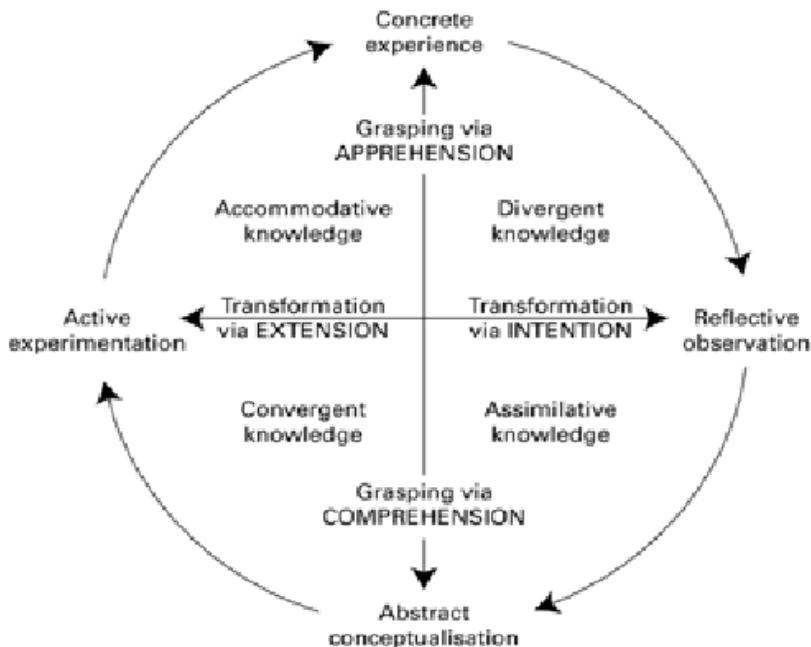
ชั้นสรุปสิ่งที่เรียนรู้ ครูให้ผู้เรียนสรุปสิ่งที่เรียนรู้จากการทำกิจกรรม โดยครูใช้คำถาม ถามผู้เรียนนำไปสู่การสรุปสิ่งที่เรียนรู้

ชั้นนำเสนอผลงาน ครูให้ผู้เรียนนำเสนอผลการเรียนรู้ โดยครูออกแบบกิจกรรมหรือจัดเวลาให้ผู้เรียนได้เสนอสิ่งที่ตนเองได้เรียนรู้ เพื่อให้เพื่อนร่วมชั้นและผู้เรียนอื่นๆ ในโรงเรียนได้ชมผลงานและเรียนรู้กิจกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติในการทำโครงการ (โครงการปฏิรูปการเรียนรู้สู่ผู้เรียนโดยใช้กระบวนการ การชี้แนะ Coaching & Mentoring, 2551: ออนไลน์)

1.2 การจัดการเรียนการสอนแบบฟอร์แมท (4 MAT's Learning)

ที่มาของการจัดการเรียนการสอนแบบฟอร์แมทนั้น มีฐานความคิดมาจาก นักทฤษฎีด้านการศึกษาชาวสหรัฐ เดวิด คอลบ์ (David Kolb) ที่มีความเชื่อว่าการเรียนรู้ประกอบด้วยสองมิติ คือ การรับรู้ (Perception) และกระบวนการ (Processing) นั่นคือ การเรียนรู้เกิดจากการที่คนเรารับรู้แล้วนำข้อมูลข่าวสารนั้นไปจัดกระบวนการเสียใหม่ตามความถนัดของตนเอง การรับรู้เกิดได้ 2 วิธี คือ จากประสบการณ์ตรงที่เป็นรูปธรรม (Concrete Experience) และจากความคิดรวบยอดที่เป็นนามธรรม (Abstract Conceptualization) ซึ่งจะแทนด้วยแกนตั้ง Y กระบวนการการเรียนรู้เกิดได้ 2 วิธี คือ จากการปฏิบัติจริง (Active Experimentation) และจากการเฝ้าสังเกต (Reflective Observation) ซึ่งจะแทนด้วยแกนนอน แกนการรับรู้ และแกนกระบวนการทั้งสองตัดกันทำให้เกิดพื้นที่ 4 ส่วน (เจียร์ พานิช, 2544: 22)

รูปที่ 1 แสดงมิติโครงสร้างที่เป็นรากฐานของกระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์ และรูปแบบความรู้พื้นฐานที่เกิดขึ้น (ที่มา: Kolb, 1984)



แมคคาร์ธี เสนอแนวทางการพัฒนางานการสอนให้เอื้อต่อผู้เรียนทั้ง 4 รูปแบบโดย กำหนดวิธีการใช้เทคนิคพัฒนาสมองซีกซ้ายซีกขวา กล่าวคือ กิจกรรมการเรียนรู้จะหมุนวนตามเข็มนาฬิกาไปจนครบทั้ง 4 ช่วง 4 แบบ (Why-What-How-If) แต่ละช่วงจะแบ่งเป็น 2 ชั้น โดยจะเป็นกิจกรรมที่มุ่งให้ผู้เรียนได้ใช้สมองทั้งซีกซ้ายและขวาสลับกันไป ดังนั้น ขั้นตอนการเรียนรู้จะมีทั้งสิ้น 8 ขั้นตอน ดังนี้

ช่วงที่ 1 แบบ Why? / สร้างประสบการณ์เฉพาะของผู้เรียน

ขั้นที่ 1 (กระตุ้นสมองซีกขวา) สร้างประสบการณ์ตรงที่เป็นรูปธรรมแก่ผู้เรียน การเรียนรู้เกิดจากการจัดกิจกรรม เพื่อพัฒนาสมองซีกขวา โดยครูสร้างประสบการณ์จำลองให้เชื่อมโยงกับความรู้และประสบการณ์เก่าของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนสร้างเป็นความหมายเฉพาะของตนเอง

ขั้นที่ 2 (กระตุ้นสมองซีกซ้าย) วิเคราะห์ไตร่ตรองประสบการณ์ การเรียนรู้เกิดจากการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสมองซีกซ้าย โดยครูให้นักเรียนคิดไตร่ตรอง วิเคราะห์ประสบการณ์จำลองจากกิจกรรม

ในช่วงที่ 1 นี้ครูต้องสร้างบรรยากาศให้นักเรียนเกิดความใฝ่รู้ และกระตือรือร้นในการหาประสบการณ์ใหม่อย่างมีเหตุผล และแสวงหาความหมายด้วยตนเอง ฉะนั้นครูต้องใช้ความพยายามสรรหากิจกรรมเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ดังกล่าว

ช่วงที่ 2 แบบ What? / พัฒนาความคิดรวบยอดของผู้เรียน

ขั้นที่ 3 (กระตุ้นสมองซีกขวา) สะท้อนประสบการณ์เป็นแนวคิด การเรียนรู้เกิดจากการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสมองซีกขวา โดยครูกระตุ้นให้ผู้เรียนได้รวบรวมประสบการณ์ และความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจพื้นฐานของแนวคิด หรือความคิดรวบยอดอย่างชัดเจน แจ่มแจ้ง เช่น การสอนให้ผู้เรียนเข้าใจถึงซึ่งถึงแนวคิดของการใช้อักษรตัวใหญ่ในภาษาอังกฤษ ครูต้องหาวิธีอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจอย่างแจ่มชัดว่าอักษรตัวใหญ่ที่ใช้นำหน้าคำนามในภาษาอังกฤษ เพื่อเน้นถึงความสำคัญของคำนามๆ อย่างชัดเจน เช่น ชื่อคนชื่อเมือง หรือชื่อประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 4 (กระตุ้นสมองซีกซ้าย) พัฒนาทฤษฎีและแนวคิด การเรียนรู้เกิดจากการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสมองซีกซ้าย ครูให้นักเรียนวิเคราะห์และไตร่ตรองแนวคิดที่ได้จากขั้นที่ 3 และถ่ายทอดเนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวคิดที่ได้ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวคิดนั้นๆ ต่อไป พยายามสร้างกิจกรรมกระตุ้นให้ผู้เรียนกระตือรือร้นในการเก็บรวบรวม ข้อมูล และการศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม

ในช่วงที่ 2 ครูต้องจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้คิด เพื่อให้ผู้เรียนที่ชอบการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติจริง สามารถปรับประสบการณ์และความรู้ สร้างเป็นความคิดรวบยอดในเชิงนามธรรม โดยฝึกให้ผู้เรียนคิดพิจารณาไตร่ตรองความรู้ที่เกี่ยวข้องในช่วงนี้เป็นการจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้ความรู้โดยการคิดและฝึกทักษะ ในการค้นคว้าหาความรู้

ช่วงที่ 3 แบบ How? / การปฏิบัติและการพัฒนาแนวคิดออกมาเป็นการกระทำ

ขั้นที่ 5 (กระตุ้นสมองซีกซ้าย) ดำเนินตามแนวคิดและลงมือปฏิบัติ หรือทดลอง การเรียนรู้เกิดจากการจัดกิจกรรมพัฒนาสมองซีกซ้าย เช่นเดียวกับขั้นที่ 4 นักเรียนเรียนรู้จากการใช้สามัญสำนึก ซึ่งได้จากแนวคิดพื้นฐาน จากนั้นนำมาสร้างเป็นประสบการณ์ตรง เช่น การทดลองในห้องปฏิบัติการ หรือการทำแบบฝึกหัด

เพื่อส่งเสริมความรู้ และได้ฝึกทักษะที่เรียนรู้มาในช่วงที่ 2

ขั้นที่ 6 (กระตุนสมองชิกขา) ต่อเติมเสริมแต่งและสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้เกิดจากการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสมองชิกขา นักเรียนเรียนรู้ด้วยวิธีการลงมือปฏิบัติ แก้ปัญหา ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาค้นพบองค์ความรู้ด้วยตนเอง

ในช่วงที่ 3 ครูมีบทบาทเป็นผู้แนะนำและอำนวยความสะดวก เพื่อให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ครูควรเปิดโอกาสให้นักเรียนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมการเรียนรู้

ช่วงที่ 4 แบบ If / เชื่อมโยงการเรียนรู้จากการทดลองปฏิบัติด้วยตนเองจนเป็นความรู้ที่ลุ่มลึก

ขั้นที่ 7 (กระตุนสมองชิกซ้าย) วิเคราะห์แนวทางที่จะนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นแนวทางสำหรับการเรียนรู้เพิ่มเติมต่อไป การเรียนรู้เกิดจากการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสมองชิกซ้ายนักเรียนนำสิ่งที่เรียนรู้มาแล้วมาประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ โดยนักเรียนเป็นผู้วิเคราะห์และเลือกทำกิจกรรมอย่างหลากหลาย

ขั้นที่ 8 (กระตุนสมองชิกขา) ลงมือปฏิบัติและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การเรียนรู้เกิดจากการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสมองชิกขา นักเรียนคิดค้นความรู้ด้วยตนเองอย่างสลับซับซ้อนมากขึ้น เพื่อให้เกิดเป็นความคิดที่สร้างสรรค์ จากนั้นนำมาเสนอ แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน

ในช่วงที่ 4 ครูมีบทบาทเป็นผู้ประเมินผลงานของนักเรียน และการกระตุ้นให้นักเรียนคิดสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ (นิธิดา ทองใส, 2553: 17-19)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการมอบหมายงาน

“การมอบหมายงาน” (Assignment) ในมิติการจัดการเรียนการสอน หรืออาจเรียกอีกนัยหนึ่งว่า “การบ้าน” (Homework) นั้น มีความแตกต่างกับการมอบหมายงานในมิติการปฏิบัติงานในองค์กร เนื่องจากการมอบหมายงานในลักษณะแรกนั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนในการจัดการเรียนการสอน เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้สอนไปสู่ผู้เรียน คำว่า “การบ้าน” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2554 หมายถึง งานที่ครูให้กำหนดให้นักเรียนไปทำที่บ้าน (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554: ออนไลน์)

วีระ ไทยพานิช (2551: 28) กล่าวว่า การบ้าน คือ งานชนิดใดชนิดหนึ่งที่สัมพันธ์กับกิจกรรมในชั้นเรียนที่ปฏิบัติหรือกระทำนอกโรงเรียน จุดมุ่งหมายสำคัญก็เพื่อให้ นักเรียนมีโอกาสฝึกปฏิบัติและเพิ่มพูนสิ่งที่ทำในชั้นเรียน ในที่นี้การมอบหมายงาน จึงหมายถึงเทคนิคการให้การบ้าน หรือกลวิธีที่ผู้สอนใช้ในการดำเนินในกิจกรรม การเรียนการสอน โดยมอบหมายงานที่สัมพันธ์กับกิจกรรมการเรียนการสอนในชั้นเรียน แต่ผู้สอนกำหนดให้ผู้เรียนเรียนไปทำ “งาน” หรือ “การบ้าน” นอกเวลา กิจกรรมการเรียนการสอนปกติ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะในสิ่งที่เรียนมากขึ้น

หลักการสำคัญในการมอบหมายงาน ผู้สอนจะต้องมีการชี้แจงงานที่มอบหมาย ให้ผู้เรียนได้รับทราบอย่างชัดเจนและพร้อมเพรียง ทั้งนี้ มิลเลอร์ (Miller, 2009: 198) ได้สังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการมอบหมายงาน หรือให้การบ้านแก่ผู้เรียน พบว่า ผู้สอนพึงปฏิบัติเกี่ยวกับการมอบหมายงาน โดยมอบหมายงานที่มีคุณค่า สอดคล้อง กับความสนใจและความต้องการของผู้เรียน และจะต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนว่า งานหรือการบ้านที่มอบหมาย มีความยากง่ายที่เหมาะสมกับผู้เรียน อีกทั้งยังต้องอธิบาย ถึงแนวทางการทำงานหรือการบ้านให้เข้าใจและให้ตัวอย่างประกอบที่ชัดเจน และจะต้องสละเวลาในการตอบข้อสงสัยของผู้เรียน ในขณะเดียวกัน ผู้สอนจะต้อง ตรวจสอบความเข้าใจของผู้เรียนเกี่ยวกับงานที่ได้มอบหมายและควรให้โอกาสแก่ผู้เรียน ในการเลือกทำงานหรือการบ้านที่มอบหมาย นอกจากนี้ ผู้สอนควรเปิดโอกาสให้ผู้ปกครอง มีส่วนร่วมในการให้คำแนะนำผู้เรียนในงานที่มอบหมาย รวมทั้ง จะต้องคอยให้ความช่วยเหลือและให้ผลสะท้อนกลับแก่ผู้เรียนอีกด้วย

การมอบหมายงาน หรือการให้การบ้าน จึงเป็นเทคนิคที่ผู้สอนจะต้องคำนึง ให้รอบด้านว่า งานที่มอบหมายจะต้องให้ความรู้แก่ผู้เรียนจริง ไม่เป็นภาระจนเกิน วัตถุประสงค์ของรายวิชาที่สอน และจะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางบ้านของผู้เรียน ด้วย มิฉะนั้น จะนำมาซึ่งผลในทางลบทำให้ผู้เรียนเบื่อหน่ายการเรียนรู้ และอาจจะ เลยเกิดจนถึงการไม่ส่งงานที่ได้มอบหมาย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง/แหล่งข้อมูล

รูปแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงคุณภาพในชั้นเรียนที่ดำเนินการไปพร้อมกับจัดการเรียนการสอนตามแผนการเรียนการสอน

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย สามารถจำแนกเป็นสองส่วนตามลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร คือ ผู้ลงทะเบียนเรียนกระบวนวิชา 850306 กลุ่ม 003 และ 004 ครบทุกหัวจำนวนทั้งสิ้น 45 คน ขณะเดียวกัน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการการสนทนากลุ่มนั้น ได้สุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 45 คน เพื่อเป็นตัวแทนด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อคัดเลือกตัวแทนประชากร โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

- การให้ความสนใจและกระตือรือร้นในระหว่างการเรียนรู้การสอน หมายถึง ในระหว่างการเรียนรู้ในกระบวนวิชาตลอดภาคการศึกษา ตัวแทน จะต้องเป็นผู้เรียนที่มีความสนใจในเนื้อหาองค์ความรู้ที่ผู้สอนได้ถ่ายทอดไปอย่างชัดเจน และแสดงให้เห็นถึงความสนใจค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง

- ความสม่ำเสมอในการเข้าเรียน หมายถึง ตัวแทนจะต้องเป็นผู้เรียนที่ขาดเรียนไม่เกินร้อยละ 15 ของภาคการศึกษา

- การมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน หมายถึง ตัวแทนจะต้องมีพฤติกรรมสงสัยซักถามผู้สอน ไม่ว่าจะในระหว่าง การเรียนการสอน หรือนอกเวลาการเรียนการสอน

ด้วยเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ใช้ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายการศึกษา
อย่างเฉพาะเจาะจงเป็นจำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยผู้วิจัยจะได้ใช้เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญใน
การวิจัยเพื่อศึกษาค้นหาความเหมาะสมของวิธีการมอบหมายงานภายในกระบวนการวิชา
ต่อไป

2. ขอบเขตของการวิจัย

มุ่งศึกษากลุ่มประชากรที่ลงทะเบียนเรียนในกระบวนวิชา 851306 การวิจัยเพื่อการสื่อสาร กลุ่ม 003 และ 004 คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เท่านั้น

3. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ ประกอบด้วย การสังเกตโดยมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยใช้แบบการสังเกตการณ์เป็นเครื่องมือ เพื่อเก็บข้อมูลในห้องเรียนในฐานะผู้สอนจำนวน 2 กลุ่ม ข้อมูลที่ได้จะใช้เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการเรียนรู้จากแนวทางการเรียนแบบมอบหมายงานที่ได้กำหนดเป็นแนวทางจากคณะผู้สอนอยู่แต่เดิม และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยศึกษาผู้เรียนที่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย เพื่อหาข้อมูลที่เป็นฉันทามติจากการระดมความคิดเห็นของผู้เรียน เพื่อค้นหาแนวทางการมอบหมายงานที่เหมาะสม ตามทักษะของผู้เรียนที่ผ่านประสบการณ์การได้รับการมอบหมายงานในภาคการเรียนรู้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการจัดข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม แล้วนำมาเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีเพื่อตีความข้อมูล ซึ่งเป็นแนวทางนำเสนอผลการศึกษา โดยวิธีอรรถาธิบายแบบอิงแนวคิดและทฤษฎี ถือการนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยด้วยการแยกชนิดในเหตุการณ์นั้นๆ โดยการยึดแนวคิด หรือกรอบการจำแนกเหตุการณ์ที่อาศัยทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งเป็นกรอบการจำแนก (Lofland, 1971; 14-15 อ้างใน เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555: 20)

ผลการวิจัย/ สรุปผลการวิจัยเป็นกรอบแนวคิดเชิงมนทัศน์

การวิจัยได้พบแนวทางที่เหมาะสมในการมอบหมายงานสำหรับผู้เรียนในกระบวนวิชา 851306 การวิจัยเพื่อการสื่อสาร โดยได้ผสมผสานแนวทางการมอบหมายงานภายใต้กรอบแนวคิดรูปแบบการจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นหลัก (Project-based Learning) ที่มุ่งให้ผู้เรียนได้รับการเรียนรู้ผ่านการดำเนินโครงการ เพื่อให้ได้รับองค์ความรู้ผ่านการลงมือกระทำ และแนวคิดรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบฟอร์เมท (4 MAT's Learning) ที่มุ่งให้ผู้เรียนได้รับการเรียนรู้ใน 4 รูปแบบ คือ การจินตนาการ การวิเคราะห์ การใช้สามัญสำนึกและการรับประสบการณ์รูปธรรมไปสู่การลงมือปฏิบัติ โดยได้จัดการเรียนการสอน 6 ขั้นตอน คือ

1. การเชื่อมโยงความรู้ก่อนหน้า คือ การชี้แนะให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพกว้างของการต่อยอดระหว่างกระบวนวิชาก่อนหน้า ซึ่งก็คือ กระบวน 851406 ทฤษฎีการสื่อสาร ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนวิชา 851306 การวิจัยการสื่อสาร ในเชิงวิชาการ ถือเป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องกระทำตั้งแต่เริ่มการอธิบายขอบเขต รายละเอียด และวัตถุประสงค์ของกระบวนวิชา ทั้งนี้ การที่ผู้เรียนไม่มีทักษะในการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีกับการวิจัยตั้งแต่ต้น ถือเป็นอุปสรรคขัดขวางความสามารถในการเรียน ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนวิชาทั้งสองได้

2. การโยงสู่ความรู้ถัดไป คือ การเชื่อมโยงความรู้ให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องพาดพิงระหว่างกระบวนวิชา 851306 การวิจัยการสื่อสาร ซึ่งต่อยอดไปสู่กระบวนวิชา 851409 สัมมนาการสื่อสารมวลชน จะถือเป็นการเสริมแรงกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความสนใจในกระบวนวิชามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากผู้สอนสามารถส่งเสริมให้โครงการวิจัยที่ผู้เรียนได้ทำขึ้นในกระบวนวิชา 851306 ต่อยอดเป็นโครงการวิจัยเพื่อสำเร็จการศึกษาในกระบวนวิชา 851409 จะเป็นการเสริมแรงอย่างสูง

3. การติดตั้งความรู้ 2 มิติ: ข้อมูลและมโนภาพ คือ การติดตั้งความรู้ในเชิงข้อมูลที่ได้รับจากการบรรยายและการติดตั้งความรู้ในเชิงมโนภาพจากการยกตัวอย่างกรณีศึกษา ทั้งนี้ การจัดการเรียนการสอนที่สามารถติดตั้งความรู้ที่เป็นข้อมูลและมโนภาพได้นั้น ผู้สอนจะต้องเตรียมการสอนให้ผู้เรียนไม่ได้อยู่ในภาวะที่มีข้อมูลพร้อมในมือจนไม่เกิดภาวะการเรียนรู้ในเชิงรุก ไม่ทำให้ผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับข้อมูลจำนวนมากจนต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลเกินไป จะต้องอธิบายองค์ความรู้ให้ง่ายและพร้อมใช้ และจะต้องเตรียมกรณีตัวอย่างสนับสนุนการเรียนการสอนในหัวข้อต่างๆ ได้อย่างชัดเจน

4. การเลือกโครงการและสมาชิก โดยการเลือกหัวข้อโครงการวิจัยมีความจำเป็นต้องเป็นการเปิดกว้างให้ผู้เรียนเลือกศึกษาในประเด็นที่ตนเองสนใจเป็นลำดับแรก จากนั้นจึงค่อยพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการเก็บข้อมูล ส่วนการเลือกสมาชิกกลุ่ม เป็นการเลือกโดยสิทธิ์เป็นของผู้เรียน แต่หากต้องการโยงความรู้จากกระบวนวิชา 851306 ไปยังกระบวนวิชา 851409 ในภาคการเรียนถัดไป การเลือกสมาชิกภายในกลุ่มงาน จำเป็นที่จะต้องเลือกสมาชิกที่เป็นไปตามสัดส่วนของกลุ่มงานในกระบวนวิชา 851409 และจำเป็นที่สมาชิกกลุ่มต้องเห็นพ้องต้องกันว่า จะทำโครงการวิจัยสำเร็จ การศึกษาร่วมกัน มิฉะนั้น หากคนหนึ่งคนใดไม่ยินยอมจะเกิดปัญหาหากนำโครงการวิจัยไปพัฒนาต่อโดยผลจากการเก็บข้อมูลแบบสนทนากลุ่มจากผู้เรียนพบว่าจำนวนที่เหมาะสมของกลุ่มงานอยู่ที่ 2-3 คน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับกระบวนวิชา 851409

ซึ่งเป็นกระบวนการวิชาในภาคการเรียนรู้ถัดไปจะกำหนดว่า โครงการวิจัยเพื่อสำเร็จการศึกษาจะสามารถมีสมาชิกนักศึกษาในโครงการจำนวนเท่าใด

5. เรียนรู้ผ่านการกระทำ เมื่อผู้เรียนได้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการวิจัยการสื่อสารมาในระดับหนึ่ง รวมทั้งได้เลือกสรรโครงการวิจัยที่สนใจพร้อมสมาชิกกลุ่มงานจนมีความพร้อม ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนลงมือเก็บข้อมูลจากประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเรียนรู้จากการทำโครงการ ในระหว่างนั้นผู้สอนจะทำหน้าที่เป็น “วิทยากรกระบวนการ” (Facilitator) ที่มีบทบาทเป็นพี่เลี้ยงในกระบวนการเรียนรู้ (Learning Coach) ที่คอยสังเกตการณ์ กระตุ้น และแก้ปัญหา

6. การสรุปองค์ความรู้เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หลังจากดำเนินโครงการวิจัยเสร็จสิ้น มีความจำเป็นจะต้องสรุปองค์ความรู้เพื่อแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ ภายหลังจากการเรียนการสอนและการดำเนินโครงการวิจัย ผู้เรียนจะเกิดองค์ความรู้ใน 3 มิติ คือ องค์ความรู้ในเรื่องการวิจัย องค์ความรู้เรื่องทฤษฎีการสื่อสาร และองค์ความรู้ในประเด็นสื่อที่เลือกศึกษา ทั้งนี้ ในกระบวนการวิชา 851306 ซึ่งถือว่า เป็นกระบวนการวิชาเกี่ยวกับการวิจัยแรกและเป็นพื้นฐานที่ผู้เรียนได้เรียนรู้ การสรุปองค์ความรู้สามารถดำเนินการได้ในระดับขัดเกลาสังค์ความรู้ (refine knowledge) มากกว่าปรับปรุงองค์ความรู้ (reform knowledge)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า การมอบหมายงานนั้น ไม่ใช่มีขอบเขตแค่การมอบหมายโครงการ ภาระงานหรือการสั่งการบ้าน แต่มีกระบวนการรวบรวมตั้งแต่แนะนำกระบวนการวิชาไปจนถึงวันสอบ ดังนั้น จึงไม่ได้เป็นเพียงขั้นตอนที่โดดเดี่ยวและแยกขาดจากกระบวนการจัดการเรียนการสอนทั้งหมดแต่อย่างใด แม้ว่า ผลการวิจัยภายใต้แนวคิดการจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสาน ทั้งการจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นหลัก (Project-based Learning) และการจัดการเรียนการสอนแบบฟอรัมแมท (4MAT's Learning) จะชี้ว่า ในการมอบหมายงาน 1 โครงการในกระบวนการวิชา 851306 การวิจัยการสื่อสารนั้น การตัดสินใจว่าจำนวนสมาชิกที่เหมาะสมเป็นจำนวนเท่าใดถือเป็นสิทธิ์ของผู้เรียน

ผลการวิจัยนี้ มีความแตกต่างจากงานวิจัยหัวข้อเรื่อง “รูปแบบการเรียนการสอนที่ผู้เรียนพึงประสงค์ในรายวิชาการวิจัยการสื่อสาร” ของ วิฑิต วิทยสรณะ (2556)

ซึ่งผู้วิจัยทำการสำรวจผู้เรียนจำนวน 39 รายที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาดังกล่าว ในภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553 โดยผู้วิจัยในฐานะผู้สอนได้มอบหมายโครงการวิจัยให้ผู้เรียนโดยกำหนด 1 โครงการมีจำนวนสมาชิกของกลุ่มงาน 10 คน ข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจตรงที่ว่า ความสามารถทางการเรียนของผู้เรียนมีความสัมพันธ์เชิงถดถอยต่อทักษะเรื่องการมอบหมายงานแบบกลุ่มงาน ควรทราบว่า แก่นสาระเบื้องต้นแท้จริงแล้ว วิชาวิจัยมีจุดมุ่งหมาย คือ ติดตั้งวิธีการแสวงหาความรู้ ที่ถูกต้องให้แก่ผู้เรียน เมื่อผู้เรียนมีทักษะสูงขึ้น ก็สามารถจะดำเนินการโครงการวิจัยของตนเองได้ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบวิทยานิพนธ์ หรืออื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะปรากฏเป็นงานวิจัยเดี่ยวมากกว่า ดังนั้น เป้าหมายปลายทางแท้จริงของการเรียนการสอน วิชาวิจัย คือ สามารถสร้างนักวิจัยที่มีความสามารถเป็นรายบุคคล

ทั้งนี้ ผลการวิจัยทั้งสองโครงการฯ จะพอที่จะสังเคราะห์แนวทางการมอบหมายงานโครงการวิจัยในวิชาที่ว่าด้วยการเรียนการสอนด้านการวิจัยสำหรับผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา ดังนี้

1. การมอบหมายงานในลักษณะงานของกลุ่มงาน จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้สอนจะต้องติดตามกระบวนการทำงานอย่างใกล้ชิดพอที่จะสามารถวัดและประเมินผลผู้เรียนได้ โดยเฉพาะในกลุ่มงานเดียวกัน มิฉะนั้น จะเกิดภาวะการเกาะผู้เรียนที่มีความสามารถในการเรียนสูงหรือผลการเรียนดี

2. หากงานที่มอบหมายในลักษณะงานกลุ่ม แม้ว่าจะทำให้ผู้เรียนได้ฝึกการประสานงานและทักษะทางสังคมอื่นๆ แต่หากผู้เรียนที่มีความสามารถในการเรียนสูงหรือผลการเรียนดี แต่ถูกเอาเปรียบจากกลุ่มงาน แม้ว่าจะเป็นส่วนกลุ่มคนใกล้ชิดของตนเอง จำมีความเป็นไปได้ที่ผู้สอนอาจจะมีการแบ่งกลุ่มงานที่แตกต่างกันในเชิงระดับ คือ ให้อิสระในกรณีผู้เรียนที่มีความสามารถในการเรียนสูงหรือผลการเรียนดี จะสามารถเลือกรับมอบหมายงานในลักษณะงานเดี่ยว เนื่องจากโครงการในลักษณะงานวิจัย เป็นงานที่มุ่งเน้นความสามารถส่วนบุคคลมากกว่ากลุ่มงาน

3. สำหรับกลุ่มผู้เรียนที่มีความสามารถในการเรียนปานกลาง และกลุ่มผู้เรียนที่มีความสามารถในการเรียนต่ำ ผู้สอนอาจจะจำเป็นต้องแยกออกจากผู้เรียนที่มีความสามารถในการเรียนสูงหรือผลการเรียนดี โดยมอบหมายงานในลักษณะเดียวกัน แต่วัตถุประสงค์ของการมอบหมายงานมีความจำเป็นต้องแตกต่างกัน เหตุเพราะความแตกต่างกันในเรื่องความสามารถในการเรียน และการนำความรู้ไปต่อยอด ทั้งนี้ เนื่องจากผลการวิจัยนี้มีข้อมูลจากการสนทนากลุ่มชี้ว่า การกำหนดจำนวนสมาชิก

ของกลุ่มงาน มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดสมาชิกของโครงการวิจัยในกระบวนวิชา 851409 การสัมมนาการสื่อสารมวลชน นั้นย่อมหมายถึงการกำหนดขนาดของกลุ่มงาน เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ในกายภาพหน้าด้วย ดังนั้น หากสมาชิกในกลุ่มงาน ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ประโยชน์ในองค์ความรู้ด้านการวิจัยในกายภาพหน้าแล้ว วัตถุประสงค์ของการมอบหมายงานอาจเพียงพอเพื่อติดตั้งความรู้ด้านการวิจัย มากกว่าสร้างนักวิจัยที่มีความรู้ความสามารถในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับเทคนิค การมอบหมายงานที่ระบุว่า ผู้สอนควรมอบหมายงานที่มีคุณค่าสอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการของผู้เรียน อีกทั้งยังจะต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนว่า งาน หรือการบ้าน ที่มอบหมายมีความยากง่ายที่เหมาะสมกับผู้เรียนหรือไม่ด้วย

ด้วยสาเหตุที่ว่า ความสามารถในการเรียนของผู้เรียน และเป้าหมายในการนำ องค์ความรู้ไปใช้ของผู้เรียนมีความแตกต่างกัน ดังนั้น การมอบหมายงานจึงจำเป็น ที่จะต้องมีความยืดหยุ่นและซับซ้อน ก่อนที่จะมอบหมายงานนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้สอน จะต้องอธิบายถึงแนวทางการปฏิบัติงานให้เข้าใจ และมีตัวอย่างประกอบที่ชัดเจน ให้ผู้เรียนในลักษณะต่างๆ เข้าใจถึงเป้าหมายของงานที่มอบหมายว่ามีความแตกต่างกัน และที่สำคัญควรตรวจสอบความเข้าใจในงานที่ได้รับมอบหมายอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ ไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการทำวิจัยเชิงสำรวจ ต่อผู้เรียน เพื่อย้ำหรือยืนยันและตรวจสอบถึงแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการเรียนการสอน
2. ควรทำการวิจัยแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมในกระบวนวิชา ที่เกี่ยวข้องก่อนหน้าและกระบวนวิชาที่เกี่ยวข้องลำดับต่อไป เพื่อให้ผู้สอนสามารถ จัดการเรียนการสอนให้เกิดความสัมพันธ์และเอื้อต่อกันทั้งสามกระบวนวิชา

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- โครงการปฏิรูปการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยใช้กระบวนการชี้แนะ Coaching & Mentoring. 2551. การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning) ตอนที่ 1. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://candmbsri.wordpress.com/2015/04/08/การจัดการเรียนรู้แบบไข-2/>. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2559.
- เฉลิมลาภ ทองอาจ. แนวคิดการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง: จากปรัชญาสู่การสอน. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.gotoknow.org/posts/419138>. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2559.
- ฐิติ วิทยสรณะ. 2556. รูปแบบการเรียนการสอนที่ผู้เรียนพึงประสงค์ในรายวิชาการวิจัยการสื่อสาร. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์, ปีที่ 17 ฉบับที่ 1. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ทิตนา เขมณี. 2551. ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอียร พานิช. 2544. 4 MAT การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับธรรมชาติการเรียนรู้ของผู้เรียน. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- ไพฑูรย์ นันตะสุนนท์ และวัลลภา อยู่ทอง. 2557. การจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน. หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- วัชรินทร์ โพธิ์เงิน, พรจิต ประทุมสุวรรณ และสันติ หุตะมาน. ม.ป.ป. การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.fte.kmutnb.ac.th/km/project-based%20learning.pdf>. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2559.
- วีระ ไทยพานิช. 2551. 57 วิธีการสอน. กรุงเทพมหานคร: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุคน สินธพานนท์. 2558. การจัดการเรียนรู้ของครูยุคใหม่ เพื่อพัฒนาทักษะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร: 9119 เทคนิคพรันตัง.

- สุคนธ์ สินธพานนท์ และคนอื่นๆ. 2545. การจัดกระบวนการเรียนรู้: เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์ อจท.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. 2554. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.royin.go.th/dictionary/>. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2559.
- เอื้อมพร หลินเจริญ. 2555. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. วารสารการวัดผลการศึกษา. 17(1): 20. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ภาษาอังกฤษ

- Kolb, D. (1984). *Experiential Learning, Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Miller, S. (2009). *Validated Practices for Teaching Students with Diverse Needs and Abilities*. 2nd. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบปรากฏการณ์ถ้ำหลวง
ในฐานะผลงานศิลปะการละครระดับโลก
A Comparative Analysis of the Tham Luang Cave Rescue
as a World-class Theatrical Performance

เทพฤทธิ์ มณีกุล¹

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ศึกษาเกี่ยวกับเหตุการณ์การช่วยเหลือผู้ประสบภัยที่ติดอยู่ภายในถ้ำหลวง วนอุทยานถ้ำหลวง ขุนน้ำนางนอน ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ป่าดอยนางนอน ต.โป่งผา อ.แม่สาย จ.เชียงราย ที่ส่งผลต่อความสนใจในการติดตามเหตุการณ์และข่าวสารดังกล่าวของผู้ชม ระหว่างวันที่ 23 มิถุนายน – 10 กรกฎาคม 2561 โดยเปรียบเทียบบริบทของการรับชมนั้น กับการรับชมผลงานศิลปะการละคร อาศัยการวิเคราะห์โดยการใช้ทฤษฎีศิลปะการละครของอริสโตเติล เรื่ององค์ประกอบของละครและองค์ประกอบของบทละคร มาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับเหตุการณ์ที่มีผู้ให้ความสนใจทั่วโลก จนอาจกล่าวได้ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว เป็นปรากฏการณ์ที่สร้างความน่าสนใจเฉกเช่นที่ผู้ชมให้ความสนใจผลงานศิลปะการละคร นอกจากนี้ ยังนำลักษณะของละครเทรจิดีของกรีกมาช่วยอธิบายสนับสนุนถึงปรากฏการณ์ดังกล่าว ที่เปรียบเทียบการติดตามข่าวสารนี้ด้วยการชมละครของผู้ชม จนอาจทำให้ผู้ชมได้รับการตอบสนองทางด้านอารมณ์ ด้านสมอง และด้านจิตใจอย่างยิ่งใหญ่ระดับโลกอีกด้วย

จากการศึกษาพบว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวสามารถถูกอธิบายได้ด้วยทฤษฎีศิลปะการละคร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการสร้างความสนใจของเหตุการณ์ให้มีความน่าติดตามแบบละครตั้งแต่ต้นจนจบ ให้ทั้งความบันเทิง แง่คิด และการยกระดับจิตใจแก่ผู้ชมตามลักษณะการชมละครเทรจิดีของกรีก ประกอบกับลำดับของเรื่องราวที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับส่วนประกอบต่างๆ ของโครงเรื่อง ที่เรียบเรียงได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอน

¹อาจารย์เทพฤทธิ์ มณีกุล อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สมเหตุสมผล และพอเหมาะพอเจาะ มีตัวละครที่มีมิติหลากหลาย โดยแต่ละตัวละครมีความต้องการ จุดประสงค์ บทบาท และภารกิจในเรื่องที่ชัดเจน ตลอดจนมีข้อคิดที่เป็นประโยชน์ในศาสตร์ต่างๆ ให้แก่ผู้ชมได้อย่างรอบด้าน ทั้งหมดนี้ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับทฤษฎีองค์ประกอบของละครแล้ว แสดงให้เห็นว่าปรากฏการณ์ถ้ำหลวงนั้นได้รับความสนใจจากผู้รับข่าวสาร เปรียบได้กับการเป็นผลงานศิลปะการละคร เพราะมีเรื่องราวที่เข้มข้นในการติดตามเรื่องราวการช่วยเหลือแต่ละขั้นตอน มีปมอุปสรรคของเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยาก หาชมได้ยาก และเหตุการณ์ต่างๆ ลำดับขึ้นได้อย่างน่าสนใจ ในส่วนของการแสดงก็มีฉากของเรื่องที่มีอยู่จริง เป็นภูมิประเทศทางธรรมชาติที่ยิ่งใหญ่ ลึกลับ และมีความยากลำบาก ถูกนำเสนอในหลายช่องทางสื่อ ทั้งในสื่อสารมวลชน โดยนักข่าว ในสื่อออนไลน์โดยผู้อยู่ในเหตุการณ์ และสื่ออื่นๆ จากผู้ที่เกี่ยวข้อง และจากผู้ชมด้วยกันเอง ที่ส่งต่อและเล่าเรื่องราวกระจายไปสู่วงกว้างระดับนานาชาติ ทำให้เกิดเป็นปรากฏการณ์ความสนใจจากผู้ชมกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด โดยผู้ชมจากทั่วโลกให้ความสำคัญ ให้ความสนใจ และติดตามเหตุการณ์ดังกล่าวตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง เพราะฉะนั้น จึงสามารถสรุปการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบได้ว่าปรากฏการณ์ถ้ำหลวงนี้เปรียบได้เป็นผลงานศิลปะการละครระดับโลกชิ้นหนึ่งในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ

Abstract

This article aimed at studying the Tham Luang cave rescue at Tham Luang – Khun Nam Nang Non Forest Park located in Pa Doi Naang Norn National Reserve Forest in Pongpha Sub-district, Mae Sai District, Chiang Rai Province which drew worldwide attention and audience participation from June 23 to July 10, 2018 by comparing the viewing context of this incident to art appreciation. The analysis was mainly employed in this study in which Aristotle's dramatic theory concerning elements of drama and those of a play script was applied to comparatively analyze the incident which attracted global interest. The incident, possibly called a phenomenon, aroused the audience's interest, just as dramatic arts do. Furthermore, the elements of Greek tragedy were also used to explain this phenomenon which is a piece of

news or a drama which the audience kept on catching up. Viewing this, they might be vigorously responded emotionally, intellectually and mentally.

The results of the study show that the phenomenon could be explained by the dramatic theories. As we could see the incident provided the audience with stimulation from the beginning and until the end just like a drama which captures their meticulous attention, as well as entertainment, points of view, and enlightenment according to the Greek tragedy theory. In addition to these features, the chronology of the incident exactly, reasonably and suitably corresponded with the plot elements. The multi-dimensional characters clearly showed their needs, objectives, roles, and missions throughout the incident also various differing viewpoints from several disciplines were presented. All of these features could be comparatively analyzed by using the theories regarding elements of drama. The results of the analysis indicate that the Tham Luang phenomenon caught the audience's attention just as a dramatic work since the addictive, complicated plot of the rescue appealingly developed with constant rare conflicts and the story progressed compellingly. As for performance, the setting was real as the incident occurred in great, mysterious, and extreme geographical features. The incident was broadcasted by many media channels including the mass media by reporters, social networks by the eyewitnesses, and other kinds of media by the authorities and the audience who circulated the news amongst the global community. The incident greatly attracted the attention of the largest group of an audience from all over the world who paid rapt attention and kept an eye on the whole incident. According to the comparative analysis, it can be thus concluded that the Tham Luang phenomenon is one of the world-class dramatic works in human history.

เมื่อช่วงกลางปี 2561 ที่ผ่านมา ชาวที่ผู้คนให้ความสนใจอย่างมากชาวหนึ่งคือ ชาวปฏิบัติการการให้ความช่วยเหลือโค้ชและนักฟุตบอลทีมหมูป่าอะคาเดมีรวม 13 ชีวิต ผู้ประสพภัยที่ติดอยู่ภายในถ้ำหลวง ขุนน้ำ-นางนอน อ.แม่สาย จ.เชียงราย ซึ่งปฏิบัติการดังกล่าว ที่เบื้องต้นแลดูว่าจะประสบความสำเร็จได้ยาก หรือแทบที่จะเป็นไปได้ไม่ได้ หรือที่หลายคนเรียกตรงกันว่าเป็น mission impossible ในชีวิตจริงนั้น กลับกลายเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่เพียงแต่ดึงดูดใจให้คนทั้งประเทศร่วมกันติดตามข่าวสารเอาใจช่วย และเกาะติดสถานการณ์อย่างใกล้ชิดตามสื่อต่างๆ โดยเฉพาะทางสื่อออนไลน์ แต่ยังได้ขยายความสนใจไปสู่ผู้รับข่าวสารทั่วทั้งโลกอีกด้วย ตั้งแต่เริ่มต้นเหตุการณ์จนกระทั่งสุดท้ายจบลงด้วยการช่วยเหลือทุกคนออกมาได้อย่างปลอดภัย เหตุการณ์ดังกล่าวเป็นที่กล่าวถึงอย่างมากในมิติต่างๆ ทางสังคม ทั้งในบริบทของวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ ไปจนถึงมิติของความคิดความเชื่อเฉพาะกลุ่ม ซึ่งล้วนแล้วแต่ปลุกความสนใจให้การติดตามข่าวสารดังกล่าว มีบทเรียนต่างๆ ให้ผู้รับข่าวสารได้ศึกษาไปพร้อมๆ กันได้อย่างรอบด้าน หนึ่งในความน่าสนใจที่หลากหลายนี้ได้แก่ ลักษณะของการติดตามข่าวสารของผู้คนที่ให้คุณค่าและการติดตามเรื่องราวต่างๆ แบบละคร กล่าวคือ ผู้คนให้ความสนใจมีอารมณ์ร่วม และให้ความสำคัญกับลำดับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นประหนึ่งให้ความสนใจกับการชมละครสักเรื่องหนึ่ง บทความวิชาการนี้จึงได้วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบให้เห็นว่า พฤติกรรมการติดตามข่าวสารดังกล่าวของผู้ชมในช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์นี้ สามารถใช้ทฤษฎีทางศิลปะการละครมาอธิบายถึงการให้ความสนใจของผู้คนได้อย่างชัดเจนไม่ต่างจากการที่ผู้ชมให้ความสำคัญกับการชมละคร และยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะหนึ่งของละครที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับชีวิตมนุษย์ ดังคำกล่าวในทุกยุคทุกสมัยที่ว่า “ละครคือชีวิต ชีวิตคือละคร” ซึ่งไม่เพียงแต่มีอิทธิพลต่อผู้รับข่าวสารในฐานะผู้ชมเฉพาะกลุ่มหรือภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังขยายผลไปยังผู้ชมในระดับนานาชาติอีกด้วย จนอาจนับได้ว่าการที่คนหลายเชื้อชาติหลายภาษาร่วมกันติดตามข่าวสารดังกล่าว ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์สำคัญครั้งนี้ สามารถเปรียบได้กับการร่วมกันติดตามผลงานศิลปะการละครในระดับโลกอย่างที่เราชมได้ยาก หรือไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประวัติศาสตร์

จุดประสงค์ในการชมละครกับการติดตามปรากฏการณ์ถ้าหลวง

ด้วยศิลปะการละครนั้นพัฒนามาจากพื้นฐานธรรมชาติของมนุษย์ เรื่องราวที่เกิดขึ้นในละครแม้ว่าจะถูกผูกให้มีความมหัศจรรย์ซับซ้อนเพียงใดก็ตาม ที่สุดแล้วก็มีได้ไกลตัวมนุษย์ หรือยากเกินกว่าที่คนธรรมดาสามัญทั่วไปจะเข้าใจได้ ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ชีวิตของแต่ละคนซึ่งก็ล้วนแล้วแต่เคยประสบเหตุการณ์ต่างๆ และมีจุดร่วมทางอารมณ์ ความคิด หรือความเข้าใจอันเป็นสากล ที่ไม่ว่าจะเป็นมนุษย์ในยุคใดหรือในชนชาติใดก็สามารถรับรู้และเข้าใจได้เช่นกัน จึงกล่าวได้ว่าศิลปะการละครส่วนหนึ่งเกิดจากความใฝ่ฝันของมนุษย์ที่จะเข้าใจมนุษย์ด้วยกัน กล่าวคือ การเข้าใจทั้งชีวิตของตนเองและผู้อื่น โดยละครที่คตินั้น จะต้องสามารถตอบสนองจุดประสงค์ของผู้ชมได้ 3 ระดับด้วยกัน ได้แก่ ระดับอารมณ์ ระดับสมอง และระดับจิตใจ (สไตส์ พันธุมโกมล, 2524, น. 3-4)

ระดับอารมณ์ เบื้องต้นแล้วเมื่อผู้ชมได้ชมละคร สิ่งแรกที่จะต้องได้รับ คือ ความบันเทิง ความผ่อนคลายและความสนุกสนาน ซึ่งในที่นี้มิได้หมายความว่าเพียงความรื่นรมย์ที่แสดงออกด้วยเสียงหัวเราะ หรือรอยยิ้มของผู้ชมขณะชมละครแต่ละขณะเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงความหวาดกลัว ความตื่นเต้นลุ้นระทึก และอารมณ์ความรู้สึกอื่นๆ ที่ผู้ชมมีปฏิกิริยาโต้ตอบอีกด้วย หากขาดสิ่งเหล่านี้ไปก็จะมีเหตุให้เกิดความสนใจติดตามเรื่องราวในละคร รวมถึงอารมณ์ร่วมที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในแก่นสาร สาระ หรือความหมายใดๆ ก็ตาม ที่ละครต้องการจะสื่อถึงผู้ชม เพราะฉะนั้นความบันเทิงจึงจัดได้ว่าเป็นการตอบสนองระดับผิวเผินที่สุดในการรับชมละคร ในการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับปฏิบัติการค้นหาผู้ประสบภัยติดอยู่ในถ้ำหลวง ทั้ง 13 คนนั้นก็เช่นเดียวกัน หากวิเคราะห์ถึงการรับรู้ในระดับอารมณ์แล้ว ผู้ติดตามข่าวสารในฐานะผู้ชมนั้นมีความรู้สึกสนใจ มีอารมณ์ร่วม และเฝ้าติดตามสถานการณ์ตั้งแต่เริ่มต้นที่ทราบข่าวว่ามีผู้ติดอยู่ในถ้ำดังกล่าว ต่อมาค้นพบว่ายังมีชีวิตอยู่ ไปจนถึงการที่เจ้าหน้าที่สามารถช่วยเหลือทุกคนออกมาได้อย่างปลอดภัยในที่สุด การติดตามข่าวสารดังกล่าวนี้เป็นไปตามลักษณะการชมละครกรีกโบราณ กล่าวคือ เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วม (involvement) ทำให้ต้องติดตามข่าวสารอยู่ไม่ขาด แม้ว่าจะระยะเวลาจะยาวนานหลายสัปดาห์ก็ตาม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอีกลักษณะหนึ่งของการชมละครกรีก คือ pity and fear คือ มีความสงสารและเห็นใจผู้ประสบภัย จึงเอาใจช่วยโดยการติดตามข่าวสารอย่างห่วงใยและสมำเสมอ ในขณะเดียวกัน

ก็เกิดความหวาดกลัวว่าหากเป็นตัวเองต้องตกอยู่ในชะตากรรมเช่นนั้นจะอย่างไร จะอยู่อย่างไร จะมีชีวิตรอดได้หรือไม่ จึงได้เฝ้าติดตามข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการประหารชีวิต ภายในถ้ำของทุกคน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมมี identification หรือการเปรียบเทียบ เป็นตัวละครซึ่งในที่นี้ คือ ผู้ประสพภัยนั้นเอง ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ชมได้รับความบันเทิง มีสายสัมพันธ์ทางใจ (engagement) ต่อทั้ง 13 คนดังกล่าว และจะติดตาม ลุ้นไปกับข่าวสารแต่ละขั้นตอนจนกว่าจะช่วยเหลือทุกคนออกมาได้ในที่สุด

ระดับสมอง เมื่อผู้ชมได้รับความบันเทิงซึ่งถือเป็นการตอบสนองในเบื้องต้นแล้ว ย่อมทำให้เกิดแนวโน้มที่ผู้ชมจะเปิดรับ สนใจค้นหา และทำความเข้าใจกับข้อคิด สาร แก่นเรื่อง หรือประเด็นความรู้ใหม่ๆ จากการชมละคร นับเป็นคุณค่าที่ได้รับ ในทางความคิดและสติปัญญา อาจเกิดการเก็บอะไรไปขบคิดต่อหลังจากชมละคร จบแล้ว ซึ่งนำไปสู่การถามและตอบปัญหาบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง สิ่งแวดล้อม และสังคมที่มีขนาดใหญ่ขึ้นตามลำดับ ทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้ การเข้าใจ และการตระหนักคิดอย่างจริงจังถึงสาระที่ละครน่าจะหมายความว่าเชื่อมโยงถึงตัวเองและ สังคมในบริบทต่างๆ ที่ปรากฏใกล้ตัวในชีวิตจริงของผู้ชม ในกรณีนี้ นอกจากผู้ชม จะติดตามข่าวสารการช่วยเหลือผู้ประสพภัยแล้ว ผู้ชมยังได้รับความรู้ทั้งจากสื่อต่างๆ ที่นำเสนอข่าวในบางแง่มุม และการค้นหาความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยตัวเองอีกด้วย ซึ่งเหตุการณ์นี้ทำให้เกิดความตื่นตัว ศึกษาค้นคว้า และมีการเผยแพร่ความรู้ในศาสตร์ ต่างๆ มากมาย ตั้งแต่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์กายภาพ วิทยาศาสตร์ชีวภาพ เทคโนโลยี ไปจนถึงความรู้ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ โดยเฉพาะที่เชื่อมโยงไปสู่เรื่อง ความเชื่อและคติชนวิทยา ทำให้ผู้ชมซึ่งในที่นี้ คือ ประชาชนทั่วไปได้รับความรู้ ในมิติต่างๆ และได้สร้างความเข้าใจร่วมกันว่าภารกิจครั้งนี้ประกอบไปด้วยสรรพวิชา ความรู้ เป็นการบูรณาการและสนธิกำลังกันทุกภาคส่วน ต้องใช้องค์ความรู้ ของศาสตร์และศิลป์ที่หลากหลายจึงจะสามารถทำภารกิจดังกล่าวได้อย่างสัมฤทธิ์ผล รวมถึงยังทำให้เยาวชนได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับอาชีพต่างๆ ว่าแท้จริงแล้วล้วนสำคัญ เท่าเทียมกัน ทุกคนสามารถมีส่วนในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสังคมได้เช่นกัน ไม่ว่าใครจะประกอบอาชีพใดก็ตาม นำไปสู่การเป็นแรงบันดาลใจให้แก่คนรุ่นใหม่ ให้ได้ค้นหา ค้นพบศักยภาพ หรือคำตอบบางอย่างให้แก่ชีวิตของตัวเองได้ ดังเช่น ที่ผู้ชมละครกรีกได้รับ คือ แสงสว่างทางปัญญา (enlightenment) หลังจากชมละครจบ แล้ว

ระดับจิตใจ นอกจากผู้ชมจะได้รับการตอบสนองทางด้านความบันเทิงไปจนถึงทางด้านความคิดแล้ว ละครที่เป็นเลิศในการตอบสนองมนุษย์ และถือเป็นระดับสูงสุดของคุณค่าที่ผู้ชมจะพึงได้ด้วยนั้น จะต้องสามารถทำให้ผู้ชมมีความสูงส่งทางจิตใจ (exaltation) ได้อีกด้วย กล่าวคือ เมื่อได้รับชมละครจบแล้วจะต้องเกิดการยกระดับจิตใจ (catharsis) มีความมุ่งมั่น มีการเลือก หรือตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างในตัวเอง ซึ่งอาจเริ่มต้นจากความคิด ทศนคติ รวมถึงพฤติกรรมจากเดิมที่ตัวเองอาจจะเคยทำสิ่งไม่ดี เปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่า หรือพัฒนาสิ่งที่ตัวเองมีติดอยู่แล้ว ยิ่งมองเห็นคุณค่าและพัฒนาสิ่งนั้นให้ดียิ่งขึ้นตามที่ละครได้ทั้งซัดซึ้งใจให้ และถือสาระที่ได้จากละครดังกล่าวเป็นสาระสำคัญ ที่สามารถทำให้ตัวเองนำไปปรับประยุกต์กับตัวเอง ผู้อื่น สิ่งแวดล้อมรอบข้าง หรือพัฒนาสังคมในมิติต่างๆ ให้ดีขึ้นได้ต่อไป สำหรับในปรากฏการณ์นี้ เมื่อภารกิจช่วยเหลือชีวิตทุกคนจบลงอย่างสมบูรณ์แล้ว ก็เสมือนว่าละครที่ผู้ชมติดตามอยู่ตลอดมาได้จบลงไปแล้วเช่นเดียวกัน สิ่งทั้งปวงให้ผู้ชมมิใช่เพียงความบันเทิงทางอารมณ์ และการได้แง่คิดใดๆ ก็ตามเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความตระหนักถึงความดีงามของมนุษย์ที่ทุกคนร่วมมือกันจนสามารถทำให้ภารกิจที่เป็นไปได้ยาก หรือดูจะเป็นไปไม่ได้เลยกลับสามารถสำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นว่ามนุษย์มีความยิ่งใหญ่ในตัวเอง สามารถทำสิ่งที่ยิ่งใหญ่ได้ และเป็นวีรบุรุษได้ในชีวิตจริง ซึ่งก็นับว่าอยู่ในครรลองของเรื่องราวในละครกรีกเช่นเดียวกัน ทำให้ผู้ชมย้อนกลับมามองว่าหากผู้คนในสังคมมีความสามัคคีและร่วมมือร่วมใจกันก็จะสามารถสร้างสิ่งมหัศจรรย์ให้เกิดขึ้นในโลกความจริงได้ โดยที่ไม่ต้องรอชมในละคร หรือรอฟังเรื่องราวที่เปี่ยมไปด้วยจินตนาการเรื่องใดๆ เพราะที่สุดแล้วมนุษย์ทุกคนล้วนมีคุณค่า และมีพลังสร้างสรรค์ที่สามารถทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้นได้ トラバタที่มนุษย์มีความกลมเกลียวกันนั่นเอง ซึ่งจากความตระหนักในเรื่องต่างๆ ทั้งหมดนี้สามารถนำไปสู่การนำไปปฏิบัติ ประยุกต์ และปรับใช้ในชีวิตจริงต่อไป อีกทั้งยังเป็นการเน้นย้ำถึงความดีงามที่ยังไม่เลือนหายไปจากสังคม มิใช่เพียงคงอยู่ แต่ยังได้จุดประกายให้อีกหลายต่อหลายคนต้องการที่จะเป็นวีรบุรุษจากการทำความดี ซึ่งมนุษย์ธรรมดา ก็สามารถทำได้ และยิ่งไปกว่านั้น คือยังมีพลังที่นำชื่นชมยิ่งกว่าการเป็นวีรบุรุษในโลกสมมติของละครอีกด้วย

การเปรียบเทียบปรากฏการณ์ถ้าหลวงในมิติขององค์ประกอบของละคร

ปรากฏการณ์ถ้าหลวงครั้งนี้ สามารถอธิบายถึงความน่าสนใจเสมือนที่ผู้ชมมีต่อผลงานศิลปะการละครได้มีเพียงแต่เป็นที่สนใจเฉพาะในสังคมเล็กๆ หรือภายในประเทศไทยเท่านั้น หากแต่ยังเป็นที่สนใจไปทั่วโลก การวิเคราะห์ถึงความน่าสนใจเช่นนี้ จึงสามารถนำทฤษฎีองค์ประกอบของละครมาอธิบายได้ ซึ่งสิ่งที่จะเรียกว่าละครได้นั้น ต้องประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ เรื่องราว ผู้ชม และการแสดง (นิธิ นิธิวีรกุล, 2561)

เรื่องราว (story) หมายถึง การเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นลำดับของเหตุการณ์ที่ได้เห็นหรือได้ยินทั้งหมด หรืออาจเป็นเหตุการณ์ที่ถูกถ่ายทอดออกมาตามลำดับของเวลา เพื่อให้ผู้อ่าน ผู้ฟัง หรือผู้ชมได้รับสุนทรียภาพ ความเพลิดเพลิน ตลอดจนข่าวสารข้อมูลอีกด้วย โดยเรื่องราวอาจจะเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นก็ได้ การที่จะเล่าเรื่องราวได้อย่างน่าติดตามนั้น ผู้เล่าจึงจำเป็นต้องมีศิลปะในการถ่ายทอด ซึ่งจะทำให้ผู้รับรู้เรื่องราวนั้น เกิดความเร้าใจและตรึงความสนใจ ทั้งนี้ เรื่องราวที่ดีนั้นจะต้องสามารถตอบโจทย์ผู้รับได้ว่ามีคุณค่าใดในเรื่องราวดังกล่าว การแสดงที่มีเรื่องราวจะต้องสามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจได้ว่ามีตัวละครใด กระทำการสิ่งใด ด้วยจุดประสงค์ใด ได้รับผลของการกระทำนั้นเช่นไร และสรุปแล้วผลรวมของเรื่องเป็นอย่างไร ทั้งหมดนี้ยังไม่สำคัญเท่าความคิดและความรู้สึกของผู้ชมเมื่อได้ชมละครจนจบแล้วว่าเกิดอะไรขึ้นในแง่การสื่อสารไปยังผู้ชม ในความเพลิดเพลินนั้น ผู้ชมเข้าใจหรือไม่ว่าเกิดอะไรขึ้นตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง อะไรคือความขัดแย้งหลักของเรื่อง และอะไรคืออารมณ์หลักที่ฟังจะได้จากเรื่อง เป็นต้น ในปรากฏการณ์ถ้าหลวงนี้เป็นเรื่องราวที่มีลำดับของการเกิดขึ้นอย่างมีความน่าสนใจ การนำเสนอข่าวสารมีลักษณะเป็นข่าวร้อน (breaking news) น่าติดตาม ขยายได้ และมีความสมบูรณ์ของการเล่าเรื่อง กล่าวคือ เรื่องราวมีความสด ต่อเนื่อง เป็นลำดับ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยง และมีความพอเหมาะพอเจาะในมิติของช่วงจังหวะเวลาในแต่ละเหตุการณ์ จนสามารถตรึงความสนใจให้แก่ผู้ติดตามข่าวสารได้อย่างไม่สิ้น หรือยืดเยื้อจนเกินไป ทำให้ผู้ชมต้องติดตามสถานการณ์แบบเกาะติดรายงานสดเท่านั้น ติดตามย้อนหลังไม่ได้ด้วยอรรถรสของการติดตามที่ต่างกัน ปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ตอบโต้แก่ผู้รับข่าวสารในด้านต่างๆ ที่ทำให้ทราบสิ่งที่ต้องการจะทราบในการติดตามข่าวสารแต่ละช่วงเวลา ทำให้ผู้รับเข้าใจได้ว่าแต่ละวันมีแผนการช่วยเหลืออย่างไร เจ้าหน้าที่ทำอะไรสำเร็จแล้วบ้าง ยังมีสิ่งใดที่ต้องเตรียมการเพื่อไปสู่วิบัติการขั้นต่อไป เป็นเช่นนี้ไปจนถึงวันที่สามารถช่วยเหลือ

ผู้ประสพภัยคนสุดท้ายออกมาจากถ้ำได้สำเร็จ ซึ่งในระหว่างช่วงเวลาของการติดตามข่าวสารนั้น ผู้รับข่าวสารในฐานะผู้ชมละครก็รู้อยู่แก่ใจว่าภารกิจครั้งนี้มีความขัดแย้งหลักของเรื่อง คือ การต่อสู้กับธรรมชาติเพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถบรรลุมิติดำเนินการได้ ซึ่งนั่นก็คือการช่วยเหลือผู้ประสพภัยออกมาให้หมด และการที่ผู้ชมมีใจจดจ่ออยู่กับข่าวสารนี้เอง แสดงถึงการมีอารมณ์ร่วมอย่างปฏิเสธไม่ได้ ซึ่งอารมณ์เหล่านั้นมีจุดร่วมกัน คือ การเอาใจช่วยล้นให้ทุกคนออกจากถ้ำได้อย่างปลอดภัย ถือเป็นอารมณ์หลักตลอดการติดตามปรากฏการณ์ครั้งนี้ ส่วนอารมณ์ปลีกย่อยอื่นๆ นั้นก็ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ในแต่ละวันว่าอาจจะมีทั้งอุปสรรค การรอคอย และสัญญาณที่ดีบางอย่างให้ผู้ชมร่วมเอาใจช่วยอยู่ทุกวันนั่นเอง

ผู้ชม (audience) หมายถึง ผู้รับรู้ ผู้รับสาร หรือผู้ที่ได้รับสุนทรียะจากการแสดง และมีปฏิกริยาตอบกลับสดๆ ทันทันในขณะที่ชม ในขณะเดียวกันผู้ชมยังเป็นผู้ที่ได้รับสารความคิดจากบทบาทที่นักแสดงได้แสดงให้ชม จากเรื่องราวที่ผู้เล่าเรื่องได้นำเสนอ และจากการตีความของผู้สร้างสรรค์จนออกมาเป็นการแสดงที่สมบูรณ์ตั้งแต่ต้นจนจบ การแสดงผู้ชม นับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งของละคร เพราะละครมีจุดประสงค์ในการสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสื่อสารไปสู่ผู้ชมซึ่งเป็นมนุษย์ที่สามารถรับรู้ความหมาย ความงาม คุณค่า และคุณธรรมที่สอดแทรกอยู่ในสาระของละครที่ได้ชม ผู้ที่ติดตามข่าวสารปรากฏการณ์ถ้ำหลวงนี้ นับได้ว่าเป็นผู้ชมในการแสดงละครดั่งที่อริสโตเติลได้กล่าวไว้ว่า สิ่งที่ผู้ชมดูในละคร ก็คือสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น ณ ขณะนั้น หากอ้างตามลักษณะของละคร tragedy ซึ่งพัฒนามาจากละครกรีกโบราณแล้วนั้น จะพบว่าผู้ชมในปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้เป็นผู้ชมในอุดมคติของการแสดงละคร กล่าวคือ นอกจากผู้ชมจะทำหน้าที่เป็นประจักษ์พยานในเหตุการณ์สดๆ ที่ติดตามอยู่ตรงหน้าแล้ว ยังมีความพิเศษกว่านั้นคือ กลุ่มผู้ชมเป็นชนทุกชาติจากทั่วทุกมุมโลก สะท้อนให้เห็นว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวเปรียบได้กับการแสดงในโรงละครโรงใหญ่ที่สุด ซึ่งก็คือทั้งโลกที่กำลังจับจ้องเหตุการณ์นี้อย่างสม่ำเสมอแน่นอน นอกจากนี้ ยังเป็นผู้ชมที่ไม่เอาแต่รับรู้ฝ่ายเดียว (passive) แต่ยังแสดงออกถึงการมีส่วนร่วม (participation) สูงมาก โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ ตลอดช่วงของปรากฏการณ์นั้น ผู้ชมได้แสดงทรรศนะ เสนอความคิดเห็น และแสดงออกถึงความรู้สึกใดๆ ก็ตามส่งไปยังช่องทางต่างๆ ทั้ง facebook, twitter, instagram, รวมถึงแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ต่างๆ ทั้งขององค์กรสำนักข่าว และของเพจ หรือกลุ่มเฉพาะกิจของบุคคล เป็นต้น จากการสืบค้นฐานข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับปรากฏการณ์ถ้ำหลวง

พบว่า ระหว่างวันที่ 24 มิถุนายน - 6 กรกฎาคม มีกว่า 559,810 ข้อความ และ 165 ล้าน engagement กระแสที่สูงสุดปรากฏขึ้นในวันที่ 3 กรกฎาคม ซึ่งเป็นวันที่พบตัวผู้ประสบภัยครบทั้ง 13 คน มี engagement สูงสุด คือ 23 ล้าน engagement (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้ชมในกรณีนี้จึงมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มนักร้องหรือกลุ่มหมู่มวลชนที่เรียกว่า chorus ในละคร tragedy ซึ่งมีบทบาทในการขานรับเหตุการณ์หลักที่เกิดขึ้น และมีปฏิกิริยาตอบกลับแทนผู้ชมให้ทราบถึงความรู้สึก ทศนคติ และความคิดที่ผู้ชมมีในแต่ละขณะ จึงทำให้สามารถกล่าวได้ว่า หากปรากฏการณ์นี้เปรียบเหมือนการแสดงละคร การจัดแสดงครั้งนี้ ก็นับได้ว่าเป็นการแสดงระดับโลกที่มีพลังมหาศาล กระทบถึงคนจำนวนมาก และสร้างพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนทรงตะนงต่างๆ ในวงกว้างอย่างหาได้ยาก เนื่องจากมีผู้ชมจากทั่วโลกติดตามอย่างใจจดใจจ่อ มีส่วนร่วมอยู่ตลอดเวลา รวมถึงยังได้ทำหน้าที่เป็นทั้งสื่อและพื้นที่การแสดงด้วยตัวเองอีกด้วย

การแสดง (performance) หมายถึง การนำเรื่องราวที่มีมานำเสนอในรูปแบบของการแสดง ณ สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นโรงละคร พื้นที่ภายในอาคารภายนอกอาคาร หรือแม้กระทั่งถ่ายทอดผ่านสื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่ใดๆ ก็ตามแล้วแต่ความเหมาะสม เพื่อนำเสนอต่อผู้ชมให้ตอบใจให้ได้ตามวัตถุประสงค์ตามท้องเรื่อง และการตีความของผู้สร้างสรรค์ การแสดง ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของละคร เนื่องจากหากยังมิได้มีการนำมาแสดงหรือจัดเสนอต่อผู้ชมแล้ว เรื่องราวนั้นก็จะเป็นเพียงเรื่องเล่า การแสดงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากละครได้เลย เพราะหากขาดการแสดงแล้วก็จะไม่มีสิ่งที่เรียกว่า “ละคร” ที่สมบูรณ์ได้ หากเทียบกบองค์ประกอบของการสื่อสารแล้ว การแสดงสามารถเปรียบได้กับผู้ส่งสารที่นำเสนอเรื่องราวในฐานะสารที่ส่งไปสู่ผู้ชมซึ่งก็คือผู้รับสาร เหตุการณ์ช่วยเหลือผู้ประสบภัยถ้ำหลวงครั้งนี้เรียกกันทั่วไปว่า เป็นปรากฏการณ์สืบเนื่องจากความมีพลังของเรื่องราวที่กระทบต่อความรู้สึก ทศนคติ และความคิดของผู้ชมทั่วโลก ซึ่งเรื่องราวดังกล่าวมิใช่เป็นเพียงเรื่องเล่าปากต่อปาก (narrative) เท่านั้น แต่ยังมีการนำเสนอที่ชวนติดตามแบบละคร (dramatic) ในหลากหลายช่องทางสื่ออีกด้วย

ในส่วนองพื้นที่การแสดงนั้น สิ่งที่แสดงออกได้อย่างเด่นชัดที่สุดในยุคที่เทคโนโลยีย่อโลกให้สามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างรวดเร็วก็คือ การนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ในสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้ชมสามารถรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว มีความสดติดตามความเคลื่อนไหวของแต่ละเหตุการณ์ได้จากทั่วทุกมุมโลก และที่สำคัญคือ

สามารถเลือกรับชมในบางแง่มุมที่สนใจได้เองอีกด้วย และด้วยบทบาทของสื่อ ผู้ชม และอีกหลายๆ ฝ่ายที่สามารถทำหน้าที่เป็นทั้งสื่อและพื้นที่การแสดงได้นี้เอง ทำให้ในระหว่างการติดตามข่าวสารการช่วยเหลือผู้ประสบภัยนั้น มีการนำเสนอเรื่องราวที่ให้ความรู้แก่ผู้ชมในหลากหลายมิติ จากทั้งสื่อในประเทศ สื่อต่างประเทศ รวมไปถึงผู้สนใจบางคนสร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นประโยชน์และช่วยเสริมให้การติดตามข่าวสารดังกล่าว มีความเข้าใจได้อย่างรอบด้านมากยิ่งขึ้น แม้ไม่ต้องติดตามสถานการณ์บริเวณที่เกิดเหตุก็ตาม เช่น การทำ infographic อธิบายถึงสภาพร่างกายของมนุษย์ที่สามารถทนทานต่อการอดอาหารได้ตามจำนวนวันที่มากขึ้น การทำ hologram ที่จำลองสภาพภายในถ้ำหลวงที่ทำให้เข้าใจถึงสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เจ้าหน้าที่จะต้องเผชิญ หรือแม้กระทั่งการทำ model ที่แสดงให้เห็นถึงระดับน้ำภายในถ้ำที่ท่วมสูงจนผู้ที่ติดอยู่ภายในไม่สามารถฝ่าฟันออกมาได้ โดยรายการข่าวของสถานี ทีบีเอส ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีบทสัมภาษณ์ สก๊อบบี้ หรือรายการต่าง ๆ ที่นำเสนอเรื่องราวที่แวดล้อมระหว่างสถานการณ์การให้ความช่วยเหลือ ที่ล้วนแล้วแต่สร้างเสริมและประกอบให้การติดตามข่าวสารนั้นเป็นไปอย่างมีมิติรอบด้านมากยิ่งขึ้น เช่น การนำเสนอประวัติของคุณณรงค์ศักดิ์ โอสถธนากร ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย ในฐานะผู้บังคับบัญชาการภัยพิบัติครั้งนี้ ซึ่งส่งผลให้ผู้ชมชื่นชมสรรเสริญทั้งในเรื่องของประวัติการศึกษา และภาวะผู้นำในปฏิบัติการดังกล่าว บทสัมภาษณ์ของคุณรวินท์มาศ ลือเลิศ เจ้าของร้านมิสไวท์ ผู้ให้บริการซักผ้าแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการกิจช่วยเหลือผู้ประสบภัยโดยไม่คิดค่าบริการ ทำให้ผู้ติดตามข่าวสารชื่นชมอีกเช่นกันว่า แม้ไม่ต้องมีตำแหน่งใหญ่โต แต่ก็สามารถร่วมช่วยเหลือและสนับสนุนภารกิจดังกล่าวได้ ตามปัจจัยและความสามารถของตัวเองที่มีอยู่ได้ ไม่ว่าจากสาขาอาชีพใดก็ตาม สก๊อบบี้ประวัติชีวิตของคุณโรเบิร์ต ชาร์ลส์ ฮาร์เปอร์ นักดำน้ำชาวอังกฤษ เขาเป็นคนที่มียุทธศาสตร์สำคัญ และเป็นที่รู้จักในทันทีหลังจากที่เขาไปพบผู้ประสบภัยเป็นคนแรกที่เนินนมสาวภายในถ้ำหลวง กับคำกล่าวที่ว่า “ฉันดำน้ำด้วยความหลงใหล และสงสัยมาตลอดว่าทั้งหมดนี้ทำไปเพื่ออะไร จนกระทั่งสองอาทิตย์ที่ผ่านมาคือคำตอบของทุกอย่างที่ฉันทำมาทั้งชีวิต” ซึ่งส่งผลให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ ชาบซึ้ง และยังมี engagement ในการติดตามปรากฏการณ์นี้มากยิ่งขึ้นตามไปด้วย ไปจนถึงการให้ความช่วยเหลือจากคุณอีลอน มัสก์ ผู้ miliardaire เทคโนโลยี และนักธุรกิจชื่อดังจากบริษัทสเปซเอ็กซ์ และบอร์ริง คอมพานี โดยการส่งวิศวกรลงพื้นที่ถ้ำหลวงเพื่อสำรวจลักษณะทางภูมิศาสตร์

และพัฒนาอุปกรณ์สำหรับให้ความช่วยเหลือผู้ประสพภัย ซึ่งทำให้เป็นที่ตื่นเต้นและยินดีของผู้ชมที่ได้ทราบว่าปรากฏการณ์นี้ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่เว้นแม้กระทั่งจากองค์กรต่างประเทศ เป็นต้น

จากเหตุการณ์ต่างๆ ที่ได้กล่าวไปข้างต้น นับได้ว่าปรากฏการณ์นี้เป็นการแสดงที่ตรึงใจผู้ชมได้เป็นอย่างดีถึงระยะเวลา พอเหมาะพอเจาะ และมีความสัมพันธ์สอดคล้องซึ่งกันและกัน อันนำไปสู่ตอนท้ายของเรื่อง ซึ่งก็คือนาทีสุดท้ายที่เจ้าหน้าที่ที่สามารถช่วยเหลือผู้ประสพภัยได้ครบถ้วนทุกคนนั่นเอง หากพูดถึงในมิติของละครแล้วนี้เปรียบได้เป็นละครมหากาพย์ (epic) ที่ยิ่งใหญ่ ที่เกี่ยวข้องกับผู้คนจำนวนมาก หลากหลายเชื้อชาติภาษา มีฉากที่ดูพิเศษ อลังการ และชวนค้นหา แสดงออกถึงการกิจการต่อสู้และผจญภัยที่ผู้คนสนใจช่วยกันระดับโลก จึงสามารถเรียกได้ว่าเป็นความยิ่งใหญ่ของสถานการณ์ที่กระทบคนหมู่มากอย่างยากที่จะเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์โลก

การเปรียบเทียบปรากฏการณ์ถ้ำหลวงในมิติขององค์ประกอบของบทละคร

Cohen (2002, p. 39) กล่าวถึงการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของบทละครว่า ไม่ว่าวิทยาการความรู้จะมีการพัฒนาหรือได้รับการปรับประยุกต์ให้ทันสมัยเพียงใดก็ตาม ศิลปินด้านการละครในปัจจุบันยังคงใช้แนวทางของพื้นฐานความรู้ที่ได้จากหนังสือที่มีชื่อว่า “The Poetics” ซึ่งถือกันว่าเป็นตำราเกี่ยวกับทฤษฎีการละครเล่มแรกของโลก ที่แต่งโดย Aristotle นักปราชญ์ชาวกรีก เขาได้แจกแจงองค์ประกอบของบทละครออกเป็น 6 ส่วนด้วยกัน เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ โครงเรื่อง ตัวละคร แก่นเรื่อง การใช้ภาษา เสียง และภาพ โดยสามารถนำมาใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบกับปรากฏการณ์ถ้ำหลวงได้ ดังนี้

โครงเรื่อง (Plot) เป็นการลำดับเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นในละครอย่างมีเหตุผลและมีจุดหมายปลายทาง ให้ผู้ชมเข้าใจตั้งแต่ตอนต้นของเรื่องไปจนจบเรื่อง ได้ว่า มีตัวละครที่สำคัญใดกระทำอะไรในเรื่อง – เพื่ออะไร – มีอุปสรรค บังคับหรือเงื่อนไขใด – ตัดสินใจ ค้นพบ หรือแก้ปัญหาต่างๆ ด้วยวิธีเช่นไร – และเส้นทางของเรื่องที่พัฒนามาตั้งแต่ต้นนั้น นำไปสู่ผลในตอนท้ายอย่างไร สิ่งเหล่านี้ถูกคัดสรรและบรรจุเรียบเรียงภายใต้กรอบหรือทิศทางของเรื่องที่คุณเขียนบทได้วางอย่างคร่าวๆ ไว้ โครงเรื่องที่ต้นนี้ จะต้องมีความสมบูรณ์ในตัวเอง แต่ละเหตุการณ์ในแต่ละฉาก

แต่ละตอนนั้นล้วนสำคัญ และมีความสัมพันธ์กันอย่างสมเหตุสมผลตั้งแต่ตอนต้น ตอนกลาง และตอนจบ บทละครส่วนใหญ่จะมีชนวนสาเหตุ อุปสรรค หรือปัญหาหลัก บางอย่างที่มีมนุษย์จะต้องประสบก่อนที่จะสามารถบรรลุซึ่งความต้องการ หรือประสบผลใดๆ ในตอนท้ายได้ ในทางทฤษฎีจะเรียกว่า “ความขัดแย้ง” (conflict) ซึ่งเป็นประเด็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เรื่องเล่านี้ดูน่าสนใจ ควรค่าแก่การเล่าและนำเสนอ ผ่านรูปแบบของการแสดง สำหรับปรากฏการณ์นี้ ความขัดแย้งที่ชัดเจนของเรื่อง คือ การที่มนุษย์พยายามเอาชนะธรรมชาติ โดยโครงเรื่องเป็นการกำหนดภารกิจ (mission) ให้แก่ตัวละครเอก คือ การพยายามหาวิถีทางช่วยชีวิตผู้ประสบภัยออกมาจากถ้ำหลวง เจ้าหน้าที่จะต้องศึกษาลักษณะทางภูมิศาสตร์และกายภาพของถ้ำดังกล่าว ประกอบกับ ต้องสำรวจเส้นทางเพื่อให้เข้าถึงผู้ประสบภัยเหล่านั้น โดยต้องใช้นักประดาน้ำนำทาง เข้าไปอย่างทุลักทุเล และแผนที่ตกกระหน่ำยิ่งทำให้ระดับน้ำภายในถ้ำยิ่งเพิ่มสูงขึ้น การฝ่าฟันทั้งหมดนี้ก็เพื่อให้สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายสูงสุด (super-objective) ได้นั้นคือการช่วยเหลือผู้ประสบภัยครบทั้ง 13 ชีวิตนั่นเอง

เบื้องหลังของเรื่อง (background) สามารถนำมาวิเคราะห์ได้อย่างน่าสนใจ หลายประเด็น อาทิ เวลาและสถานที่ที่เกิดเรื่องขึ้น เป็นประเด็นให้เกิดข้อถกเถียงกัน ในวงกว้างถึงสาเหตุหรือแรงจูงใจที่โค้ชนำเด็กทั้ง 12 คน เข้าไปภายในถ้ำทั้งที่ทราบว่าเป็นช่วงฤดูฝนเป็นอันตรายต่อการท่องเที่ยวภายในบริเวณดังกล่าว ประกอบกับมีป้าย ระบุห้ามไว้อยู่หน้าถ้ำอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ก็เกิดขึ้นก่อนเวลาที่ป้าย ได้ระบุห้ามไว้ หากแต่โชคไม่ดีที่ฝนตกชุกจึงทำให้กระแสน้ำภายในถ้ำเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อันเป็นสาเหตุให้ทุกคนต้องหนีเอาชีวิตรอดเข้าไปยังที่สูงภายในถ้ำลึกเข้าไปเรื่อยๆ จนเมื่อทุกคนหายตัวไปรวมหลายชั่วโมงจึงมีคนแจ้งเหตุผิดปกติ ตั้งข้อสังเกตว่าทุกคน หายเข้าไปในถ้ำเป็นเวลานาน ทั้งไว้เพียงจักรยานจอดเรียงรายบริเวณหน้าถ้ำเท่านั้น จึงเกิดเป็นกรณีและถือเป็นการปูพื้นเรื่องให้ชวนค้นหาติดตามต่อไป

ในส่วนของสถานที่ที่เกิดเรื่องขึ้นนั้น ดร.กัญญา วัฒนกุล ได้ตั้งข้อสังเกต และให้ทรรศนะในเชิงคติชนวิทยาไว้อย่างน่าสนใจว่า ด้วยลักษณะภูมิประเทศ ของถ้ำหลวงแห่งนี้ไม่เหมาะแก่การเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ บรรยาการรายรอบ แสดงให้เห็นถึงความยากลำบากในการใช้ชีวิตอยู่ได้ ตำนานหรือเรื่องเล่าต่างๆ ที่เกี่ยวกับถ้ำหลวงขุนน้ำ-นางนอนจึงมักจะอธิบายถึงความเป็นพื้นที่ชายขอบ ลี้ลับซับซ้อน มีความคลุมเครือ ควบคุมไม่ได้ คาดเดาได้ยาก ปลอดภัยจากอารยธรรม ของมนุษย์ สรุปคือที่แห่งนี้ไม่ใช่พื้นที่ของมนุษย์ หรือเป็นบริเวณที่มนุษย์จะเข้าไปทำ

กิจกรรมได้ สิ่งต่างๆ ที่เป็นและเกิดขึ้นในบริเวณนี้จึงใช้ตรรกะแบบอื่น ไม่ใช้การอธิบาย เหตุผลเฉกเช่นปกติสังคมมนุษย์ และสิ่งแวดล้อมก็ไม่เป็นมิตรกับมนุษย์ ถ้าหลวงจึงดึงดูด ความเชื่อและพิธีกรรมมากมายที่พิสูจน์ไม่ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า ซึ่งในด้านการละครแล้วถือเป็นฉากที่น่าสนใจ น่าค้นหา ควรค่าแก่การสร้างเป็นฉากเบื้องหลังของท้องเรื่อง และโดยเฉพาะเหมาะสมแก่การกำหนดให้เป็นฉากเกี่ยวกับเรื่องราวที่ชวนติดตามเช่นนี้เป็นอย่างยิ่ง

นพมาศ แวหงส์ และคณะ (2550, น. 4-9) ได้จำแนกโครงเรื่องออกเป็น 10 หน่วยย่อยๆ ด้วยกัน ได้แก่ การปูพื้นเรื่อง การเตรียมเรื่อง จุดเริ่มเรื่อง เหตุการณ์กระตุ้น ความยุ่งยากซับซ้อน การค้นพบ จุดสูงสุด จุดวิกฤต การคลี่คลายเรื่อง และเอกภาพของเรื่อง ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับโครงเรื่องของเหตุการณ์นี้อ่านน่าสนใจแบบละครได้

การปูพื้นเรื่อง (Exposition) คือ การเกริ่นนำ ทำให้ผู้ชมพอจะทราบวาระละครเรื่องนี้เกี่ยวกับอะไร เมื่อเปิดฉากมาแล้วมีตัวละครเป็นใครบ้าง มีความสัมพันธ์อย่างไรต่อกัน อยู่ในสถานที่แบบไหน มีอะไรเกิดขึ้นก่อนหน้านี้ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ชมทราบถึงภูมิหลังหรือความเป็นมาของเรื่องราวและตัวละคร ในที่นี้คือการแจ้งเหตุการหายไปของทั้ง 13 คน จากร่องรอยการทิ้งจักรยานไว้หน้าถ้ำ และการให้ข้อมูลว่าทั้งหมดเป็นสมาชิกของทีมฟุตบอลหมู่บ้านอะคาเดมี สันนิษฐานว่าทุกคนน่าจะติดอยู่ภายในถ้ำ เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศที่อาจจะส่งผลให้น้ำป่าไหลหลากเข้าไป อันอาจเป็นเหตุให้ทุกคนไม่สามารถออกมาจากถ้ำได้

การเตรียมเรื่อง (Foreshadowing) คือ การให้เค้าลางของเรื่อง ที่ในตอนท้ายอาจจะเกิดเหตุการณ์กระทบใจและส่งผลสำคัญต่อเรื่องราวหรือตัวละคร หากได้วางเรื่องราวบางอย่างที่บอกใบ้หรือบอกเป็นนัยเอาไว้ตั้งแต่ต้น จะทำให้เป็นการเตรียมอารมณ์ผู้ชมไม่ให้ตกใจเกินไป ดึงไม่ให้ผู้ชมหลุดออกจากความน่าเชื่อของเรื่องราวที่เล่าอย่างมีเหตุมีผลมาตลอดตามลำดับ นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างเสริมบรรยากาศช่วยเผยถึงขนวนความตึงเครียดหรืออุปสรรคของเรื่องเล็กน้อยที่อาจพาให้ผู้ชมคาดเดาไปต่างๆ นานาว่าจะเกิดอะไรที่สำคัญขึ้นต่อไป ในที่นี้เค้าลางที่สำคัญของเรื่องสามารถเป็นได้ในชั้นการสำรวจพบร่องเท้าของทุกคนที่ถูกถอดวางไว้บนพื้น โดยผู้รับข่าวสารเมื่อเห็นรูปภาพดังกล่าวแล้วก็สันนิษฐานกันไปหลายทิศทางบ้างก็ว่าเด็กๆ ตั้งใจวางร่องเท้าเป็นรูปลูกศรเพื่อบอกตำแหน่งที่อยู่ของตัวเองบ้างก็ว่าถอดเพื่อเตรียมว่ายน้ำได้สะดวกขึ้น อย่างไรก็ตาม รูปภาพดังกล่าวสามารถเป็น

นวนที่เผยความตึงเครียดของเรื่องได้มากขึ้นว่า ในกรณีนี้ผู้สูญหายเข้าไปในถ้ำจริงๆ และน่าจะยังคงมีชีวิตอยู่ ซึ่งการติดตามเรื่องมาถึงขั้นตอนนี้ ทำให้ผู้ชมสนใจค้นหาต่อไป พร้อมๆ กับการนำเสนอข่าวในสถานการณ์ต่อไปเช่นกันว่า ทุกคนจะยังคงมีชีวิตอยู่จริงหรือไม่

จุดเริ่มเรื่อง (Point of Attack) คือ จุดที่เรื่องเริ่มรุกไปข้างหน้าอย่างชัดเจน ด้วยเป้าหมายในการฝ่าฟันกับปัญหาหรืออุปสรรคหลักของเรื่อง สิ่งที่จะขาดไม่ได้เลยในจุดเริ่มเรื่อง คือ ต้องแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งของเรื่อง (conflict) ทำให้ผู้ชมทราบว่าความต้องการของตัวละครเอกสวนทางกับความต้องการของตัวละครอื่นใด หรือต้องการเอาชนะอุปสรรคปัญหาใดของเรื่อง เมื่อผู้ชมได้ทราบจุดนี้แล้ว ก็จะมีอาการรับและติดตามเรื่องต่อไปตามทิศทางที่เรื่องได้วางไว้ตามลำดับอย่างมีอารมณ์ร่วม ในเหตุการณ์ถ้ำหลวงนี้ มีการเล่าเรื่องแบบให้จุดเริ่มเรื่องช้า (late point of attack) ซึ่งเป็นการเปิดเรื่องเมื่อใกล้เวลาที่จะการกระทำสำคัญของตัวละครจะขึ้นไปสู่จุดสูงสุดที่ต้องติดตามตามแบบละครของกรีก จุดเริ่มเรื่องของเหตุการณ์นี้ชัดเจนขึ้นเมื่อมีการปรากฏตัวของนายณรงค์ศักดิ์ โอสถธนากร อดีตผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย ท่านได้เริ่มตั้งหน่วยปฏิบัติการค้นหาผู้สูญหายขึ้นอย่างทันท่วงทีในฐานะผู้บัญชาการศูนย์อำนวยการร่วมค้นหาผู้สูญหายถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน เพื่อทำการกิจช่วยเหลือผู้ประสบภัยให้สำเร็จอย่างรวดเร็วที่สุด มีการศึกษาและสำรวจโครงสร้างภายในและบริเวณโดยรอบถ้ำ พร้อมทั้งตั้งข้อสันนิษฐานต่างๆ และวางแผนการเดินทางเข้าไปช่วยเหลือผู้สูญหายในเบื้องต้น ซึ่งทำให้ผู้ติดตามเหตุการณ์ได้ทราบว่าเรื่องที่เกิดขึ้นนี้ อุปสรรคปัญหาที่ตัวละครต้องเอาชนะให้ได้ คือ ธรรมชาติอันเอง ด้วยความยากลำบากในการเข้าถึงผู้สูญหายภายในถ้ำ ความมืด และอากาศเป็นสำคัญ การกิจครั้งนี้จึงไม่ใช่เรื่องง่ายและเป็นเรื่องสำคัญที่เกี่ยวกับความเป็นความตายที่ควรค่าแก่การจับตามอง ซึ่งล้วนสร้างความน่าสนใจให้ติดตามเหตุการณ์ต่อไป

เหตุการณ์กระตุ้น (Inciting Incident) คือ เหตุการณ์สำคัญแรกๆ ที่เป็นแรงเสริมและผลักดันให้เรื่องมีความเข้มข้นและน่าติดตามมากขึ้น นำไปสู่การตอกย้ำความขัดแย้งของเรื่องหรืออุปสรรคปัญหาหลักของเรื่อง ให้ตัวละครยิ่งต้องฝ่าฟันอย่างเลี่ยงไม่ได้ ทำให้ทิศทางของเรื่องพุ่งไปตามที่ละครต้องการ ในที่นี้ คือ การประจักษ์กับอุปสรรคต่างๆ ระหว่างทางเข้าไปภายในถ้ำของเจ้าหน้าที่ในระหว่างที่ค้นหาเพื่อให้ทราบว่าผู้สูญหายนั้นยังมีชีวิตอยู่จริงหรือไม่ เจ้าหน้าที่ได้ประสบกับความยากลำบากของสภาพทางกายภาพภายในถ้ำ ทั้งโขดหิน ทางลาดชัน และทางแคบ ประกอบกับน้ำป่า

ที่ไหลหลากเข้าสู่ถ้ำที่มีระดับสูง ทำให้ต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับอุปกรณ์สำหรับเจ้าหน้าที่อย่างรัดกุมยิ่งขึ้นเพื่อความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เองด้วย

ความยุ่งยากซับซ้อน (Complication) คือ เหตุการณ์ต่างๆ ที่ตามมาหลังจากเกิดเหตุการณ์กระตุ้นขึ้นแล้ว ซึ่งสร้างความยุ่งยากและปั่นป่วนให้อุปสรรคปัญหาหลักของเรื่องมีความซับซ้อนยิ่งขึ้นไปอีก เป็นการขมวดปมของเรื่องให้ยิ่งแน่นขึ้น ให้ความขัดแย้งของเรื่องยิ่งเข้มข้นมากขึ้น หรืออาจจะเป็นการสร้างอุปสรรคใหม่หลังจากที่ตัวละครเพิ่งข้ามผ่านอุปสรรคเดิมได้แล้วเพียงไม่นาน หรือแม้กระทั่งเป็นการนำปัญหาใหม่เข้ามาให้กับเรื่อง ในขณะที่ตัวละครยังไม่สามารถสะสางปัญหาเดิมได้ ทำให้ตัวละครก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายหรือสิ่งที่ปรารถนาได้ยากมากยิ่งขึ้นไปอีก ในปฏิบัติการช่วยเหลือผู้สูญหายนี้ไม่เพียงแต่มีอุปสรรคทางธรรมชาติที่ทวีความร้ายแรงมากขึ้น อาทิ ฝนที่ตกกระหน่ำมากขึ้นตามฤดู ระดับน้ำหลากภายในถ้ำที่เพิ่มสูงขึ้น และโคลนขุ่นของน้ำที่เป็นอุปสรรคต่อการมองเห็นของเจ้าหน้าที่ในการดำน้ำเพื่อเดินทางเข้าไป ยังมีอุปสรรคจากผู้คนอีกด้วย ทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดระเบียบสื่อมวลชนในการปฏิบัติหน้าที่ภายในบริเวณเพื่อการนำเสนอข่าวสาร การเข้าตรวจสอบด้านกฎหมายของเจ้าหน้าที่บางฝ่ายที่ส่งผลให้ปฏิบัติการเกิดความล่าช้า รวมไปถึงการเข้ามาของบุคคลภายนอกที่อ้างตัวว่าเป็นร่างทรงผู้มีอิทธิฤทธิ์อิณิหารต่างๆ เหนือธรรมชาติ ที่เข้ามากระทำการใดๆ ให้เกิดการบั่นทอนกำลังใจของผู้ปกครองและญาติของผู้ประสบภัย เป็นต้น ความยุ่งยากซับซ้อนที่เกิดขึ้นแล้วซ้ำเล่าเหล่านี้ นอกจากจะช่วยให้เรื่องราวไม่น่าเบื่อหน่ายแล้ว ยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจแก่ผู้ชมให้ติดตามการดำเนินเรื่อง ที่คงความเข้มข้น ไว้ได้ไปจนกว่าเรื่องจะเข้าสู่ภาวะคลี่คลาย

การค้นพบ (Discovery) คือ เหตุการณ์ที่นำพาตัวละครจากความไม่รู้ไปสู่ความรู้ใหม่ หรือคำตอบที่สำคัญบางอย่างของเรื่อง เป็นการเฉลยหรือเปิดเผยกุญแจสำคัญบางอย่างของเรื่องที่สามารถนำไปสู่ทางออกของปัญหาที่ตัวละครได้เผชิญและฟันฝ่ามาตั้งแต่ต้นเรื่อง การค้นพบนี้ ส่งผลให้ตัวละครตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง และสามารถเดินหน้าต่อไปได้ ซึ่งอาจเป็นไปในรูปของการค้นพบบุคคลสำคัญ สิ่งของ เหตุการณ์ในอดีต ความสัมพันธ์ ความจริง หรือแม้กระทั่งการค้นพบตัวเองของตัวละคร ซึ่งในทันทีการค้นพบที่ชัดเจนก็คือ การที่นักประดาน้ำค้นพบว่าผู้ประสบภัยทั้ง 13 คน ยังมีชีวิตรอดอยู่ที่เนินนมสาวภายในถ้ำ ซึ่งจากการที่เรื่องดำเนินมาถึงจุดนี้เป็นจุดที่ทำให้ผู้ชมได้คลายความตึงเครียดลงจากความเข้มข้นของเรื่องตั้งแต่ต้น ถือเป็นการค้นพบ

บุคคลสำคัญที่ผู้ชมเฝ้ารอมาตลอด สามารถสร้างความพึงพอใจ และนำไปสู่การติดตามข่าวสารในลำดับต่อไปด้วยนั่นเอง

จุดสูงสุด (Climax) คือ เหตุการณ์หรือช่วงเวลาที่มีความตึงเครียดของเรื่อง มีการไต่ระดับความเข้มข้นขึ้นไปจนถึงระดับความสนใจที่สูงที่สุดของเรื่อง บางตำราอาจใช้คำว่า “จุดสุดยอดของเรื่อง” ซึ่งเป็นจุดที่เรื่องราวได้วางเป้าหมายไว้ว่าการดำเนินเรื่องผ่านเหตุการณ์ต่างๆ ตั้งแต่ต้นนั้น ก็เพื่อมาถึงจุดนี้ และเป็นจุดที่ผู้ชมต้องให้ความสนใจอย่างที่สุด อาจถึงขั้นละลายตาไม่ลง เพราะตัวละครได้เดินทางมาถึงยังเป้าหมาย หรือประจันหน้าอยู่กับสิ่งที่เฝ้าปรารถนามาตลอดเรื่อง ทำให้ผู้ชมต้องติดตามและจับตามอง ในปฏิบัติการครั้งนี้ จุดสูงสุดที่ผู้ชมให้ความสนใจอย่างพลาดไม่ได้เลยก็คือ วันที่ 8 กรกฎาคม ซึ่งเป็นวันที่มีการรายงานข่าวว่าผู้ประสบภัยคนแรกเริ่มได้รับการช่วยเหลือออกมาจากภายในถ้ำได้สำเร็จแล้วมีการนำขึ้นรถพยาบาลและเฮลิคอปเตอร์เพื่อส่งไปยังโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์ โดยที่ไม่มี การเปิดเผยข้อมูลว่าผู้ประสบภัยคนใดได้รับความช่วยเหลือออกมาก่อนหรือหลัง เหตุการณ์สำคัญครั้งนี้ดำเนินต่อไปจนถึงวันที่ 10 กรกฎาคม ซึ่งเป็นวันที่ผู้ประสบภัยคนสุดท้ายได้รับการช่วยเหลือและถูกนำตัวส่งถึงโรงพยาบาลอย่างปลอดภัย นับเป็นจุดที่ผู้ชมต้องให้ความสนใจ เกาะติดสถานการณ์สุดๆ อย่างพลาดไม่ได้ เอาใจช่วย และลุ้นระทึก อย่างที่ไม่สามารถละความสนใจลงได้ ในระยะเวลา 3 วันนี้ ผู้ชมมีใจจดจ่อ และรอการเปิดเผยข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น ตั้งแต่ชื่อของผู้ที่ได้รับการช่วยเหลือตามลำดับไป จนถึงรายละเอียดอื่นๆ ระหว่างการช่วยเหลือ หากพลาดการติดตามข่าวสารสักครั้งหนึ่ง จะทำให้ผู้ชมได้รับความรู้สึกแตกต่างไปจากการติดตามข่าวย้อนหลัง ประกอบกับผู้ชมได้รับชมร่วมไปกับผู้ชมอื่นๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่ต่างก็เกาะติดสถานการณ์ครั้งนี้แทบจะเป็นลมหายใจเดียวกัน

จุดวิกฤต (Crisis) คือ เหตุการณ์หรือช่วงเวลาที่ต้องตัดสินใจกับเรื่องที่ สำคัญอย่างยิ่ง ภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ที่บีบบังคับ อาจจะต้องด้วยเวลาที่น้อยลงทุกที อาจจะต้องการถูกบังคับให้ต้องเลือก หรือเงื่อนไขปัจจัยเฉพาะอื่นๆ ที่เรื่องได้ปูพื้นไว้ ตั้งแต่ต้น จุดวิกฤตนี้อาจจะมาก่อนหรือหลัง หรือมาควบคู่กันกับจุดสูงสุดของเรื่อง ก็เป็นไปได้ อย่างไรก็ตาม จุดวิกฤตสามารถมีได้หลายครั้ง ซึ่งทำให้ตัวละครต้องเลือก ทางใดทางหนึ่ง และทุกครั้งก็ล้วนสามารถส่งผลกระทบต่อให้ตัวละครจะประสบชัยชนะ หรือหายนะก็ได้ ในที่นี้ จุดวิกฤตที่สำคัญยังสามารถเปรียบได้กับเหตุการณ์สูญเสีย

เจ้าหน้าที่คนสำคัญ ได้แก่ จ่าแซม หรือสมาน กุนัน ซึ่งรับหน้าที่ลำเลียงขวดอากาศเข้าไปวางตามจุดต่างๆ ภายในถ้ำในวันที่ 5 กรกฎาคม และได้เกิดอาการหมดสติในน้ำหลังเสร็จภารกิจที่ได้รับมอบหมาย แม้จะได้รับการปฐมพยาบาลและให้การช่วยเหลือจนเต็มที่แล้วแต่แล้วในเวลาต่อมาจ่าแซมก็เสียชีวิตลงในที่สุด ขบวนการสูญเสียครั้งนี้ นอกจากจะนำมาซึ่งความอาลัยและบรรยากาศความโศกเศร้าของทั้งบรรดาเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไปแล้ว ยังเป็นที่มาของการขนานนามจ่าแซมว่าเป็น “วีรบุรุษถ้ำหลวง” เพื่อเป็นการสดุดีถึงคุณงามความดีเชิงประจักษ์ของจ่าแซมกับปฏิบัติการครั้งนี้ และในภายหลัง จ่าแซมยังได้รับการยกย่องอย่างยิ่งใหญ่ด้วย อาทิ การได้รับพระราชทานยศนาวาตรี พร้อมทั้งเครื่องราชอิสริยาภรณ์อันเป็นที่เชิดชูยิ่งช้างเผือก ชั้นที่ 1 ประถมาภรณ์ช้างเผือก เป็นกรณีพิเศษ อีกทั้งเอกชนยังมีแผนที่จะสร้างอนุสรณ์สถานและสร้างประติมากรรมรูปปั้นของจ่าแซมขนาด 1.5 เท่าของตัวจริง เพื่อเทิดทูนเกียรติประวัติครั้งนี้ นอกจากนี้ ยังได้รับการสรรเสริญและไว้อาลัยในรูปแบบต่างๆ จากนานาชาติ เช่น สหราชอาณาจักร อินเดีย และสเปน เป็นต้น จุดวิกฤตนี้ ถือว่าสำคัญที่สุดของเรื่องและปรากฏในตอนท้ายสุดตามลำดับการเล่าอารมณ์และความสนใจแบบละคร ซึ่งสามารถสร้างทิศทางตอนจบของเรื่อง หรือผลที่ตัวละครอื่นๆ จะได้รับในตอนสุดท้ายได้อย่างทรงพลัง เปรียบได้กับการสูญเสียจ่าสมานครั้งนี้ ทำให้เรื่องมีความขัดแย้งที่น่าสนใจ ทำให้ปฏิบัติการดังกล่าวมีการหักล้างความราบรื่นของเรื่องให้ดูมีความยากมากขึ้น ซึ่งสิ่งนี้ยิ่งเพิ่มความน่าติดตามให้แก่เรื่องแบบละครมากขึ้นอีกด้วย

การคลี่คลายเรื่อง (Resolution/Denouement) คือ การคลายปมปัญหาของเรื่องในตอนท้ายจากความตึงเครียดที่สั่งสมพอกพูนขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ต้นเรื่อง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการตัดสินใจสุดท้ายของตัวละครโดยเฉพาะหลังจากจุดสูงสุดของเรื่อง นับเป็นการแก้ไขความขัดแย้งหรืออุปสรรคปัญหาของเรื่องที่มีขึ้นตั้งแต่ต้น และเชื่อมโยงเรื่องราวทั้งหมดเข้าไว้ด้วยกันอย่างสมบูรณ์ ในปฏิบัติการครั้งนี้ ความคลี่คลายของเรื่องมีความชัดเจนเมื่อมีการรายงานข่าวว่าผู้ประสบภัยคนสุดท้ายได้รับการช่วยเหลือออกมาจากถ้ำ และถูกนำตัวส่งโรงพยาบาลได้อย่างปลอดภัย นับเป็นการคลายปมปัญหาของเรื่องในเชิงบวกหรือการจบเรื่องอย่างมีความสุข (happy ending) อันสะท้อนถึงผลที่ผู้ชมตั้งตารอ และเป็นไปตามความคาดหวัง ทำให้ปรากฏการณ์นี้จับลงไปด้วยกับความประทับใจประหนึ่งการแสดงละครที่จบลงด้วยความอímเอม และสมดังใจปรารถนาของผู้ชม เป็นการสร้างดุลยภาพให้แก่เรื่องอีกครั้งหลังจากผ่านพ้นอุปสรรคปัญหาต่างๆ มาตลอดเรื่อง ทำให้เห็นถึงบทสรุปของเรื่องราว

ในอุดมคติที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตจริง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความหวังของมนุษย์ ที่ไม่ว่าจะเผชิญกับอุปสรรคหรือความโหดร้ายของธรรมชาติหนักหนาเพียงใดก็ตาม มนุษย์ก็ยังมีโอกาสรอดพ้นจากอุปสรรค และความทุกข์ทรมานนั้นได้ นอกจากนี้ ยังเป็นการทิ้งข้อคิดในอีกหลากหลายมิติให้แก่ผู้ชมได้ร่วมกันถก ร่วมกันศึกษาต่อไป อีกด้วย

เอกภาพของเรื่อง (Unity) คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของเรื่อง ซึ่งมีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางและกรอบของการเล่าเรื่องของละคร ตั้งแต่ต้นจนจบ ตั้งแต่ยุคละครกรีกนั้น นักการละครจะมุ่งให้ความสำคัญกับ “ตรีเอกภาพ” (the three unities) ได้แก่ เอกภาพของโครงเรื่องหรือการกระทำ เอกภาพของเวลา และเอกภาพของสถานที่

เอกภาพของโครงเรื่อง หรือ เอกภาพของการกระทำ (Unity of Plot/Unity of Action) คือ การกำหนดให้โครงเรื่องมีเพียงโครงเรื่องหลักเพียงอย่างเดียว มีเหตุการณ์ และการกระทำที่สำคัญมุ่งไปสู่ทิศทางเดียวกันตลอดเรื่อง โดยไม่มีการนอกเรื่อง ด้วยเห็นว่าโครงเรื่องที่ดีควรจะเข้าใจง่ายสำหรับผู้ชม ไม่ซับซ้อน และไม่นอกกลุ่มนอกทาง ในปรากฏการณ์นี้ การเล่าเรื่องมีความเป็นเอกภาพ เป็นเรื่องเดียวกัน และง่ายต่อการ รับชม นั่นคือการติดตามปฏิบัติการช่วยเหลือผู้ประสบภัยออกมาจากถ้ำหลวงนั่นเอง แม้ว่าจะระหว่างการดำเนินเรื่องผู้ชมจะสนใจติดตามกับโครงเรื่องหลัก (main plot) กระนั้น ก็มีการติดตามรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ เป็นโครงเรื่องรอง (sub plot) ซึ่งเร้าความสนใจแก่ผู้ชมได้อยู่เป็นระยะๆ แทรกอยู่ระหว่างการดำเนินเรื่องที่ถึงแม้จะเป็นข้อมูลเสริมแต่ก็เป็นการนำมาประกอบความเข้าใจ อรรถรส และการสนใจ ติดตามเหตุการณ์ดังกล่าว อย่างไม่ออกนอกกลุ่มนอกทางเสียทีเดียว

เอกภาพของเวลา (Unity of Time) คือ การที่เวลาในละครกรีก (dramatic time) ที่กำลังดำเนินเรื่องอยู่นั้น มักจะถูกกำหนดให้เป็นลำดับเรียงติดต่อกัน มักจะไม่มี การเล่าเรื่องย้อนกลับไปที่อดีต หรือไม่มีการเล่าเรื่องแบบเปลี่ยนเวลาข้ามวัน ข้ามเดือน หรือข้ามปี หากต้องการผูกเรื่องโดยกินความเรื่องเวลาก็จะใช้วิธีให้ตัวละครตัวหนึ่ง ออกมาเล่าเหตุการณ์ที่ครอบคลุมช่วงเวลาเหล่านั้น ทั้งนี้ เวลาในที่นี้ไม่ได้หมายถึง เวลาในการแสดง (performance time) โดยในปรากฏการณ์นี้ มีการนำเสนอข่าว ซึ่งเปรียบเสมือนการเล่าเรื่องตามลำดับเวลา มีการให้ข้อมูลแต่ละสถานการณ์ เป็นรายนาที่ รายชั่วโมงไปจนถึงรายวัน ทำให้การติดตามเรื่องหรือข่าวสารเป็นไปตาม ลำดับแบบเล่าเรื่องไปข้างหน้าอย่างไม่สับสน นอกจากนี้ ในการติดตามรายงานสดนั้น

ยังสะท้อนความมีเอกภาพของเวลาในเรื่องที่ควบคู่ไปกับเวลาในการแสดงตามเวลาจริง (real time) ได้อีกด้วย

เอกภาพของสถานที่ (Unity of Place) คือ การกำหนดให้การกระทำต่างๆ ในละคร เกิดขึ้นภายในสถานที่เพียงสถานที่เดียว มักไม่มีการเปลี่ยนฉาก แต่หากต้องการเปลี่ยนฉากก็จะจัดพื้นที่ของสถานที่ในฉากใหม่ ให้อยู่ในพื้นที่การแสดงที่ใกล้เคียงกับพื้นที่การแสดงของฉากสถานที่หลัก (main acting area) เท่านั้น จะไม่มีการกำหนดให้เหตุการณ์เปลี่ยนไปเกิดขึ้นในสถานที่ใหม่อันไกลจากฉากสถานที่หลัก ซึ่งเชื่อว่าจะสร้างความสับสน กระทบต่อความน่าเชื่อถือ และส่งผลต่ออารมณ์ร่วมของผู้ชมตามขนบการชมละครแบบกรีก ในปรากฏการณ์ถ้าหลวงครั้งนี้ จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าฉากหรือสถานที่เกิดเหตุที่ผู้คนให้ความสำคัญติดตามเรื่องราวมีเพียงสถานที่เดียว คือ บริเวณถ้าหลวงที่ผู้ประสภักย์ติดอยู่ และที่เจ้าหน้าที่ทุกส่วนปฏิบัติการกิจการให้ความช่วยเหลือ แม้ว่าจะมีการกล่าวถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่รายรอบ แต่ก็มิได้ไกลไปจากบริเวณที่เกิดเหตุนัก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมีเอกภาพของสถานที่ในเรื่องราวตามทฤษฎีของบทละครในมิติของโครงเรื่องดังที่ได้อ้างอิง

ตัวละคร (Character) มนุษย์ที่ใช้ชีวิตอยู่ในเรื่อง เป็นผู้ที่กระทำสิ่งต่างๆ ตามแรงผลักดันของความต้องการและเป้าประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ในบทละครในขณะเดียวกันก็เป็นผู้ที่ได้รับผลจากการกระทำของตัวละครอื่นๆ หรืออาจจะเป็นผลของการกระทำของตัวเองก็ได้ ตัวละครในเรื่องราวของถ้าหลวงนี้ คือ คนในโลกความจริง มีชีวิตจริง และมีความผสมผสานในลักษณะนิสัยทั้งภายนอกและภายใน ความน่าสนใจแรกๆ ของปรากฏการณ์ดังกล่าวเกี่ยวกับตัวละครก็คือ ผู้ที่ประสภักย์ที่ติดอยู่ภายในถ้ำนั้นส่วนใหญ่เป็นเด็ก ซึ่งความเป็นเด็กนี้เองที่ทำให้ผู้ชมยิ่งให้ความสนใจ เอาใจช่วย และติดตามข่าวสารอยู่ทุกขณะ การที่ตัวละครเด็กต้องประสบกับชะตากรรมที่ยิ่งใหญ่เกิดขึ้นได้ยากและจัดการได้ยากเช่นนี้ ยิ่งทำให้ปรากฏการณ์ดังกล่าว ทวีความน่าสนใจและน่าติดตาม ถ้าเปรียบเป็นการละครแล้ว ตัวละครเด็กนี้สามารถเร้าอารมณ์ให้คนยิ่งสนใจติดตามแบบละครมากยิ่งขึ้นได้ เมื่อเทียบกับปัญหาอุปสรรคของเรื่องที่มีความยิ่งใหญ่ระดับที่ต้องต่อสู้กับธรรมชาติดังที่ รศ.ดร.ตรีศิลป์ บุญขจร ได้กล่าวไว้ว่าเด็ก คือ ความหวังของอนาคตและมนุษยชาติ หากการช่วยเหลือชีวิตเด็กๆ ครั้งนี้ประสบความสำเร็จแล้ว ก็มีแนวโน้มว่าสำหรับเรื่องอื่นๆ ที่เป็นปัญหาในสังคมก็น่าจะมีความหวังว่าจะสามารถแก้ไขได้ต่อไปเช่นกัน เปรียบเหมือนแสงสว่างที่ปลายอุโมงค์ก็ว่าได้

อีกสิ่งหนึ่งที่เป็นลักษณะเด่นด้านตัวละครก็คือ การมีตัวละครที่มีความยิ่งใหญ่ ในตัวเองตามแบบละคร tragedy กล่าวคือ การที่นายณรงค์ศักดิ์ โอสธนากร ในฐานะผู้บัญชาการศูนย์อำนวยการร่วมค้นหาผู้สูญหายถ้าหลง ขุนน้ำ-นางนอน ได้เป็นผู้นำในปฏิบัติการครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นถึงวุฒิภาวะความเป็นผู้นำ ศักยภาพ และความสามารถต่างๆ ที่ทำให้การช่วยเหลือผู้ประสบภัยเป็นไป อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นขั้นเป็นตอน และสามารถควบคุมสถานการณ์ ที่อาจเคยวุ่นวายจากผู้คนต่างๆ ได้ ทำให้เห็นลักษณะที่ยิ่งใหญ่ที่เหนือคนทั่วไป ที่เป็นคุณสมบัติอันหาได้ยากและน่ายกย่องแบบละครกรีก ประกอบกับลักษณะเช่นนี้ แสดงให้เห็นถูกที่ถูกเวลา จนทำให้เหตุการณ์วิกฤตดังกล่าวผ่านพ้นไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ ยังมีตัวละครที่เป็นตัวแทนของเรื่องราวที่สร้างความมหัศจรรย์ น่าประหลาดใจ และไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตรรกะแบบวิทยาศาสตร์ เมื่อครูบานูญซุม ปรากฏตัวขึ้นเพื่อทำพิธีกรรมสวดมนต์ แผ่เมตตา กรวดน้ำให้แก่ศักดิ์สิทธิ์ภายในบริเวณ ดังกล่าวตามความเชื่อของหลายๆ คน หลังจากเสร็จสิ้นพิธี ท่านได้กล่าวว่าภายในเวลา ไม่เกิน 2-3 วันจะมีข่าวดี คือการค้นพบผู้ประสบภัยทั้งหมด ซึ่งภายหลังก็เป็นจริงดังที่ ท่านได้ว่าไว้ สร้างความประหลาดใจให้แก่ผู้ชมผู้รับข่าวสารและเป็นที่มาของการหาข้อมูล ด้านต่างๆ นอกเหนือไปจากเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อมาประกอบการติดตามข่าวสารระหว่าง การปฏิบัติการกิจของเจ้าหน้าที่ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นไปอีกมิติหนึ่ง

ความน่าสนใจอีกประเด็นที่สำคัญในมิติของตัวละคร ยังสามารถวิเคราะห์ เปรียบเทียบได้กับเรื่องความแตกต่างและหลากหลายทางชาติพันธุ์ สัญชาติ และศาสนา กล่าวคือ สมาชิกทีมฟุตบอลหมู่บ้านอะคาเดมีประกอบไปด้วยโค้ชและเด็กๆ นักฟุตบอล ที่มีความหลากหลายด้านชาติพันธุ์ สัญชาติ และศาสนา โดยโค้ชเอก เอกพล จันทะวงศ์ นั้น นอกจากจะมีเชื้อสายไทลื้อแล้ว เขายังถูกจัดเป็นบุคคลไร้สัญชาติ ซึ่งส่งผลให้เขา ยังไม่สามารถมีคุณสมบัติครบเพื่อปฏิบัติหน้าที่เป็นโค้ชทีมฟุตบอลได้อย่างเต็มตัว แต่เล็กจนโตเขาจึงทำได้เพียงบวชเรียนเพื่อศึกษาหาความรู้เท่านั้น จนกระทั่งได้ลาสิกขา ออกมาเพื่อดูแลและฝึกสอนฟุตบอลให้แก่เด็กๆ ทีมหมู่บ้าน อะคาเดมี ส่วนเด็กคนอื่นๆ อีกสามคนก็เป็นคนไร้สัญชาติเช่นเดียวกัน เช่น เด็กชายอดุลย์ สามอ่อน วัย 14 ปี ซึ่งมีเชื้อสายชาติพันธุ์ว่า พ่อแม่ของเขาพาหนีภัยความขัดแย้งทางชาติพันธุ์ในเมียนมา มาอยู่ในเขตไทยตั้งแต่เขาอายุได้ 6 ขวบ แต่ด้วยความใฝ่ดีจึงทำให้เขามีผลการเรียนดี เมื่อเข้าศึกษาในโรงเรียนบ้านเวียงพาน สามารถพูดได้ถึง 5 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ เมียนมา จีนกลาง และภาษาท้องถิ่นของกลุ่มว่า ขณะนี้อยู่ในระหว่างกระบวนการยื่นขอ

สัญชาติ และเด็กชายอดุลย์ยังเป็นสมาชิกเพียงคนเดียวที่นับถือศาสนาคริสต์ท่ามกลางสมาชิกคนอื่นๆ ที่นับถือศาสนาพุทธอีกด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในทีมหุบป่าอะคาเดมีจะรวมไว้ซึ่งความแตกต่างของบุคคลต่างชาติพันธุ์ สัญชาติ และศาสนา แต่ก็สามารถอยู่ร่วมกันได้ อีกทั้งปฏิบัติการดังกล่าวยังเป็นความร่วมมือของบุคคลและองค์กรจากต่างชาติต่างภาษา มีการแลกเปลี่ยนความรู้ และบูรณาการวิทยาการต่างๆ จนสามารถปฏิบัติการกิจการช่วยเหลือผู้ประสบภัยทุกคนได้สำเร็จ นับว่าสามารถทำให้เกิดเป็นโมเดลของการอยู่ร่วมกันในความต่างของสังคมได้อย่างชัดเจน แม้อยู่ในสภาวะวิกฤตเพียงใดก็ตาม ถือได้ว่าประเด็นต่างๆ ด้านตัวละครที่ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้างต้นล้วนสร้างความสนใจให้แก่ผู้ชมเพิ่มความน่าติดตาม และทำให้เกิดการอธิบายขยายออกไปในวงกว้าง ซึ่งไม่เพียงแต่ตอบสนองผู้ชมทางด้านอารมณ์เท่านั้น แต่ยังได้ความประเทืองปัญญา และสร้างคุณค่าให้แก่การติดตามข่าวสารดังกล่าวในระดับจิตใจได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

แก่นเรื่อง ข้อคิด หรือสาระ (Theme) ได้แก่ สาระ ความหมาย หรือจุดมุ่งหมายที่ผู้เขียนต้องการสื่อให้ผู้ชมเข้าใจ และอาจหมายถึงเหตุผลในเรื่อง ความหมายแฝงตลอดจนสัญลักษณ์อันลึกซึ้งที่สอดแทรกอยู่ระหว่างการดำเนินเรื่องด้วย โดยข้อคิดที่ได้จากปรากฏการณ์นี้สามารถถูกวิเคราะห์หรือตีความไปได้หลากหลายตามแต่ประสบการณ์ของผู้ชม มุมมอง หรือการเลือกรับข่าวสารของแต่ละคน ไม่ว่าจะมีการอธิบายกันไปหลากหลายประเด็นอย่างไรก็ตาม ข้อคิดที่ถือว่าเป็นจุดร่วมที่มีหรือเป็นไปในทางเดียวกัน คือ ความยิ่งใหญ่ของมนุษย์ หรือ human greatness ซึ่งสามารถนำลักษณะของละครเทรจิดีของกรีกมาอธิบายและแจกแจงเป็นประเด็นย่อยๆ อย่างน่าสนใจได้ กล่าวคือ แม้ว่ามนุษย์ต้องตกอยู่ภายใต้ปัญหา อุปสรรค หรือความขัดแย้งที่ยิ่งใหญ่จนกระทั่งดูเหมือนไม่อาจเอาชนะโชคชะตาหรือธรรมชาติได้ก็ตาม แต่ตราบเท่าที่มนุษย์ได้แสดงความยิ่งใหญ่ที่มีอยู่ภายในออกมา ก็สามารถที่จะเอาชนะปัญหา อุปสรรค และความขัดแย้งทั้งปวงได้ ด้วยความกล้าหาญ (bravery) ความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจกัน (togetherness) ความหวัง (hope) และความรัก (love) ซึ่งความยิ่งใหญ่ด้านต่างๆ เหล่านี้ของมนุษย์ เป็นสิ่งธรรมดาสามัญที่มนุษย์มีอยู่แล้วโดยธรรมชาติ เข้าใจได้ไม่ยาก และมีพลังจนสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดที่ตั้งไว้ได้ ดังที่กมล ญ บ่อมเพชร ได้แสดงทรรศนะไว้ว่า จากขนบของการชมละครเทรจิดีของกรีกนั้น แก่นเรื่องโดยทั่วไปมักมุ่งเน้นให้มนุษย์ค้นหาตัวเอง ทั้งเรื่องชาติกำเนิด เบื้องหลังที่มา และศักยภาพที่ตัวเองมีซึ่งนับว่าเป็นเป้าหมายของชีวิตมนุษย์ทั้งสิ้น

การที่ตัวละครแทรกจิตีเผชิญกับชะตากรรมต่างๆ ในชีวิตนั้น ก็เพื่อที่จะค้นหาคำตอบบางอย่าง ค้นพบทางสว่าง เพื่อเกิดการชำระล้างจิตใจ จนนำไปสู่ภาวะที่สูงส่งของจิตใจ ในที่สุด ไม่ว่าในระหว่างทางนั้นตัวละครจะผจญกับความทุกข์ทรมาน และในตอนสุดท้ายเรื่องราวจะจบลงด้วยหายนะของตัวละครเอก อย่างไรก็ตามแต่ ความทุกข์ทรมานนั้น ถือว่ามีคุณค่าสำหรับละครแทรกจิตีของกรีก และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีคุณค่าสำหรับการเกิดมาเป็นมนุษย์อีกด้วย นับได้ว่าความทุกข์ทรมานเหล่านั้น เป็นเครื่องมือสำหรับการชำระล้างจิตใจให้บริสุทธิ์ อุปสรรคที่ขวางกั้น ตัวละครแต่ละขั้นตอนนี้เปรียบได้เป็นปราการสำคัญที่ทำให้มนุษย์ได้แสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ที่มีอยู่ในตัวเอง ครั้นเมื่อได้แสดงออกมาโดยอาศัยความรัก ความหวัง ความกล้าหาญ ประกอบกับการร่วมมือกันกับผู้อื่น ก็สามารถกล่าวได้ว่ามนุษย์มีความยิ่งใหญ่ในตัวเองไม่แพ้สิ่งใดๆ ในโลก หรือกระทั่งความยิ่งใหญ่ของจักรวาล ซึ่งในกรณีนี้มนุษย์ได้แสดงความยิ่งใหญ่ จนสามารถบรรลุภารกิจได้ อันนำมาซึ่งความอ้อมเอมทั้งของตัวละครซึ่งมีชีวิตจริง ๆ ทั้งเจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วน และผู้ประสพภัย ทำให้ผู้ชมในฐานะมนุษย์เช่นกัน เกิดความศรัทธา และมีความหวังต่อการฝ่าฟันปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของชีวิตและสังคม ในระดับที่กว้างขึ้นได้ต่อไป

นอกจากข้อคิดที่ได้เกี่ยวกับเรื่องความเป็นมนุษย์แล้ว ประเด็นความคิดรองด้านอื่นๆ ก็ถูกหยิบยกมานำเสนอ และมีการถอดบทเรียนต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้บุคคลทั่วไปได้รับความรู้จากปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ไม่น้อยเช่นกัน อาทิ ความรู้ด้านชีววิทยา เกี่ยวกับการอยู่รอดของมนุษย์ในสถานการณ์คับขัน ความรู้ด้านธรณีวิทยา และภูมิศาสตร์ ที่สร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ชมเพิ่มขึ้นในการติดตามแผนปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือ ความรู้ด้านกฎหมายและจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน รวมไปถึงความรู้เกี่ยวกับความคิด ความเชื่อ และคติชนวิทยาที่ถูกหยิบยกขึ้นมาอธิบายปรากฏการณ์นี้ในช่วงวิกฤต ขณะที่ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาก็สำเร็จได้ อย่างเป็นรูปธรรม เป็นต้น ทั้งหมดนี้เป็นเพียงตัวอย่างของสาระหรือข้อคิดที่ผู้ชมได้เพิ่มเติมจากการติดตามปรากฏการณ์ถ้ำหลวง ซึ่งนับได้ว่าเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารไปพร้อมๆ กับการให้ความรู้ด้านต่างๆ ได้ในขณะเดียวกัน

จากการทำความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของบทละครข้อต่างๆ ข้างต้นนั้น แม้ว่าแต่ละองค์ประกอบจะถูกวิเคราะห์แยกออกจากกัน แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทุกองค์ประกอบล้วนสัมพันธ์ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และแยกออกจากกันไม่ได้ หาไม่แล้ว ผลงานนั้นก็จะไม่เป็นเอกภาพและไร้ทิศทาง ด้วยความสัมพันธ์

อันแน่นแฟ้นนี้ อริสโตเติลมองว่าโครงเรื่อง ตัวละคร และแก่นเรื่อง คือเนื้อหาสาระของบทละคร คือ สาร ข้อความ หรือความหมายที่บทละครต้องการจะสื่อ ดังนั้นองค์ประกอบทั้งสามส่วนดังกล่าว จึงเปรียบเสมือนวิญญานของการแสดงซึ่งเป็นคุณค่าที่อยู่ภายใน ส่วนการใช้ภาษา (diction) เสียง (sound) และภาพ (spectacle) ที่ปรากฏต่อผู้ชม ซึ่งในที่นี้จะมีได้แจ่มแจ้งรายละเอียดนั้น ถือเป็นเปลือกนอกที่ทำหน้าที่สื่อสารเนื้อหาสาระดังกล่าวของบทละครซึ่งอยู่ภายในออกไปสู่ผู้ชม รวมแล้วสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาผู้ชมเหล่านี้เป็นศิลปะที่เกี่ยวกับการแสดงออก ทั้งสามองค์ประกอบหลังจึงเปรียบได้กับร่างกายของการแสดงและเมื่อ “วิญญาน” กับ “ร่างกาย” ของการแสดงได้ประสานรวมกันโดยที่ทุกองค์ประกอบในบทละครมีความดีเด่นและสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่น เมื่อนั้น บทละครเรื่องดังกล่าวก็จะสามารถได้รับการยอมรับได้ว่า มีคุณค่าทั้งในเชิงศิลปะ และวรรณคดี และควรค่าแก่การจัดแสดงต่อสาธารณชน ในที่นี้สามารถสะท้อนให้เห็นคุณค่าของการนำเสนอ ได้จากการนำเสนอของสื่อเป็นหลัก โดยเปรียบเทียบระหว่างลักษณะการนำเสนอข่าวสารของสื่อไทยและสื่อต่างประเทศ คุณกิริติกร นาคสมภพ เบลาร์ รองบรรณาธิการสำนักข่าวสปริงนิวส์ ผู้รายงานข่าวให้แก่ CNN ได้ให้ทรรศนะว่า แม้ว่าการนำเสนอข่าวสารสู่ผู้ชมนั้น จะมีการหยิบยกประเด็นความน่าสนใจแบบละคร (drama) เพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้ชมเช่นเดียวกัน แต่สื่อไทยส่วนใหญ่มักจะมุ่งนำเสนอในลักษณะของการเป็นข่าวด่วนหรือข่าวร้อน ในรูปแบบการรายงานสดและเกาะติดสถานการณ์เพื่อความพร้อมในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างฉับไว ทำให้การพิถีพิถันเรื่องความถูกต้อง แง่มุมความคิด และภาพที่ปรากฏต่อสายตาผู้ชมทำได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น ซึ่งต่างจากสื่อต่างประเทศที่มักจะทำงานกันเป็นทีมงานเพื่อร่วมกันตรวจสอบความถูกต้อง กลั่นกรองข้อมูล และพิถีพิถันในการเรียบเรียงลำดับการรายงานข่าวสาร รวมไปถึงมีการคัดสรรมุมมองและการนำเสนอภาพก่อนนำเสนอต่อผู้ชม ไม่เน้นการนำเสนอข่าวด้วยความรวดเร็ว แต่ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์โปรดักชั่นให้มีความถูกต้อง สวยงาม และน่าเชื่อถือ จึงทำให้ปฏิเสธไม่ได้ว่า สำนักข่าวของต่างประเทศที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง เช่น BBC, CNN และ New York Times มักจะได้รับการยอมรับทั้งในเรื่องของที่น่าเชื่อถือในข้อมูล ความถูกต้องของข่าวสาร และความสวยงามของการนำเสนอ จึงถือได้ว่าเป็นคุณค่าของการนำเสนอที่ละเอียดลออกว่าการนำเสนอข่าวจากหลายสำนักข่าวของไทย ซึ่งการนำเสนอดังกล่าว ย่อมต้องอาศัยทั้งการใช้ภาษา การเลือกใช้เสียง และการคัดสรรภาพเป็นส่วนประกอบสำคัญในการนำเสนอทั้งสิ้น

สรุปปรากฏการณ์ถ้าหลวงในฐานะผลงานศิลปะการละครระดับโลก

จากที่ได้อธิบายแจกแจงถึงการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบในประเด็นต่างๆ ข้างต้น แล้วนั้น แสดงให้เห็นว่า ปรากฏการณ์ถ้าหลวงครั้งนี้ สามารถถูกอธิบายได้ด้วยทฤษฎีศิลปะการละคร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเร้าความสนใจของเหตุการณ์ให้มีความน่าติดตามแบบละคร (dramatic) ตั้งแต่ต้นจนจบ ตอบสนองผู้ชมทั้งทางด้านอารมณ์ ด้านสมองและด้านจิตใจตามลักษณะการชมละครเทรจิดีของกรีก ประกอบกับลำดับของเรื่องราวที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับส่วนประกอบต่างๆ ของโครงเรื่องที่เรียบเรียงได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอน สมเหตุสมผล และพอเหมาะพอเจาะต่างๆ ที่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงแบบปัจจุบันทันด่วน หรือเกิดจากความบังเอิญที่ถูกที่ถูกเวลาหลายต่อหลายครั้ง มีตัวละครที่ประสพชะตากรรมที่ส่วนใหญ่เป็นเด็ก ซึ่งเพิ่มความน่าสนใจให้แก่การติดตามข่าวสาร รวมถึงตัวละครอื่นๆ ที่มีมิติหลากหลาย แต่กลับสามารถอยู่ร่วมในเรื่องเดียวกันได้อย่างมีความผสมกลมกลืนและลงตัว โดยแต่ละตัวละครมีความต้องการ จุดประสงค์ บทบาท และภารกิจในเรื่องที่ชัดเจน ตลอดจนมีข้อคิดที่เป็นประโยชน์ ทั้งในเชิงมนุษยศาสตร์อันเกี่ยวข้องกับความเป็นมนุษย์ และความยิ่งใหญ่ในตัวเอง ตามขนบการชมละครเทรจิดีของกรีก รวมไปถึงสาระรองหรือข้อคิดเสริมอื่นๆ ที่ผู้ชมได้เกี่ยวกับศาสตร์ต่างๆ ที่ประกอบกัน และสร้างความเข้าใจในการติดตามสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างรอบด้านมากยิ่งขึ้น ทั้งหมดนี้ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับทฤษฎีองค์ประกอบของละครแล้ว แสดงให้เห็นว่าปรากฏการณ์ถ้าหลวงนั้นได้รับความสนใจจากผู้รับข่าวสาร เปรียบได้กับการรับชมผลงานศิลปะการละคร เพราะมีเรื่องราวที่เข้มข้นในการติดตามเรื่องราวการช่วยเหลือแต่ละขั้นตอน มีปมอุปสรรคของเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยาก หาชมได้ยาก และเหตุการณ์ต่างๆ ลำดับขึ้นได้อย่างน่าสนใจ แม้บ่อยครั้งจะเกิดจากความบังเอิญก็ตาม ในส่วนของการแสดงก็มีความน่าติดตามของเรื่องที่มีอยู่จริง ฉากหลังของเรื่องเป็นภูมิประเทศทางธรรมชาติที่ยิ่งใหญ่ มีเรื่องเล่าขาน มีตำนานความลึกลับ และมีความยากลำบากในการที่จะปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด ถูกนำเสนอในหลายช่องทางสื่อ ทั้งในสื่อสารมวลชน โดยนักข่าวในสื่อออนไลน์โดยผู้อยู่ในเหตุการณ์ และสื่ออื่นๆ จากผู้ที่เกี่ยวข้องและจากผู้ชมด้วยกันเองที่ส่งต่อ และเล่าเรื่องราวกระจายไปในวงกว้างจนไปสู่ระดับนานาชาติ ทำให้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและการนำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวนี้ เกิดเป็นปรากฏการณ์ความสนใจจากผู้ชมกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ ผู้ชมจากทั่วทุกมุมโลกที่ให้ความสำคัญ

ให้ความสนใจอย่างใกล้ชิด และติดตามเหตุการณ์ดังกล่าว ตั้งแต่ต้นจนจบ จากความยิ่งใหญ่ด้านต่างๆ ของมนุษย์ที่มีส่วนร่วมในเหตุการณ์ครั้งนี้ ทั้งในมิติของเรื่องราวที่เกิดขึ้นการถ่ายทอดเป็นการแสดง และการเป็นผู้ชมนั้น เมื่อเทียบกับทฤษฎีองค์ประกอบของละครแล้วจึงสามารถสรุปการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบนี้ได้ว่า ปรากฏการณ์ถ้ำหลวงเปรียบได้เป็นผลงานศิลปะการละครระดับโลกชิ้นหนึ่งในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อนกว่าได้ และสามารถใช้การศึกษาวิเคราะห์นี้เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์อื่นๆ ในอนาคตที่ผู้คนจะให้ความสนใจก่อให้เกิดสังคมแห่งการแลกเปลี่ยนความรู้ อันนำไปสู่ความเจริญทางปัญญาในมิติต่างๆ ของคนในสังคมได้อย่างดียิ่ง

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. 2547. **การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: Higher Press.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2561. “สรุปเวทีจุฬาฯ เสวนา ครั้งที่ 14: วิเคราะห์ปรากฏการณ์ถ้ำหลวงจากหลากหลายมิติ”. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.chula.ac.th/news/11113>. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2561.
- ณัฐพงศ์ ดวงแก้ว. 2561. “มองสังคมผ่าน ถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน ว่าด้วยตำนานความเชื่อ อารยธรรม สิ่งเร้นลับในยุค 4.0”. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://thestandard.co/opinion-tham-luang-khunnam-nang-non-forest-park>. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2561.
- นพมาศ แวหงส์ และคณะ. 2550. **ปริทัศน์ศิลปการละคร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพมาศ ศิริกายะ. 2525. **ดูหนังดูละคร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิ นิธิวีรกุล. 2561. “มองปรากฏการณ์ถ้ำหลวงผ่านนาฏกรรม”. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: https://waymagazine.org/dramatic_thamluang_cave. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2561.

- บีบีซีไทย. 2561. “ถ้าหลวง: ภารกิจพาทีมหมูป่ากลับบ้านสำเร็จ”. (ระบบออนไลน์).
แหล่งที่มา: <https://www.bbc.com/thai/live/thailand-44755211>. สืบค้น
เมื่อ 10 กรกฎาคม 2561.
- พรรัตน์ ดำรุง. 2557. **ละครประยุกต์ การใช้ละครเพื่อการพัฒนา**. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สไตน์ พันธุมโกมล. 2524. **ศิลปะการละครเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว.

ภาษาอังกฤษ

- Barranger, Milly S. 2004. **Understanding Plays**. 3 rd ed. USA: Pearson Education.
- Barton, Robert and McGregor, Annie. 2014. **Theatre in Your Life**. 3 rd ed. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Cohen, Robert. 2002. **Theatre Brief Version**. 6 th ed. USA: McGraw-Hill Higher Education.
- Sutherland-Cohen, Robert I. 2018. **Introduction to Production: Creating Theatre Onstage, Backstage, & Offstage**. New York: Routledge.

“หลอก” และ “หลอน”: อำนาจแห่งการถูกจ้องมองของ (ผี) ผู้หญิง
ในภาพยนตร์ไทย เรื่อง ปอบ หวิด สยอง (2544)

“Spoof” and “Haunt” :

The Power of Being Gazed (upon) by Female (Ghosts)
in The Film, Body Jumper (2001)

ธนวัฒน์ ปัญญานันท์¹

ชลาริพ วสุวัต²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการอนุญาตให้มอง) ของ (ผี) ผู้หญิง เพื่ออธิบายปฏิบัติการของการถูกจ้องมองว่า ผีผู้หญิงไทยไม่ได้เป็นวัตถุทางเพศอันนิ่งเฉยในฐานะผู้ถูกกระทำ แต่กลับเป็นภาพสะท้อนของผู้กระทำอย่างมีเล่ห์เหลี่ยม อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นมิติของการฉกฉวยโอกาสด้วยการทำให้เชื่อว่าตนเป็นเหยื่อ แท้จริงแล้วผู้หญิงเห็นช่องทางจากคุณค่าในตัวเอง โดยเธอไม่ได้เป็นเหยื่อทางเพศอย่างที่คิด แต่พวกเธอใช้อำนาจจากเรือนร่างความปรารถนา จากวาทกรรมความงามมาใช้เป็นทุนทางวัฒนธรรมในการแสวงหาผลประโยชน์ โดยใช้แนวความคิดมายาคติความงาม และ Male Fear ประกอบกับกระบวนการ “หลอก” และ “หลอน” เป็นข้อสนับสนุน ในการศึกษาภาพยนตร์ไทย เรื่อง ปอบ หวิด สยอง (2544) ผลการศึกษาพบว่า การ “หลอก” ของผีมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ 1) การหลอกหลอนโดยผีจะปรากฏเรือนร่างอันอัปลักษณ์น่าเกลียดน่ากลัว เพื่อทำให้คนตกใจกลัว และ 2) การหลอกหลอนโดยผีจะเลือกปรากฏร่างตามมายาคติความงามเพื่อให้ผู้พบเห็นเกิดความลุ่มหลง เพื่อหลอกล่อเหยื่อ การปรากฏร่างของผีผู้หญิงนั้นสะท้อนให้เห็นว่า 1) ภาพยนตร์ผลิตซ้ำความหมายของผีในฐานะสิ่งที่มีอำนาจเหนือมนุษย์

¹ธนวัฒน์ ปัญญานันท์ (ศศ.ม. วัฒนธรรมศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2559)

²อาจารย์ ดร.ชลาริพ วสุวัต คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

และภาวะไร้ตัวตน ดังนั้น “ความเป็นผี” จึงมีความแปรผันทั้งตัวตน พื้นที่ และเวลา

2) ความงามและเรือนร่าง คือ อำนาจของผู้หญิง ส่วนหนึ่งมาคาดคิดความงามของผู้หญิง ถูกสร้างมาเพื่อตอบสนองความปรารถนาของผู้ชาย แต่ในทางกลับกัน หากผู้หญิงตระหนักรู้ถึงอำนาจของความงาม ผู้หญิงสามารถฉกฉวยโอกาสจากความลุ่มหลงของผู้ชาย เพื่อแสวงหาผลกำไรได้ทุกยุคสมัย โดยเฉพาะในโลกของทุนนิยม ที่มีอาศัยเรือนร่างของผู้หญิงในการโฆษณาสินค้า 3) การใช้ผู้หญิงเป็นเหยื่อในการล่อลวงผู้ชายมาเพื่อฆ่าเป็นส่วนหนึ่งเป็นภาพสะท้อนแนวคิดเรื่อง ความหวาดกลัวต่ออำนาจของสตรี เรือนร่างสตรีและความสามารถทางร่างกายของสตรี 4) การ “หลอก” คือ อำนาจใครเป็นผู้ “หลอก” ผู้นั้นก็จะมีอำนาจเหนือผู้ถูก “หลอก” ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่ผีเท่านั้นที่มีอำนาจดังกล่าวมนุษย์สามารถใช้อำนาจนี้ได้ด้วยเช่นกัน ดังนั้น ผีจึงไม่ใช่สิ่งที่น่ากลัวที่สุด แต่ภาพความอัปยศอดสยอของผีเป็นสิ่งประกอบสร้างที่ทำให้เชื่อว่าผีมีความน่ากลัว จากการศึกษาเผยให้เห็นว่า ผู้ครอบครองอำนาจแห่งการ “หลอก” ได้คือ ผู้ที่น่ากลัวที่สุด

Abstract

This article aims to study the power of being gazed by a female (ghost). It explains the practice of the gaze that female (ghost) are not objects. But insidiously they are the presentations of the active and reflects the dimensions of the opportunism. Actually, the female is aware of the value in itself, so they have used the female body, the beauty myth, to profit their desires. The study was conducted with the applications of The Beauty Myth, Male Fear and the process of “spook” and “haunt” which is studied through the Thai film. It was found that a ghost has 2 ways to transform and daunt humans. There are 1) to haunting, they will appear in an ugly form to scare humans and 2) to spook, they will transform into an alternative woman to spellbound humans. The appearance of the female ghost in the film reflects that 1) thai ghost films are reproducing the ghost’s abilities, ambiguity, and domain

2) the beauty myth and the female body are the driving force for desire
3) the infliction of men by using the female body is a concept representing male fear 4) spoof and haunt are the abilities that the doers (ghosts) used upon their victims. Not only ghosts could spoof and haunt, but so humans as well. Therefore, ghosts may not be the most threatening, but the film reveals that whoever has the ability to spoof and haunt, that person is the most alarming.

บทนำ

ภาพยนตร์ผีไทย เป็นตัวบทหนึ่งที่น่าสนใจในการศึกษาระบบความเชื่อและมิติต่างๆ ของความเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างมาอย่างยาวนานตั้งแต่ยุคแรกเริ่มของภาพยนตร์ไทยจวบจนถึงปัจจุบันนี้ ความอยู่ยงของภาพยนตร์ผีนั่น ไม่ได้ถูกแซ่แข่งให้กลายเป็นสิ่งที่หุดยิ่ง แต่ภาพยนตร์ผีกลับมีชีวิตชีวาสำหรับการศึกษา เพราะเต็มไปด้วยความเปลี่ยนแปลงและความเคลื่อนไหวของทั้งตัวผี และการเล่าเรื่องภายใต้บริบทนอกจอภาพยนตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความอิทธิพลเหลือของคนในสังคมที่มีความเจริญรุดหน้าไปสู่ความเป็นสมัยใหม่ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งความเชื่อเรื่องผีถูกพยายามทำให้เป็นเรื่องงมงายขาดเหตุผล “ปัญญาชนที่เขียนตำราเรียนในสมัยรัชการที่ 6 ถึงกับสอนเด็กไทยให้เลิกเชื่อไสย ซึ่งเรียกเสียใหม่ว่า ความงมงาย เช่น เลิกเชื่อผีสงนางไม้หรือเลิกทำพิธีไสยต่างๆ” (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2557, น.137) แต่ลัทธิตรรกะ เหตุผล และวิทยาศาสตร์ ก็ไม่สามารถขับไล่ผีออกไปจากสังคมได้ เพราะความยึดหยุ่นและการปรับตัวของผีสามารถทำให้ผี “หลอก” และ “หลอน” สังคมได้ทุกยุคสมัย

การหลอกของผีนั่น ไม่ได้เป็นเพียงการหวนกลับมาจากโลกแห่งความตายเพื่อ “ปรากฏ” ในรูปแบบต่างๆ ให้คนรู้สึกตกใจกลัวเท่านั้น แต่การปรากฏตัวของผีในรูปแบบต่างๆ มีเหตุผลเสมอ ดังนั้น โลกของผีจึงไม่เพียงแต่เป็นเรื่องไร้สาระ แต่เต็มไปด้วยตรรกะแบบผีและพุทธในสังคมไทย เพราะ “ในวัฒนธรรมไทย ผู้กำกับกฎเกณฑ์ทางสังคมเหล่านี้ คือ ผี” (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2541, น.23) ดังนั้น ในมิติหนึ่ง ผีทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางสังคมอย่างหลากหลาย เช่น การใช้ผี

เป็นเครื่องมือในการต่อสู้กับอำนาจรัฐและอำนาจอื่น (เนื่ออ่อน ขวัญทองเขียว, 2560) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้เขียนสังเกตเห็นถึงกระบวนการ “หลอก” ของผี ที่ใช้และถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอำนาจให้กับผู้กุมอำนาจแห่งการ “หลอก” ทำให้กลายเป็นความ “หลอน” ทางสังคม

อนึ่ง ภาพยนตร์ผีไทยส่วนใหญ่มักเป็นผีผู้หญิง อำนาจการหลอกหลอนดังกล่าวส่วนหนึ่งจึงเป็นอำนาจของผู้หญิงที่ใช้มายาคติความงามและเรือนร่างของเพศหญิงมาเป็นเครื่องมือในการ “หลอก” ล่อเหยื่อ เพื่อให้ได้สิ่งที่ตนเองต้องการ ตัวบทที่คัดเลือกมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีความน่าสนใจอย่างมากในเรื่องอำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการอนุญาตให้มอง) ของ (ผี) ผู้หญิง เพื่อเผยให้เห็นว่า แท้จริงแล้วผู้หญิงไม่ได้เป็นเหยื่อแห่งการถูกจ้องมอง แต่เธอกลับเป็นผู้กุมอำนาจในการ “หลอก” (จากการอนุญาตให้มอง) ตลอดจนสะท้อนให้เห็นถึงการท้าทายอำนาจของทุนนิยมปิตาธิปไตยที่ใช้เรือนร่างหญิง เป็นเครื่องมือในการแสวงหาผลกำไร

วัตถุประสงค์

ศึกษาอำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการอนุญาตให้มอง) ของ (ผี) ผู้หญิงในโลกทุนนิยมผ่านภาพยนตร์ผีไทย

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดมายาคติความงาม

Naomi Wolf (1997) กล่าวว่า “ความงาม คือ การถูกครอบงำและการกดขี่ผู้หญิง ดังนั้น ผู้หญิงที่อยู่ภายใต้อุดมคติความงาม ก็เท่ากับว่าเธอกำลังตกอยู่ภายใต้อุดมการณ์ปิตาธิปไตย และระบบทุนนิยม” นั่นเท่ากับว่า ความงามถูกประกอบสร้างมาเพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของผู้ชายและระบบทุนนิยม ผู้หญิงงามตามอุดมคติแห่งยุคสมัยมักเป็นที่หมายปองของผู้ชาย ซึ่งความงามตามยุคสมัยมักถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ผลิตในระบบทุนนิยมเพื่อต้องการให้ผู้หญิงบริโภคให้ได้มาซึ่งความงาม กมลทิพย์ จิงเลิศศิริ (2558) ชี้ให้เห็นอิทธิพลของสื่อโฆษณากับความงามในสังคมไทยว่ามีการประกอบสร้างภาพความหมายของความงามทั้งจากการใช้ภาพและถ้อยคำ

อันเป็นลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แก่ รูปร่างผอมเพรียว ความอ่อนเยาว์ ผิวขาว กระจ่างใส และผมนุ่มสลวย

อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงผู้หญิงเท่านั้นที่ปรารถนาความงาม ผู้ชายก็ปรารถนา ที่ความงามเช่นเดียวกัน ดังนั้น ความงามจึงไม่เพียงแต่เป็นอุดมการณ์ที่อยู่ในฐานะ ผู้กดขี่ แต่ผู้ที่อยู่ภายใต้อุดมการณ์ดังกล่าวก็ใช้กลไกแห่งมายาในการสร้างอำนาจ ของตนเองเช่นเดียวกัน การใช้แนวคิดมายาคติความงามมาอธิบายความเปลี่ยนแปลง ของฟีบอบที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง จะช่วยให้เข้าใจ การต่อรอง ของผีโดยการให้ความงามเป็นเครื่องมือ ซึ่งความงามดังกล่าวนำมาซึ่งอันตรายที่สะท้อน ความหวาดกลัวของเพศชาย

2. แนวคิด Male Fear

แนวคิดเรื่องความหวาดกลัวของผู้ชายในที่นี้ หมายถึง ความหวาดกลัวต่อสตรีเพศ มีงานหลายชิ้นที่ทบทวนแนวคิดดังกล่าว โดยศึกษาผ่านตำนานเรื่องเล่าและวัฒนธรรม มวลชนที่เล่าเรื่องเกี่ยวกับอวัยวะเพศหญิงที่มีฟันซ่อนอยู่ ได้แก่ Verrier Elwin (1943) ศึกษาเรื่อง The Vagina dentate legend โดยได้รวบรวมเรื่องเล่าต่างๆ ของ Vagina dentate ที่ปรากฏในพื้นที่ต่างๆ และชี้ให้เห็นว่าเรื่องเล่าดังกล่าวสื่อให้เห็นถึง ความหวาดกลัวที่มาจากจิตไร้สำนึกของบุรุษเพศที่มีต่ออวัยวะเพศหญิงที่มีฟัน ซึ่งความหวาดกลัวนี้มีอยู่มาอย่างยาวนานผ่านเรื่องเล่าในลักษณะดังกล่าว ซึ่งถูกค้นพบ ในหลายพื้นที่ทั่วโลก Benjamin Beit-Hallahmi (1985) ศึกษาเรื่อง Dangers of the vagina ชี้ให้เห็นในทำนองเดียวกันว่า ตำนาน ความเชื่อ และวรรณกรรมเหล่านี้แสดงถึง men's fear of female genitals กล่าวคือ เป็นหลักฐานและคติชนที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ชายไม่ได้จินตนาการต่ออวัยวะเพศหญิงในฐานะสิ่งสร้างความสุขเท่านั้น แต่ยังหมายถึงความอันตรายด้วย Penelope Dane (2015) ศึกษาเรื่อง Vagina dentate ว่าเป็นสัญลักษณ์ของความกลัวในทางจิตวิทยาและวัฒนธรรม และ Laura Linneman (2010) ได้ศึกษาภาพยนตร์เรื่อง Vagina Dentata หรือ Teeth (2007) ใช้ชื่อภาษาไทย ว่า กลีบเขมือบ ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวนี้ เป็นการนำเอาตำนานเรื่องเล่าที่มีอยู่แล้ว ในอดีตมาสร้างใหม่ โดยชี้ให้เห็นว่า อวัยวะเพศของผู้หญิงมีอำนาจและทรงพลัง โดยเป็นพลังที่ต่อรองกับอำนาจของเพศชายที่มองอวัยวะเพศของตนเองว่าเป็นสิ่งที่มีอำนาจและเป็นผู้กระทำหรือเป็น “เจ้าโลก” ความหวาดกลัวดังกล่าวนี้ เป็นความหวาดกลัวที่เผยให้เห็นความอ่อนแอของเพศชายที่มีความกังวลใจ ของการถูกตัดอวัยวะ (castration anxiety)

นอกจากงานศึกษาเกี่ยวกับ Vagina dentate ที่ช่วยอธิบาย Male Fear แล้ว ยังมีงานศึกษาที่เกี่ยวกับการจ้องมองและสัตว์ประหลาดในสื่อมวลชนของผู้หญิงว่า การที่สัตว์ประหลาดเหล่านี้เหมือนและกัดกินผู้ชาย คือภาพสะท้อนการจ้องมองของผู้หญิงที่กำลังเสพยาทำหายและทำลายล้างอำนาจของเพศชาย และในทิศทางตรงกันข้าม ก็แสดงให้เห็นถึงความหวาดกลัวของผู้ชายที่มีต่อสัตว์ประหลาดเหล่านั้น ได้แก่ งานศึกษาของ Linda Williams (2002)

การใช้แนวคิด Male Fear กอปรกับแนวคิดมายาคติความงาม จะช่วยสร้างความเข้าใจและชี้ให้เห็นว่า การศึกษาผีไทยมีความซับซ้อนมากกว่าผู้ถูกกระทำหรือถูกจ้องมอง แต่เป็นเล่ห์เหลี่ยมในฐานะผู้กระทำโดยการอนุญาตให้มองเพื่อได้มาซึ่งสิ่งที่ตนต้องการ ซึ่งเธอได้ทบทวนตรวจสอบเรือนร่างของตนเองแล้ว

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “หลอก” “หลอน” ว่าด้วยอำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการอนุญาตให้มอง) ของ (ผี) ผู้หญิง” ศึกษาผ่านภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง (2544) เป็นหลัก ซึ่งผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ที่เห็นภาพได้ชัดเจนที่สุด การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวคิดมายาคติความงาม และ Male Fear กอปรกับกระบวนการ “หลอก” และ “หลอน” มาเป็นข้อสนับสนุนในการศึกษาอำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการอนุญาตให้มอง) ของ (ผี) ผู้หญิง และศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เรื่องย่อภาพยนตร์

ปอบ หวิด สยอง เปิดเรื่องด้วยฉากพิธีกรรมการจับผีปอบในชนบทอีสานแห่งหนึ่ง และสิ้นสุดพิธีกรรมด้วยการจับผีปอบลงหม้อดินเผาแล้วนำไปถ่วงน้ำในบ่อ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ในอดีต หลังจากนั้นเป็นการเล่าเรื่องในยุคร่วมสมัยผ่านนักศึกษากลุ่มหนึ่งที่เดินทางไปพัฒนาชนบทในหมู่บ้านดังกล่าว ในคืนหนึ่งเมื่อกลุ่มนักศึกษาชายจับกลุ่มแอบดู เกิร์ล นักศึกษาสาวสวยอาบน้ำในคลอง พวกเขาได้พลัดตกลงไปในบ่อน้ำ ส่งผลทำให้หม้อดินเผาแตก ผีปอบจึงหลุดเข้าสิง เกิร์ล และนี่ก็เป็นจุดเริ่มต้นที่นำพาผีปอบกลับเข้ามาในเมืองด้วย ในระหว่างนั้น มีผู้ชายล้มป่วยและเสียชีวิตด้วยอาการประหลาด คือ อาการดับหายใจ ไม่ทราบสาเหตุได้ ด้วยความที่คนในเมืองไม่เชื่อเรื่องผีปอบและการปรับตัวของผีปอบด้วยการเลือกสิงสาวสวย แต่ ทอม

ผู้ซึ่งตั้งสติได้และสามารถมองเห็นผ่านฉากหน้าของความงามดังกล่าว ทำให้เขาหวนกลับไปนึกถึงคำบอกเล่าของลุงในหมู่บ้านเรื่องผีปอบจึงสามารถชักนำเพื่อน ๆ ได้ในที่สุด และผีปอบก็ถูกจับโดยหมอผีและนักศึกษากลุ่มเดิมแต่ด้วยพิธีกรรมแบบใหม่ คือ การจับผีปอบอัดลงในแผ่นซีดี ซีดีแผ่นดังกล่าวถูกนำไปวางขายในแผงลอยผดึกกฎหมาย และฉากสุดท้าย คือ ฉากจับกุมการค้าขายแผ่นผีซีดีเถื่อนนั้น

ผลการวิจัย/ สรุปผลการวิจัยเป็นกรอบแนวคิดเชิงมนทัศน์

ผีปอบกับสภาวะไร้ตัวตน

ความเชื่อเรื่องผีตั้งอยู่บนฐานของอำนาจเหนือธรรมชาติที่มีอำนาจเหนือกว่ามนุษย์ มีความแปรผันด้านพื้นที่และเวลา (เสฐียรโกเศศ, 2539) (มาลา คำจันทร์, 2544) (รอบทิศ ไวยสุศรี, 2558) หรือแม้แต่วัฒนธรรมเอง

ผีปอบตามความเข้าใจของคนในสังคมไทยนั้น “เป็นผีของคนทางภาคอีสาน” (เสฐียรโกเศศ, 2515, น. 265-268) มีลักษณะใกล้เคียงกับ ผีกะ ทางภาคเหนือ (ส.พรายน้อย, 2552, น. 51) เช่นเดียวกันนั้น ธนิกิต (2547, น. 70-72) ได้อธิบายว่า “ผีปอบเป็นผีร้ายมีนิวาสสถานแถวๆ ชนบท มีนิสัยเกลียดคร้าน ทำให้ (เมื่อเวลาหิว เพราะความอดอยาก) ผีปอบจะต้องเข้าสิงร่างคน (ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย) เพื่อกินตับไตไส้พุงของผู้ที่ถูกสิงร่าง” การปราบผีปอบนั้น ต้องอาศัยหมอผีหรือหมอเทวดา คนมีอาคม และพระสงฆ์ ด้วยวิธีใดๆ ได้แก่ การไล่ด้วยคาถา การสาดด้วยน้ำมัน การใช้สายสิญจน์มัดและการสาดด้วยข้าวสารเสก ไปจนถึงขั้นรุนแรง ด้วยการหวดด้วยหวายอาคม เป็นต้น ลักษณะของผีปอบตามความเข้าใจเช่นนี้เป็นลักษณะทั่วไปที่รู้จัก และพบเห็นทั้งจากเรื่องเล่าและสื่อต่างๆ

ความหมายที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผีปอบถูกเลือกมาอธิบายในภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก คือ สภาวะไร้ตัวตนหรือการเป็นผีสิง ความหมายนี้ถูกนำมาใช้เล่นกับความไม่รู้ (Unknown) ว่าใครกันแน่เป็นผี ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ ภาพยนตร์เรื่อง ปอบหน้าปลวก (2557) นอกจากนี้ ผีปอบยังถูกอุปมาให้กลายเป็นเชื้อโรคบางชนิดได้ เช่น โรคเอดส์ เป็นต้น (กำจร หลุยยะพงศ์, 2556) สภาวะไร้ตัวตนของผีจึงกลายเป็นอำนาจจากความไม่รู้ ผู้ที่กลายเป็นผีจึงสามารถปกปิด หลอกลวง และหลอกหลอนคนได้เสมอมา

ดังนั้น ภาพยนตร์ผีจึงเป็นแหล่งดำรงรักษาวัฒนธรรมของผีที่ทิ้งผลิดซ้ำ ปรับแปลง และถ่ายทอดอำนาจของผีให้เห็นเป็นรูปธรรม จากการ “หลอก” ด้วยภาพของความน่าเกลียดน่ากลัว และภัยของความงามที่มาพร้อมกับความรู้ เพราะผีมีอำนาจในการกำหนดชะตากรรมของมนุษย์

การตีความผีปอบในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง

ภาพยนตร์ผีแต่ละเรื่องได้นำเสนอภาพของผีปอบที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการในการสื่อความหมายผีปอบและการเล่าเรื่อง ความแตกต่างหลากหลายชี้ให้เห็นว่า ภาพยนตร์ผีมีการประกอบสร้างผีโดยการนำเอาลักษณะหลวมๆ ของผีในสังคมไทยมาปรับใช้และเล่าเรื่องใหม่ในภาพยนตร์ จิวิติ วิไลลอย (2559) ชี้ให้เห็นว่า มีการประกอบสร้างความหมายผีในละครโทรทัศน์ไทย จากผีที่ไร้ตัวตนมาสู่การปรากฏตัวอย่างเป็นรูปธรรม

ผีปอบที่ถูกประกอบสร้างในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง มีการตีความผีปอบใหม่จากเดิมที่ผีปอบมักจะเป็นผีผู้หญิงแก่ ท่าทางลึกลับ แต่งตัวโหด ผมหงอก กลายมาเป็นผู้หญิงสาวเซ็กซี่ หน้าตาสวย การที่ผีปอบเลือกสิงร่างของผู้หญิงสาวสวยนั้นส่วนหนึ่งเพราะผีปอบต้องการใช้ร่างกายอ่อนเยาว์ที่มาพร้อมกับความสวยงามของผู้หญิงให้เป็นเหยื่อ หรือวัตถุทางเพศเอาไว้ล่อลวงผู้ชาย จากคำที่ผีปอบพูดเมื่อเข้าสิงเด็กสาวมหาวิทยาลัยในครั้งแรก หลังจากที่ออกมาจากหม้อดิน ผีปอบก็มองหน้าอกของเธอถึงกับกล่าวออกมาว่า “โห เด็กสมัยนี้โตไวจัง” กรณีนี้ทำให้เห็นได้ว่า ร่างกายของผู้หญิงสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดเพศตรงข้ามได้ จนทำให้ผีปอบหันมาใช้กลวิธีในการเลือกเข้าสิงผู้หญิงสาวสวยแทนที่จะเป็นคนแก่

นอกจากนี้ ปอบ หวิด สยอง ยังแสดงให้เห็นว่า ผีปอบเป็นผีที่มีความคิด ความฉลาดด้วย เพราะนอกจากผีปอบจะสามารถเลือกสิงร่างผู้หญิงสาวสวยแล้ว ผีปอบยังรู้จักการปลอมตัวเพื่อ “หลอก” ล่อเหยื่ออีกหลายวิธี เช่น ปลอมตัวเป็นพนักงานเซเว่น พนักงานส่งพิซซ่า พนักงานมัสทิน และสวมชุดมาสคอต (Mascot) เคโรโระ การปลอมตัวนี้ส่วนหนึ่งแสดงให้เห็นมิติของพื้นที่และเวลาผ่านสัญลักษณ์ของบริการแบบ Delivery ว่า ผีมีความลื่นไหลของเวลา (time) สถานที่ (space) และเรือนร่าง (body) ผีจึงสามารถปรากฏตัวได้ทุกที่ทุกเวลาและหลายรูปแบบ ความสามารถของผีเหล่านี้เป็นสิ่งที่เหนือการควบคุมของมนุษย์ มนุษย์จึงหวาดกลัวต่ออำนาจของผี

อำนาจแห่ง “หลอก” และ “หลอน”

ความหมายของคำว่า “หลอก” ของผีในภาพยนตร์มิใช่แค่เพียงการที่ผีหลอกคนให้กลัว แต่รวมไปถึงการหลอกให้เชื่อ ซึ่งการหลอกทั้งสองรูปแบบนี้ เป็นความสามารถที่กระทำได้ทั้งผีและคน เนื่องจากผีมีร่างกายที่น่าเกลียดน่ากลัว ผิดมนุษย์ธรรมดาสามารถล่องหนหายตัว ปรากฏตัวที่ไหนก็ได้ สิ่งเหล่านี้สามารถทำให้มนุษย์รู้สึกตกใจกลัวได้ ซึ่งตรงกับความหมายของคำว่า หลอก ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 คือ ทำให้ตกใจ เช่น ผีหลอก เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า ภาพยนตร์ประกอบสร้างภาพผีที่มีรูปร่างหน้าตาน่าเกลียดน่ากลัวเพื่อทำให้ทั้งคนดู และตัวละครที่เป็นมนุษย์รู้สึกตกใจกลัว

อย่างไรก็ตาม คำว่า หลอก มีมากกว่าหนึ่งความหมาย พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 กล่าวถึงความหมายอย่างที่สองว่า หลอก คือ ทำให้เข้าใจผิด สำคัญผิด เช่น หลอกขายของปลอม เป็นต้น ความหมายที่สองนี้ ส่วนหนึ่งเกิดจากผีเป็นผู้กระทำ คือ ผีหลอกลงมนุษย์ ภาพยนตร์แสดงให้เห็นว่ารู้จักกลไกการหลอกทั้งสองนี้ ผีจึงสามารถหลอกมนุษย์ได้โดยการหลอกล่อหรือหลอกให้หลงเชื่อ ในภาพยนตร์เรื่อง บ้านผีปอบ ผีหลอกล่อคนด้วยการแกล้งร้องไห้ ซ้ำใจ ให้คนเห็นใจเพื่อหลอกกินคน ภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง มีเพลงประกอบภาพยนตร์ชื่อเพลงว่า ปอบ หวิด สยอง เผยให้เห็นถึงแนวคิดการ “หลอก” ด้วยการใช้เรือนร่างของผู้หญิงมีเนื้อเพลงดังนี้

“สวยเซ็กซี่ จะตาย ออกสาว ขาวขาว แต่งสวย ไว้ใช้ล่อ ผู้ชาย เอามา ล้วง ตับ สวยเซ็กซี่ จะตาย แต่รู้มัยค่าใช้จ่าย ม้ามเซียงจี บ้ายบาย ถ้าคุณ เผลอ หลับ อยากลองก็มา ไม่ต้องแบกรัก มาให้ วุ่นวาย แค่อายเสียตาย ตับไต ปอดกิน แลก มา แลกกันซะรับเหมาหมด มามามา ไม่ต้องอาย ... โถ่ช่วย สิ้นดี เพื่อนกลายเป็นผี จ้องกิน เครื่องในปอบมัน ได้ใจ เล่นดับ กระเพาะ หัว ใจ ต่อมหมวกไต ซะจนหมดสิ้น กินพวกเดียวกัน”

เนื้อเพลงถูกแต่งสำหรับภาพยนตร์เรื่องนี้โดยเฉพาะ เนื้อหาของเพลงเน้นย้ำให้เห็นการประกอบสร้าง “ความเป็นผีผู้หญิง” ในภาพยนตร์ว่า ผีผู้หญิงสามารถใช้ความเป็นผู้หญิงของตนเองในการหลอกล่อผู้ชายให้ตกเป็นเหยื่อได้ ดังนั้นการหลอกของผีจึงมีความหมายที่ซับซ้อนและเต็มไปด้วยมายาคติอันหลากหลาย นอกจากมายาคติของ “ร่างผี” ที่มีความน่าเกลียดน่ากลัว แต่ยังหมายถึงมายาคติความงามจากการเก็บซ่อนความชั่วร้ายไว้ภายใต้รูปร่างที่สวยงามของผู้หญิงสาว ประเด็นดังกล่าวยังสะท้อนคุณค่าและมายาคติความดีและความงามในสังคมปัจจุบัน

ทำให้ภาพความสวยงามว่าเป็นความดี ฉากที่ตัวละครชายชื่อ วู พา เกิร์ล ผู้หญิงที่ถูก
ฉีบอบลงไปในห้อง แต่ด้วยความลุ่มหลงในความสวยงามของเรือนร่างหญิงสาว เขาจึง
ปฏิเสธที่จะเชื่อว่าเธอเป็นฉีบอบหลังจากที่เพื่อนของเขาพยายามเตือนเขาหลายรอบ

ทอม: “โอ้ วู มีงอยู่ที่ไหนวะ? กูมีเรื่องสำคัญจะคุยกับมึง”

วู: “เฮ้ย! อะไรมันก็ไม่สำคัญเท่ากับผู้หญิงที่มันอยู่ตรงหน้ากูหรอเว้ย” และเขาก็
ปิดโทรศัพท์มือถือ

เมื่อเพื่อนพยายามติดต่อเขาอีกรอบเขากลับตอบว่าเพื่อนว่า “กู อุตสาห์ปิดมือถือ
มึงยังเสือกโทรมาเบอร์บ้านกูอีกหรอ เอ้า! มีอะไรก็ว่ามา?”

ทอม: “กูสงสัยว่า เกิร์ล เขาถูกฉีบอบเข้า” แต่เขากลับทำท่าทางดีใจด้วย
ความที่นกระหายแล้วตอบว่า “งั้นตอนนี้กูก็อยู่กับฉีบอบสิวะ” พร้อมทั้งหัวเราะชอบใจ

ทอม: “นี่เรื่องซีเรียสนะโว้ย! ถ้ามึงไม่อยากเป็นแบบ วิสัน (ผู้ชายที่ตายไป
ก่อนหน้านี้ด้วยอาการตับหาย) มีงออกมาเดี๋ยวนี้เลย” นอกจากนี้ วู ยังต่อว่ากลับไปว่า
“บ้า” ที่คิดอย่างนั้น หรือแม้แต่ตัวละครอาจารย์ในมหาวิทยาลัยก็ยังตกเป็นเหยื่อ
ของมายาคติความงามอีกเช่นกัน อาการหลงในมายาคติดังกล่าว ยังปรากฏให้เห็น
ในผู้ชายอีกหลายๆ คนจนถูกฉีบอบกินตับด้วย

ความลุ่มหลงนี้ สะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์ทางความคิดของคนในปัจจุบันว่า
กำลังตกอยู่ในมายาคติความงามโดยปราศจากการคิดไตร่ตรอง ชูติมา ประกาศวุฒิสาร
(2559, น. 254-264) กล่าวถึง มายาคติความงามในภาพยนตร์ เรื่อง สวยลากไส้ (2550)
เอาไว้ว่า ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวได้ประชดประชันเสียดสี และสะท้อนภาพ
ของสังคมทุนนิยมที่ให้คุณค่ากับวัตถุและความงามว่า ภายใต้ความสวยงามภายนอก
ยังซ่อนความวิปริตผิดปกติของคนในสังคมทุนนิยมเอาไว้ด้วย หรือแม้ผีจะน่ากลัว
แต่สิ่งที่น่ากลัวกว่าผี คือ การตกเป็นทาสของมายาคติความงามและวัตถุนิยม
จากคำอธิบายของ ชูติมา ทำให้เห็นถึงมิติการประกอบสร้างผีผู้หญิงด้วยการ
ตีความหมายของ “ผีหลอก” มาใช้ว่า เป็นภาพสะท้อนของสังคมอุดมความงาม
จากการเลือกใช้ร่างกายความสวยงามมาหลอกและผู้ถูกหลอก คือ ผู้บริโภคความงาม
การเลือกใช้ร่างกายของผู้หญิงให้เป็นเหยื่อในการถูกจ้องมองเป็นการสะท้อนภาพ
ของสังคมปิตาธิปไตย แต่ในขณะเดียวกัน ความตายของผู้ชายจากการจ้องมอง
และความลุ่มหลงก็แสดงให้เห็นถึงแนวคิดเฟมินิสต์ ว่าด้วยอำนาจสตรีในการทำลายล้าง
บุรุษ

การจัดการฝึกอบรมจบลงด้วยการจับความน่ากลัวอันไร้ตัวตนดังกล่าวไว้ในแผ่นซีดี แต่ซีดีแผ่นนี้กลับถูกนำมาขายที่แผงลอยริมถนนในนามของ “แผ่นซีดีเตือน” ภาพยนตร์ฉายให้เห็นว่า ผียังถูกอุปถัมภ์ถึงความปลอดภัย ความดิบเถื่อน ไม่อยู่ในการควบคุมของกฎหมายใดๆ ในสังคม เพราะแม้เรื่องราวการอาละวาดของผีปอบในภาพยนตร์จะยุติลง แต่สิ่งที่น่ากลัวกว่านั้นไม่ได้จบลงตามไปด้วย (หรือแท้จริงแล้วสิ่งที่น่ากลัวที่สุดอาจไม่ใช่ผี) แผ่นซีดีซึ่งปอบนั้นเป็นเสมือนการวิพากษ์เสียดสีสังคมแห่งการหลอกลวงปลอมแปลง อันเป็นสังคมที่แสวงหาผลประโยชน์โดยไม่ชอบด้วยการ “หลอก ล้อ เลียนแบบ”

การ “หลอก” เป็นวิธีคิดที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาเป็นเวลานาน เพราะผีบางประเภทก็ใช้กลวิธีการ “หลอก” ล่อเหยื่อ เช่น ผีนางตานี หรือนางตานี เป็นต้น (โรม บุนนาค, 2554, น.120-125) อธิบายว่า ผีนางตานีเป็นผู้หญิง สิ่งสถิตอยู่ในต้นกล้วยตานี และต้องเป็นกล้วยตานีตายพราย ผีนางตานีนี้นั้นมีรูปร่างหน้าตาสวยงาม ชอบล่อผู้ชายไปเป็นสามี นอกจากนี้ ผีนางไม้ ผีนางตะเคียน และผีพรายผีผู้หญิงก็ใช้กลวิธีดังกล่าวด้วย จากตัวอย่างทำให้เห็นว่าการที่ภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง ดึงเอากระบวนการใช้ร่างกายของผู้หญิงมาเป็นเหยื่อล่อเหยื่อนั้น เป็นการเผยให้เห็นวิธีคิดเกี่ยวกับอำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการอนุญาตให้มอง) ของคนในสังคมไทยว่า (ผี) ผู้หญิงไทยไม่ได้ถูกสร้างขึ้นมาในฐานะผู้ถูกกระทำจากการจ้องมองเพียงอย่างเดียวมาอย่างยาวนาน แต่พวกเขามีความฉลาดในการใช้กระบวนการถูกจ้องมอง เพื่อสร้างอำนาจให้กับตัวของเธอเอง เพราะ (ผี) ผู้หญิงมีอำนาจในการต่อรองทางเพศกับผู้ชายผ่านเรือนร่าง และความปรารถนาต่อเรือนร่างผู้หญิงของเพศตรงข้าม ผีไทยจึงมิได้เป็นเพียงผีที่ออกอาละวาดอย่างบ้าคลั่งเพื่อตอบสนองความหิวโหย เพราะในโลกของผีไทย ผู้ที่ไม่ทำตามกฎเกณฑ์ทางสังคมจึงจะตกเป็นเหยื่อของผี

มนุษย์เองก็ใช้กลวิธีในการ “หลอก” เช่นกัน นอกจากการประกอบสร้างให้ผีหลอกคนได้แล้วนั้น ในขณะเดียวกันมนุษย์ก็สามารถ “หลอก” ได้ทั้ง 2 ลักษณะเช่นเดียวกับผี คือ มนุษย์สามารถทำหน้าตาให้น่ากลัวได้ด้วยการใช้เครื่องแต่งกายหรือการแต่งหน้าให้น่ากลัว ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ ผีตลกใจกลัวหน้ามนุษย์ที่หน้าตาเหมือนผีเอง (เอ็ดดี้ผีน่ารัก) ในภาพยนตร์เรื่อง บ้านผีปอบ Reformation (2554) และคนสวมเสื้อผ้า สวมหน้ากากผีปลอมเป็นผีเพื่อให้อีกคนตกใจกลัว ในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง การ “หลอก” อีกลักษณะ คือ คนหลอกลวง ภาพยนตร์แสดงให้เห็น

ว่ามนุษย์เองก็สามารถหลอกลวงผีได้ ยกตัวอย่าง ภาพยนตร์เรื่อง บ้านผีปอบ Reformation ฉากหนึ่ง ที่คนปลอมเป็นหุ่นเพื่อหลอกให้ผีคิดว่าตนเองคือหุ่นจริงๆ และ ผีก็หลงเชื่อ ในภาพยนตร์เรื่อง บ้านผีเปิบ (2551) คนสามารถแก๊งตายหลอกผีได้ แต่ผีกลับรู้ทัน แล้วเลือกที่จะไม่กินเพราะเห็นว่าคนผู้นั้นโง่ จึงไปตามหาคนฉลาด กินดีกว่า เป็นต้น

เอ็ดดี้ผีนาร์ก ในภาพยนตร์เรื่อง บ้านผีปอบ Reformation (2554) เป็นภาพแสดงให้เห็นสังคมอุดมความงามว่า ผี กลายเป็นอุปลักษณ์ของความไม่งาม รูปร่างหน้าตาของเอ็ดดี้ผีนาร์กถูกทำให้กลายเป็นผีซึ่งตรงข้ามกับความงามในอุดมคติ การที่ผีปอบตกใจกลัวรูปร่างหน้าตาของเอ็ดดี้ผีนาร์ก เป็นภาพสะท้อนทางสังคมของความไม่งามว่า เป็นสิ่งน่าเกลียดน่ากลัว เป็นอันตราย เชื้อโรค จึงต้องวิ่งหนี แล้วหันกลับไปเชิดชูมายาคติความงามที่หมายถึงความปลอดภัย ความสะอาดและเป็นสิ่งที่น่าเข้าใกล้ แต่ในความเป็นจริงแล้วความไม่งามดังกล่าว อาจเป็นอันตรายน้อยกว่าสิ่งอันสวยงาม ยกตัวอย่าง ปอบสาวสวย ใน ปอบ หวิด สยอง

นอกจากมนุษย์หลอกผีในโลกของภาพยนตร์แล้ว ในโลกนอกจอ มนุษย์ก็หลอกผีเช่นเดียวกัน เสถียรโกเศศ (2515, น. 405-409) กล่าวถึงการแค้นผีไว้ว่า “เมื่อคนมีความเดือดร้อนก็ขอและบนบานเพื่อเป็นการต่อรองกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ว่าถ้าใครช่วยได้จะเสียเงินเสียทองสักเท่าไรไม่ว่า แต่เมื่อพ้นจากความเดือดร้อนหรือได้รับในสิ่งที่ขอเรียบร้อยแล้วก็เกิดความรู้สึกเสียตาย (เงินทอง) อย่างที่เคยลั่นปากเอาไว้ หรือไม่มีพอจะให้อย่างไร เพราะกลัวว่าถ้าหากถวายน้อยสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะไม่ยอมช่วย” หรือ “เมื่อเจ็บไข้ได้ทุกข์เห็นหมอเป็นเทวดา ครั้นเมื่อรักษาหายป่วยแล้ว ก็เห็นหมอเป็นตัวอะไรไป เรื่องบนบานศาลกล่าวก็เป็นทำนองเดียวกัน” (เสถียรโกเศศ, 2515, น. 406) เนื่องจากเสถียรโกเศศเดินทางไปเห็นตามศาลที่สุโขทัย พบว่า มีลูกผลไม้มีทองคำเปลวปิดรอบ เกิดความสงสัยจึงถามและได้รู้ว่า นั่นเป็นผลไม้ที่ชาวบ้านนำมาถวายแค้น ครั้นเมื่อตอนบนกับบว่าถ้าได้ดังขอจะให้ทองเท่าลูกมะพร้าวหรือเท่าผลไม้ต่างๆ แต่พอได้จริงๆ กลับเล่นแฉไม่ยอมให้ตามที่ขอ นำเอาทองคำเปลวมาติดผลไม้เพื่อหลอกผี อีกทีหนึ่งว่าผลไม้ที่นำมาให้เป็นผลไม้ทองคำตามที่ได้นบนบานเอาไว้ จึงนำบททวนความน่ากลัวของการหลอกว่า แท้จริงแล้วผีหรือมนุษย์ที่น่ากลัวกว่ากัน เพราะมนุษย์ไม่ได้หลอกเพียงแต่ผีเท่านั้นแต่มนุษย์หลอกมนุษย์ด้วย ดังที่ปรากฏตามข่าวแทบทุกวัน จนกลายเป็นความหลอนมนุษย์ด้วยกันเองทางสังคม

ความ “หลอน” คือ อาการที่ภาพซึ่งน่ากลัวหรือน่าสะเทือนใจคงอยู่ในมโนภาพ เช่น ภาพที่ได้ถูกถูกรบกวนอย่างต่อเนื่องตามาหลอนอยู่ตลอดเวลา (ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) การปรากฏตัวเพื่อ “หลอก” ของผีปอบหวีดสยองเป็นอุปลักษณะ ความวิตกกังวลและหลอกหลอนทางสังคม ภายใต้มายาคติความงามและสังคมทุนนิยม ที่ทำให้คนฉกฉวยผลประโยชน์จากกันเองนั้น เพราะแท้จริงแล้วความงามที่ถูกทำให้ เชื่อว่าสะอาดปลอดภัยอาจเป็นสิ่งที่อันตรายมากที่สุด จนเราไม่สามารถไว้วางใจใครได้เลย กลับกลายเป็นอาการ “หลอน” ในชีวิตประจำวัน

อำนาจของความงามและเรือนร่างของผู้หญิง

ความงาม เป็นมายาคติที่ถูกประกอบสร้างขึ้นเพื่อครอบงำอุดมคติทางสังคม ในขณะที่เดียวกันความอัปยศก็เช่นกัน มายาคติ ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นเพื่อเชิดชูอุดมคติ ความงาม ตามที่ Naomi Wolf (1997) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความงามเป็นสิ่งประกอบสร้าง และผู้ที่อยู่ภายใต้อุดมการณ์ดังกล่าว คือผู้ที่ถูกรวบงำของระบบทุนนิยมและเพศชาย อย่างไรก็ตาม อุดมคติความงามไม่ได้กดขี่ผู้หญิงเสมอไป เพราะความงามเองสามารถ เสริมสร้างอำนาจในการต่อรองให้กับผู้หญิงและการก้าวเข้าหามายาคติแห่งความงาม ก็ตอบสนองความต้องการของผู้หญิงที่ซับซ้อน ภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง มีการประกอบสร้างผีปอบที่ใช้มายาคติความงามเข้ามาเสริมสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ของผีปอบ การประกอบสร้างดังกล่าวเผยให้เห็นจุดแข็งของความงามว่า เป็นแหล่งที่มา แห่งอำนาจของผู้ครอบครองมายาคติความงาม ความงามจึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือ ในการสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการในโลกทุนนิยมได้ นันทนา วงษ์ไทย (2556) ชี้ให้เห็นว่าท่ามกลางวัฒนธรรมบริโภคนิยมนี้ ความงามถูกให้ความหมาย และประกอบสร้างความหมายผ่านรูปร่างที่โฆษณาเสนอว่างามจากการบริโภคสินค้า ที่โฆษณานำเสนอ ได้แก่ ความผอม ผิวขาวใส เป็นต้น ดังนั้น ผู้หญิงจึงปรารถนาที่จะได้ มาซึ่งความงามและอำนาจที่มาพร้อมกับความงาม ปิยรัตน์ บัณฑิต (2545) อธิบายว่า ความอ้วนเป็นร่างกายอันไม่น่าพึงปรารถนา ผู้ที่ต้องการลดความอ้วน คือ ผู้ที่ปรารถนา การมีภาพลักษณ์ร่างกายที่สวยงาม แสดงให้เห็นว่ารูปร่างอ้วนจึงกลายเป็นความอัปยศ ที่ไม่มีใครต้องการ ในขณะที่ลักษณะตรงกันข้าม ความผอม จึงกลายเป็นค่านิยมของ ความสวย และจะนำไปสู่โอกาสต่างๆ ในชีวิต

มายาคติความงามนั้น ถูกผูกโยงเข้ากับความสำเร็จกับความล้มเหลวอันขึ้นอยู่กับ ภาพลักษณ์อย่างยาวนานในสังคมไทย จนกลายเป็นวิถีคิดทางประวัติศาสตร์ ว่าด้วยความงามและความอัปยศมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งความงามนั้นหมายถึงตัวเอง

ชัยชนะ การเป็นที่ยอมรับ (อรจิรา อัจฉริยไพบูลย์, 2557) ส่วนความอับลัษณ์กับกลายเป็นตัวร้าย (หรือตัวรอง) ผู้แพ้ และการไม่เป็นที่ยอมรับ ยกตัวอย่าง พระรามกับทศกัณฐ์ อีเหินากับจรกา เป็นต้น เช่นเดียวกันนี้ ผี (นางตานี) ตามตำนานความเชื่อ จะไม่สามารถประสบความสำเร็จในการหลอกล่อผู้ชายมาเป็นเหยื่อได้เลยหากเธอไม่ใช่เรือนร่างอันงดงามมาเป็นเครื่องมือ วิธีคิดดังกล่าวถูกเน้นย้ำและผลิตซ้ำมาอย่างต่อเนื่องผ่านการรับรู้ ทั้งจากเรื่องเล่า นิทาน วรรณกรรม สื่อละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จวบจนปัจจุบันจนกลายเป็นรากฐานทางความคิดเกี่ยวกับความงามและความอับลัษณ์ของคนในสังคมไทย จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันที่ผู้คนขนขวายหาความสำเร็จในชีวิตผ่านความงาม การศัลยกรรมจึงแพร่หลายและได้รับความนิยมอย่างมาก ส่วนในแง่ของอำนาจนั้น ความงาม คือ แหล่งที่มาของอำนาจ ในขณะที่ความอับลัษณ์ต้องถูกปฏิเสธ ผิดหวัง ยกตัวอย่าง ทศกัณฐ์ในรามเกียรติ์ นางพันธุรัตในพระอภัยมณี และจรกาในอีเหินา ความอับลัษณ์ของจรกานั้น ทำให้จรกาต้องเป็นฝ่ายที่สูญเสียและถูกปฏิเสธอย่างรุนแรงทางภาษา เช่น “ในลักษณะนั้นว่าจรกา รูปชั่วต่ำซำหังศักดิ์ศรี ทรลัษณ์พิกลอินทรีย์ ดูไหนไม่มีจำเริญใจ เกศานาสิกขงเนตร สมเพชพิปริตผิตวิสัย เสียงแหบ แสบสัน เป็นพันไป รูปร่างช่างกระไรเหมือนยักษ์มาร เมื่อยืมเหมือนหลอกหยอกเหมือน ชูไม่ควรคู่เคียงพัศตร์สมครสมาน ดังกาจากชาติข้าสาธารณ มาประมาณหมายหงส์พงศ์ พระยา แม้นแผ่นดินสิ้นชายที่พึงเชย อย่ามีคู่เลยจะดีกว่า พี่พลอยร้อนใจแทนทุกเวลา หรือวสานาน้องจะต้องกัน” (สุนทรภู่, 2544, น.412-413) นั่นเท่ากับว่า ความอับลัษณ์ เป็นสิ่งที่ถูกปฏิเสธผ่านวรรณคดีมายาวนาน อย่างน้อยก็ตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์แล้ว ในขณะที่การพรรณนาถึงบุษบานั้น เธอถูกให้ภาพว่าเป็นผู้มีความงามเป็นเลิศหรืองามดั่งหงส์ ซึ่งไม่ควรคู่กับรูปร่างอันอับลัษณ์ของจรกา ดังนั้น ความงามและความอับลัษณ์ในโลกของอีเหินานั้น สร้างให้เห็นว่าเป็นสิ่งที่ไม่สามารถอยู่ร่วมกันได้ และในท้ายที่สุดความอับลัษณ์ก็จะต้องพ่ายแพ้ไป แม้ตามข้อตกลงแล้วจรกาจะมีสิทธิ์ในตัวบุษบาก่อนเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากเป็นผู้มาสู่ขอนางบุษบาเป็นคนแรก เมื่อนำวิธีคิดของอุดมคติความสำเร็จกับความงามและความอับลัษณ์จากตัวอย่างวรรณกรรมนี้มาอธิบายความเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ใหม่ของผีในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง จะพบว่า หากผียังคงดำรงภาพลักษณ์แบบเดิมๆ อันประกอบด้วย ความน่าเกลียดน่ากลัวต่างๆ ผีก็จะไม่สามารถหลอกล่อเหยื่อมากินอย่างง่ายดายได้ เฉกเช่นผีปอบหวิดสยอง รังแต่จะทำให้ผู้คนที่พบเห็นตื่นตกใจกลัววิ่งหนีไปเสีย ยกตัวอย่างคำกล่าววิจารณ์เกี่ยวกับความงามของ ทอม ในฉากงานของมหาวิทยาลัย

ว่า “ถ้าคนขายบัตร [หมายถึงฟ้า] สวຍเท่ากับคนโน้น [หมายถึงผู้หญิงอีกคน] บัตรคงขายหมดไปนานแล้วละนะ” และฉากต่อมาเมื่อ เกิร์ล เดินมาบนพรมแดง ความสวยของเธอสะกดทุกสายตาให้จับจ้อง ขนาดทอมยังอ้าปากค้างจนน้ำลายไหล เป็นต้น ในทิศทางเดียวกันนี้ ชูติมา ประกาศวุฒิสาร (2559, น.264-272) ได้อธิบาย ความสำเร็จประโยชน์ของร่างกายอันชราของ ลตามณี ในวรรณกรรมเรื่อง เหี่ยวมาร ว่าเต็มไปด้วยโรคภัย จึงเป็นเหตุให้ลตามณี ต้องขโมยเอาร่างกายของหญิงสาวคนอื่น มาเป็นของตน เพราะร่างกายที่อ่อนเยาว์ย่อมมีประโยชน์กว่าร่างกายของคนชรา

นอกจากนี้ ภาพยนตร์เรื่อง ตำนานกระสือ (2545) ยังสะท้อนให้เห็นว่า ความไม่สวยเท่ากับผีผ่านตัวละครยาจันทร์ ภาพยนตร์ให้ภาพว่าเธอเป็นหญิงชรา ที่ถูกกล่าวหาว่าเป็นทั้งผีและผีกระสือ ในขณะที่ตัวละครผีจริงๆ ชื่อ ดาว เธอเป็นหญิงสาวหน้าตาสวยงาม กลับไม่ถูกกล่าวหาว่าเป็นผีกระสือ เช่นเดียวกับภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง ตัวละคร เกิร์ล ผู้ที่ถูกผีปอบเข้าสิง แต่เธอกลับได้รับการปกป้อง จากการกล่าวหาว่าเป็นผีปอบจากผู้ช่วยหลายคนที่ลุ่มหลงในมายาคติความงามของเธอ

ดังนั้น ภาพลักษณ์ของผีปอบในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง ที่ถูกแต่งเติมขึ้น โดยการเลือกสิ่งร้างเฉพาะผู้หญิงตามมายาคติความงามนี้ เกิดจากการที่ผีปอบ เล็งเห็นถึงความสำคัญของความงาม และใช้ความงามเป็นเครื่องมือในการหลอกล่อเหยื่อ ซึ่งเป็นผู้ชายมากินตับ นอกจากการเลือกสิ่งร้างผู้หญิงสาวสวยแล้ว ผีปอบยังสามารถ แอบแฝง และปลอมแปลงตัวอยู่ในหลากหลายพื้นที่ ผีปอบหวิดสยองจึงไม่ใช่ผีปอบ แห่งชนบทเท่านั้น แต่เธอสามารถก้าวข้ามเส้นแบ่งพรมแดนของพื้นที่ได้ด้วย อัตลักษณ์ ของผีปอบดังกล่าวนั้นเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลง ไปสู่ความเป็นสมัยใหม่ โดยแต่เดิมผีปอบมักปรากฏตัวตามชนบท แต่ผีปอบหวิดสยอง เป็นผีปอบที่เดินทางเข้ามาทำหายอำนาจในเมือง มีหน้าซำยังเป็นเมืองที่มีความทันสมัย ด้วย ดังนั้น อัตลักษณ์ของผีปอบหวิดสยองที่ถูกประกอบสร้างขึ้นใหม่นี้ จึงเพื่อ ปรับตัวอย่างชาญฉลาดให้สามารถอาศัยอยู่ในเมืองได้ ดังนั้น วิธีการจับผีปอบก็ต้องมี การปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของผีปอบที่เปลี่ยนไป เช่น การใช้ปืนไฟฟ้า ลงอาคม การใช้กล้องวิดีโอเพื่อให้เห็นภาพผีที่สิงอยู่ในร่างคน เป็นต้น

Male Fear ทฤษฎีว่าด้วยความหวาดกลัวต่อเรือนร่าง (ผี) ผู้หญิง

การใช้ผู้หญิงเป็นเหยื่อเพื่อลวงผู้ชายมานั้น ส่วนหนึ่งเป็นภาพสะท้อนแนวคิด เรื่อง ความหวาดกลัวต่ออำนาจของสตรี เรือนร่างสตรี และความสามารถทางร่างกาย ของสตรี ซึ่งเชื่อว่าอำนาจของสตรีสามารถทำลายล้างอำนาจบุรุษได้ ยกตัวอย่าง

การทำให้คาถาอาคมของผู้ชายเสื่อมด้วยเลือดประจำเดือน และกรณีผีแม่มายาละวาดจากปรากฏการโหลตายของผู้ชายในภาคอีสาน ที่เชื่อว่าผีแม่มายาจะมาเอาผู้ชายไปเป็นผัว (Mary Mills, 1995) แม้ว่า คำจร หลุยยะพงศ์ (2556, น.72) อธิบายลักษณะมุมมองโดยทั่วไปของภาพยนตร์ผีผู้หญิงว่า “หนังผีแสดงภาพของผีผู้หญิงตามทัศนะของคนทั่วไปซึ่งมองว่าผู้หญิง คือ เพศที่ต่ำกว่า ผีผู้หญิงจึงสะท้อนแรงปรารถนาของผู้ชาย เช่น จะต้องอยู่ในชุดนอน การโง่เขลา และผีบ้าเช็กส์” ในทางกลับกัน ภาพของผีผู้หญิงดังกล่าวไม่เพียงแต่เสนอภาพของผู้หญิงออกมาในด้านลบเท่านั้น แต่การผลิตภาพนั้นซ้ำๆ กลับเป็นสิ่งที่เปิดเผยให้เห็นว่าผู้ชายนั้นมีความหวาดกลัวต่ออำนาจของผู้หญิงโดยเฉพาะเรื่องเพศ ผู้ชายจึงพยายามควบคุมวิถีทางเพศของผู้หญิง Laura Linneman (2010) ได้ศึกษาความหวาดกลัวของผู้ชายต่อเพศหญิงในภาพยนตร์เรื่อง Vagina Dentata (2007) ว่า “ความหวาดกลัวต่อเพศสตรีโดยเฉพาะต่ออวัยวะเพศหญิงนั้น เป็นความกลัวอันแพร่หลายที่มีมานานหลายศตวรรษจวบจนปัจจุบัน” ในทิศทางเดียวกัน Linda Williams (2002, p. 65) กล่าวว่า “สัตว์ประหลาด (หรือผี) ในภาพยนตร์สยองขวัญ เป็นสิ่งที่ถูกทำให้น่ากลัวโดยพื้นฐานทางธรรมชาติของผู้ชาย” นอกจากอำนาจของสตรีเพศแล้ว คำจร หลุยยะพงศ์ (2556, น. 68) ยังอธิบายให้เห็นถึงความหวาดกลัวต่อผีว่า “ผีในหนังผี แสดงให้เห็นถึงการแสดงอำนาจแห่งผีที่มีต่อคนดู เพราะยามที่แสงไฟในโรงหนังดับลง คนดู (รู้อยู่แก่ใจว่ามีผีปรากฏ) ต่างพาปริวิตกหวาดกลัว หวาดร้อ และนำพาผีให้แสดงอิทธิฤทธิ์และอำนาจได้อย่างเต็มที่”

ความหวาดกลัวต่ออำนาจของเพศหญิงและผี (หรือสัตว์ประหลาด) ดังกล่าวเป็นผลมาจากความหวงแหนใน “เจ้าโลก” ของตนเอง “ภาพยนตร์เรื่อง Vagina Dentata เสนอให้เห็นอวัยวะเพศของผู้หญิงเขมือบสิ่งของผู้ชายว่าเป็นสิ่งแสดงให้เห็นความหวาดกลัวในการถูกตัดทิ้ง” (Laura Linneman, 2010) เพราะเมื่อผู้ชายถูกตัดตอนอวัยวะเพศซึ่งตนถือว่าอำนาจในการทำร้ายทิ่มแทงอวัยวะเพศหญิง ผู้ชายก็จะรู้สึกด้อยอำนาจไปด้วยเช่นกัน ดังนั้น การจ้องมองหรือการดูภาพยนตร์ผีของผู้หญิง จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่การเสพภาพผู้หญิงในฐานะวัตถุที่ถูกจ้องมองหรือวัตถุทางเพศของเพศชายเท่านั้น แต่เป็นการจ้องมองการลงโทษความตึงหนาและความเอารัดเอาเปรียบของผู้ชายด้วยการเป็นเหยื่อของผู้หญิง Linda Williams (2002, p. 65) กล่าวถึงสายตาของผู้หญิงในการชมภาพยนตร์สยองขวัญในบทความ When the Woman Looks ว่า ภาพยนตร์สยองขวัญช่วงศตวรรษที่ 20 นั้น แสดงให้เห็นถึงความพยายามของผู้หญิงในการสื่อความจากการจ้องมองปีศาจ (หรือผี) อย่างน้อยที่สุด คือ ความเป็นไปได้

ในการทำหาย คุณคาม หรือข่มขู่ อำนาจและความแข็งแกร่งของผู้ชายจากเพศไร้พลังค์ (ปีศาจและผู้หญิง)

นอกจากภาพสะท้อนความหวาดกลัวดังกล่าวแล้ว ฝีบอบในภาพยนตร์อาจเป็น การวิพากษ์สังคมชายเป็นใหญ่ที่ผู้ชายเต็มไปด้วยต้นหาราคะ จ้องที่จะกอบโกยความสุข จากการมีกิจกรรมทางเพศกับผู้หญิง ว่าแท้จริงแล้ว ผู้ชายเป็นสาเหตุที่ทำให้โรคติดต่อ ทางเพศแพร่กระจายไปสู่ผู้หญิง เนื่องจากฝีบอบถูกปลดปล่อยจากหม้อดินเผาจนเข้าไป สิ่งอยู่ในร่างของผู้หญิงเป็นเพราะกลุ่มผู้ชายที่แอบดูผู้หญิงอาบน้ำอย่างเห็นกระหาย ดังนั้น ฝีบอบจึงเป็นเสมือนโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ที่ทวนกลับมาเอาคืนผู้ชาย ซึ่ง กำร หลุยยะพงส์ (2556) ได้ศึกษาฝีบอบในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง และกล่าวว่า ฝีบอบถูกทำให้เป็น “ปีศาจเอดส์”

นอกจากการที่ภาพยนตร์เลือกประกอบสร้างให้ฝีบอบเป็นผู้หญิงแล้ว ฝีบอบ หวิด สยองยังเป็นภาพแทนของโรคเอดส์ โดยให้ภาพฝีบอบในเรื่องว่าเป็นผีที่ฆ่า ชีวิตของผู้ชายเท่านั้น เป็นการเผยให้เห็นความหวาดกลัว หรือความตระหนกอันเกิดจากความ คิดของผู้ชายในฐานะ “ผู้บริโภคร” ผู้หญิงว่า ผู้หญิงที่ดูเหมือนปกติธรรมดา แท้จริงแล้ว เธอเป็นคนหรือเป็นผีกันแน่ เพราะสิ่งที่ผู้ชายในฐานะผู้กระทำและแสวงหา การร่วมเพศกลัว คือ โรคเอดส์ที่ซ่อนเร้นอยู่ในร่างกายอันงดงามของผู้หญิง

อำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการอนุญาตให้มอง)

การที่ภาพยนตร์ประกอบสร้างให้เห็นว่า ฝีบอบผู้หญิงมีอำนาจเป็นที่น่าสนใจกลัว ของมนุษย์ธรรมดาทั่วไปนั้น เผยให้เห็นความคิดของคนในสังคมไทยว่า มีความเกรงกลัว ต่ออำนาจของผีและผู้หญิง กระบวนการดังกล่าวประกอบสร้างผ่านการ “หลอก” ของผีในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง กล่าวคือ ฝีบอบหวีดสยองเกิดจากความงใจ ในการเลือกประกอบสร้างฝีบอบ โดยการนำเอาลักษณะการเป็นผีสิงและพฤติกรรมที่ ชอบกินเครื่องในมาใช้ แล้วนำมาสร้างใหม่ให้กลายเป็นฝีบอบในแบบฉบับของ ปอบ หวิด สยอง นั่นคือ การสิงร่างผู้หญิง ซึ่งผู้หญิงที่ฝีบอบเลือกสิงต้องเป็นฝีบอบสาว มีเรือนร่างที่ยั่วยวนผู้ชายได้ ชอบกินดิบ และจะกินแต่ตับของผู้ชาย ภาพที่ภาพยนตร์ สื่อให้เห็น คือ ฝีบอบมีความฉลาดรู้จักวิธีการดึงเอาข้อได้เปรียบของผู้หญิงมาใช้ ในการหาผลประโยชน์

วิธีการดึงเอาข้อได้เปรียบของผู้หญิงมาใช้ในการแสวงหาผลประโยชน์ของผี คือ การเลือกดึงเอามายาคติความงามมาใช้เป็นอำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการ อนุญาตให้มอง) โดยการเลือกสรรเรือนร่างตามมายาคติความงามมาให้ผู้พิปรารถนา

จ้องมองจนเกิดความรู้สึกกลุ่มหลงตายใจ และเชื่อว่าการจ้องมองคือ การกุมอำนาจ แต่แท้จริงแล้วการจ้องมองเรือนร่างของ (ผี) ผู้หญิงเกิดจากความสนใจของผู้ถูกจ้องมอง กล่าวคือ ผีเป็นผู้อนุญาตให้มอง ผู้จ้องมองจะรู้ตัวว่าตนเองถูก “หลอก” โดยผู้อนุญาตให้จ้องมองเพราะคิดว่าตนเองมีอำนาจ ในขณะที่ผู้ถูกจ้องมอง คือ ผู้ที่ควบคุมความปรารถนาจากผู้จ้องมอง ท้ายที่สุดผู้จ้องมองจะตกเป็นเหยื่อของผู้ที่ถูกจ้องมอง

ยกตัวอย่าง ผู้ชายส่วนใหญ่ที่ตกอยู่ในมายาคติความงามในภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง มักจะจ้องมองเรือนร่างของผู้หญิงสวดยด้วยความปรารถนา แต่ท้ายที่สุดผู้ชายที่จ้องมองเรือนร่างของผู้หญิงดังกล่าว จะถูกควบคุมโดยผู้หญิงและกลายเป็นเหยื่อของผีปอบหวิดสยองในที่สุด วิธีการดังกล่าวยังปรากฏในภาพยนตร์อีกหลายๆ เรื่อง เช่น พรหมจรรย์ (2558) น้ำมันพราย 3D (2557) และนางไม้ (2552) เป็นต้น หรือแม้แต่ตามตำนานเรื่องเล่าของผีตระกูลผีนางไม้ เช่น ผีนางตานี เป็นต้น ผีเหล่านี้มักจะใช้เรือนร่างอันงดงามของตนเองเป็นเหยื่อล่อผู้ชายให้ตกเป็นเหยื่อความปรารถนา

แม้ผู้หญิงจะเป็นเหยื่อของผู้ชายในการตอบสนองความต้องการทางเพศ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2545, น. 12-13) ได้กล่าวถึง การประเวณีและอำนาจของผู้หญิงกับผู้ชายว่า ผู้หญิงมีอำนาจต่อรองกับผู้ชายก่อนการเสียตัว เพราะเมื่อผู้หญิงเสียตัวให้กับผู้ชายแล้ว ผู้ชายจะมีอำนาจเหนือผู้หญิงทันที ในขณะที่เดียวกันผู้หญิงก็สามารถมีอำนาจเหนือผู้ชายได้ก่อนการเสียตัว กระบวนการดังกล่าวเป็นกลไกในการปกป้องผู้หญิงและเปิดโอกาสให้ผู้หญิงเป็นฝ่ายมีอำนาจในการเลือกผู้ชายในการเป็นสามีได้ ก่อนที่ผู้ชายคนนั้นจะมีอำนาจเหนือตนเอง ภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง ได้ดึงเอาอำนาจของผู้หญิงดังกล่าวมาใช้ในการสร้างอำนาจให้กับผีผู้หญิง การประกอบสร้างดังกล่าวเผยให้เห็นถึงความฉลาดของผีในการจงใจสวมบทบาทเป็นเหยื่อของผู้ชาย เพราะเห็นถึงข้อได้เปรียบของตนเองจากความที่นกระหายทางเพศของผู้ชาย โดยมายาคติความงาม (ที่ถูกกำหนดโดยสังคม) ที่ผู้ชายโยกใช้ในการหลอกล่อผู้ชายให้มาเป็น “เหยื่อ” เสียเอง ทั้งนี้ “แม้ว่าผู้หญิงจะรู้ว่าความงามที่ประกอบสร้างจากความขาว เป็นมายาคติที่ถูกสร้างขึ้นจากวาทกรรมเพื่อใช้เป็นสิ่งควบคุมผู้หญิง แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ในยุคปัจจุบันยังคงให้คุณค่าและความสำคัญกับความงามนี้” วิสิฐ ทัศนาคำส่วน และคณะ (2557, น. 76) เพราะยอมรับว่า “ความงามช่วยสร้างโอกาสหรือเป็นสิ่งเบิกทางให้ผู้หญิง” (วิสิฐ ทัศนาคำส่วน และคณะ, 2557, น. 77) จึงใช้ความงามนี้เป็นใบเบิกทางเพื่อฉกฉวยโอกาสให้กับตนเอง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์ที่นำมาศึกษา พบว่า ผู้หญิงไทยที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยและสังคมไทย มีวิธีการแสวงหาความต้องการโดยการใช้อำนาจของผู้หญิงมาเป็นเหยื่อล่อ โดยผู้ที่ถูกล่อลวงมักเป็นผู้ชายเพราะตกอยู่ภายใต้ความปรารถนาและมายาคติความงาม ดังนั้น ผู้หญิงที่ถูกทำให้เชื่อว่าเป็นเหยื่อนั้น แท้จริงแล้วเธอใช้วาทกรรมความงามในการต่อรองกับการถูกลดคุณค่าทางเพศ และดึงอำนาจแห่งการถูกจ้องมอง (จากการอนุญาตให้มอง) มาเป็นเครื่องมือในการแสวงหาผลกำไรภายใต้สังคมโลกทุนนิยม

ภาพยนตร์เรื่อง ปอบ หวิด สยอง ผู้สร้างได้สอดแทรกบริบททางสังคมอันเป็นภาพสะท้อนปัญหาทางสังคมไว้มากมายโดยเฉพาะเรื่องเพศที่ผุ้กโยงเข้ากับควมนำหาวดกลั้วของบางสิ่งทไร้ตัวตน แต่ถูกฉาบไว้ด้วยมายาคติความงามซึ่งเป็นเรื่องยากที่เรารู้ได้ว่สิ่งทเ็นอยู่ตรงหน้าแท้จริงแล้วเป็นอย่ไร เรียกได้ว่เป็นการหลอกเพื่ทำให้รู้สึก “หลอน” กับความเป็นจริงในสังคม เพราะเต็มไปด้วยมายาคติ นักดื่มตุน และการบริโภคอย่างบ้าคลั่ง ซึ่งถูกสะท้อนผ่านบทบาทของผีในภาพยนตร์ ดังนั้น เสียงหวีดร้องของ ผีปอบ จึงเป็นเหมือนเสียงเตือนภัยถึงควมนำหาวดกลั้วของบางสิ่งบางอย่างที่มีลักษณะดั่งเช่นผีร้าย

ผีปอบหวีดสยอง เป็นจุดเผยให้เห็นการโต้กลับของผู้หญิงที่ถูกกดทับด้วยมายาคติความงามและความน่ากลัวของอำนาจผู้หญิงภายใต้มายาคติความงาม การที่ผีปอบเลือกสิ่งผู้หญิงสาวสวยตามมายาคติความงาม มาใช้เป็นเครื่องมือในการหลอกล่อเหยื่อนั้น เป็นการวิพากษ์วิจารณ์เสียดสีสังคมภายใต้มายาคติความงามที่ยกย่องความงามว่ คือลักษณะอันน่าพึงปรารถนา และให้ความรู้สึกลอดภัย

ผีปอบสาวถูกสร้างให้เป็นภาพตัวแทนของสิ่งอันน่ากลัว ไร้ตัวตน แอบแฝงอยู่ในเรือนร่าง ประหนึ่งคำว่า “รู้หน้า ไม่รู้ใจ” ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว ท่ามกลางสังคมทุนนิยมบริโภคนิยมที่เห็นผู้หญิงเป็นสินค้า และความต้องการขายอย่างไม่ลืมหูลืมตา แท้จริงแล้วสิ่งที่น่ากลัวที่สุดเป็นผีจริงๆ หรือไม่ ดังนั้น มนุษย์ควรจะกลัวผี หรือผีควรกลัวมนุษย์ หรือท้ายที่สุดแล้ว มนุษย์ควรจะหวาดระแวงกันเองมากกว่ามานั่งหวาดกลัวภัยอันเกิดจากผี

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมลทิพย์ จิงเลิศศิริ. (2558). วาทกรรมความเป็นหญิงกับความงามในสังคมไทย. ศิลปนิพนธ์ศิลปบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2556). ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม ผู้คน ประวัติศาสตร์ และชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิวิติ วิไลลอย. (2559). การปรับเปลี่ยนความหมายผีในละครโทรทัศน์ไทย. 34(2), 47-70.
- ชุตินา ประภาสวุฒิสาร. (2559). ปิตาจารย์นิยมและ “การกินมนุษย์ด้วยกันเอง” ความรุนแรงเชิงเศรษฐกิจในสวดยากไร้ และเหยื่อมาร. ใน สุวรรณา สถาอานันท์ และสุรเดช โชติอุดมพันธ์ (บ.ก.), หนึ่งทศวรรษ เวทีวิจัยมนุษยศาสตร์ไทย แวนตา อารมณ์ สังคม ความจริง (น.241-284). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ชนกิต. (2547). เปิดกรุผีไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ปิรามิด.
- นันทนา วงษ์ไทย. (2556). การวิเคราะห์วาทกรรมความงามในโฆษณาเครื่องสำอางเพื่อความงาม. วารสารมนุษยศาสตร์, 20(1), 77-107.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2541). ยุคสมัยไม่เชื่ออย่าลบหลู่. กรุงเทพฯ: แพรว.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2545). ว่าด้วยเพศ ความคิด ตัวตน และอคติทางเพศ ผู้หญิง เกย์ เพศศึกษา และกามารมณ์. กรุงเทพฯ: มติชน.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2557). ผ้าขาวม้า ผ้าขึ้น กางเกงใน และฯลฯ ว่าด้วยประเพณี ความเปลี่ยนแปลง และเรื่องสรรพสาระ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศิลปวัฒนธรรม.
- เนื่ออ่อน ขวัญทองเขียว. (2560). แผนยัดล้านนา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มติชน.
- ปิยรัตน์ ปันลี. (2545). กระบวนการลดความอ้วนของผู้หญิง วาทกรรม การสร้างอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภค. วิทยานิพนธ์มานุษยวิทยามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาลา คำจันทร์. (2544). เล่าเรื่องผีล้านนา. กรุงเทพฯ: มติชน.
- โรม บุนนาค. (2554). ผีแห่งแผ่นดินสยาม. กรุงเทพฯ: สยามบันเทิง.

วิสิฐ รัตติยา คิตคำส่วน และคณะ (2557). วาทกรรม ความขาว อัตลักษณ์ความงามของผู้หญิงลาวในวัฒนธรรมสมัยนิยม. วารสารบัณฑิตศึกษา, 11(55), 69-77.

สมบัติ พลายน้อย. (2552). ตำนานผีไทย. กรุงเทพฯ: พิมพ์คำ.

สุนทรภู่. (2544). พระอภัยมณี เล่ม 1. กรุงเทพฯ: บรรณาการ.

เสฐียรโกเศศ. (2515). เมืองสวรรค์ และผีสาว เทวดา. กรุงเทพฯ: บรรณาการ.

อรจิรา อัจฉริยไพบุลย์. (2557). พระอภัยมณี เล่ม 1 (บทแนะนำ/วิจารณ์หนังสือ). วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 11(3), 129-134.

ภาษาอังกฤษ

Beit-Hallahmi, Benjamin. (1985). **Dangers of the vagina**. British Journal of Medical Psychology, 58(4): 351-356.

Dane, Penelope. **Vagina dentate**. in The International Encyclopedia of Human Sexuality. Retrieved July 15, 2018, from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9781118896877.wbiehs525>

Elwin, Verrier. (1943). **The Vagina dentate legend**. British Journal of Medical Psychology, 19(3-4): 439-453.

Linneman, Laura. (2010). **The Fear of Castration and Male Dread of Female Sexuality: The Theme of the ‘vagina dentate**. in C. Herr and A. DeLong (Ed.), Dracula in journal of Dracula studies, 12(1).

Mills, Mary Beth. (1995). **Attack of the Widow Ghosts: Gender, Death, and Modernity in Northeast Thailand**. in Aihwa Ong and Michael G. Peletz (Ed.), Bewitching Women, Pious Men: Gender and Body Politics in Southeast Asia (pp. 244-273). California: University of California Press.

William, Linda. (2002). **When the Women Looks**. in M. Jankovich (Ed.), Horror:The Film Reader (pp. 61-66). London: Routledge.

Wolf, Naomi. (1997). **The Beauty Myth**. Toronto: Vintage.

การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม
ขององค์กรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม:
กรณีศึกษา บริษัท แดรี่โฮม จำกัด
Communication of Corporate Social Responsibility (CSR)
in Small and Medium Enterprises (SMEs).
A Case Study of Dairy Home Co, Ltd.

ปัญญาชลี พิมลวงศ์¹
มนต์ ขอเจริญ²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา บริษัท แดรี่โฮม จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด รวมถึงศึกษากระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในและภายนอกบริษัท แดรี่โฮม จำกัด โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ (Documentary Study) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Dept Interview) ผู้บริหารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์จากเอกสาร (Documentary Study) ได้แก่ เว็บไซต์องค์กร เพชบุ้งองค์กร รวมถึงข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์และสื่อโซเชียลมีเดีย

ผลการศึกษาพบว่า แดรี่โฮม ใช้คำว่าศีลมาเรียกแทนคำว่านโยบายที่ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยมีศีล 3 ข้อ ได้แก่ Good การผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพ Clean กระบวนการผลิตสินค้าไม่สร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และ Fair

¹ปัญญาชลี พิมลวงศ์ (น.ต.ม. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและตราสินค้า, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2560)

²อาจารย์ ดร.มนต์ ขอเจริญ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มีความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยсил 3 ข้อได้ถูกนำมาแปรผลสู่แนวทางปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ กล่าวคือ วัตถุดิบที่ใช้ ในการผลิตสินค้าหรือน้ำมันดิบ ต้องมาจากการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ ส่วนการผลิต ของโรงงานต้องผ่านการรับรองมาตรฐานด้านอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม และบรรพบุรุษของสินค้าจะต้องผลิตจากพลาสติกชีวภาพที่ย่อยสลายได้

ขณะที่แนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมี 4 กลุ่ม คือ ผู้ป้อนวัตถุดิบ ได้รับการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ และมีเกณฑ์ที่ชัดเจนในการรับซื้อ น้ำมันดิบ ขณะที่การดูแลชุมชนเน้นการทำกิจกรรมเพื่อสังคมอีกกลุ่ม คือ พนักงาน ต้องได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรมไปพร้อมกับการพัฒนาศักยภาพ สำหรับกลุ่มลูกค้า ต้องได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและสินค้าซึ่งจำหน่ายด้วยราคาที่เป็นธรรม

สำหรับกระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในเครือโฮม นั้น มีทั้งทิศทางการสื่อสารแนวดิ่ง การสื่อสารแนวตั้ง การสื่อสารแนวนอน และการสื่อสาร ต่างหน่วยงานและต่างระดับ ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล หรือการสื่อสาร แบบเผชิญหน้ามากที่สุด นอกจากนี้ ภายในองค์กรยังมีการสื่อสารไม่เป็นทางการ โดยพนักงานส่งข้อมูลข่าวสารผ่านการสื่อสารแบบเผชิญหน้า การสื่อสารทางออนไลน์ และกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์

ในส่วนกระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกเครือโฮม จะเป็นการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ป้อนวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นการ สื่อสารแบบเผชิญหน้า ผ่านทีมส่งเสริมที่เข้าไปให้ความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ ขณะที่กลุ่มชุมชนจะมีการสื่อสารแบบเผชิญหน้ามากที่สุด ซึ่งเครือโฮมส่งเสริมให้พนักงาน เข้าไปทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน และอีกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ลูกค้า เครือโฮมทำการ สื่อสารผ่าน 3 ช่องทาง คือ การสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า และการสื่อสารทางออนไลน์ สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มสุดท้าย คือ สื่อมวลชน เครือโฮมมีการติดต่อกับสื่อมวลชนท้องถิ่นผ่านโทรศัพท์ ขณะที่สื่อมวลชนส่วนกลาง จะติดต่อเข้ามาสัมภาษณ์เครือโฮมเองมากกว่า

Abstract

The objective of this thesis, Communication of Corporate Social Responsibility (CSR) in Small and Medium Enterprises (SMEs). A Case Study of Dairy of Home Co, Ltd., is to study the company's policies and operation process of social responsibility including their communication process about corporate social responsibility both inside and outside the organization.

The study was a qualitative research by using documentary and in-depth interview the company's executives and stakeholders, along with documentary studying from the company's website and Facebook, and information from other websites and social media.

The results of the research show that the company represents their business policies with the word "Canon" which comprises 3 things; Good: they produce good quality products appropriately for consumption, Clean: their production process doesn't impact to the environment, and Fair: they remain fair relation with stakeholders.

The 3 canons are also transformed into the operating process of corporate social responsibility and cover upstream to downstream. The upstream is about the resources for producing the dairy product. The company uses only organic resources from farmers who conduct farming naturally. Midstream relates to Dairy Home's factory where has been certified by manufactural and environmental standards, including any projects that engage resource usage reducing. Downstream means that their products are put in bioplastic containers which be able to break down in the short period.

The procedures with stakeholders are classified into 4 groups consist of suppliers, community, staff, and customers. The suppliers are acknowledged about organic agriculture, and the company has obvious principles for trading raw milk with the farmers. Meanwhile, community

caring is emphasized on reducing the impact on the environment and coordinating social responsibility activities. Staff is treated by receiving fair compensation, together with developing their potential. They take care of the customer by selling a good quality product which benefits customers' health under reasonable price.

The communication directions of their corporate social responsibility in the organization comprise downward communication, upward communication, horizontal communication, and diagonal communication which mostly involves interpersonal communication. Moreover, their organization has informal communication which allows staff to deliver information through interpersonal method, online method, and companion activities.

Meanwhile, the communication directions of their corporate social responsibility outside the organization involved with 4 groups of stakeholders consist of suppliers. The company mostly use interpersonal communication by sending a team to meet this group of stakeholders in order to acknowledge organic agriculture. On the other hand, the communication with the community mostly links with an interpersonal method. Therefore, the company set up the CSR team in order to corporate activities with the community with engaging staff to join the corporate social responsibility activities.

The company generates 3 channels of communication which are product communication, interpersonal communication at company's booths, and online communication through the company website, Facebook, YouTube, Line application, Twitter, Instagram, and TripAdvisor website. The final group of stakeholders is mass media. The company keeps in contact with local mass media on the phone call, while central mass media is the party who keep in contact with the company.

บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน บริษัทต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด ทำให้บางครั้งไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลให้เกิดกระแสกดดันจากผู้บริโภคว่า องค์กรธุรกิจต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มุ่งแต่กำไรสูงสุด มาสู่การให้ความสำคัญกับสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ซึ่ง สถฤณี อาชวนันทกุล (อ้างถึงในทีมข่าวซีเอสอาร์, 2557) กล่าวว่า แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเข้ามาในประเทศไทยกว่า 10 ปีแล้ว แรกเริ่มเกิดจากบริษัทขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ โดยหลังจากที่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ส่งเสริมและผลักดันให้บริษัทจดทะเบียน ทั้งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ดำเนินงานเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและให้จัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร (CSR Report) ประกอบกับการจัดทำรายงานประจำปี ก็ส่งผลให้เกิด การตื่นตัวด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของแวดวงธุรกิจมากขึ้น

ขณะเดียวกัน ภาครัฐได้ขับเคลื่อนเรื่องนี้อย่างเข้มข้นด้วยเช่นกัน โดยผู้เขียน ที่ใช้นามว่า Thaireform (2558) จากสำนักข่าวอิศรารายงานว่า เมื่อวันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2558 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบร่างยุทธศาสตร์การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558 – 2560) สาระสำคัญของร่างยุทธศาสตร์ ฉบับนี้คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ที่มุ่งส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม แม้องค์ความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ถูกเผยแพร่ อย่างต่อเนื่องผ่านเวทีสัมมนาหรือการประชุมเชิงปฏิบัติการต่างๆ แต่ส่วนใหญ่ เป็นการถ่ายทอดจากบริษัทขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อาจเห็นภาพไม่ชัดเจนว่าจะสามารถนำเรื่องนี้ไปปรับใช้ในธุรกิจของตนเองอย่างไร เพราะขนาดองค์กร องค์กรประกอบทางธุรกิจ และข้อจำกัดมีความแตกต่างจากบริษัท ขนาดใหญ่ ทั้งๆ ที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทยให้ขับเคลื่อนไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เห็นได้จากรายงาน ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557) ระบุว่า จำนวนวิสาหกิจ รวมทั้งประเทศ ณ สิ้นปี 2557 มีทั้งสิ้น 2,744,198 ราย จำแนกเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม 2,736,744 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.73 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ โดย GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2557 มีมูลค่า 5,212,004 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.6 ของ GDP รวมทั้งประเทศ ซึ่งหากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแบบอย่าง หรือได้รับองค์ความรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม จากธุรกิจขนาดเดียวกัน ก็จะช่วยให้เห็นภาพการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

บริษัท แดรี่โฮม จำกัด เกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2542 จากความตั้งใจของพณิ เกิดชูชื่น ผู้ก่อตั้งบริษัท ที่ต้องการผลิตน้ำนมปลอดภัยและมีคุณภาพดีจากกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยความที่เป็นผู้บุกเบิกตลาดนมอินทรีย์ของประเทศไทย และมีความชัดเจนในการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้บริษัท แดรี่โฮม จำกัด ได้รับการยอมรับและถูกหยิบยกเป็นกรณีตัวอย่างในหลายเวที รวมถึงได้รับรางวัลที่เกี่ยวกับด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น รางวัล SVN Awards ประจำปี พ.ศ. 2555 ของเครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เอเชีย (ประเทศไทย) รางวัลผู้พิชิตยอดเขานวัตกรรม ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เมื่อปี พ.ศ. 2559 เป็นต้น ซึ่งจากความโดดเด่นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “การสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา บริษัท แดรี่โฮม จำกัด” โดยผลวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสามารถนำแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด ไปปรับใช้กับธุรกิจของตนเองได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษานโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด
2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในบริษัท แดรี่โฮม จำกัด
3. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกบริษัท แดรี่โฮม จำกัด

นิยามศัพท์

นโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง วิสัยทัศน์ หลักการ และการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายใน หมายถึง การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างผู้บริหารและพนักงานของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด ผ่านสื่อต่างๆ

กระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอก หมายถึง การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างผู้บริหารบริษัท แดรี่โฮม จำกัด กับผู้ป้อนวัตถุดิบ ลูกค้า และสื่อมวลชน ผ่านสื่อต่างๆ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แต่ละองค์กร สถาบัน และหน่วยงาน มีมุมมองต่อคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแตกต่างกันอย่างสาธุกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ World Business Council on Sustainable Development (n.d.) ให้ความหมายว่าเป็นพันธะสัญญาต่อเนื่องของบริษัท ที่จะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจไปพร้อมกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของแรงงานและครอบครัว ตลอดจนชุมชนและสังคมโดยรวม ขณะที่ Kotler and Lee (2005) ให้ความหมายว่า เป็นพันธะสัญญาขององค์กรในการปรับปรุงสังคมให้ดีขึ้น ผ่านแนวทางปฏิบัติของธุรกิจและการใช้ทรัพยากรขององค์กร

ทั้งนี้ คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย (2555) ระบุถึงการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมว่า ประกอบด้วย 2 มิติสำคัญ คือ มิติภายใน ประกอบด้วย การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อ สุขภาวะและความปลอดภัยในการทำงาน การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในกิจการ และธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ นอกจากนี้ ยังมีมิติภายนอก ประกอบด้วย

การจัดการกับคู่ค้าและหุ้นส่วนกิจการที่รับผิดชอบต่อสังคม การดูแลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม และการรับผิดชอบต่อโลกในมิติต่างๆ

นอกจากนั้น สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2553) ระบุว่า การนำหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับธุรกิจ สามารถแบ่งได้ 4 ชั้น เริ่มจาก Mandatory Level ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ถัดมาคือ Elementary Level ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งกำไรที่ได้นั้น ต้องมีใช้กำไรซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม ขึ้นต่อไปเป็น Preemptive Level ธุรกิจสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นไปพร้อมกับ การใส่ใจสังคมที่อยู่รอบข้าง และสุดท้ายคือ Voluntary Level การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วยความสมัครใจ ไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคม

ขณะที่สถาบันไทยพัฒน์ (2553) ได้แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามทรัพยากรที่ใช้ดำเนินการ ดังนี้

1. Corporate-driven CSR การดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก โดยจำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ CSR in process การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ CSR after process การดำเนินกิจกรรมที่สร้างประโยชน์แก่สังคมในด้านต่างๆ โดยกิจกรรมแยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการและเกิดขึ้นภายหลัง CSR as process การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง พร้อมทั้งประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ

2. Social-driven CSR การดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรนอกองค์กรเป็นหลัก เช่น การเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการในช่วงเวลาของการรณรงค์ โดยบริจาครายได้จากการขายส่วนหนึ่งต่อทุกๆ การซื้อแต่ละครั้งให้แก่หน่วยงาน หรือมูลนิธิ ถือเป็นภาระตมเงินบริจาค แล้วมอบหมายให้ผู้อื่นที่มีใช้พนักงานในองค์กรลงแรงช่วยเหลือในพื้นที่

2. แนวคิดกิจการเพื่อสังคม

ภัทรพร แยมละออ (2559) สะท้อนถึงเรื่องกิจการเพื่อสังคมว่าได้รับความสนใจอย่างยิ่งจากผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และภาครัฐที่กำลังผลักดันกฎหมายและมาตรการ

ภาษีเพื่อสนับสนุนกิจการเพื่อสังคม รวมถึงภาคธุรกิจที่อยากสร้างคุณค่าทางสังคมมากกว่า การทำกิจกรรมเพื่อสังคม และผู้บริโภคซึ่งมองหาสินค้าที่มีส่วนสร้างสรรค์สังคมให้ดีขึ้น เป็นทางเลือกในการจับจ่าย โดยภัทราพร แยมละออ ระบุว่า ได้มีการให้นิยาม ของกิจการเพื่อสังคมตามมุมมองที่แตกต่างกัน เช่น หน่วยงานสนับสนุนกิจการเพื่อสังคม แห่งสหราชอาณาจักร หรือ Social Enterprise UK ให้นิยามว่า เป็นกิจการที่ทำการค้า เพื่อจุดประสงค์ทางสังคม และ/หรือสิ่งแวดล้อม มีพันธกิจทางสังคมที่ชัดเจน มีรายรับ ส่วนใหญ่จากการขายผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ และมีกฎที่ชัดเจนว่าจะบริหารจัดการ กำไรอย่างไร รวมถึงต้องนำกำไรกลับไปลงทุนในพันธกิจเพื่อสังคม ขณะที่สำนักงาน สร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ให้ความหมายของกิจการเพื่อสังคมว่า คือ ธุรกิจหรือองค์กรที่ตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม/สิ่งแวดล้อม มีรายได้หลักมาจากการค้า หรือการให้บริการ (มากกว่าการรับบริจาค) เพื่อพึ่งพาตนเองทางการเงินได้ และนำผล กำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคมที่ตั้งไว้

ทั้งนี้ กิจการเพื่อสังคมมีความหมายแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศหรือองค์กร อย่างไรก็ตาม หากมองถึงจุดร่วมที่เป็นคุณสมบัติสำคัญของกิจการเพื่อสังคม จะพบว่า กิจการเพื่อสังคมได้วางเป้าหมายหรือพันธกิจหลักไว้ที่การแก้ไขปัญหาสังคมและ/หรือ สิ่งแวดล้อม ไม่ใช่การแสวงหาผลตอบแทนทางการเงินสูงสุด ซึ่งมีกระบวนการแก้ปัญหา สังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อมดังกล่าว หลอมรวมในการดำเนินกิจการ โดยอาศัยหลักการ บริหารจัดการจากภาคเอกชนเป็นสำคัญ

3. แนวคิดการสื่อสารองค์กร

Van Rail and Fomburn (2007) ให้คำจำกัดความของการสื่อสารองค์กรว่า เป็นชุดของกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและการประสานกันของทั้งการสื่อสาร ภายในและภายนอกองค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างจุดเริ่มต้นที่น่าพึงพอใจ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่บริษัทต้องพึ่งพา

Argenti (อ้างถึงใน รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2558) ได้จำแนกกลุ่มเป้าหมาย ของการสื่อสารออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องที่เป็นเป้าหมายหลัก ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และชุมชน อีกกลุ่มเป็นกลุ่มผู้เกี่ยวข้องที่เป็นเป้าหมายรอง ได้แก่ สื่อมวลชน ผู้ป้อนวัตถุดิบ หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันสินเชื่อ

ขณะที่ Welford (อ้างถึงใน จณิน เอี่ยมสะอาด, 2550) มีการเสนอถึงรูปแบบ ความสัมพันธ์ขององค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่ามี 3 รูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบตามลำดับชั้น (Hierarchy) เป็นความสัมพันธ์แบบทางเดียวตามลำดับการบังคับบัญชาจากบนลงล่างโดยการไหลของข่าวสารเป็นทางเดียว (One-way Communication)

2. รูปแบบการมีส่วนร่วม (Engagement) เป็นความสัมพันธ์แบบสองทาง องค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยการไหลของข่าวสารเป็นสองทาง (Two-way Communication)

3. รูปแบบเครือข่ายแห่งความไว้วางใจ (Network of trust) เป็นความสัมพันธ์แบบเครือข่ายที่องค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างทั่วถึง เป็นเครือข่ายความสัมพันธ์แห่งความไว้วางใจกัน

ดังนั้น วิธีการสื่อสารกับเป้าหมายแต่ละกลุ่มจะมีรูปแบบแตกต่างกัน ยกตัวอย่างวิธีการสื่อสารกับลูกค้ามีทั้งการให้ข้อมูล โดยองค์กรสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ รวมถึง การสร้างชุมชนลูกค้า ด้วยการเปิดพื้นที่ให้ลูกค้าแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันผ่านระบบออนไลน์ ขณะที่การสื่อสารกับสื่อมวลชนนั้น สามารถทำได้โดยการส่งข่าว การแถลงข่าว การจัดสื่อมวลชนสัญจร เป็นต้น (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2558)

อย่างไรก็ดี การสื่อสารองค์กรยังครอบคลุมถึงการสื่อสารภายในองค์กร โดยการสื่อสารภายในองค์กร คือ การสื่อสารกับพนักงาน โดย อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) ระบุว่า สื่อที่ใช้ในการสื่อสารในองค์กรแบ่งออกเป็น

1. สื่อบุคคล มีทั้งการสื่อสารแบบเผชิญหน้า การสนทนาทางโทรศัพท์ การประชุม การจัดอบรมพนักงานใหม่

2. สื่อสิ่งพิมพ์ รูปแบบ เช่น จดหมาย วารสารภายใน บันทึกเดือนความจำ จุลสาร เป็นต้น

3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เสียงตามสาย วิดีโอเทป การติดต่อสื่อสารภายในผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า Intranet

4. สื่อสังคมออนไลน์ ปัจจุบันมีการใช้สื่อนี้ในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานกับผู้บังคับบัญชาหรือการกระจายข่าวสารที่สำคัญขององค์กรผ่านเฟซบุ๊กหรือทวิตเตอร์

ทั้งนี้ การสื่อสารภายในองค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ (ณัฐสุตา วิจิตรจามรี, 2558)

1. การสื่อสารที่เป็นทางการ หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นตามช่องทางข่าวสารที่เป็นทางการ หรือตามโครงสร้างขององค์กร โดยทิศทางการไหลของข่าวสาร 4 รูปแบบ ได้แก่

1) การสื่อสารแนวดิ่ง เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่า หรือการถ่ายทอดข้อมูลจากผู้บริหารลงไปยังผู้ปฏิบัติการ โดยอาจเป็นการถ่ายทอดคำสั่ง นโยบาย เป้าหมาย และกฎระเบียบจากผู้บริหารไปสู่พนักงานหรือผู้ปฏิบัติ

2) การสื่อสารแนวตั้ง เป็นการถ่ายทอดข้อมูลจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่า ไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่า หรือการส่งข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชา โดยเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นวิธีการส่งเสริมการทำงาน และเป็นปัจจัยสำคัญในการให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

3) การสื่อสารแนวนอน เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งระดับเดียวกันในองค์กรโดยปกติเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างพนักงานที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน รวมถึงยังเป็นการสื่อสารระหว่างหน่วยงานในระดับใดระดับหนึ่งขององค์กรด้วย

4) การสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานที่อยู่คนละสายงานและอยู่ต่างระดับ เช่น ผู้จัดการฝ่ายขายสื่อสารกับพนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคลเมื่อต้องการรับพนักงานในฝ่ายขาย

2. การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ หรือการสื่อสารแบบพวงอูง หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ โดยเกิดขึ้นเมื่อข้อมูลที่ถูกถ่ายทอดผ่านช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการไม่เพียงพอและมีความคลุมเครือมักเป็นเรื่องลับเกี่ยวกับบุคคลหรือเหตุการณ์ที่ไม่ถูกสื่อสารตามช่องทางที่เป็นทางการ ซึ่งการสื่อสารแบบพวงอูงมีการกระจายข่าวสาร 4 รูปแบบ ได้แก่

1) รูปแบบโซ่เส้นเดียว บุคคลหนึ่งบอกกล่าวข่าวสารไปยังอีกคน และผู้รับเผยแพร่ต่อไปยังอีกคนการกระจายข่าวสารมีลักษณะเป็นเส้นตรง

2) รูปแบบซุชบิ บุคคลเดียวเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มคนทั้งหมด

3) รูปแบบสุม แต่ละบุคคลเผยแพร่ข่าวสารไปยังคนอื่นโดยไม่เจาะจง

4) รูปแบบกลุ่ม บุคคลที่ได้รับข่าวสารเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มคนและบางคนในกลุ่มกระจายข่าวไปยังกลุ่มอื่น

4. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม

Kotler et al. (อ้างถึงใน French, Merritt, and Reynolds, 2011) ให้ความหมายถึงการตลาดเพื่อสังคมว่า เป็นการใช้หลักการและเทคนิคทางการตลาด เพื่อสร้างอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการยอมรับอย่างเต็มใจ ปฏิเสธ ปรับเปลี่ยน หรือเลิกพฤติกรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์ส่วนตน กลุ่ม หรือสังคมโดยรวม

ทั้งนี้ Kotler (อ้างถึงใน พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2547) ได้แบ่งระดับการเปลี่ยนแปลง สังคมออกเป็น 4 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างการตระหนัก หรือความรู้ ในเรื่องต่างๆ

2. การเปลี่ยนแปลงการกระทำ ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายมีการกระทำบางอย่าง เกิดขึ้นในขณะนั้น

3. การเปลี่ยนแปลงระดับพฤติกรรม เพราะพฤติกรรม คือ ชุดของการกระทำ ที่ต่อเนื่อง จึงมีความยากอย่างยิ่งในการเปลี่ยนแปลงในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม จึงต้องอาศัยสื่อมวลชน และสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดของสังคมมาเป็นเครื่องมือหลัก ด้วย นอกเหนือจากการใช้โปรแกรมทางการตลาด

4. การเปลี่ยนแปลงระดับค่านิยม ต้องวางแผนกลยุทธ์ที่ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง มากเกินไป เพราะความพยายามที่จะเปลี่ยนระดับนี้จะก่อให้เกิดความไม่ลงรอย ของทัศนคติและความรู้ในตัวบุคคลขึ้น ผู้วางแผนจึงต้องวางแผนใช้เครื่องมือต่างๆ โดยเฉพาะเครื่องมือทางการตลาดอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง

ขณะที่ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2547) ได้รวบรวมและประมวลขั้นตอนการวางแผน การตลาดเพื่อสังคมไว้ ซึ่งแบ่งได้ 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กำหนดปัญหาทางสังคมที่ต้องการ แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลง 2) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม 3) วางวัตถุประสงค์ ทางการตลาดเพื่อสังคม 4) แบ่งส่วนตลาดและคัดเลือกกลุ่มผู้ยอมรับเป้าหมาย 5) วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6) เสนอข้อได้เปรียบในแต่ละส่วนตลาด 7) กำหนดกลยุทธ์ ทางการตลาดเพื่อสังคม 8) นำไปปฏิบัติและประเมินผล

ระเบียบวิธีวิจัย

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด

1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้วิธีการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์จากเอกสาร (Documentary Study) เพื่อศึกษาถึงนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด ใน 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งคัดเลือกบุคลากรของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด ที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญกับด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทั้งนโยบายและแนวทางการปฏิบัติ รวมถึงกระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในและภายนอกองค์กรโดยมีจำนวน 2 ท่าน ได้แก่ คุณพณิ เกิดชูชื่น ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ และคุณวนิดา ชำนิกล้า ตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน

นอกจากนี้ สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด เพื่อรับทราบถึงผลสะท้อนกลับจากการสื่อสาร แบ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กรหรือพนักงาน 2 คน ได้แก่ พนักงานฝ่ายปฏิบัติการในโรงงาน และพนักงานฝ่ายสำนักงาน ซึ่งมีอายุการทำงาน 5 ปีขึ้นไป รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร 4 คน แบ่งเป็นลูกค้า 2 คน โดยเป็นลูกค้าทั่วไปหรือลูกค้าแบบ B2C (Business to Customer) และลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือลูกค้าแบบ B2B (Business to Business) ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด มาแล้วอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไปและสื่อมวลชน 2 คน แบ่งเป็นนักข่าวสายซีเอสอาร์หรือความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และนักข่าวสายการตลาดที่มีอายุการทำงาน 3 ปีขึ้นไป

ขณะเดียวกัน มีการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์จากเอกสารและสื่อต่างๆ อาทิ เว็บไซต์องค์กร (www.dairyhome.co.th) เฟซบุ๊กองค์กรในเพจ dairyhome

farm shop และร้านอาหารแดรี่โฮมชมสวน รวมถึงข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ และสื่อโซเชียลมีเดียที่มีการเผยแพร่เรื่องการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด ได้แก่ รายการ Guide Life – Business Guide ของสมาชิกยูทูบที่ใช้ชื่อว่า thearokaya และหน้าเพจร้านอาหารแดรี่โฮมในเว็บไซต์ tripadvisor ตลอดจนอินสตาแกรมชื่อ dairyhome_organic_milk และทวิตเตอร์ชื่อ Dairyhomemilk

นอกจากนี้ ทำการค้นหาข้อมูลจากห้องสมุดข่าวมติชน (www.matichonelibrary.com) และ www.google.co.th ด้วยการใช้คำค้นหาว่า “แดรี่โฮม” และ “ความรับผิดชอบต่อสังคม” และ “ซีเอสอาร์” โดยเป็นข้อมูลที่มีการเผยแพร่ตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2559

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้บริหารและตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด ซึ่งจะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้สามารถตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่และระหว่างการสัมภาษณ์อาจมีการสอบถามสอปลายละเอียดเพิ่มเติมจากคำตอบนั้นๆ เพื่อให้ข้อมูลครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย/ สรุปผลการวิจัยเป็นกรอบแนวคิดเชิงโมเดล

ส่วนที่ 1 นโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด

บริษัท แดรี่โฮม จำกัด ได้ใช้คำว่าศีลมาเป็นคำที่ใช้เรียกแทนคำว่านโยบาย ซึ่งเป็นหลักการที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยรวมจะเรียกว่า ศีล 3 ข้อ ประกอบด้วย Good Clean และ Fair มีรายละเอียดดังนี้

ศีลข้อแรก คือ Good สินค้าที่ต้องผลิตมาจากวัตถุดิบที่ดี และต้องเป็นของที่ควรค่าแก่การบริโภค ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจ อีกทั้งในทุกระบวนการผลิตต้องมีคุณภาพและเป็นออร์แกนิก

ศีลข้อที่สอง คือ Clean ต้องมีความสะอาดทั้งกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายทาง เริ่มด้วยการได้มาซึ่งวัตถุดิบที่สะอาด กระบวนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ศีลข้อที่สาม คือ Fair ต้องมีความเป็นธรรมกับพนักงาน ผู้ป้อนวัตถุดิบ และผู้บริโภค โดยพนักงานต้องได้รับค่าแรงที่คุ้มค่าและได้รับการปฏิบัติที่ดี ขณะที่ผู้ป้อนวัตถุดิบหรือเกษตรกรต้องได้รับรายได้ที่เป็นธรรมและเหมาะสมจากการขายน้ำมันดิบอินทรีย์ให้กับแตรี้โฮม นอกจากนี้ ราคาสินค้าต้องมีความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยผลิตสินค้าคุณภาพเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

จากนโยบายหรือศีล 3 ข้อ ได้ถูกนำมาแปรผลสู่แนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท แตรี้โฮม จำกัด เริ่มจากห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการผลิตสินค้า โดยห่วงโซ่อุปทานของการผลิตสินค้าเริ่มตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ หรือตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตในโรงงาน และผลิตภัณฑ์ที่ส่งถึงผู้บริโภค

ในส่วนของต้นน้ำ หรือการได้มาซึ่งวัตถุดิบ คือ น้ำมันดิบ โดยตัวของแตรี้โฮมจะใช้ชีวิตตามธรรมชาติ กินหญ้าออร์แกนิกที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ หรือได้จากมูลสัตว์ ขณะเดียวกัน มีการดูแลสภาพแวดล้อมในฟาร์มด้วยวิธีธรรมชาติที่สุด ด้วยการใส่สมุนไพรไล่ยุงและแมลงภายในฟาร์มแทนการใช้ยาฆ่าแมลง โดยเกษตรกรเครือข่ายที่ส่งน้ำมันดิบให้กับแตรี้โฮมก็ต้องมีแนวทางสอดคล้องกับการทำฟาร์มแบบอินทรีย์ด้วย กล่าวคือ พื้นที่ในการเลี้ยงโคนมหรือพื้นที่อื่นๆ ที่ใช้ปลูกพืชต้องสามารถตรวจสอบได้ว่าไม่ได้ใช้สารเคมีในพื้นที่มาแล้วอย่างน้อย 1 ปี รวมถึงปรับเปลี่ยนฝูงโคนมที่เลี้ยงให้มีจำนวนพอเหมาะกับพื้นที่ในการปลูกอาหาร เช่น โค 1 ตัวควรมีแปลงหญ้าที่กินได้กิน 1 ไร่ รวมถึงเกษตรกรต้องเปลี่ยนเปลี่ยนไปเลี้ยงแม่โคในระบบอินทรีย์เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 9 เดือน เพื่อให้มั่นใจว่าโคนมไม่มีสารเคมีตกค้างจากวิธีการเลี้ยงแบบเดิมๆ โดยฟาร์มโคนมต้องได้รับการรับรองตามมาตรฐานปศุสัตว์อินทรีย์ของ กรมปศุสัตว์ และสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.)

ขณะที่กลางน้ำ จะเป็นส่วนของกระบวนการผลิตที่ได้รับมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร อย่างมาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) เป็นมาตรฐานการผลิตที่มีมาตรการป้องกันอันตรายที่ผู้บริโภคอาจได้รับจากการบริโภคอาหาร และมาตรฐานระบบการจัดการด้านพลังงาน (ISO 50001) ตลอดจนได้เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองอยู่ในระดับ 4 คือ วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture)

นอกจากนั้น มีกระบวนการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การบำบัดน้ำเสียแล้วนำไปใช้ในการเลี้ยงปลาและรดน้ำต้นไม้ และมีโครงการจัดการด้านพลังงาน

ที่ร่วมกับอุตสาหกรรมจังหวัด ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการใช้พลังงานภายในโรงงาน ตลอดจนเข้าร่วมโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ITAP) ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ดำเนินโครงการ พืชติดลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์นมสดพาสเจอร์ไรส์และโยเกิร์ต โดยตอนนี้ มีผลิตภัณฑ์ 39 รายการที่ได้ขึ้นทะเบียนติดลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์

สำหรับปลายน้ำ แดรี่โฮมนำพลาสติคชีวภาพมาใช้ในการผลิตถ้วยโยเกิร์ตแล้ว และอยู่ระหว่างการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับมหาวิทยาลัย เพื่อนำพลาสติคชีวภาพมาใช้ผลิตถ้วยไอศกรีมและขวดนมด้วย

จากห่วงโซ่อุปทานของการผลิตสินค้ามีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สำคัญ 4 กลุ่ม คือ ผู้ป้อนวัตถุดิบ ชุมชน พนักงาน และลูกค้า โดยแดรี่โฮมมีการวางแผนทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

1. ผู้ป้อนวัตถุดิบ หัวใจสำคัญของการทำธุรกิจกับเกษตรกรโคนม คือ การยึดหลักความเป็นธรรมด้านราคา โดยน้านมดิบที่แดรี่โฮมรับซื้อจะต้องไม่ต่ำกว่าราคาตลาด อีกทั้งยังมีแรงจูงใจให้กับเกษตรกรในการทำฟาร์มอินทรีย์ด้วยการตั้งราคารับซื้อ น้านมดิบที่สูงกว่าท้องตลาดอีกด้วย ซึ่งจากกระบวนการดูแลเกษตรกรตั้งแต่การเข้าไปส่งเสริมองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ รับซื้อน้านมดิบอินทรีย์ พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกษตรกรโคนมมีศักยภาพในการผลิต ส่งผลให้เกษตรกรมีชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ถือได้ว่าสอดคล้องกับแนวทางของการทำธุรกิจเพื่อสังคมที่มีเป้าหมายหลักในการแก้ปัญหาสังคม โดยแดรี่โฮมมีความตั้งใจทำโรงงานนมให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคม เพราะโรงงานนมเป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการสร้างผลกระทบที่ดีต่อสังคม และมีความเกี่ยวข้องกันระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค โดยบริษัทจะนำกำไรจากการทำธุรกิจไปสร้างประโยชน์ต่อเกษตรกรให้มากที่สุด และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมให้มากขึ้น

2. ชุมชน แนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับชุมชน ไม่เพียงแต่การไม่ปล่อยของเสียและมลภาวะออกนอกโรงงาน แดรี่โฮมยังมีกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างโครงการอนุรักษ์ลำน้ำมวกเหล็กที่จัดมาตั้งแต่ พ.ศ. 2551 โดยรณรงค์ให้คนในชุมชนไม่ทิ้งขยะและไม่ปล่อยของเสียลงในแม่น้ำ ขณะเดียวกัน มีการสร้างฝายกักเก็บน้ำที่ต้นลำน้ำมวกเหล็กเพื่อแก้ปัญหาน้ำแล้งของคลองมวกเหล็กในช่วงฤดูแล้ง และเป็นการสร้างความชุ่มชื้นที่เกิดประโยชน์ของพืชและสัตว์

นอกจากนั้น มีการจัดโครงการ 14 ทีมทำดีเมื่อ พ.ศ. 2559 แบ่งพนักงานออกเป็น 14 กลุ่ม สำหรับทำกิจกรรมเพื่อสังคมในจังหวัดนครราชสีมา โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นเกี่ยวข้องกับภัยหลายมิติ ทั้งสิ่งแวดล้อม โรงเรียน เด็ก เป็นต้น

3. พนักงาน มีแนวทางการดูแลพนักงานใน 3 ประเด็นหลัก กล่าวคือ มีค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ซึ่งพนักงานต้องได้ค่าตอบแทนที่สมเหตุสมผล อย่างน้อยที่สุดก็ต้องได้ค่าแรงขั้นต่ำตามมาตรฐานกฎหมาย และหากทำงานล่วงเวลาก็จะได้เงินค่าตอบแทนเช่นกัน ถัดมาคือเรื่องของการพัฒนาศักยภาพ ด้วยการจัดอบรมพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงานเพื่อยกระดับพนักงานให้มีศักยภาพมากขึ้น อันจะส่งผลต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และแนวทางสุดท้าย คือสนับสนุนให้พนักงานมีอาชีพเสริม เพื่อให้พนักงานมีรายได้เพิ่มจากการทำงานปกติ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถผลิตสินค้าของตัวเองแล้วนำมาวางจำหน่ายที่ร้านขายสินค้าของแดรี่โฮมได้ ขณะเดียวกัน มีการจัดฝึกอบรมอาชีพให้ด้วย

4. ลูกค้า หลักการที่แดรี่โฮมยึดมั่นในการแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้า คือ การทำสินค้าให้ดี มีคุณภาพโดยบริษัทมุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมและการวิจัยในการพัฒนาสินค้าร่วมกับนักวิจัยในมหาวิทยาลัย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ถือว่าสร้างความโดดเด่น คือ นมก่อนนอน หรือ Bed Time Milk อันเป็นผลงานวิจัยและพัฒนาาร่วมกันของแดรี่โฮมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ขณะเดียวกัน ราคาสินค้าต้องเป็นธรรมกับผู้บริโภค โดยบริษัทมีข้อกำหนดในการทำธุรกิจชัดเจนว่ากำไรสุทธิของธุรกิจอยู่ที่ 5% ถือว่าเพียงพอแล้วต่อการนำเงินส่วนนี้ไปใช้ในการลงทุนต่อไป

ส่วนที่ 2 กระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในบริษัทแดรี่โฮม จำกัด

เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมได้ถูกผนวกเข้าไปกับทุกส่วนงานขององค์กร และมีรูปแบบการสื่อสารผสมผสานกันของการสื่อสารที่เป็นทางการ ซึ่งมีทิศทางการไหลของข้อมูลข่าวสาร 4 รูปแบบ ได้แก่ การสื่อสารแนวดิ่ง การสื่อสารแนวตั้ง การสื่อสารแนวนอน และการสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ ขณะเดียวกัน มีรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการอีกด้วย โดยในส่วนของการสื่อสารที่เป็นทางการ มีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ดังนี้

1. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า เป็นช่องทางการสื่อสารที่แดรี่โฮมใช้มากที่สุด โดยมีทิศทางการสื่อสารแนวดิ่งจากผู้บริหารไปยังพนักงาน และการสื่อสารแนวตั้ง

จากพนักงานไปยังผู้บริหาร ผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารผ่านการประชุม รวมทั้งการอบรมพนักงานใหม่ ประเด็นในการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับทิศทางการดำเนินงาน การทำงานกับแคร์โฮม และนโยบายของบริษัทหรือศีล 3 ข้อ เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจตรงกันและปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ขณะเดียวกัน หากมีโครงการหรือกิจกรรมใหม่ๆ ก็จะใช้วิธีการเรียกประชุมเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร ซึ่งยังหมายรวมถึงการประชุมภายในฝ่ายของตัวเอง โดยมีทั้งการบอกเล่าของผู้จัดการฝ่ายที่ได้ไปประชุมมากับผู้บริหาร แล้วนำมาถ่ายทอดให้กับหัวหน้าแผนก และพนักงานในฝ่าย อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงานมากที่สุด แต่ก็มีข้อเสียคือ พนักงานไม่กล้าแสดงความคิดเห็นต่อผู้บริหาร อาจเป็นเพราะความแตกต่างระหว่างสถานภาพ ทำให้พนักงานรู้สึกไม่สะดวกใจในการแสดงความคิดเห็นเท่าที่ควร ส่งผลให้ผู้บริหารอาจไม่ได้รับข้อมูลหรือความคิดเห็นจากพนักงานได้ตามต้องการ

นอกจากนั้น ยังมีทิศทางการสื่อสารแนวนอนที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งเดียวกัน หรือพนักงานมีการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งพนักงานจะแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นภายในฝ่ายของตนเอง เช่น หากได้รับนโยบายการทำงานมาจากผู้บริหาร พนักงานก็จะมีการพูดคุยกันว่าเจ้านายนโยบายมาปรับใช้กับการทำงานภายในฝ่ายอย่างไร ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล และการประชุมกลุ่ม รวมถึงมีทิศทางการสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ เพราะเป็นองค์กรขนาดเล็ก พนักงานจึงมีความใกล้ชิดกัน ส่งผลให้เกิดการสื่อสารระหว่างพนักงานที่อยู่คนละสายและอยู่ต่างระดับกันด้วย

2. การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ฝ่ายบริหารส่งข้อมูลมายังพนักงาน ซึ่งเป็นการสื่อสารแนวดิ่ง เพื่อนำเสนอถึงนโยบายหรือแนวทางการปฏิบัติงานขององค์กร โดยมีการจัดทำหนังสือคู่มือการทำงาน (Work Instruction) ที่อธิบายถึงกฎระเบียบในการทำงานเพื่อปฏิบัติตามมาตรฐานของ GMP HACCP และ ISO 50001

3. บอร์ดประชาสัมพันธ์ บริษัทมีการติดตั้งบอร์ดประชาสัมพันธ์ในห้องพักพนักงาน ส่วนใหญ่เป็นการติดประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดในการทำงาน หรือเอกสารคำสั่งเมื่อมีกฎระเบียบใหม่ๆ และเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท

4. การสื่อสารทางออนไลน์ แบ่งเป็น 2 ช่องทาง คือ การสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) และอีเมลในส่วนของการสื่อสารผ่านไลน์จะมีทิศทางการสื่อสารแนวดิ่ง และการสื่อสารแนวนั่ง โดยแคร์โฮมได้ใช้ไลน์ติดต่อกับพนักงานผ่านไลน์กลุ่มภายใต้ชื่อ

พัฒนาองค์กร ส่วนใหญ่เป็นฝ่ายบริหารที่ส่งข้อมูลเข้าไปในไลน์กลุ่มนี้ ทั้งเรื่อง การปฏิบัติงานกิจกรรมเพื่อสังคม รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ โดยพนักงานมีการตอบรับ หรือแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ ขณะที่อีเมลจะเป็นการสื่อสารแนวนอนของพนักงาน ด้วยกันเอง สำหรับการพูดคุยถึงแผนการทำงานหลังจากที่รับนโยบายมาจากผู้บริหาร รวมถึงมีทิศทางการสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับในกรณีเกิดการทำกิจกรรม เพื่อสังคม แล้วต้องมีการอีเมลปรึกษารายละเอียดระหว่างผู้เข้าร่วมโครงการ ซึ่งอยู่คนละสายงานหรือต่างระดับกัน

5. การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ จะเป็นลักษณะของการจัดกิจกรรม จิตอาสา หรือกิจกรรมเพื่อสังคม อาทิ การบริจาคเลือด การทำผ้ายและทำความสะอาด ลานน้ำมวกเหล็ก การออกไปมอบของขวัญวันเด็กตามโรงเรียนต่างๆ ในวันเด็ก การไปช่วยปรับปรุงโรงเรียนและห้องน้ำ เป็นต้น

6. กล้องรับความคิดเห็น พนักงานสามารถเสนอประเด็นปัญหาต่างๆ หรือเสนอข้อคิดเห็นในการปรับปรุงหรือพัฒนาองค์กรได้ ซึ่งแดรี่โฮมได้ตั้งกล่อง รับความคิดเห็นไว้ 4 แห่ง คือ หน้าออฟฟิศสำนักงาน ห้องพักพนักงาน และอีก 2 แห่ง บริเวณห้องรับประทานอาหารของพนักงาน

สำหรับรูปแบบการสื่อสารไม่เป็นทางการหรือรูปแบบการสื่อสารแบบพวงอูงุ่น มีทั้งช่องทางการสื่อสารแบบเผชิญหน้า การสื่อสารทางออนไลน์ และการจัดกิจกรรม เสริมสร้างความสัมพันธ์ โดยตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ โครงการ 14 ทีมทำดี ซึ่งมีทิศทางการสื่อสารแบบพวงอูงุ่น 3 รูปแบบ กล่าวคือ พนักงานมีการสื่อสารแบบ ชุบซิบเกิดขึ้นเมื่อหัวหน้ากลุ่มไปประชุมกัน แล้วกลับมาบอกเล่าเรื่องราวให้กับกลุ่ม ของตัวเอง อันเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มคนทั้งหมดจากบุคคลเดียว รวมถึงมีการสื่อสารรูปแบบโซ่เส้นเดียว ด้วยพนักงานคนหนึ่งส่งต่อข้อมูลไปยังพนักงาน อีกคน และผู้รับก็ได้บอกต่อไปยังพนักงานอีกคน หรือส่งต่อข้อมูลไปยังคนที่ไม่ได้เข้าร่วม ประชุมในครั้งนั้นๆ โดยเป็นการกระจายข่าวสารในลักษณะของเส้นตรง

ไม่เพียงเท่านั้น ยังมีรูปแบบการสื่อสารแบบกลุ่มที่บุคคลซึ่งได้รับข้อมูล ทำการเผยแพร่ข้อมูลนั้นๆ ไปยังกลุ่มคนและบางคนในกลุ่มได้กระจายต่อไปยังกลุ่มอื่น โดยพนักงานแดรี่โฮมได้คุยกันถึงเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมกับเพื่อนที่อยู่แผนกเดียวกัน รวมถึงในช่วงพักกลางวันหรือช่วงเวลาวางจากการทำงาน และได้เจอกันเพื่อนต่างแผนก ก็จะมีการบอกต่อเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างกันด้วย แล้วเพื่อนต่างแผนกนั้นๆ ก็จะนำเรื่องราวไปสื่อสารกับเพื่อนแผนกของตนต่อไป

อย่างไรก็ดี จากการสัมภาษณ์พนักงานทั้ง 2 ท่าน พนักงานได้ให้ข้อเสนอแนะว่า บริษัทควรเพิ่มกล่องรับความคิดเห็นให้ครอบคลุม รวมถึงควรจัดทำหอกระจายข่าว หรือเสียงตามสาย ถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ให้พนักงานได้รับฟังในช่วงพักทำงาน นอกจากนี้ ควรจัดทำแผ่นพับบอกเล่าเกี่ยวกับเกร็ดความรู้เรื่องต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม GMP ซึ่งพนักงานสามารถหยิบมาอ่าน ในช่วงเวลาว่างได้

ส่วนที่ 3 กระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกบริษัท แดรี่โฮม จำกัด

การสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกบริษัท แดรี่โฮม จำกัด เป็นการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4 กลุ่ม คือ ผู้ป้อนวัตถุดิบ ชุมชน ลูกค้า และ สื่อมวลชน ผ่านทิศทางการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน

1. ผู้ป้อนวัตถุดิบ มี 2 กลุ่ม คือ เกษตรกรโคนม และเกษตรกรปลูกพืชอาหารสัตว์ โดยปัจจุบันมีเกษตรกรโคนมที่ทำงานด้วยกัน 22 ฟาร์ม และเกษตรกรปลูกพืชอาหารสัตว์รายใหญ่ 1 ราย มีการสื่อสารผ่านช่องทางดังต่อไปนี้

1) การสื่อสารแบบเผชิญหน้า เริ่มจากการจัดตั้งทีมส่งเสริมออกไปให้ความรู้ และข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ให้กับเกษตรกรในจังหวัดสระบุรี จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดลพบุรี โดยมีทั้งการนัดประชุมหมู่บ้าน และเข้าไปหาเกษตรกรตามแต่ละบ้าน ขณะเดียวกัน มีการจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ด้วยการจัดทริปนอกสถานที่ และจัดประชุมประจำเดือนในแต่ละฟาร์มของเกษตรกร โดยจะหมุนเวียนสถานที่ในทุกเดือน

2) สื่อสิ่งพิมพ์ แดรี่โฮมมีคู่มือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกษ.) ให้กับเกษตรกร และเอกสารแผ่นพับที่ให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ประกอบกัน นอกจากนี้ มีการจัดทำจดหมายสำหรับการเชิญเกษตรกรเครือข่ายเข้าร่วมประชุม เมื่อมีประเด็นใหม่ๆ รวมถึงมีการสื่อสารผ่านจดหมายสำหรับแจ้งเตือน เมื่อพบว่าเกษตรกรมีการทำผิดกฎระเบียบของการทำเกษตรอินทรีย์ หรือเมื่อคุณภาพน้ำนมดิบ ไม่ได้เกณฑ์มาตรฐานตามกำหนด โดยจะเป็นการแจ้งเตือนเฉพาะราย

3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการติดต่อผ่านโทรศัพท์ ส่วนใหญ่เป็นกรณีเร่งด่วน อยากรับทราบปัญหาเกษตรกรรายนั้นๆ มีปัญหาเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ หรือน้ำนมดิบไม่ได้มาตรฐาน และมีการแจ้งเตือนทางจดหมายไปแล้ว 2 ครั้ง แต่ไม่มีการดำเนินการแก้ไขหรือปรับปรุงใดๆ

4) สื่อทางออนไลน์ เป็นการสื่อสารผ่านทางไลน์ (LINE) อย่างกลุ่มแตรโฮม ออร์แกนิก ซึ่งเป็นกลุ่มสำหรับเกษตรกรโคนม และเกษตรกรปลูกพืชอาหารสัตว์ และมีการจัดตั้งไลน์กลุ่มที่แบ่งย่อยตามระดับของการทำเกษตรอินทรีย์ด้วย โดยไลน์กลุ่มเป็นช่องทางสำคัญของการสื่อสารระหว่างแตรโฮมกับเกษตรกร ในพูดคุยกันถึงเรื่องเกษตรอินทรีย์ อัปเดตองค์ความรู้ใหม่ๆ หรือการปรึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับฟาร์ม รวมถึงแจ้งวันนัดประชุมประจำเดือน เป็นต้น

5) การจัดกิจกรรม ส่วนใหญ่เป็นการอบรมให้ความรู้และการพาไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ทั้งของรัฐและเอกชน ที่มีการดำเนินงานด้านเกษตรอินทรีย์ และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำแบบอย่างที่ได้เรียนรู้มาปรับใช้กับฟาร์มของตนเอง

2. ชุมชน ช่องทางการสื่อสารที่แตรโฮมใช้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน คือ การสื่อสารแบบเผชิญหน้าด้วยการใช้สื่อบุคคล หรือพนักงานเข้าถึงชุมชน ผ่านทีมซีเอสอาร์หรือทีมชุมชนสัมพันธ์ ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคมที่จัดขึ้นมีดังนี้

1) โครงการอนุรักษ์ลำน้ำมวกเหล็ก มีกิจกรรมหลัก คือ ทำความสะอาดลำน้ำ ทั้งการเก็บขยะ การกำจัดผักตบชวา และวัชพืช ขณะเดียวกัน มีการสร้างฝายสำหรับกักเก็บน้ำไว้ในหน้าร้อน ทั้งนี้ แตรโฮมจัดทำโครงการนี้ขึ้นมาก่อน แล้วหาพันธมิตรในพื้นที่เข้าร่วมโครงการ เพราะต้องการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด โดยมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และชาวบ้านเข้าร่วมโครงการ ตั้งแต่ระดับจังหวัด อำเภอ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการรีสอร์ท

2) โครงการ 14 ทีมทำดี เป็นโครงการที่พนักงานของแตรโฮมเข้าไปดูแลชุมชนที่อยู่โดยรอบบริษัท กิจกรรมส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเด็ก โรงเรียน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เช่น ทีมที่ทำกิจกรรมกับโรงเรียนจะเข้าไปปรับปรุงอาคาร มอบอุปกรณ์การเรียน และชุดนักเรียนให้กับนักเรียนที่ยากจน และส่งเสริมให้นักเรียนปลูกผัก เพื่อให้เกิดรายได้สำหรับนำมาใช้ทำกิจกรรมในโรงเรียน

3) กิจกรรมอื่นๆ แตรโฮมได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมตามวาระและโอกาส เช่น สนับสนุนข้าว น้ำ และนมให้กับตำรวจซึ่งประจำจุดบริการประชาชนที่บึงกาฬ มิตรภาพ และกลางดง ในช่วงเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์พร้อมกับสนับสนุนอุปกรณ์กู้ภัยประจำรถกู้ชีพของมูลนิธิสว่างวิเศษ เพื่อใช้ในการช่วยเหลือผู้ประสบอุบัติเหตุ

3. ลูกค้า การสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างแตรโฮมกับลูกค้า แบ่งออกเป็น 3 ช่องทางใหญ่ๆ ดังนี้

1) การสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ มีการประทับตรา Organic Thailand สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์มาตรฐานของไทยไว้ข้างขวดนม และถ้วยโยเกิร์ตที่ทำมาจากพลาสติกชีวภาพที่มีการระบุข้อความไว้บนฝาของถ้วยโยเกิร์ตเช่นกัน

2) การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ด้วยการออกบูธจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ ซึ่งนอกจากพนักงานจะมีการแนะนำสินค้าแล้ว ยังมีการบอกเล่าให้ลูกค้าฟังถึงการผลิตนมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำที่เป็นอินทรีย์ทั้งกระบวนการอีกด้วย

3) การสื่อสารทางออนไลน์ มีทั้งหมด 7 ช่องทาง ได้แก่

- เว็บไซต์องค์กร มีการจัดทำเว็บไซต์ <http://www.dairyhome.co.th> ภายในเว็บไซต์บอกเล่าถึงความเป็นมาของบริษัท กระบวนการผลิตสินค้าที่เป็นอินทรีย์ ร้านอาหารแดรี่โฮม รวมถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่แดรี่โฮมจัดจำหน่าย ตลอดจนมีการนำเสนอข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร โดยจากเว็บไซต์ได้มีการเชื่อมต่อไปยังช่องทางการสื่อสารอื่นอย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และ <https://th.tripadvisor.com/>

- ยูทูบ (YouTube) จะเป็นคลิปรายการ Guide Life - Business Guide ของสมาชิกยูทูบที่ใช้ชื่อว่า thearokaya ซึ่งนำเสนอเรื่องราวของแดรี่โฮมในแง่ของการทำธุรกิจฟาร์มโคนมปลอดสารพิษ คลิปได้เผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2551 มีทั้งหมด 2 คลิปวิดีโอ โดยแดรี่โฮมไม่มีการจัดทำ Account ของตัวเองบนยูทูบ

- เว็บไซต์ <https://th.tripadvisor.com/> เว็บไซต์นี้จะแสดงผลถึงร้านอาหารแดรี่โฮม โดยเป็นการรีวิวภาพและข้อความของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการร้านอาหารและซื้อสินค้าของแดรี่โฮม ซึ่งมีทั้งแง่บวกและแง่ลบ เนื้อหาของรีวิวจะเกี่ยวกับบรรยากาศร้านอาหาร รสชาติของอาหาร พร้อมบอกเล่าถึงคุณภาพสินค้าของแดรี่โฮม ขณะเดียวกัน มีบางรีวิวที่กล่าวถึงความเป็นออร์แกนิกของแดรี่โฮมอีกด้วย

- เฟซบุ๊ก (Facebook) แดรี่โฮมจัดทำเฟซบุ๊กขึ้นมาสองเพจ โดยเพจแรกคือ dairyhome farm shop ส่วนใหญ่แล้วนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ทั้งกระบวนการผลิตนมอินทรีย์ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่จัดจำหน่าย การเปิดร้านสาขาใหม่ รวมถึงข้อมูลความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนเพจที่สอง คือ ร้านอาหารแดรี่โฮมชมสวน มีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลคล้ายคลึงกับเพจ dairyhome farm shop แต่จะโพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมและการดูแลสิ่งแวดล้อมมากกว่า โดยจะอัปเดตความคืบหน้าของกิจกรรมเพื่อสังคมที่แดรี่โฮมได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาเฟซบุ๊กทั้ง 2 พบว่าเพจ dairyhome farm shop มีการโพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับเพจร้านอาหารแดรี่โฮมชวน และในโพสต์มีการติดแฮชแท็ก (#) หลายคำ คำที่ใช้ก็จะเกี่ยวข้องกับบริษัทอย่าง แดรี่โฮม ออร์แกนิกสินค้าเพื่อสุขภาพ นอกจากนั้น ยังมีการทำโฆษณาแบบ Promoted Posts ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โพสต์ของแดรี่โฮมถูกรับรู้มากขึ้นในกลุ่มของผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก

- แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) ใช้ชื่อว่า @dairyhome โดยช่องทางการสื่อสารนี้ถูกระบุไว้บนเฟซบุ๊กเพจ dairyhome farm shop ผ่านภาพหน้าปก (Cover Photo) และได้สอดแทรกลงไปเป็นภาพต่างๆ ที่โพสต์ลงเฟซบุ๊กด้วย

- ทวิตเตอร์ (Twitter) มีการใช้งานทวิตเตอร์ภายใต้บัญชีผู้ใช้ชื่อ @Dairyhomemilk เนื้อหาที่ทวิตส่วนใหญ่บอกเล่าถึงความเป็นออร์แกนิกของผลิตภัณฑ์แดรี่โฮม การทำฟาร์มเกษตรอินทรีย์ บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากพลาสติกชีวภาพ และร้านอาหารแดรี่โฮมชวน อีกทั้งยังข้อความจะมีลิงก์เชื่อมโยงไปยังอินสตาแกรมของแดรี่โฮมที่จะให้รายละเอียดขยายความเพิ่มเติมจากทวิตนั้นๆ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันทวิตเตอร์ดังกล่าวไม่มีการเคลื่อนไหวใดๆ โดยมีการทวิตครั้งสุดท้ายในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559

- อินสตาแกรม (Instagram) ใช้ชื่อว่า dairyhome_organic_milk ภายในอินสตาแกรมมีการนำเสนอภาพและข้อมูลคล้ายคลึงกับเนื้อหาของเฟซบุ๊ก ซึ่งนอกจากแดรี่โฮมจะนำเสนอข้อมูลด้วยเนื้อหาที่ตัวเองจัดทำขึ้นแล้ว ยังได้ดาวน์โหลดภาพจากอินสตาแกรมของบัญชีผู้ใช้อื่นซึ่งอัปเดตภาพเกี่ยวกับแดรี่โฮมมาแนะนำเสนอผ่านอินสตาแกรมของแดรี่โฮมเองด้วย

สำหรับผลจากการสัมภาษณ์ลูกค้าของบริษัท แดรี่โฮม จำกัด ลูกค้าแบบ Business-to-Business (B2B) ระบุว่ามีการสื่อสารกับแดรี่โฮมผ่านทางโทรศัพท์ และพนักงานที่มาส่งสินค้าให้ แต่เป็นเพียงการพูดคุยกันถึงเรื่องการสั่งและส่งสินค้าเท่านั้น โดยให้ข้อเสนอแนะว่า แดรี่โฮมควรทำเอกสารเกี่ยวกับกระบวนการทำเกษตรอินทรีย์มาให้ผู้จัดทำนายสินค้าเพื่อสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้ หรือจัดทำชาร์ตแสดงกระบวนการผลิตของแดรี่โฮมมาแล้วติดภายในร้าน เพื่อให้ลูกค้าใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า ขณะที่ผลจากการสัมภาษณ์ลูกค้าแบบ Business-to-Customer (B2C) พบว่า ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของแดรี่โฮมผ่านทางเว็บไซต์องค์กรช่องทางเดียว โดยให้คำแนะนำว่า แดรี่โฮมควรทำการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อออฟไลน์และออนไลน์

4. สื่อมวลชน แดรี่โฮมให้ความสำคัญในการสื่อสารกับสื่อมวลชนท้องถิ่นมากกว่าสื่อส่วนกลาง เพราะมองว่ากิจกรรมเพื่อสังคมที่จัดขึ้นอยู่ในพื้นที่โรงงาน ซึ่งสื่อมวลชนท้องถิ่นที่แดรี่โฮมติดต่อด้วยมีทั้งหมด 4 ราย ได้แก่ นักข่าวของไทยรัฐ นักข่าวเคเบิลทีวีท้องถิ่นของจังหวัดสระบุรี นักข่าววิทยุชุมชนรายการ มวกเหล็ก สไมล์เรดิโอ และนักข่าวสตรีทเกอร์โดยจะเป็นการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์เพื่อเชิญให้มางานแถลงข่าวของกิจกรรมเพื่อสังคมที่จัดขึ้น โดยในส่วนของ การสื่อสารกับสื่อมวลชนส่วนกลางนั้น จะเป็นสื่อมวลชนที่ติดต่อมาทางแดรี่โฮมเองในการขอสัมภาษณ์เพิ่มเติม

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนส่วนกลางพบว่า ทั้งสองท่านไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารจากแดรี่โฮมโดยตรงแต่เป็นการได้รับข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานอื่นอย่างงานแถลงข่าวที่แดรี่โฮมเข้าร่วมด้วยโดยสื่อมวลชนให้ข้อเสนอแนะว่าแม้แดรี่โฮมจะเป็นธุรกิจเอสเอ็มอี แต่ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับสื่อมวลชนด้วยไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารด้วยตัวเอง หรือการให้บริษัทตัวแทนด้านการประชาสัมพันธ์ (PR Agency) เข้ามาช่วยติดต่อสื่อสารกับสื่อมวลชน เพราะแม้บริษัทมีสินค้าที่ดี สามารถดึงดูดความสนใจของสื่อมวลชนให้เข้ามาติดต่อขอข้อมูล แต่ก็มีบริษัทจำนวนไม่น้อยที่มีสินค้าโดดเด่นแต่ยังไม่เป็นที่รับรู้เท่าที่ควร ดังนั้น จึงเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับองค์กรที่ต้องติดต่อกับสื่อมวลชน เพราะเป็นช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ก็เป็นเครื่องมือสื่อสารสำคัญที่ทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น อันเป็นวางรากฐานให้แบรนด์และองค์กรเติบโตในระยะยาว

อภิปรายผลการวิจัย

1. นโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทแดรี่โฮม จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า บริษัท แดรี่โฮม จำกัด มีนโยบายการดำเนินธุรกิจ 3 ข้อ คือ Good Clean และ Fair ที่ครอบคลุมทั้งแนวปฏิบัติในการผลิตสินค้า และการปฏิบัติต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นนโยบายการทำธุรกิจที่เป็นเนื้อเดียวกับนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม หรือกล่าวอีกทางหนึ่งคือ กลยุทธ์ทางธุรกิจมีความเชื่อมโยงกันระหว่างเป้าหมายทางเศรษฐกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ถือว่าเป็นพัฒนาการสูงสุดของการนำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาในองค์กรตามแนวคิดของ อนันตชัย ยूरประถม (2556) ที่ให้มุมมองไว้ว่า แท้จริงแล้วธุรกิจ

ไม่ได้สร้างกำไรเพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถสร้างคุณค่าผสมในการดำรงอยู่ของธุรกิจได้ด้วย โดยบูรณาการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในเนื้อหาขององค์กร เพื่อสร้างผลกำไรไปพร้อมกับการสร้างเศรษฐกิจที่ดีให้กับชุมชน ทำให้สังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสร้างความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

ทั้งนี้ แดรี่โฮมได้นำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาอยู่ในกระบวนการทำงาน เห็นได้จากนโยบาย Good Clean และ Fair พร้อมกับมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม และมีแผนที่จะทำโรงงานนมให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคม โดยนำกำไรจากการจำหน่ายนมกลับไปสร้างประโยชน์ให้เกษตรกรและสังคม อันเป็นไปตามกรอบกิจการเพื่อสังคมของสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) (อ้างถึงใน ภัทรพร แยมละอ, 2559) ที่ระบุว่า กิจการเพื่อสังคม คือ ธุรกิจหรือองค์กรที่ตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม/สิ่งแวดล้อม มีรายได้หลักมาจากการค้าหรือการให้บริการสามารถพึ่งพาตนเองทางการเงินได้ และนำผลกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคมที่ตั้งไว้

การดำเนินงานเหล่านี้ ยังสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสถาบันไทยพัฒนา (2553) ในประเภท Corporate-driven CSR เป็นการดำเนินกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก ประกอบด้วย CSR in process การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ CSR after process การทำกิจกรรมที่แยกต่างหากจากการทำธุรกิจ และ CSR as process การดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง

2. กระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในบริษัท แดรี่โฮม จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร ซึ่งเป็นการสื่อสารกับพนักงานนั้น มีทั้งทิศทางการสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยการสื่อสารที่เป็นทางการมีทั้งหมด 6 ช่องทาง ได้แก่ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางออนไลน์ การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ และกล่องรับความคิดเห็น

อย่างไรก็ดี ช่องทางการสื่อสารที่เลือกใช้มากที่สุด คือ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ทั้งการพูดคุยระหว่างบุคคลและการประชุมในการถ่ายทอดนโยบายจากผู้บริหาร และพนักงานรับนโยบายมาพูดคุยปรึกษาเพื่อแปรผลสู่แนวทางการดำเนินงาน ซึ่งการสื่อสารแบบเผชิญหน้าเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงพนักงานได้รวดเร็วที่สุด และรู้ผลตอบรับ

ได้ทันที เพราะธุรกิจเอสเอ็มอีมีจำนวนพนักงานไม่เยอะเหมือนองค์กรขนาดใหญ่ และมีลำดับชั้นของโครงสร้างองค์กรที่ไม่ซับซ้อน ดังแนวคิดของ Green (2017) ที่ว่า การสื่อสารแบบเผชิญหน้าในธุรกิจขนาดเล็กนั้น ผู้นำองค์กรสามารถสื่อสารกับคนในองค์กรได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นการประชุมใหญ่ของบริษัทที่พนักงานทุกคนมาเข้าร่วม หรือการประชุมกลุ่มเล็ก แต่กระนั้น ไม่ได้หมายความว่าธุรกิจขนาดเล็กไม่ควรสื่อสารผ่านช่องทางอื่น เพียงแต่ช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ไม่มีประสิทธิภาพเท่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่ผู้นำองค์กรสามารถสร้างพนักงานให้รู้สึกผูกพัน และเข้าถึงเป้าหมายขององค์กรได้

สำหรับการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ ได้แสดงให้เห็นชัดเจนผ่านการทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพราะมีการสื่อสารกันระหว่างพนักงาน โดยไม่ได้ยึดกับตำแหน่งตามโครงสร้างองค์กร ซึ่งการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการส่งผลดีต่อการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของแตรี่โฮม เพราะช่วยกระตุ้นให้พนักงานเกิดความตื่นตัวในการมีส่วนร่วมมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์: บริษัท ซี.พี.แลนด์ จำกัด (มหาชน) ของ วิณูรามหามิตร (2554) ซึ่งระบุว่า การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการนั้น เป็นความสัมพันธ์แบบมิตรภาพระหว่างเพื่อนพนักงาน องค์กรสามารถใช้ความสัมพันธ์นี้ในการแบ่งปันข่าวสาร สร้างการมีส่วนร่วม หรือบอกต่อถึงกิจกรรมเพื่อสังคมแก่บุคลากร ถือเป็นการสื่อสารสองทางที่มีประสิทธิภาพ และช่วยลดช่องว่างระหว่างคณะทำงานและพนักงานได้เป็นอย่างดี

3. กระบวนการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกบริษัท แตรี่โฮม จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกบริษัท แตรี่โฮม จำกัด เป็นการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ป้อนวัตถุดิบ ชุมชน ลูกค้า และสื่อมวลชน ซึ่งมีกระบวนการสื่อสารกับแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1) ผู้ป้อนวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าผ่านทีมส่งเสริมในการเข้าไปปรับเปลี่ยนทัศนคติของเกษตรกรให้หันมาทำเกษตรอินทรีย์ โดยช่องทางการสื่อสารระหว่างแตรี่โฮมกับเกษตรกรครอบคลุมตั้งแต่เกษตรกรอินทรีย์ และเข้ามาเป็นเกษตรกรเครือข่าย ซึ่งสอดคล้องกับที่ Aromäki (2011) ระบุว่า บริษัทต้องทำการสื่อสารกับผู้ป้อนวัตถุดิบอย่างต่อเนื่องใช้ช่องทางการสื่อสารที่ผู้ป้อนวัตถุดิบยอมรับและนิยมใช้

พร้อมกับทำการฝึกอบรมและนัดพบปะกับผู้ป้อนวัตถุดิบ ซึ่งจะทำให้การทำงานร่วมกันมีความราบรื่นและดำเนินไปในระยะยาว

2) ชุมชน เพราะการทำธุรกิจจะต้องได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากชุมชน แดรี่โฮมจึงเน้นช่องทางการสื่อสารแบบเผชิญหน้าในการให้ทีมซีเอสอาร์เข้าถึงชุมชน ขณะเดียวกัน มีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม โดยกิจกรรมที่แดรี่โฮมจัดขึ้นและถือว่าสอดคล้องกับแนวทางของการทำการตลาดเพื่อสังคม คือ โครงการอนุรักษ์ลำน้ำมวกเหล็ก ซึ่งเมื่อวิเคราะห์แนวทางดำเนินงานของโครงการนี้กับลักษณะการตลาดเพื่อสังคมของสมพล วันตะเมล์ (2550, น. 49-66) พบว่า มีเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมที่เกี่ยวข้องกับคนหลายกลุ่ม ทั้งชาวบ้านในชุมชน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อเปลี่ยนแปลงความคิดและการกระทำในการไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำพร้อมกับร่วมรักษาลำน้ำ

3) ลูกค้า จากการศึกษาพบว่า แดรี่โฮมสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุด กระนั้น บางช่องทางการสื่อสารกลับไม่มีความเคลื่อนไหวใดๆ และไม่มีระบบการดูแลให้ช่องทางการสื่อสารนั้นๆ อย่างชัดเจน โดยหากพิจารณาจากแนวคิดการสร้างเครือข่ายลูกค้าของ Rogers (2011) ที่ระบุว่า ในโลกยุคดิจิทัลที่ลูกค้านิยมสื่อสารผ่านทางออนไลน์นั้น องค์กรควรวางกลยุทธ์เกี่ยวกับเรื่องนี้ด้วย เพราะเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโต ทั้งยังมีผลต่อการขยายการรับรู้แบรนด์องค์กร ดังนั้น แดรี่โฮมควรตั้งทีมงานสำหรับการดูแลสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ เพื่อบริหารจัดการการสื่อสารออนไลน์อย่างมีกลยุทธ์ เพราะสื่อออนไลน์เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดเครือข่ายลูกค้า ซึ่งเป็นกลุ่มสำคัญในการช่วยให้บริษัทเติบโตและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้

4) สื่อมวลชน การสื่อสารกับสื่อมวลชนของแดรี่โฮมจะเน้นประสานงานกับสื่อมวลชนท้องถิ่นเป็นหลัก กระนั้น การทำธุรกิจของแดรี่โฮมเป็นที่รู้จักในวงกว้างและสินค้าจัดจำหน่ายไปทั่วประเทศ จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องเพิ่มความสนใจกับสื่อมวลชนส่วนกลาง เพราะสื่อมวลชนกลุ่มนี้มีอำนาจในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไปทั่วประเทศ ซึ่ง รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2558) ได้ให้ข้อมูลว่า ช่องทางการสื่อสารกับสื่อมวลชนมีหลายรูปแบบ อาทิ การจัดสัมมนาสื่อมวลชน การจัดสื่อมวลชนสัญจร การแถลงข่าว โดยแดรี่โฮมสามารถใช้ช่องทางดังกล่าวกับสื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อมวลชนท้องถิ่น เพื่อสานสัมพันธ์อันดีต่อกัน ทั้งยังส่งผลต่อการทำงานร่วมกันต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดได้กับทุกบริษัท ไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นขนาดใหญ่เท่านั้น แต่บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมก็สามารถทำได้ โดยหารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อที่เหมาะสม และสอดคล้องกับศักยภาพขององค์กร

2. ผู้บริโภคในปัจจุบันเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพัน (Engagement) กับลูกค้าผ่านช่องทางดังกล่าว เพราะมีผลอย่างยิ่งต่อการขยายการรับรู้แบรนด์องค์กร อันส่งผลต่อการบริโภคสินค้า และเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ตามมา

3. การสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมควรดำเนินอยู่บนพื้นฐานของการวางแผนอย่างมีกลยุทธ์ และต้องทำให้ครบทุกขั้นตอนของแผนงาน ตั้งแต่การวางแผน จนถึงการประเมินผล เพราะจะนำมาซึ่งการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และเกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2555). **แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ**. กรุงเทพฯ: บริษัท เมจิกเพรส จำกัด.

จณิน เอี่ยมสะอาด. (2550). **รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน. คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฏฐ์สุดา วิจิตรจามรี. (2558). **การสื่อสารในองค์กร**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.

- ทีมข่าวซีเอสอาร์. มองจากมุมป่าสาละ กองทุนปลูกธุรกิจไทยให้ยั่งยืน. (ระบบออนไลน์)
แหล่งที่มา: http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1406693474.
สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2558.
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2547). การตลาดเพื่อสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรพร แยมละออ. ทำความเข้าใจกับ 8 ประเด็นสับสน เรื่องกิจการเพื่อสังคม.
(ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: <http://www.salforest.com/blog/8-issues-se>.
สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2558). การสื่อสารองค์กร: แนวคิดการสร้างชื่อเสียงอย่างยั่งยืน.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรุรา มหามิตร. (2554). การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคมของกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์: บริษัท ซี.พี.แลนด์ จำกัด
(มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร
องค์กร. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันไทยพัฒน์. ซีเอสอาร์เทียบกับซีเอสอาร์แท้ ดูอย่างไร. (ระบบออนไลน์)
แหล่งที่มา: <http://faq.thaicrsr.com/2006/01/blog-post.html>. สืบค้นเมื่อ
3 พฤศจิกายน 2558.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2553). เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:
ผู้แต่ง.
- สมพล วันตะเมธ. การตลาดเพื่อสังคม: กลยุทธ์สำคัญเพื่อการพัฒนาประชากร.
วารสารประชากรศาสตร์, 23 (1), 49-65. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: http://www.cps.chula.ac.th/cps/pop_info_2551/Image+Data/Publications/Journal/journal-11-24/t-journal23-14f.pdf. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2558.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). สถานการณ์วิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2558. กรุงเทพฯ: ม.ป.ป.
- อนันตชัย ยुरประถม. (2556). เคลื่อนทัพ CSR อย่างไรให้ยั่งยืน. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์ บริษัท ไทภูมิ พับลิชชิ่ง จำกัด.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Thaireform. ร่างยุทธศาสตร์การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558–2560). (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: <http://www.isranews.org/thaireform/thaireform-data/item/38238-resp.html>. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2558.

ภาษาอังกฤษ

Aromäki, J. **Tips-for-successful-communication-with-suppliers**. Retrieved from: <https://www.ictstandard.org/article/2011-04-06/Tips-for-successful-communication-with-suppliers>.

French, J., Merritt, R., & Reynolds, L. (2011). **Social Marketing Casebook**. London: SAGE Publications.

Green, H. **Implementing big-business leadership in a small business**. Retrieved from: <https://www.vistage.com/research-center/leadership/20170502-effective-leadership-small-business>.

Kotler, P. & Lee, N. (2005). **Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause**. USA: John Wiley & Son Inc.

Rogers, D.L. (2011). **The Network Is Your Customer: Five Strategies to Thrive in a Digital Age**. USA: Yale University Press.

Van Riel, C. B. M. & Fomburn, C. J. (2007). **Essentials of Corporate Communication**. New York: Routledge.

World Business Council on Sustainable Development. **Corporate Social Responsibility (CSR)**. Retrieved from: <http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>.

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการเตรียมความพร้อม
ด้านภาษาและวัฒนธรรม
สู่การเป็นประชาคมอาเซียน ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
Exposure to Information, Knowledge, and Preparation for
Languages and Cultures
toward ASEAN Community of Thai Adolescents in Bangkok

สุรชาติพย์ เขียวขจี¹

กิตติมา สุรสนธิ²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับประเทศในประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมของประเทศในประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กับความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมของประเทศลาว กัมพูชา และเมียนมา 5. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กับการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา 6. เพื่อศึกษา

¹สุรชาติพย์ เขียวขจี (ว.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560)

²รองศาสตราจารย์กิตติมา สุรสนธิ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กับความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมของประเทศลาว กัมพูชา และเมียนมา และ 7. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครกับการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15-25 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประเภทแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาอธิบาย

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 19-22 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.01-3.50 มากที่สุด

2. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อจากครู อาจารย์มากที่สุด จัดอยู่ในระดับปานกลางของการเปิดรับสื่อ รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์มือถือ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว อินเทอร์เน็ต บุคลากรทางการศึกษา ไปสเตอร์/ป้าย และหนังสือเกี่ยวกับอาเซียน ตามลำดับ ส่วนการเปิดรับสื่อผ่านพับ หนังสือพิมพ์ การเข้าร่วมกิจกรรม การประชุม/อบรม/สัมมนา นิตยสารและวิทยุ มีการเปิดรับในระดับเปิดเป็นบางครั้งตามลำดับ

3. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประเทศในประชาคมอาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง แต่ในเรื่องระดับความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมของประเทศในประชาคมอาเซียน (ลาว กัมพูชา และเมียนมา) อยู่ในระดับความรู้น้อยมากที่สุด รองลงมา คือ มีความรู้ปานกลาง และมีความรู้มากตามลำดับ

4. กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะในด้านของภาษาที่ต้องใช้ในการติดต่อสื่อสารในประชาคมอาเซียน

5. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อและข่าวสารมาก แต่การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่เกิดขึ้นไม่ใช่เงื่อนไขที่จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้ที่เพิ่มมากขึ้น แต่มีผลต่อ

การเตรียมความพร้อมในการที่จะเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมาเป็นอย่างมาก ส่วนในด้านความรู้ในเรื่องของภาษาและวัฒนธรรมจะต้องอาศัยระยะเวลาในการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์

Abstract

The study of “Exposure to Information, Knowledge, and Preparation for Languages and Cultures toward the ASEAN Community of Thai Adolescents in Bangkok” has the following research objectives. Firstly, it is to study exposure to information about the countries within ASEAN Community including Laos, Cambodia, and Myanmar of Thai adolescents in Bangkok. Secondly, it is to study knowledge about languages and cultures of the countries within ASEAN Community including Laos, Cambodia, and Myanmar of Thai adolescents in Bangkok. Thirdly, it is to study preparation of the languages and cultures for ASEAN Community including Laos, Cambodia, and Myanmar of Thai adolescents in Bangkok. Fourthly, it is to study the relationship between information exposure of Thai adolescents in Bangkok and knowledge of the languages and cultures of Laos’s, Cambodia’s, and Myanmar’s. Fifthly, it is to study the relationship between information exposure of Thai adolescents in Bangkok and preparation for languages and cultures of Laos’s, Cambodia’s, and Myanmar’s for ASEAN Community. Sixthly, it is to study the relationship between media exposure of Thai adolescents in Bangkok and knowledge about the languages and cultures of Laos’s, Cambodia’s, and Myanmar’s. Lastly, it is to study the relationship between media exposure of Thai adolescents in Bangkok and preparation of the languages and cultures of Laos’s, Cambodia’s, and Myanmar’s for ASEAN Community.

This study applies quantitative research method techniques with the samples of Thai adolescents in Bangkok who have ages ranged from

15-25 years old for 400 samples. The tools used in this research surveys to collect information in terms of descriptive statistics, such as frequency, percentage, average, and standard deviation. The collected data is then translated into the explanation.

The empirical results reveal the following;

1. Most of the samples are women aging in the range between 19-22 years old having the education level of bachelor degree or equivalent and having average GPA of 3.01-3.50.

2. The samples are exposed to media from their professors the most, grouped into the medium level of media exposure, followed by social media, television, friends, family members, internet, academic personnel, poster/billboard, and books about ASEAN respectively. On the other hand, exposure to brochures, newspaper, activity participation, meeting/training/seminar, magazine, and radio is occasional respectively.

3. Information exposure of the samples to knowledge about the languages and cultures of ASEAN countries are in the medium level. However, the level of knowledge about the languages and cultures of Laos, Cambodia, and Myanmar are in the lowest followed by the medium and high level of knowledge respectively.

4. The samples have a quite low level of preparation for the languages and cultures of ASEAN Community, especially in the aspect of languages which are necessary for communication.

5. The samples have a high level of information exposure, but this exposure is not in the condition that will develop them to have more knowledge, but it has an impact on helping them to prepare for the ASEAN Community, such as Laos, Cambodia, and Myanmar considerably. In terms of knowledge about the languages and cultures dependence on time to study, and the experience is inevitable.

บทนำ

ภาษา และวัฒนธรรม ถือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญของการดำรงอยู่ของชาติพันธุ์ เป็นเครื่องช่วยบ่งบอกในความเป็นตัวตนของกลุ่มคนต่างๆ ในชาติ และเป็นสิ่งที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างเข้มแข็งและยาวนาน ภาษาจึงเป็นเครื่องจรรโลงวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นว่ามนุษย์เป็นผู้เจริญกว่าสัตว์ เพราะมีภาษาใช้ ดังนั้น หมู่ชนที่อยู่ร่วมกันในสังคมและรวมกันเป็นประเทศชาติย่อมมีภาษาประจำชาติของตนเพื่อสื่อสารทำความเข้าใจกัน และเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่ทำให้รู้ว่าเป็นชาติเดียวกัน

ต่อมาเมื่อถึงยุคล่าอาณานิคม ทำให้บางประเทศต้องสูญเสียเอกราชตกไปอยู่ในอำนาจของชาติอื่น จึงจำต้องยอมรับเอาภาษาพูดและภาษาเขียนของชนชาติที่เป็นผู้ครอบครองมาใช้ เพื่อเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงความต้องการ/ความจำเป็นแทนที่ภาษาและวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น จึงส่งผลให้ภาษาและวัฒนธรรมในภูมิภาคต่างๆ เหล่านี้ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก อาทิ ในประเทศที่เป็นเมืองขึ้นของอังกฤษ เช่น เมียนมา มาเลเซีย บรูไน สิงคโปร์ ก็จะใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาราชการ ส่วนในประเทศที่ตกเป็นเมืองขึ้นของฝรั่งเศส เช่น ลาว เวียดนาม กัมพูชา ก็จะใช้ภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาราชการ เป็นต้น และเมื่อถึงยุคที่ประเทศต่างๆ มีการพัฒนาไปอย่างมาก โลกถูกมองว่าได้ถูกหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกันหรือหมู่บ้านโลกที่เรียกว่า ยุคโลกาภิวัตน์ ที่มีลักษณะของความเป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกประเทศทั่วโลก วัฒนธรรมทั้งในเรื่องการแต่งกาย ภาษา รวมไปถึงการดำเนินวิถีชีวิตก็จะมีแบบแผนที่เหมือนและใกล้เคียงกัน จากความแตกต่างที่หลากหลายเมื่อถูกรวมเป็นหนึ่งจึงทำให้ได้เห็นถึงปัญหาต่างๆ ที่ตามมา อาทิ ปัญหาในเรื่องอัตลักษณ์กับการครอบงำทางสังคม ปัญหาในเรื่องของการรวมศูนย์กลางการสื่อสารไปอยู่ในประเทศที่ร่ำรวยและมีเทคโนโลยี จนนักวิชาการหลายคนได้กล่าวว่า เป็นรูปแบบของการล่าอาณานิคมแบบใหม่ที่ทำแทนที่จะใช้อาวุธและกำลังอย่างเช่นแต่ก่อน โดยเปลี่ยนมาเป็นการเผยแพร่ให้สังคมหรือประเทศนั้นๆ รับเอาวัฒนธรรมของตนเองไป และกลายเป็นคนที่มีแบบแผนวิถีชีวิตรวมถึงวิถีคิดแบบเดียวกับตนในที่สุด

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ประเทศในภูมิภาคต่างๆ ได้ตระหนักถึงการถูกยึดเย็ดทางวัฒนธรรม จนในที่สุดวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของตนอาจจะสูญสลายไป ดังนั้น ประเทศในภูมิภาคต่างๆ จึงได้สร้างเครื่องมือขึ้นเพื่อสร้างความมั่นคง และต้านภัยคุกคามด้านวัฒนธรรมชาติต่างๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ประเทศของตน ในการที่จะรับมือ

กับการแทรกแซงทางวัฒนธรรมจากประเทศที่ใหญ่กว่า การรวมตัวกันของประเทศแถบอาเซียนที่เรียกว่า “ประชาคมอาเซียน” ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ประเทศต่างๆ ที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จำนวน 10 ประเทศ ได้แก่ ราชอาณาจักรไทย ราชอาณาจักรกัมพูชา ราชอาณาจักรลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐสิงคโปร์ และสาธารณรัฐอินโดนีเซีย มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างประเทศในภูมิภาค อำนวยความสะดวก สันติภาพ เสถียรภาพ และความมั่นคงทางการเมือง สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้า ทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม การกีดกันอยู่ดีของประชาชน บนพื้นฐานของความเสมอภาค และผลประโยชน์ร่วมกันของประเทศสมาชิก ประกอบด้วย 3 เสาหลัก อันได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community) วิสัยทัศน์ของผู้นำอาเซียน คือ การสร้างประชาคมอาเซียนที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง มีกฎกติกาในการทำงานและมีประชาชนเป็นศูนย์กลาง

สำหรับประเทศไทย ได้ยึดถือนโยบายของอาเซียนมาปฏิบัติ โดยมีการเตรียมความพร้อมในหลายด้านที่มุ่งเน้นการสร้างสามัคคี และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศอาเซียนพร้อมกับการส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศอื่นๆ ในเอเชีย ภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ และเตรียมความพร้อมของทุกภาคส่วนในประเทศเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทั้งด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รัฐบาลมีการจัดสรรงบประมาณสำหรับการฟื้นฟูความสัมพันธ์ และพัฒนาความร่วมมือกับประเทศในภูมิภาคเพื่อกระชับความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน สนับสนุนการพัฒนานโยบาย ยุทธศาสตร์และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง ตลอดจนการเสริมสร้างเครือข่ายด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมกับประเทศสมาชิกอาเซียน ทั้งในรูปแบบ การเยือนของผู้นำระดับสูงของประเทศ การดำเนินความร่วมมือทวิภาคีควบคู่กับการส่งเสริมกิจกรรมทางการทูตในระดับประชาชนและการสร้างความเข้าใจ และตระหนักรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนในทุกภาคส่วน

ในช่วงแรกของการเปิดประเทศเข้าสู่ประชาคมอาเซียน พบว่า มีประชาชนจากประเทศข้างเคียงเข้ามาใช้ชีวิตและประกอบอาชีพอยู่ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะประชากรจากประเทศกัมพูชา ลาว และเมียนมา ซึ่งที่ผ่านมามีประเทศไทยมองคนกลุ่มเหล่านี้เป็นผู้หลบหนีเข้าเมือง และต้องจับส่งกลับไปยังประเทศของกลุ่มคนเหล่านั้นเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นตามมาภายหลัง แต่ปัจจุบันเมื่อนโยบายอาเซียนถูกนำมาใช้ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนความคิดที่มีต่อประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้เสียใหม่ โดยจะต้องเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากคนกลุ่มนี้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะทางด้านการคิด และรูปแบบวิธีการดำเนินชีวิต เพื่อให้เข้าถึงบุคคลเหล่านั้นได้มากขึ้น รวมทั้งจะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับคนกลุ่มนี้ในทางที่พึงประสงค์ให้มากขึ้น ซึ่งการเตรียมพร้อมดังกล่าวอาจมีหลายด้านและในหลายระดับ นับตั้งแต่การทางกฎระเบียบ การดำเนินการในเรื่องต่างๆ อาทิ ในเรื่องของการสื่อสาร การเพิ่ม/สร้างช่องทางในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้คนทั้งสามประเทศมีความเข้าใจอันดีต่อกันและสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพื่อทำให้มองเห็นภาพความเหมือนและความแตกต่างของประเทศเพื่อนบ้านได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับประเทศในประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมของประเทศในประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครกับความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมของประเทศลาว กัมพูชา และเมียนมา
5. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครกับการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา

6. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กับความรู้เกี่ยวกับภาษา และวัฒนธรรมของประเทศลาว กัมพูชา และเมียนมา

7. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กับการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้ เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า ลักษณะ ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือ วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง, 2521, น. 2)

ประม สตะเวทิน (2546) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกัน ในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้ จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ในการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณ แตกต่างกันไป การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้น มักไม่ค่อยมีปัญหา หรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คน ที่มีจำนวนน้อย เราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คน จำนวนมาก เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมาก เกินไป นอกจากนี้ ผู้ส่งสารยังไม่วัดจักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุด ในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสาร ทั้งสิ้น (กิตติมา สุรสนธิ, 2541, น. 15-17)

1. เพศ (Sex) หญิง ชาย มีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลาย ได้แสดงให้เห็นถึง

ความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรม และสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อนเกิดมาหลายฝน หรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิด ความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิด และสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน คนทุกๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกล้าให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียน โดยการสอดแทรกความรู้สึกรู้จักคิดของตัวให้แก่ผู้เรียน ดังนั้น การศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ปริญญ์ กองจินดา, 2549, น. 42) กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความสามารถหรือผลสำเร็จที่ได้รับจากกิจกรรมการเรียนการสอน เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและประสบการณ์เรียนรู้ทางด้านพุทธิพิสัย จิตพิสัย และทักษะพิสัย และยังได้จำแนกผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไว้ตามลักษณะของวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน

5. สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับสาร ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

6. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนา เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรม โดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต Childs (n.d. อ้างถึงใน ประม ะ สตะเวทิน, 2546, น. 7) ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางด้านประชากรนั้น ยังมีลักษณะอื่นๆ ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับการสื่อสารได้ โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกันความคิดและการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชากรด้านอื่นๆ ได้

สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” จึงต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ทางด้านประชากรศาสตร์เป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากจะทำให้เราสามารถรู้ว่าปัจจัยแต่ละปัจจัยของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกันทางด้านประชากรศาสตร์นั้น ถือเป็นตัวกำหนดขั้นพื้นฐานและทำให้รับรู้ถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันได้

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อม

พรณี เจนจิต (2545) ให้ความหมายของความพร้อมว่า เป็นสภาวะของบุคคลที่จะเรียนรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างบังเกิดผล ซึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ การได้รับการฝึกฝน การเตรียมความสนใจ และแรงจูงใจ ซึ่งแต่ละคนมีพร้อมแตกต่างกัน

กฤษดา ทองสังวร (2540) กล่าวถึงความหมายความพร้อม คือ คุณสมบัติหรือสภาวะของบุคคลที่พร้อมที่จะทำงาน หรือทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างมีแนวโน้มที่ประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การเตรียมตัวสำหรับการทำกิจกรรมนั้นๆ อย่างพร้อมมูลทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อุปกรณ์ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการเตรียมให้พร้อมย่อมจะช่วยให้การดำเนินการได้ด้วยดี

องค์ประกอบความพร้อม

Downing & Thackrey (1971) ได้แบ่งองค์ประกอบความพร้อมไว้ 4 ด้าน

ดังนี้

1. องค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Factors) ได้แก่ ความพร้อมทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม

2. องค์ประกอบทางด้านสติปัญญา (Intellectual Factors) ได้แก่ ความพร้อมทางสติปัญญา และความสามารถในการรับรู้ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการแยกแยะ การเห็น การฟัง และความสามารถในการตัดสินใจและคิดแก้ปัญหา

3. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ ความพอเพียง โอกาสในการหาประสบการณ์ทางสังคม

4. องค์ประกอบด้านอารมณ์ แรงจูงใจ และบุคลิกภาพ (Emotional Factors, Motivation and Personality Factors) ได้แก่ ความมั่นคงทางอารมณ์ จิตใจ และความต้องการที่จะเรียนรู้ เมื่อพิจารณาความหมายจากความพร้อม และแนวคิดเกี่ยวกับความพร้อมข้างต้นแล้วเราสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การเตรียมพร้อมหมายถึงการดำเนินกิจกรรมของการกระทำบางสิ่งบางอย่างที่ได้ถูกเตรียมพร้อมเพื่อให้เกิดความมั่นใจและตั้งใจในการที่จะปฏิบัติกิจกรรมนั้นๆ ให้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนคุณสมบัติ หรือสภาวะที่พร้อมจะทำงานหรือกระทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง มีแนวโน้มจะประสบผลสำเร็จลุล่วง

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media exposure)

การสื่อสารนั้น จัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ ที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแนบนอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น

ข่าวสาร จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้น ข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ Charles k. Atkin (1973) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีเหตุ

กว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

Klapper (1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน โดยเริ่มตั้งแต่การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เป็นต้น ถัดมาคือการเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ต่อไปคือการเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้ และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้น แต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าสนใจของแต่ละบุคคลด้วย และสุดท้ายคือการเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป

Becker (1978) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารดังนี้ การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่วไป การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity)

คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็ให้ความเอาใจใส่อ่าน หรือดู หรือฟังเป็นพิเศษ และการเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลที่เปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

McCombs and Becker (1979) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสารทำให้เป็นคนที่จะเห็นเหตุการณ์ทันสมัย เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันเพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้ และเพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆ ตัว

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์ หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย ดังนั้น การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” จะอาศัยทฤษฎีนี้ในการนำมาศึกษาและวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารของเยาวชนไทยเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนว่ามีความเป็นมาอย่างไร เยาวชนไทยจะเลือกเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนแบบใด ซึ่งการเปิดรับนั้นมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์ หรือบุคลิกภาพของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

4. แนวคิด ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) หมายถึง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล สื่อมวลชนหรือสื่ออื่นๆ ก็ตาม ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญที่จะทำให้คนเรารู้เท่าทันเหตุการณ์ ก้าวทันสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปสามารถนำไปใช้ประโยชน์และช่วยในการตัดสินใจในการทำกิจกรรม ตามความต้องการของแต่ละบุคคล และการที่คนเรามีความต้องการข้อมูลข่าวสารมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งต้องเปิดรับสื่อหรือข่าวสารมากขึ้นเช่นกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารได้ข้อมูลมากมายเป็นหลักฐานยืนยัน และทำให้เชื่อได้ว่าผู้รับสารนั้นสนใจข่าวสารทุกคนเสมอไป

Severin and Tancard Jr. (2001) อ้างถึงใน พิระ จิโรสถ 2547, น. 65) ได้ประมวลแนวคิดทฤษฎีทางจิตวิทยาต่างๆ ที่แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารมีกระบวนการที่ซับซ้อนในการรับรู้ และประมวลข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งทำให้เป้าประสงค์ในการส่งสารของผู้ส่งสารไม่สามารถบรรลุได้ง่ายๆ แม้ว่าสารนั้นถูกถ่ายทอด หรือส่งไปถึงผู้รับแล้วก็ตาม ซึ่งแบบแผนการใช้สื่อของผู้รับสารนั้นมีลักษณะเป็น “การเลือก” อยู่เสมอ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 63) ซึ่งอาจจะเริ่มตั้งแต่เลือกเปิดรับสื่อมวลชนหรือสื่อประเภทอื่นๆ จนกระทั่งเลือกที่จะตีความเนื้อหาสารจากสื่ออย่างไร

Becker (1978) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเมื่อต้องการให้มีความคล้อยคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ เช่น รับชมรายการโทรทัศน์ที่สนใจหรืออ่านหนังสือพิมพ์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเองก็จะเอาใจใส่เป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารตอบสนองความต้องการกระทำ หรือเรียนรู้ หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้สรุปแนวความคิดการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า การส่งข่าวสารของผู้ส่งสารผ่านสื่อต่างๆ นั้น ปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการ จะทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน ได้แก่

1. ความต้องการของผู้รับสาร ในการรับสารของบุคคลนั้น จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล ดังนี้

- 1.1 ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมของตนเอง
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้านได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

3. ความตั้งใจและประสบการณ์ เกิดขึ้นในขณะที่ยังรับสารมีความตั้งใจ จะช่วยให้ตนเองรับรู้ข่าวสารได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองต้องการ ส่วนความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วง

ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ทำให้ทราบว่าผู้รับสารมีกระบวนการในการเลือกรับสาร โดยมีองค์ประกอบหลายๆ อย่างเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง ก่อนที่จะมีการส่งไปยังผู้รับสาร หากผู้ส่งสารเข้าใจถึงกระบวนการเปิดรับสื่อแล้ว ก็จะทำให้สามารถส่งสารผ่านสื่อต่างๆ ที่ผู้รับสารสามารถเปิดรับได้ และบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารนั้นๆ

องค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ ได้แก่ ประสบการณ์ ทำให้ผู้แสวงหาข่าวสารต่างกัน การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกาย และจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน บุคลิกภาพทำให้

มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

สรุปได้ว่าการแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้ความรู้ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา ซึ่งบุคคลมีกระบวนการเลือกรับรู้ที่แตกต่างกัน ข่าวสารในการรับรู้ของบุคคลใน 3 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และกระบวนการเลือกจดจำ

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) แต่การศึกษาค้นคว้าวิจัยจะใช้แนวคิดและทฤษฎีในเรื่องเกี่ยวกับความรู้เท่านั้น

สื่อมวลชน มีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบ ว่าขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติ และเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎจราจรได้ ก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสมโดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องประกอบด้วย ความรู้ ระดับความรู้ และเครื่องมือในการวัดความรู้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 118)

สรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถทางด้านสติปัญญาของบุคคล ที่แสดงออกโดยการจำ การระลึกได้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎเกณฑ์ โครงสร้างและวิธีต่างๆ ซึ่งความรู้มีความสำคัญต่อการเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นภายหลังการรับรู้โดยแบ่งระดับความรู้ออกเป็น 6 ระดับจากง่ายสู่สิ่งที่ซับซ้อน และจากรูปธรรมสู่นามธรรม ได้แก่ ความรู้ความจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินค่า โดยมีเครื่องมือที่ใช้วัดความรู้แต่ละชนิดเหมาะสมกับการวัดความรู้ ตามคุณลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น แบบทดสอบความเรียง แบบทดสอบแบบตอบสั้น และแบบทดสอบแบบเลือกตอบ เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้นี้ ทำให้สามารถนำมาวัดระดับความรู้การวิจัยในครั้งนี้ โดยการทำเป็นแบบสอบถามเพื่อเป็นการทดสอบความรู้ในด้านภาษาและวัฒนธรรมของประเทศในประชาคมอาเซียนอันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมาของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเยาวชนไทยอายุตั้งแต่ 15-25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบผสม ทั้งวิธีอาศัยความน่าจะเป็น และไม่อาศัยความน่าจะเป็น เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบไปด้วย แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้ศึกษาคิดค้นขึ้นเองโดยอาศัยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องตามหลักทฤษฎี และการให้คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นจำนวน 400 ชุด โดย 200 ชุด แจกให้กับเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร 10 เขต คือ ปทุมวัน ห้วยขวาง สาทร วัฒนา ประเวศ บางกะปิ ลาดพร้าว บางนา มีนบุรีและดอนเมืองและอีก 200 ชุด เป็นแบบสอบถาม online ที่สร้างผ่าน Google form โดยกำหนดให้ทำเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว จึงทำการลงรหัส (Code) และประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) เพื่อบรรณค่าทางสถิติต่างๆ และอธิบายผลการศึกษาโดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างระหว่างสองกลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์

ผลการวิจัย/ สรุปผลการวิจัยเป็นกรอบแนวคิดเชิงมนทัศน์

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้านลักษณะประชากร คือ เยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15-25 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 68.3 ซึ่งมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 19-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 59.8 และมีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.01-3.50 คิดเป็นร้อยละ 39.3 มากที่สุด

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อจากสื่อ บุคคล ครู อาจารย์ มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook ASEAN THAILAND สื่อโทรทัศน์ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว Internet เช่น เว็บไซต์กรมอาเซียน หรือเว็บไซต์อื่นๆ ที่ให้ข่าวสารอาเซียน บุคลากรทางการศึกษาเช่น ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง โปสเตอร์/ป้าย หนังสือเกี่ยวกับอาเซียน แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ การเข้าร่วม กิจกรรมต่างๆที่จัดเกี่ยวกับอาเซียนเช่น อาเซียนสัญจร งานวันอาเซียน การประชุม/อบรม/สัมมนา นิทรรศการ และวิทยุ ตามลำดับ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ภาษาและวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประเทศ ในประชาคมอาเซียน (ลาว กัมพูชา และเมียนมา) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับอยู่ในระดับ ปานกลาง

ความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมของประเทศในประชาคมอาเซียน (ลาว กัมพูชา และเมียนมา) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมของประเทศ ในประชาคมอาเซียน (ลาว กัมพูชา และเมียนมา) ในระดับความรู้้น้อยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.3 รองลงมาคือมีความรู้ปานกลางร้อยละ 17.8 และมีความรู้มาก ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบในข้อไม่แน่ใจเป็นส่วนใหญ่เพราะไม่มีความรู้ในเรื่องของภาษาและวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

การเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียน กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมความพร้อมอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ โดยแนวโน้ม ในการเตรียมความพร้อมในประเด็นติดตามข่าวสาร/หมั่นหาข้อมูลและศึกษาเกี่ยวกับ ประชาคมอาเซียนอย่างสม่ำเสมอในประเทศลาวมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.44 รองลงมา คือ มีการศึกษาข้อมูลด้านโอกาสและผลกระทบที่อาจจะได้รับจากการเปิด ประชาคมอาเซียนในประเทศลาว มีค่าเฉลี่ย 2.38 และมีการศึกษาข้อมูลด้านโอกาส

และผลกระทบที่อาจจะได้รับจากการเปิดประชาคมอาเซียนในประเทศกัมพูชา มีค่าเฉลี่ย 2.37 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. การเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับประเทศในประชาคมอาเซียนอันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมาของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อ และข่าวสารเกี่ยวกับประเทศในประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา จากสื่อบุคคลครู อาจารย์ มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับ ปานกลาง เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนไทยที่อยู่ในวัยเรียน จึงได้รับการถ่ายทอด ข่าวสารจากครู อาจารย์เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ASEAN THAILAND เป็นต้น และสื่อโทรทัศน์ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันนี้ สื่อออนไลน์ค่อนข้างมีความสำคัญมากนอกจากการศึกษาภายในสถานศึกษา เพราะเป็นการเปิดรับที่ง่าย สะดวกรวดเร็วและครอบคลุมทั่วถึงไม่ว่าจะคนกลุ่มใดก็ตาม สามารถเข้าถึงได้หมด เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น และสามารถเชื่อมถึงกันได้อย่างรวดเร็วและยังถือว่าการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับข่าวสาร ของประชาคมอาเซียนทางสังคมออนไลน์ และโทรทัศน์ประสบความสำเร็จ เยาวชนให้ความสนใจและมีการเปิดรับได้อย่างดีและรับทราบข่าวสาร รายละเอียดต่างๆ ที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Hunt and Ruben (อ้างอิงใน ประม ๒๕๖๓, 2546) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้ คือ 1. ความต้องการ 2. ทักษะคิดและค่านิยม 3. เป้าหมาย 4. ความสามารถ 5. การใช้ประโยชน์ 6. สติลาในการสื่อสาร 7. สภาวะ และ 8. ประสบการณ์และนิสัย และแนวคิด ของดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) ที่กล่าวว่าโดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสาร อยู่ 3 ลักษณะ คือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจาก สื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรม บางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น จะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจ ของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ ประโยชน์แตกต่างกันไป การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่าง

บุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่าง สื่อเฉพาะกิจ เช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

2. ความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมของประเทศในประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมของประเทศในประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา อยู่ในระดับความรู้ที่น้อยมากที่สุด ทำให้ผู้วิจัยตระหนักได้ว่า องค์กรที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการประชาสัมพันธ์เรื่องของความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมให้มากขึ้น เพราะภาษาและวัฒนธรรมถือเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการที่คนต่างชาติ ต่างภาษา ต่างวัฒนธรรม จะอยู่ร่วมกันและสื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ และก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยการที่คนเราจะมีความรู้ได้นั้น ย่อมเกิดจากการเรียนรู้ การเปิดรับ หรือการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษและบุคคลอื่นๆ รวมถึงการสั่งสมประสบการณ์ต่างๆ ที่เราได้พบเจอ ซึ่งความรู้ในแต่ละเรื่องก็อาจจะไม่ง่ายเสมอไป ที่จะทำให้เรารับรู้ได้อย่างรวดเร็ว บุคคลต้องอาศัยเวลาในการศึกษาหาความรู้ โดยเฉพาะในเรื่องของภาษาและวัฒนธรรม ย่อมต้องใช้เวลาในการเรียนรู้เพราะการรับภาษาและวัฒนธรรมจากประเทศอื่นนั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะไม่ใช่สิ่งที่อยู่กับเรามาตั้งแต่เกิด ซึ่งถ้าเรามีการศึกษาและประสบการณ์ที่สั่งสมมาน้อยก็จะก่อให้เกิดความรู้ที่น้อยตามไปด้วย แต่สิ่งเหล่านี้เราสามารถพัฒนาได้โดยการศึกษาหาความรู้ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมเพิ่มเติมในทุกช่องทางที่เราสามารถเข้าถึงได้ แนวคิดของดาร์วริน ศรีสุกใส (2542) กล่าวว่า การเกิดความรู้ ไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึนึกคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษาเพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคน ที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎจรรยาภก็มีโอกาสที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับกฎจรรยา

รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ต่อไป และเมื่อประชาชนเกิดความรู้เกี่ยวกับกฎจรรยา ไม่ว่าจะเป็นในระดับใด ก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาก็คือ ทศนคติ ความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ และแนวคิดของ Carter V.Good (1973) (อ้างถึงใน โสภิตสุตา มงคลเกษม, 2539, น. 42) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่างๆ ที่สนับสนุนและให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจ และทศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ด้วย

3. การเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมด้านภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะในด้านของภาษาที่ประชาคมอาเซียนมีการกำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางที่ใช้ในการสื่อสารในประชาคมอาเซียนก็ยังอยู่ในระดับต่ำทำให้ขาดประสิทธิภาพในการสื่อสาร ซึ่งในเรื่องของการส่งเสริมทางด้านภาษานี้ ต้องเป็นเรื่องของนโยบายทางรัฐบาลที่จะต้องมีการกำหนดนโยบายที่จะส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ทางด้านภาษากลางของอาเซียน และภาษาถิ่นของประเทศในประชาคมอาเซียน โดยรัฐบาลจะต้องมีนโยบายในการจัดจ้างครูเจ้าของภาษาจากประเทศต่างๆ เข้ามาสอน มีการสนับสนุน วางแผนในการเตรียมความพร้อมโดยสิ่งเหล่านี้มันเกี่ยวข้องกับบุคลากรที่มีคุณภาพและนโยบายที่เคร่งครัดจึงจะประสบความสำเร็จ แนวคิดของ Barrow and Milburn (1990) กล่าวว่า ความพร้อม หมายถึง การที่บุคคลมีความสนใจและเริ่มต้นที่จะกระทำบางสิ่งบางอย่าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อม คือ สภาพจิตใจ กายวิภาค และสรีรวิทยา และผลการศึกษางานวิจัยของวีรากร อุตร์เลิศ (2555) เรื่อง การเตรียมความพร้อมของประชาชนเทศบาลตำบลบ้านแยง อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก เพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบ้านแยงมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนในระดับที่ต่ำ

4. การเปิดรับข่าวสารของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครกับความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรม และการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรม ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา

จากผลการศึกษา พบว่า การที่เยาวชนเปิดรับข่าวสารมาก ไม่ได้แปลว่าจะมีความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมเกี่ยวกับประเทศในประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมามากตามไปด้วย เพราะการเปิดรับข่าวสารที่เกิดขึ้นอาจจะเป็นการเปิดรับข่าวสารในด้านอื่นๆ มากกว่า เช่น ลักษณะทั่วไปของประเทศสมาชิก ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจจุดอ่อนจุดแข็งของประเทศสมาชิก ปัญหาและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เป็นต้น การเปิดรับข่าวสารก็ไม่ใช่ว่าจะทำให้บุคคลนั้นมีความรู้ในเรื่องของภาษาและวัฒนธรรมเสมอไป ซึ่งยังถือเป็นการเปิดรับในระดับผิวเผิน ไม่ใช่เป็นการเรียนรู้ ถึงแม้ว่าจะมีข้อมูลข่าวสารมากมาย แต่ก็ไม่ใช่ตัวตัดสินได้ว่าบุคคลเหล่านั้นมีความรู้ขึ้นมาได้ ดังนั้น น่าจะขึ้นอยู่กับความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่จะได้จากการเรียนรู้ที่มากพอ ซึ่งแตกต่างจากการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชาและเมียนมา ที่ผลการศึกษาพบว่า การที่เยาวชนไทยมีการเปิดรับข่าวสารมากนั้น ก็จะส่งผลให้มีการเตรียมความพร้อมมากขึ้นด้วย เพราะเมื่อคนเรามีการเปิดรับข่าวสารที่มากพอ ก็จะเป็นตัวกระตุ้นให้เรานั้นเกิดการตื่นตัว เกิดการเตรียมความพร้อมทั้งเรื่องราวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและจากการเตรียมความพร้อมนี้ก็จะสามารถทำให้เราเกิดการสั่งสม การเรียนรู้ ความรู้ต่างๆ ที่เราเปิดรับสารขึ้นมาได้

5. การเปิดรับสื่อของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครกับความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรม และการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมา

จากการศึกษา พบว่า การที่เยาวชนมีการเปิดรับสื่อมากไม่ได้ทำให้เยาวชนมีความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมมากขึ้นแต่มีผลทำให้มีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ลาว กัมพูชา และเมียนมามาก เพราะสื่อนั้นถือเป็นสิ่งที่เข้าถึงตัวบุคคลได้ง่ายไม่ว่าจะช่องทางไหน ก็ทำให้เราเกิดการรับรู้ได้และเมื่อสื่อมีการทำให้เกิดความน่าสนใจ ดึงดูดให้ผู้คนสนใจได้ ข่าวสารที่ออกมาจากสื่อนั้น ก็จะได้รับ ความสนใจไปด้วยเช่นกัน ซึ่งปัจจุบันนี้ สื่อถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะเป็นตัวช่วยในการบอกข่าวสารหรือเรื่องราวต่างๆ ให้ผู้คน

ได้รับรู้และเกิดการตื่นตัว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดีหรือไม่ดี เมื่อคนเรามีการเปิดรับสื่อมาก ก็จะทำให้ได้รับรู้เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นและเกิดการเตรียมความพร้อมพร้อมกับเหตุการณ์ หรือสภาวะการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง และได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล ครู อาจารย์ มากที่สุด ดังนั้น บุคลากรครู อาจารย์ จึงต้องมีความพร้อมโดยทางรัฐบาลจะต้องมีการวางนโยบายอย่างจริงจัง มีการวางแผนงบประมาณเพื่อใช้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ และภาษาถิ่นของประเทศสมาชิกในประชาคมอาเซียนอย่างจริงจัง เพื่อให้เราได้มีครูเจ้าของภาษาและมีคุณภาพอย่างแท้จริงและก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประเทศในประชาคมอาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมในระดับความรู้น้อย ดังนั้น จึงต้องใส่ใจในเรื่องนี้ให้มากขึ้น เพราะทำให้รู้ว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารแต่กลับมีระดับความรู้น้อย แสดงว่าการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นยังไม่มีประสิทธิภาพพอที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและมีระดับความรู้ที่เพิ่มมากขึ้น ต้องมีการกระตุ้นที่ตัวผู้รับสารด้วย เพื่อที่จะได้มีการพัฒนาที่ควบคู่กันไปรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้โดยตรง ก็ต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจมากขึ้นด้วย ส่วนในเรื่องของภาษานั้น ถ้าจะให้ประสบความสำเร็จก็ต้องมาจากสถาบันการศึกษาและจากสื่อสมัยใหม่ที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

3. การเตรียมความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ เยาวชน ควรมีความกระตือรือร้น สนใจ และใส่ใจในเรื่องภาษาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนให้มากขึ้น เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและความสามารถของตนให้สามารถเข้าสู่ประชาคมอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการดำรงชีวิตการสื่อสาร การอยู่ร่วมกันของคนในสังคมที่มาจากหลากหลายวัฒนธรรม เพื่อที่เราจะได้รู้เท่าทันกับประเทศต่างๆ ในประชาคมอาเซียน อีกทั้งยังจะสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเอง และอาจมีช่องทางในการประกอบธุรกิจได้ในส่วนของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ต้องมีวิธีการสื่อสารที่มีคุณภาพและ

สามารถเข้าถึงเยาวชนได้โดยง่าย โดยมีการเรียนการสอนเป็นกลยุทธ์หลัก และผลิตสื่ออื่นๆ มาเพิ่มเติมเป็นกลยุทธ์รอง เพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น ถ้าเป็นวัยเด็กอาจใช้การผลิตสื่อในลักษณะที่เป็นการ์ตูน เป็นต้น

4. จากผลการศึกษาค้นคว้านี้ทำให้เห็นว่าทั้งเยาวชนไทย รัฐบาล ครู อาจารย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุง และพัฒนาความรู้ในเรื่องของประชาคมอาเซียน ให้มากขึ้น ไม่ใช่เฉพาะแค่เรื่องภาษาและวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ควรจะต้องเปิดรับในทุกๆ ด้าน เพื่อประโยชน์แก่ตนเองและประเทศเพื่อให้เราอยู่ในประชาคมอาเซียน ได้อย่างดี และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพราะเมื่อประเทศได้เข้าสู่ประชาคมอาเซียนแล้ว เราก็กังวลใจไม่ได้ที่จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในทุกด้านรวมถึงข้อดี ข้อเสีย ที่จะเกิดขึ้นตามมาภายหลังจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ภาษา ภาษาอังกฤษ เป็นภาษากลางของประชาคมอาเซียนที่เยาวชนจะต้องมีการพัฒนามากที่สุด เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับประเทศสมาชิกอื่นๆ ให้มีความเข้าใจยิ่งขึ้นและถ้ายังมีความรู้หรือเข้าใจในภาษาท้องถิ่น เราก็จะสามารถสื่อสารได้เข้าใจและลึกซึ้งมากขึ้นด้วย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ.

กิตติมา สุรสนธิ. (2533). **ความรู้ทั่วไปทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กิตติมา สุรสนธิ. (2541). **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กฤษดา ทองสังวรณ. (2540). **ความพร้อมของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น จังหวัดอุดรธานี**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และ ณรงค์ เทียนสง. (2521). **ประชากรศึกษาและประชากรศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ดาราวรรณ ศรีสุกใส. (2542). การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการ
รฟไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความรู้ ทักษะคิด และการใช้รฟไฟฟ้าบีทีเอส
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ:
ภาพพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ปราณี กองจินดา. (2549). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์
และทักษะการคิดเลขในใจของนักเรียนที่ได้รับการสอนตามรูปแบบซิปปา
โดยใช้แบบฝึกหัดที่เน้นทักษะการคิดเลขในใจกับนักเรียนที่ได้รับการสอน
โดยใช้คู่มือครู. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พรรณี เจนจิต. (2545). จิตวิทยาการเรียนการสอน (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ:
เมธีทิปส์.
- พีระ จิโรโสภณ. (2547). การใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชน.
ใน ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร (หน่วยที่ 11). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช.
- พีระ จิโรโสภณ. (2548). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ใน ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญา
นิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 10). นนทบุรี: สุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การโฆษณาหาเสียงกับพฤติกรรมมการเลือกตั้ง. กรุงเทพฯ:
มูลนิธิเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา.

ภาษาอังกฤษ

- Atkin, C. K. (1973). *New model of mass communication*. New York: Free Press.
- Barrow, R., & Milburn. (1990). *A Critical Dictionary of Educational Concepts*. (2nd ed.). New York: Teachers Collage.
- Becker, S. L. (1978). *Discovering Mass Communication*. Illinois: Scott Foresman and Glenwave.

- Downing, J., & D. Thackrey. (1971). **Reading Readiness**. London: University of London.
- Good, C. V. (1973). **Dictionary of Education**. New York: McGraw-Hill.
- Klapper, J. T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. New York: Free Press.
- McCombs, E., & Becker, L. B. **Using Mass Communication Theory**. Englewood Cliffs: N.J. Prentice-Hall.
- Milburn, B. R. (1990). **A Critical Dictionary of Education Concepts (2nd ed.)**. New York: Teachers Collage.

กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของศิลปิน
ที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคม
กับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร:
กรณีศึกษา บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด
Communication Strategy through Special Events
Presenting Corporate Social Responsibility
By Artists and the Brand Image of the Organization:
A Case Study of Cerebos (Thailand) Ltd.

ชิสา นาคเปลื้อง¹
ธรรณธร ปัญญโสภณ²
ปีเตอร์ กัน³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด 2) รูปแบบกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด 3) การเปิดรับข่าวสารของผู้ชมเกี่ยวกับกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จากผู้บริหารในบริษัท ศิลปินดาราและผู้ที่เปิดรับข่าวสารของเซเรบอส ผลการวิจัยพบว่า (1) มีการใช้กลยุทธ์

¹ชิสา นาคเปลื้อง (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2560)

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณธร ปัญญโสภณ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

³อาจารย์ ดร.ปีเตอร์ กัน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) หลากหลายช่องทาง โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ 1) Above the Line Marketing 2) Below the Line Marketing และ 3) สื่อใหม่ (New Media) ส่วนด้านกลยุทธ์ที่นำศิลปินมาทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อองค์กร คือ ศิลปินมีส่วนทำให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมน่าสนใจ ทำให้เกิดการรับรู้ที่กว้างขึ้นและช่วยให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี (2) เซเรบอส จัดรูปแบบกิจกรรมการศึกษาเป็นส่วนใหญ่และการบริจาคเพื่อการกุศล (3) ช่องทางด้านการสื่อสาร ผู้เปิดรับข่าวสารเห็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบ่อยที่สุด คือ โฆษณาทางโทรทัศน์ และเฟซบุ๊ก ในส่วนมุมมองของผู้เปิดรับสารด้านศิลปิน พบว่า ศิลปินมีส่วนช่วยให้องค์กรมีภาพลักษณ์ไปในทางที่ดี สร้างสีสันในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และกระตุ้นให้ผู้เปิดรับสารตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทเซเรบอส

Abstract

The research had three objectives; 1) to study the communication strategy through the artists' activities which presented corporate social responsibility activities that impact the brand image for Cerebos (Thailand) Limited 2) to study the types of artists' activities for corporate social responsibility for Cerebos (Thailand) Limited, and 3) to study media exposure of audience about the artists' activities for presenting corporate social responsibility activities for Cerebos (Thailand) Limited. The research was qualitative, using in-depth interview with executives of the company, entertaining artists, and people exposing media from Cerebos (Thailand) Limited. The results was showed that (1) the company used three types of integrated marketing communications tools. There were above the line marketing, below the line marketing, and new media marketing. Artists contributed to the activities of social responsibility interesting, the wider recognition, and good public image of the organization, (2) Cerebos mainly organized educational and charity activities and (3) from the interviewees' viewpoints research, artists influenced Cerebos's brand Image, created and entertained for the corporate social responsibility

events, and encouraged them to make decisions to purchase Cerebos's products.

บทนำ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ ความมุ่งมั่นขององค์กรธุรกิจที่ต้องการพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความยั่งยืน โดยควบคู่กับการดูแลบุคลากรขององค์กร รวมไปถึงครอบครัวของบุคลากร ตลอดจนชุมชนและสังคม โดยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเหล่านี้ให้ดีขึ้น (วรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2555) ในปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์มีผลที่ทำให้องค์กรธุรกิจเปลี่ยนไป โดยสังคมเรียกร้องให้มีการดำเนินความรับผิดชอบต่อธุรกิจของตนเองมากขึ้น ผู้บริหารขององค์กรจึงตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) มากขึ้น เพื่อป้องกันประโยชน์ของลูกค้า และควบคู่กับการพัฒนาองค์กร (จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม, ม.ป.ป.)

จากงานวิจัยเรื่องการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ทำการเก็บข้อมูลจากบริษัทจำนวน 497 บริษัท จาก 27 กลุ่มอุตสาหกรรม พบว่า การดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในประเทศไทย มีทิศทางการพัฒนาดำเนินตามประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา และเอเชีย โดยในปี พ.ศ. 2552 บริษัทต่างๆ ในประเทศไทยโดยส่วนใหญ่มีประเภทของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ การบริจาคเพื่อการกุศล คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมา คือ การประกอบธุรกิจรับผิดชอบต่อสังคมคิดเป็นร้อยละ 21.2 และการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมคิดเป็นร้อยละ 6.6 มีแนวโน้มการพัฒนาจากรูปแบบการบริจาคเพื่อการกุศลแต่เพียงอย่างเดียว มาสู่การประกอบธุรกิจรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีการวางแผน มีกระบวนการรูปแบบคำนึงถึงทรัพยากร การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผลกระทบที่เกิดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกๆ ด้าน (วรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2554)

ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2558 มีเหตุการณ์สำคัญที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาแบบยั่งยืนที่ควรหยิบยกมากล่าวถึงอยู่ 3 เหตุการณ์ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2559)

เหตุการณ์ที่ 1 คือ คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบยุทธศาสตร์ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ พ.ศ. 2558-2560 เมื่อวันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2558 ถือเป็นยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรฉบับแรกของประเทศไทย

เหตุการณ์ที่ 2 คณะรัฐมนตรีมีการประกาศใช้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือ SDGs) 17 ข้อ ที่ผ่านการรับรองจาก 193 ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2558 เพื่อใช้เป็นทิศทางการพัฒนาที่นานาประเทศรวมทั้งประเทศไทย ครอบคลุมระยะเวลา 15 ปีข้างหน้า ประกอบด้วยการพัฒนาหรือการแก้ไขในเรื่อง 1) ความยากจน 2) ความหิวโหย 3) สุขภาวะ 4) การศึกษา 5) ความเท่าเทียมทางเพศ 6) น้ำและการสุขาภิบาล 7) พลังงาน 8) เศรษฐกิจและจ้างงาน 9) โครงสร้างพื้นฐาน และการปรับให้เป็นอุตสาหกรรม 10) ความเหลื่อมล้ำ 11) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ 12) ทรัพยากรทางทะเล 13) ระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ 14) สังคมและความยุติธรรม 15) ทุนส่วนความร่วมมือและการปฏิบัติให้เกิดผล 16) แบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน 17) เมืองการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์

เหตุการณ์ที่ 3 คือ การเข้าสู่ความเป็นประชาคมอาเซียน (Asean Community หรือ AC) ของ 10 ประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งประกอบด้วยประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (Asean Political and Security Community หรือ APSC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economics Community หรือ AEC) ประชาสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (Asean Socio-Cultural Community หรือ ASCC) และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีบทบาทสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจสังคมที่ยั่งยืนในประเทศสมาชิกสมาคมอาเซียน ด้วยการผลักดันให้ภาคธุรกิจนำเรื่องกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในงานดำเนินงานขององค์กร

แนวโน้มที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้น คือ สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลต่อการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมากขึ้น กล่าวคือ นอกจากการใช้เพื่อส่งเสริมการขายสร้างภาพลักษณ์และกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าแล้ว ยังเปิดโอกาสให้องค์กรธุรกิจสามารถวางกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเชิงรุก เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางสังคมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้ เช่น

การเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมป้องกันและแก้ไขปัญหาสังคมต่างๆ ที่การร่วมรณรงค์ โดยมีเป้าหมายคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนในสังคมทั้งในด้าน สาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาพ อันจะนำมาซึ่ง คุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคม (สถาบันไทยพัฒนา, ม.ป.ป.)

บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นองค์กรแรกๆ ในประเทศไทย ที่มียุทธศาสตร์ และได้ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง 28 ปี โดยได้รับการยอมรับเป็นอย่างมากจากทั้งองค์กรธุรกิจและผู้บริโภค เซเรบอสมีกิจกรรม เพื่อสังคมที่หลากหลาย ซึ่งได้รับความชื่นชมและการสนับสนุนจากผู้บริโภคและยังบริจาค เงินให้องค์กรการกุศลหลายแห่ง โดยมีศิลปินที่นำเสนอกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเซเรบอส เช่น สรวิษฐ์ สุบุญ (หมอก้อง) และเพชร จิราธิวัฒน์ (พีช) ในโครงการ แบรินด์ซัมเมอร์แคมป์, สุธาสินี พุทธินันท์ (แพท) ร่วมเป็นอาสาสมัครกับโครงการ แบรินด์...การให้ที่ไม่มีสิ้นสุดเพื่อมูลนิธิ พอ.สว เป็นต้น ศิลปินต่างๆ ช่วยเซเรบอส ทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่หลากหลายด้วยกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อภาพลักษณ์ที่ดี ในสังคมและในองค์กรธุรกิจ ดังนั้น จุดเด่นของบริษัทเซเรบอส คือ การใช้กลยุทธ์ การจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) จน กลายเป็นผู้นำในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง (180 ปี แบรินด์ดูแลกันแบ่งปันความสุข, 2558)

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอ ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร กรณีศึกษา บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นแม่แบบ ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องด้วย บริษัทเซเรบอส ประสบความสำเร็จในการจัดกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและได้รับรางวัลมากมายในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น รางวัลชนะเลิศ Thailand Marketing Awards 2000 ประเภทกิจกรรม ส่งเสริมสังคม จากสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รางวัลกิตติคุณสัมพันธ์สังข์เงิน ปี 2540 ประเภทโครงการดีเด่นภาครัฐทางด้านการประชาสัมพันธ์ จากสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย รางวัลโกลด์ อวอร์ด สุดยอดแคมเปญการตลาด AWARD 2009 จากโครงการ BRAND'S GEN ฉลาดคิด แบบคนรุ่นใหม่ได้รับพระราชทานรางวัลโล่เชิดชูเกียรติประเภทองค์กรที่ทำคุณประโยชน์ ต่อเยาวชน จากสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร รางวัลชนะเลิศการประกวดภาพยนตร์โฆษณาดีเด่นทางโทรทัศน์เพื่อผู้บริโภคครั้งที่ 6 จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงการจํากัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยนำศิลปินต่อยอดสู่กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสื่อต่าง ๆ เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ภาพยนตร์โฆษณางานเปิดตัวสินค้าใหม่ๆ โดยนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการจํากัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อองค์กรธุรกิจจะสามารถประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมาย ท่ามกลางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจในปัจจุบัน และผสานคุณค่าอันดีระหว่างองค์กรธุรกิจและสังคมเข้าด้วยกัน

วัตถุประสงค์

ประกอบด้วย 3 ประการ คือ

- 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร
- 2) เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคม
- 3) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของผู้ชมเกี่ยวกับกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีบริษัทเซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นแม่แบบในการศึกษาค้นคว้า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษ

Getz (2007 อ้างอิงใน วราภรณ์ ฉัตรชาติขัต, 2556) ให้ความหมาย การจัดกิจกรรมพิเศษว่า คือ การคิดและวางแผนกิจกรรมอย่างรอบคอบ การจัดกิจกรรมพิเศษต้องการที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2546) อธิบายว่าการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม (Event Marketing) และการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) เป็นเรื่องเดียวกัน เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษ พัฒนามาจากเครื่องมือของการประชาสัมพันธ์ที่ใช้กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารองค์กร เมื่อกิจกรรมพิเศษนั้นถูกนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสื่อสารสินค้าและบริการก็กลายเป็น Event Marketing หรือการสื่อสารผ่านกิจกรรม

เกรียงไกร กาญจนะโกติน (2555) อธิบายว่า รูปแบบของกิจกรรมพิเศษที่เจ้าของแบรนด์เป็นเจ้าของแต่ผู้เดียว (Sole Event) แบ่งออกได้เป็น 10 รูปแบบ ได้แก่

1. งานเปิดตัวสินค้าหรือบริการ (Launching)
2. งานฉลองครบรอบ (Anniversary)
3. งานประชุม (Meeting)
4. การจัดประกวด (Contest)
5. การแข่งขัน (Competition)
6. งานสัมมนา (Seminar)
7. งานมอบรางวัล (Award Presentation)
8. กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management Event)
9. กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Public Relations and Corporate Social Responsibility Event)
10. กิจกรรมสร้างความบันเทิงและกีฬา (Entertainment/Sport Event)

โดยสรุป จากแนวคิดเรื่องกิจกรรมพิเศษเป็นการจัดงาน ณ สถานที่ใดที่หนึ่งซึ่งสามารถสื่อสารถึงกลุ่มคนที่มาร่วมงานและสื่อมวลชน การจัดกิจกรรมพิเศษสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้เฉพาะคนที่มาร่วมงานและกลุ่มคนภายนอก จากการลงข่าวของสื่อมวลชนในการจัดกิจกรรมพิเศษสามารถสร้างการรู้จัก (Awareness) ความรู้ (Knowledge) ความรู้สึกดี (Liking) ความชื่นชอบ (Preference) และบางงานสามารถสร้างการตลาด (Trial) และการซื้อ (Purchase) โดยกิจกรรมพิเศษเป็นสื่อกลางที่จะเข้าถึงตัวกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีระยะยาวต่อกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึง การคิด รูปแบบของกิจกรรมพิเศษ ที่แปลกใหม่และมีคุณค่าที่น่าจดจำ เพื่อที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย

2. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

Matten & Moon (2004 อ้างอิงใน วรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2555) พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เป็นกลุ่มของแนวคิดที่เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจการช่วยเหลือสาธารณะ การเป็นพลเมืองดีต่อสังคม ความรับผิดชอบต่ออย่างยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

Kotler & Lee (2005 อ้างอิงใน พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2550) ได้จำแนกรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ 6 รูปแบบ คือ 1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) 2. การตลาดเกี่ยวโยงกับประเด็นทางสังคม (Cause Related Marketing) 3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) 4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) 5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) 6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Business Practices)

โดยสรุป จากแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มีหลายองค์กรให้ความสนใจและนำแนวคิดนี้มาเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการดำเนินธุรกิจ องค์กรจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันกับคู่แข่งเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่จะมีผลกระทบต่องาน สินค้าหรือบริการ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร หลายองค์กรพยายามหารูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมมาเอาชนะใจกลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่แปลกใหม่มีความน่าสนใจทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม เพื่อตอบสนองสังคมและทดแทนให้แก่โลก โดยบางบริษัทใช้ศิลปินในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายและเป็นตัวช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร ผู้วิจัยจึงนำความรู้ที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มาศึกษาถึงประเด็นทางสังคมและรูปแบบกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นที่น่าจดจำ สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรและคืนคุณค่าสู่สังคม

3. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

วิรัช สลรัตนกุล (2540) พบว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง รวมไปถึงด้านการบริหาร การจัดการสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทนั้นด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2541) พบว่า ภาพลักษณ์เป็นข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัว แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลอยู่นาน และยากที่จะเปลี่ยนแปลงซึ่งต่างจากสภาพความเป็นจริง เพราะภาพลักษณ์ไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ที่แต่ละบุคคลนำความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปรวมกับข้อเท็จจริง

โดยสรุป จากแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่าการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี จะทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ต่อองค์กรที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรมีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรในระยะยาว โดยผู้รับสารจะนึกถึงภาพลักษณ์จากการสื่อสารการตลาดและจากประสบการณ์ของเขาที่มีต่อองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์มาเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมเนื่องจากศิลปินมีความเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ (2544) พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีกระบวนการ

นำเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลายรูปแบบมารวมกัน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ให้บริโภคได้รู้ว่าสินค้านั้น มีมูลค่ามากกว่าสินค้าตัวอื่น

วิกิรานต์ มงคลจันทร์ (2558) ได้จำแนกเครื่องมือสื่อสารการตลาด ไว้ดังนี้

1. โฆษณา (Advertising)
2. ประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
3. การตลาดทางตรง (Direct Marketing)
4. การส่งเสริมการตลาด ณ จุดขาย (Point of Purchase)
5. พนักงานขาย (Personal Selling)
6. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
7. การจัดกิจกรรม (Event)
8. การสนับสนุนการตลาดหรือสปอนเซอร์ (Sponsorship)
9. การตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

โดยสรุป จากแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเกี่ยวข้องกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม การสื่อสารการตลาดนำมาใช้ร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่ามีความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร แต่ต้องเลือกเครื่องมือสื่อสารการตลาดให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะลดต้นทุนในการผลิตให้ต่ำลงและใช้เป็นเครื่องมือที่ทำให้คนที่ไม่รู้จึงมารู้จักชื่นชอบ หลงรักจนกลายเป็นสาวกหรือจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นการยืดระยะเวลาในการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าให้ยาวขึ้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมาเป็นแนวทางร่วมในการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดการในกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมและการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

กิตติมา สุรสนธิ (2533) พบว่า บุคคลล้วนแต่จะรับข่าวสารที่มีประโยชน์แก่ตนเองเท่านั้น บุคคลจะเลือกรับสารแค่สารใดสารหนึ่ง ไม่รับสารที่เกิดขึ้นบนโลกทั้งหมด จะเลือกแค่บางส่วนที่บุคคลนั้นมีความสนใจหรือมีประโยชน์กับตนเอง ดังนั้น ข่าวสารที่เกิดขึ้นที่ผ่านเข้ามาตามช่องทางต่างๆ จะต้องถูกคัดกรองจากบุคคลผู้รับข่าวสาร ข่าวสารที่มีความน่าสนใจมีประโยชน์ต่อผู้รับสารจึงเป็นข่าวสาร ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร

โดยสรุป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเปิดรับข่าวสาร บุคคลอาจปฏิเสธข่าวสารตั้งแต่แรก คือ ไม่เลือกอ่าน ไม่ดู ไม่ฟัง หากหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารไม่ได้ก็จะพยายามสนใจเนื้อหาบางส่วนที่ตนเองสนใจ เนื่องจากปัจจุบันมีข้อมูลข่าวสารจากสื่อมากขึ้น ผู้รับสารไม่สามารถจะเปิดรับสารทั้งหมดได้แต่ละคนจะมีเกณฑ์ในการเลือกรับแตกต่างกัน ตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมสภาพสังคมและความต้องการ

ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร มาเป็นแนวทางในการศึกษา การเปิดรับข่าวสารของผู้ชมเกี่ยวกับกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลถึงภาพลักษณ์องค์กร

6. ข้อมูลบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด ได้ก่อตั้งโรงงานผลิตแบรนด์ชุปไก่สกัด ขึ้นในประเทศไทยที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออก ผลิตภัณฑ์ ภายใต้เครื่องหมายการค้าตราแบรนด์ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย ความสำเร็จของเซเรบอสมาจากความมุ่งมั่นและทุ่มเทในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างจริงจัง และต่อเนื่องรวมถึงเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยและได้มาตรฐานระดับสากล ทำให้ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศยอมรับถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตราแบรนด์ที่คงไว้ มาตลอดกว่า 180 ปี และสิ่งที่สำคัญที่ทำให้เซเรบอสประสบความสำเร็จมาจากการใช้ กลยุทธ์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่ทำมาตลอด 28 ปี จนกลายเป็น ผู้นำในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง

โดยสรุป บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด ได้ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งบริษัทเซเรบอสประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจด้วยกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการันตีด้วยรางวัลมากมายที่เซเรบอส ได้รับ ทั้งนี้ ด้วยบริษัทเซเรบอสพัฒนาสินค้าควบคู่กับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) 5 ท่าน คือ 1) คุณลักขณา ลีละยุทธโยธิน กรรมการ บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ริเริ่มคิดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด จนประสบความสำเร็จมาตลอด 28 ปี และเป็นผู้บริหารองค์กร จนเป็นที่ยอมรับ และได้รางวัลทั้งในประเทศไทยและระดับนานาชาติ 2) คุณคณินนิตย์ อูร์ตัน ที่ปรึกษาด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ ของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด ผู้คิดและวางแผนการใช้สื่อของบริษัทเซเรบอสอย่างมีประสิทธิภาพและตรงกลุ่มเป้าหมาย จนทำให้องค์กรและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นที่รู้จัก 3) คุณศักดิ์สิทธิ์

เวชสุภาพร (โต) นักร้อง นักดนตรี สังกัดค่าย ปิ๊อซี เทโร มิวสิค Brand Ambassador ของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 4 ปี มีความสามารถด้านการเรียน และดนตรี และเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเซเรบอสมาโดยตลอด 4) คุณปลื้มจิตร ถินขาว (หน่อง) หัวหน้าทีมนักกีฬาโอลิมปิกหญิงทีมชาติไทย Brand Ambassador ของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 1 ปี มีความสามารถทางด้านกีฬาและมีความเป็นผู้นำในการสร้างทีมเวิร์คให้ทีมจนคว้าชัยชนะ ในการแข่งขันโอลิมปิกมาให้ประเทศไทยหลายครั้ง 5) คุณสรวิชัย สุบุญ (หมอก้อง) นายแพทย์ นักแสดง สังกัดสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 Brand Ambassador ของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 1 ปี มีความสามารถทางการเรียน และทำประโยชน์ต่อสังคมมาโดยตลอด ทั้งในบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด และภายนอกองค์กร เป็นตัวอย่างให้กับเยาวชนในการเดินตามรอยพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และ 6) ผู้เป็ตรีบข่าวสารกิจกรรมของศิลปิน ที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 8 คน โดยเลือกจากบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหญิงและชาย ที่มีอายุ 18–40 ปี ที่เป็ตรีบข่าวสาร กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและใช้สินค้าของเซเรบอส ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ ด้วยตนเอง พร้อมบันทึกเสียงและจดบันทึกในการสัมภาษณ์ เพื่อกำหนดรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ผลการวิจัย/ สรุปผลการวิจัยเป็นกรอบแนวคิดเชิงมนทัศน์

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด

ทางบริษัทมีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยมีการเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดหลากหลายช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมี 3 ประเภทคือ 1) Above The Line Marketing คือ โทรทัศน์ สื่อกลางแจ้ง วารสาร ภาพยนตร์โฆษณา 2) Below The Line Marketing คือ กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relations) งานเปิดตัวกิจกรรม (Launching) กิจกรรมการประกวด (Contest) กิจกรรมการแข่งขัน (Competition) กิจกรรมสัมมนา (Seminar) งานมอบรางวัล (Award Presentation) และกิจกรรมสร้างความบันเทิง (Entertainment) 3) สื่อใหม่ (New Media) คือ เฟซบุ๊ก

เว็บไซต์ขององค์กร โลกออนไลน์ นอกจากสื่อ 3 ประเภทดังกล่าวแล้ว บริษัทเซเรบอสได้นำศิลปินดารามาทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งกลยุทธ์ที่นำศิลปินดารามาทำกิจกรรมก็มีกระแสตอบรับที่ดี ทำให้ผู้บริโภคสนใจกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมากขึ้น ส่งข่าวได้ง่ายขึ้น เนื่องจากศิลปินดารามีฐานคนชื่นชอบจำนวนมาก จึงสามารถทำให้กิจกรรมเป็นที่ดึงดูดผู้คนเข้ามาร่วมกิจกรรม จึงทำให้เกิดการรับรู้ที่กว้างขึ้น (Extend Awareness) และส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร เนื่องด้วยบริษัทเซเรบอสเลือกศิลปินที่มีประวัติที่ดีและสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่เยาวชนและสังคมได้

“ช่องทางการใช้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารจำนวนมากได้ดีที่สุดในปัจจุบันนี้ กลุ่มคนทั่วไปสามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่นักสื่อสารการตลาดควรหันมาใช้ช่องทางการสื่อสารทางออนไลน์ นอกจากนี้สื่อกลางแจ้งพวกป้ายโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มคนทำงานจากวิถีชีวิตประจำวันและตามสถานที่ชุมชนต่างๆ เพิ่มมากขึ้น” (คณินนิตย์ อรุณันต์, ที่ปรึกษาด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด. สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2559)

“ศิลปินมีส่วนช่วยดึงดูดความสนใจจากสาธารณชนในการเข้าร่วมกิจกรรมทำให้สาธารณชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและจดจำองค์กรได้ และก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวองค์กร ซึ่งในประเทศไทยนิยมใช้ศิลปินที่มีชื่อเสียงและเป็นคนดีมีความสามารถมาทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมศิลปินต่างๆ มีส่วนช่วยอย่างมากในการทำให้นคนสนใจกิจกรรมมากขึ้นส่งข่าวกิจกรรมไปยังสาธารณชนได้ง่ายขึ้น” (ลักขณา สิละยุทธโยธิน, กรรมการบริษัท บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด. สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2559)

ข้อมูลจากศิลปินที่ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด “ปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นที่ยอมรับคือ 1) สินค้าที่มีคุณภาพและดีจริง 2) ความจริงใจที่มีให้ผู้บริโภค 3) ทำกิจกรรมเพื่อสังคมจริงๆ ไม่ได้หวังผลกำไรให้องค์กรแค่ต้องการคืนกำไรสู่สังคมและทำกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง” (สรวิชัย สุบุญ, นายแพทย์ นักแสดงสังกัดสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2559)

“ในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้ทางแบรนด์ก็สนุกดีและได้ทำประโยชน์แก่สังคมด้วย ด้านการสร้างภาพลักษณ์ให้เซเรบอสคิดว่า เราช่วยกันมากกว่า ทั้งตัวแบรนด์และศิลปินไม่ได้อยู่ที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่มันเป็นการทำงานร่วมกันที่ดี กิจกรรมต่างๆ เลยมีกระแสดี ทำออกมาได้ผลตอบรับจากผู้บริโภคมาโดยตลอด” (ศักดิ์สิทธิ์ เวชสุภาพร, นักร้อง นักดนตรี สังกัดค่ายป๊อปปี้เทโรมิวสิก. สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2559)

“ปกติก็จะทำกิจกรรมเพื่อสังคมกับแฟนคลับบ้างอยู่แล้ว แต่พอเข้ามาเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ให้เซเรบอส ส่วนตัวก็มีชวนแฟนคลับมาร่วมกิจกรรมด้วย ด้านการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรคิดว่าตัวเซเรบอสมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว ทั้งเรื่องผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อสังคม คิดว่าตัวเองแค่ช่วยสร้างสีสันให้กิจกรรมมากกว่า และเป็นกระบอกเสียงให้คนเข้าร่วมกิจกรรมให้กิจกรรมดูน่าสนใจมากขึ้น” (ปลื้มจิตร ถินขาว, หัวหน้าทีมนักกีฬาวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติไทย. สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2559)

ส่วนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด

ในปัจจุบัน บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต้องทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทุกองค์กร เกณฑ์การคัดเลือกประเด็นทางสังคมนั้น จึงมีความสำคัญต่อองค์กรและผู้บริโภค บริษัทเซเรบอสจึงมีเกณฑ์การคัดเลือกประเด็นทางสังคมมาจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค และเป็นที่น่าสนใจ คือ 1. การเข้าใจตำแหน่งของสินค้าขององค์กรตนเอง 2. สำรวจตลาดว่า ณ ขณะนี้มีอะไรเกิดขึ้นใหม่ 3. เข้าใจปัญหาทางสังคมว่าตอนนี้มีปัญหอะไร คนสนใจเรื่องอะไร อยากให้ช่วยเรื่องอะไร 4. วิเคราะห์ 3 สิ่งนี้ให้เหมาะกับตัวตนที่แท้จริงของแบรนด์ (Brand DNA) สิ่งเหล่านี้ต้องประสานประโยชน์ไปด้วยกัน ตัวองค์กรจะได้รับการรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand Awareness) และหัวใจของผู้บริโภค สังคมจะได้รับการร่วมมือร่วมแรงช่วยกันพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นในด้านต่างๆ

“กิจกรรมต่างๆ ของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด ที่จัดขึ้นในแต่ละโครงการ สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 7 โครงการหลัก ดังนี้ 1) โครงการแบรนด์ซัมเมอร์แคมป์ 2) โครงการแบรนด์เจนฉลาดคิดแบบคนรุ่นใหม่ 3) โครงการแบรนด์เกมส์ กีฬาเพิ่มปัญญานานาชาติ 4) โครงการฝ่าแบรนด์สร้างชาติเข้มๆ 5) โครงการเซเรบอสอวอร์ด 6) โครงการแบรนด์... การให้ที่ไม่มีสิ้นสุดเพื่อมูลนิธิ พอ.สว. 7) โครงการแบรนด์...พลังเพื่อเลือดใหม่

ทั้ง 7 โครงการนี้ เป็นโครงการที่แบรนด์ประสบความสำเร็จและจัดกันอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมส่วนมากของเซเรบอสจะมีศิลปินนำเสนออยู่เสมอ” (คณินนิตย์ อุรัตน์, ที่ปรึกษาด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด. สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2559)

ส่วนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของผู้ชมเกี่ยวกับกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยเปิดรับข่าวสารกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเซเรบอสโดยผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่รู้จักกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์และโทรทัศน์เป็นหลัก ส่วนในด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่นำศิลปินมานำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น พบว่า ศิลปินมีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้เซเรบอสและทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพราะศิลปินของเซเรบอสมีความน่าเชื่อถือและในส่วนของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีศิลปินที่เข้ามามีส่วนร่วมนั้น ศิลปินก็มีส่วนช่วยในการสร้างสีสันและดึงดูดประชาชนให้เข้าร่วมกิจกรรมอีกด้วย

“อย่างพี่ไต้และนิชคุณ ดูโฆษณาแล้วรู้สึกว่ามันต้องฉลาด เลยอยากลองผลิตภัณฑ์เพราะมีฟรีเซนต์อร์ที่น่าเชื่อถือ ดูเก่ง และอยากไปกิจกรรมเพื่อสังคมที่ 2 คนนี้ไปเลย น่าจะสร้างสีสันในกิจกรรมได้ดี เปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือโฆษณาผลิตภัณฑ์และก็มีสื่อออนไลน์ตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ” (นางสาวพรพรรณ ศรีเกษ, นักศึกษา. สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2559)

“ถ้าบริษัททำเพื่อสังคมเป็นหลักถือว่าเป็นกิจกรรมที่ดีเลย แต่คิดว่าบริษัทต้องการสร้างภาพลักษณ์เพื่อผลการค้าด้วย ตัวศิลปินก็คิดว่ายังก็ช่วยดึงดูดคนให้สนใจกิจกรรมมากขึ้น ด้วยฐานแฟนคลับของแต่ละคนด้วย ส่วนมากจะเปิดรับข่าวสารในโฆษณาทางทีวีหรือก็มีสื่อออนไลน์ต่างๆ มันเป็นเรื่องที่เปิดผ่านตลอดเวลา” (นางสาวพัชรินทร์ รักสัทย์, นักข่าว. สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2559)

“ศิลปินที่มีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว ยิ่งก็มีส่วนทำให้แบรนด์และตัวกิจกรรมมีภาพลักษณ์ที่ดีตามไปด้วย และตัวกิจกรรมเป็นที่สนใจในคนหมู่มากถ้าศิลปินมีชื่อเสียงโดยปกติก็จะเปิดรับข่าวสารทาง TV / Internet 2 สื่อนี้ อย่าง TV คือ เห็นข่าวสารโฆษณาของเซเรบอสบ่อยหน่อย ส่วนตัว Internet คือ รวดเร็วสบายอยู่ที่ไหนก็ติดตามได้” (นายองอาจ หาญชนะวงษ์, โปรดิวเซอร์รายการสารคดีโทรทัศน์. สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2559)

“ฟรีเซเตอร์ของเซเรบอสที่เคยเห็นก็อย่าง Room 39, พีโอปอล, โต้ คักดีลิตี้ แต่ละคนดูน่าเชื่อถือและเก่งในแบบของตัวเอง ทำให้สินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดูจริงจัง น่าเชื่อถือ ดูพวกเขาทานจริงๆ ไม่ได้มาหลอกอะไรผู้บริโภค แล้วยังตัวกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ศิลปินไปทำก็น่าสนใจ ทำให้สังคมดีขึ้นด้วย ถือว่าเวิร์กนะ ปกติก็จะเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่” (นายธนกร เลี้ยงองอาจ, เจ้าของธุรกิจส่วนตัว. สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2559)

“ศิลปินมีส่วนช่วยในการสร้างภาพลักษณ์มากทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น การเปิดรับข่าวส่วนมากจะเป็นสื่อออนไลน์ เพราะมันสะดวก และยังถ้ากิจกรรมเป็นกระแสอยู่ช่วงนั้นก็จะติดตามตลอด” (นางสาววรลักษณ์ อุ่นจิตร, พนักงานบริษัทเอกชน. สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2559)

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของศิลปิน ที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร ของ บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด

พบว่า บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร โดยเลือกใช้การสื่อสารผ่านเครื่องมือการตลาดแบบบูรณาการ 3 ประเภทด้วยกัน คือ 1) Above The Line Marketing คือ โทรทัศน์ สื่อกลางแจ้ง วารสาร ภาพยนตร์โฆษณา 2) Below The Line Marketing คือ กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relations) งานเปิดตัวกิจกรรม (Launching) กิจกรรมการประกวด (Contest) กิจกรรมการแข่งขัน (Competition) กิจกรรมสัมมนา (Seminar) งานมอบรางวัล (Award Presentation) และกิจกรรมสร้างความบันเทิง (Entertainment) 3) สื่อใหม่ (New Media) คือ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ขององค์กร ไลน์แอด เป็นต้น และทางด้านกลยุทธ์ที่นำศิลปินมาทำกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อองค์กร คือ ทำให้กิจกรรมน่าสนใจส่งข่าวได้ง่ายขึ้น ทำให้เกิดการรับรู้ที่กว้างขึ้นและองค์กรมีภาพลักษณ์ไปในทางที่ดี ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติรัตน์ ศรีสุข (2554) เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารและการรับรู้แบบ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการนำมาใช้กับกิจกรรมในการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย

ผสมผสานกัน โดยจะใช้เครื่องมือใดนั้น ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารและพฤติกรรม การรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเครื่องมือการสื่อสารที่ไทยเบฟใช้เพื่อการสื่อสาร เกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ สื่อภาพยนตร์โฆษณา ป้ายโฆษณา สื่อกลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดกิจกรรมพิเศษการเป็นผู้อุปถัมภ์กิจกรรม และสื่อออนไลน์

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษารูปแบบของกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด

พบว่า รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด โดดเด่นในรูปแบบของการจัดกิจกรรมทางด้านการศึกษาและการบริจาคเงิน หรือสิ่งของให้แก่ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อน ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมรูปแบบนี้เป็น CSR After Process คือ การดำเนินกิจกรรม (Activities) ของหน่วยงาน โดยกิจกรรม ที่ดำเนินการนั้นเป็นการทำเพื่อสังคมภายนอกเป็นหลัก และเป็นกลยุทธ์การจัดกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม (Strategic CSR) การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก (Proactive) ที่องค์กรสามารถเริ่มทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมได้ด้วยตนเอง ให้แก่สังคมภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับ เรื่องการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของ โสภณ พรโชคชัย (2553) ในหนังสือ CSR ที่แท้ ที่กล่าวว่า การบำเพ็ญประโยชน์เป็นกิจกรรม ที่ดำเนินเพื่อแสดงความใจกว้างและทำให้สังคมชื่นชม ส่งผลดีต่อธุรกิจถือเป็น การตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์และจริยธรรมที่กำหนดไว้ บริษัทควรมุ่งเน้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบการตลาด เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาทางสังคม หรือการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

ส่วนที่ 3 ด้านการเปิดรับข่าวสารของผู้ชมเกี่ยวกับกิจกรรมของศิลปินที่นำเสนอความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด

พบว่า ศิลปินมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นที่รู้จักในวงกว้าง และผู้บริโภคมองว่าความรับผิดชอบต่อสังคม คือ เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด อย่างหนึ่งที่ทำให้ตนนั้นรู้จักบริษัทและสินค้า และก็มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรที่ได้ช่วยเหลือ สังคม การสื่อสารที่ผู้บริโภคเห็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบ่อยที่สุด คือ โฆษณา ทางโทรทัศน์ เฟซบุ๊กซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัสสรนันท์ อเนกธรรมกุล (2553) เรื่อง ผลกระทบจากการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ที่เป็นผู้นำเสนอสินค้า

หลากหลายตราสินค้าในโฆษณา พบว่า ผู้บริโภคชื่นชอบในบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็น
ผู้แนะนำสินค้า ผู้บริโภคก็จะประเมินและสร้างทัศนคติเกี่ยวกับสินค้าไปในทางบวกทันที
หากนักการตลาดเลือกนำบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่ชื่นชมของผู้บริโภคทั่วไปและผู้บริโภค
ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมาใช้ในการแนะนำสินค้าก็จะสามารถใช้ประโยชน์จากความเป็น
“บุคคลที่มีชื่อเสียง” ของผู้แนะนำได้อย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. การจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจปัจจุบัน ควรกำหนด
เอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand DNA) ให้ชัดเจน รู้ถึงปัญหาของสังคม รู้ถึงความต้องการ
ของผู้บริโภค แล้วสาน 3 สิ่งนี้ให้เข้ากับตัวกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ก็จะทำให้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมประสบความสำเร็จและเป็นที่น่าจดจำ
ในสังคม
2. การเลือกศิลปินให้เหมาะสมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
ต้องเลือกจากตัวตนจริงๆ ของตัวศิลปิน สิ่งนี้จะทำให้ผู้บริโภคเชื่อในตัวองค์กร
และตัวศิลปินยังทำให้กิจกรรมเป็นที่ดึงดูดผู้คนเข้ามาร่วมกิจกรรมทำให้เกิดการรับรู้
ที่กว้างขึ้น (Brand Awareness) และส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร
3. ควรเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาดให้เหมาะสม และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดกิจกรรม
ความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ควรสื่อสารแบบเกินจริง ควรสื่อสารแบบตรงไปตรงมา
ด้วยใจอันบริสุทธิ์ สิ่งนี้จะทำให้ในระยะยาวสังคมจะรับรู้ถึงความจริงใจขององค์กร
4. กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่เรื่องของรัฐบาลเพียงอย่างเดียว
ในปัจจุบันหลายองค์กรนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมาใช้พัฒนาสังคมและโลกให้ดีขึ้น
นอกจากจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น ยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้องค์กรได้
แต่ต้องทำด้วยใจอันบริสุทธิ์ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรสัมภาษณ์ผู้บริหารด้านการตลาดเกี่ยวกับงบประมาณในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ขึ้นไปในระดับประเทศเพื่อทราบถึงพฤติกรรมของผู้เปิดรับข่าวสารที่เป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไทย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กิตติมา สุรสนธิ. (2533). **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). **Event Marketing**. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม. แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/phathnangan30000101/hnwy-kar-reiyn-ru/bth-thi-9>. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2559.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิก. (2544). **การตลาดในศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: เออาร์บีซิเนสเพรส.
- โชติรัตน์ ศรีสุข. (2554). **กลยุทธ์การสื่อสารและการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2546). **Event & Sponsorship**. กรุงเทพฯ: Brand Age.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2550). **ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร**. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.tpa.or.th/tpanews/upload/mag_content/93/ContentFile1894.pdf.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2559). **6 ทิศทาง CSR ปี2559**. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยพัฒน์.
- ภัสสรนันท์ เอนกธรรมกุล. (2553). **ผลกระทบจากการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าหลากหลายตราสินค้าในงานโฆษณา**. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรพรรณ เอื้ออาภรณ์. (2554). **การดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วรพรรณ เอื้ออาภรณ์. (2555). DNA CSR แบบไทย ๆ ตามกระแสโลก. กรุงเทพฯ: ฟาร์ตนะมงคล.
- วรารณณ์ ฉัตรชาติ. (2556). กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารแบรนด์ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- วิรณต์ มงคลจันทร์. (2558). งานตลาด “จากการวางแผนสู่การปฏิบัติ” Marketing for work. กรุงเทพฯ: อาคเนย์การพิมพ์ จำกัด.
- วิรัช ลภิตินกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันไทยพัฒน์. ไทยพัฒนาซีเอสอาร์ผ่านนิมิตเดียวมาแรง. ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.thaicr.com/2011/02/blog-post_483.html.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). ภาพพจน์ที่สำคัญไฉน. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- 180 ปี แปรนตร์ดูแลกัน แบ่งปันความสุข. แหล่งที่มา: <https://prwriteronline.wordpress.com/category/csr>. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2559.
- โสภณ พรโชคชัย. (2553). CSR ที่แท้. กรุงเทพฯ: มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย.

การวางกรอบข่าวอาชญากรรมที่ประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา
กรณีคดี “นางสาวปริยานุช โนนวังชัย”
Framing of Crime News which Constructed Woman Suspect
in the Case of “Preyanuch Nonwangchai”

เบญจพร ศรีดี¹
ชนัญสุรา อรณพ ณ อยุรยา²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การวางกรอบข่าวอาชญากรรมที่ประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา กรณีคดี “นางสาวปริยานุช โนนวังชัย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางกรอบข่าว ปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการวางกรอบข่าว และเพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะ และแนวปฏิบัติทางจริยธรรมในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน กรณีคดีที่ผู้ต้องหา เป็นผู้หญิง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี คือ การวิเคราะห์การวางกรอบ (Frame Analysis) ในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ โดยศึกษาข่าว กรณีคดีนี้ในเว็บไซต์ข่าวสด 3 ช่วงเหตุการณ์ ประกอบด้วย ช่วงเหตุการณ์ที่ 1 เว็บไซต์ ข่าวสดนำเสนอข่าวเกี่ยวกับนางสาววิศรดา กลิ่นจ้อย ผู้เสียชีวิต โดยยังไม่ทราบว่าเป็น นางสาวปริยานุช โนนวังชัย เป็นผู้ต้องหา ช่วงที่ 2 เป็นช่วงเหตุการณ์ที่ทราบแล้วว่าผู้ต้องหา คือ นางสาวปริยานุช โนนวังชัย และช่วงที่ 3 เป็นช่วงที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าว หลังตำรวจสามารถจับกุมนางสาวปริยานุช โนนวังชัยได้ รวมทั้งหมด 8 ข่าว ร่วมกับการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ปฏิบัติงานข่าวของข่าวสดออนไลน์ องค์กร วิชาชีพสื่อสารมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์ข่าวสดมีการวางกรอบข่าวตามแนวคิดของ Entman ในข่าวทั้ง 8 ข่าว แตกต่างกัน โดยพบว่ากรอบเนื้อหาด้านความตึงตึงทางรูปลักษณ์

¹เบญจพร ศรีดี (นศ.ม. การสื่อสารการตลาดและแบรนด์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2561)

²อาจารย์ ดร.ชนัญสุรา อรณพ ณ อยุรยา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ภายนอกถูกนำมาใช้มากที่สุดในการวางกรอบข่าว กรณีผู้หญิงเป็นผู้ต้องหา และยังพบเรื่องเพศและความเปราะบางทางเพศ และไม่ใช้ตัวการกระทำความผิดหรือการสร้างสาเหตุสมผล ซึ่งส่งผลมาจากปัจจัยภายในและภายนอกของผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการทำข่าว และยังพบการประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา ว่าผู้หญิงว่าเป็นเพศที่อ่อนแอ เป็นวัตถุทางเพศ และลดคุณค่าของผู้หญิงที่ถูกกล่าวถึงในข่าว ซึ่งเป็นภาพของผู้หญิงที่ถูกพบในข่าวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การศึกษานี้ยังได้เสนอแนวปฏิบัติทางจริยธรรมในการนำเสนอข่าวคดีที่ผู้หญิงเป็นผู้ต้องหาสำหรับสื่อมวลชนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและการพัฒนามาตรฐานทางวิชาชีพสื่อมวลชน ส่วนแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น คือการปรับเปลี่ยนวิธีคิดของสื่อมวลชนเกี่ยวกับประเด็นเรื่องเพศหญิง ให้มีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

ABSTRACT

The purpose of this research aimed to study; (1) news framing and (2) its internal and external factors affecting to the news framing of Khaosod in case of Preeyanuch Nonwangchai's crime case news reporting. This study also aimed to gather the feedback and ethical guidelines in news reporting crime case with the female suspect. The study was a qualitative research conducted by using frame analysis method in term of descriptive analysis on 8 news pieces on Khaosod website according to 3 periods of the incidents including; 1) the period when Khaosod website reporting news about the death of Warisara Klinjui, the victim without knowing the suspect, 2) The period when Preeyanuch Nonwangchai was known as a murderer and 3) the period when Preeyanuch Nonwangchai and her accomplices were arrested by the police. In addition, the research used interview method on Khaosod website news personnel, professional journalism organizations and journalism professor.

The result found that Khaosod website used different news framing on these 8 news pieces according to Entman framing theory where physical attractiveness frame was most used on the case with the female

suspect. Moreover, sexuality and sexual deviance, non-agents and justification are the frames that media frequently use on the female suspect case. The reasons behind that are from internal and external factors of people involving in the news process. Besides, the result found that there is the construction of female suspect in news report to be weakling, sex object and underrated woman from time to time. Finally, this study proposes ethical guidelines in case of news reporting the case with the female suspect for media to use as a model practice to improve professional journalism standard and to have the sustainable improvement by making media think about the female with more understanding in the future.

บทนำ

ข่าวอาชญากรรมมักจะเป็นข่าวที่สะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม แต่การนำเสนอข่าวอาชญากรรมก็เปรียบเสมือนดาบสองคม คมหนึ่งใช้เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารและแจ้งเตือนให้ระวังภัย แต่อีกคมหนึ่งอาจจะย้อนกลับไปทำร้ายผู้อ่านหรือผู้รับชมข่าวอาชญากรรมเอง โดยเฉพาะเด็กและบุคคลที่มีปัญหาทางจิต อาจจดจำและเกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ ดังนั้น การนำเสนอข่าวอาชญากรรมจะต้องระมัดระวังให้มาก แต่เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560 พบว่า สื่อมวลชนได้มีการนำเสนอข่าวคดีฆ่าหั่นศพนางสาววิศรดา กลิ่นจ้อย หรือแอม โดยมีนางสาวปริยานุช โนนวังชัย หรือเปรี๊ยะ เป็นผู้ต้องหา ซึ่งการนำเสนอข่าวคดีนี้ สื่อมวลชนได้นำเสนอผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา โดยเน้นไปที่รูปลักษณ์ภายนอกของนางสาวปริยานุช และรายละเอียดเรื่องส่วนตัวของนางสาวปริยานุช อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รัฐบาล นักวิชาการ รวมถึงกลุ่มสื่อมวลชนเอง ได้ออกมาวิพากษ์วิจารณ์การนำเสนอข่าวนี้ว่าขาดการคำนึงถึงผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น จนทำให้นางสาวปริยานุช ผู้ต้องหากลายเป็นคนมีชื่อเสียง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาระบุถึงปัญหาในการรายงานข่าวอาชญากรรม ประกอบด้วย ปัญหาการนำเสนอภาพและรายละเอียดการประกอบอาชญากรรมที่มากเกินไป ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบพฤติกรรม การนำเสนอรายละเอียดของผู้ที่ตกเป็นข่าวในคดีทางเพศ เช่น คดีข่มขืน และอนาจาร

ปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชนและสิทธิส่วนตัวของผู้ต้องหาและผู้เสียหาย โดยเฉพาะเด็กและสตรี ปัญหาความเป็นกลางในการนำเสนอข่าว รวมถึงกรณีรายงานข้อพิพาทในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งผู้สื่อข่าวอาชญากรรมก็มีหน้าที่รายงานข่าวเหล่านี้ด้วย (ศรีลักษณ์ ศิลป์, 2538; บุญรอด บัวศรี, 2546) และยังพบปัญหาการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่ส่งผลให้ผู้อ่านหรือผู้ชมรู้สึกว่าการกระทำผิดเป็นวีรบุรุษ ดังที่ อารยา ถาวรวันชัย (2539) พบว่า สื่อมวลชนมีกระบวนการที่สามารถสร้างผู้มีชื่อเสียงให้กลายเป็นวีรบุรุษได้โดยนำเสนอข่าวผู้ต้องหาว่ามีการกลับตัวเปลี่ยนแปลงตัวเองเป็นคนดีทำให้ผู้ต้องหาถูกฉายภาพต่อสังคมว่าเป็นแบบอย่างที่ดี แต่กรณีดังกล่าวพบว่าผู้ต้องหาที่ถูกระบุถึงเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว แตกต่างจากการศึกษากรณีคตินางสาวปริยานุช โนนวังชัย ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไป แต่สื่อมวลชนกลับให้ความสำคัญนำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่องจนนางสาวปริยานุช กลายเป็นบุคคลที่สังคมให้ความสนใจ โดยพบว่าข่าวนี้มีประชาชนสนใจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 84.52 (ข่าวอาชญากรรมในสังคมไทย ณ วันนี้, 2560) ขณะที่สำนักข่าวต่างๆ ก็ได้จัดลำดับให้ข่าวนี้นับเป็นคดีดังแห่งปี 2560

การวางกรอบข่าวที่ประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็ผู้ต้องหาในลักษณะนี้ มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังที่ Scheufele (1999, อ้างถึงในดวงกมล เทวพิทักษ์, 2554) พบว่ากรอบของสื่อมวลชนที่นำเสนอออกมาต่อสังคมอาจส่งผลต่อการรอบของทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ดังนั้น การศึกษาเรื่องการวางกรอบข่าวอาชญากรรมกรณีคตินางสาวปริยานุช โนนวังชัย จะช่วยเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของกรอบข่าวที่ปรากฏในคดีที่ผู้หญิงที่เป็ผู้ต้องหาจากการรายงานของสื่อมวลชนไทย

นอกจากนี้ ยังพบว่าแนวปฏิบัติของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (2549) ก็ยังไม่มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวกรณีผู้หญิงเป็ผู้ต้องหา การศึกษานี้จึงมุ่งที่จะถอดบทเรียนการนำเสนอข่าวอาชญากรรมของสื่อมวลชนกรณีผู้หญิงที่เป็ผู้ต้องหาว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการวางกรอบข่าว เพื่อนำไปสู่การแสวงหาข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติทางจริยธรรมของสื่อมวลชน อันจะเป็นการเพิ่มมาตรฐานการรายงานข่าวในวิชาชีพสื่อและคุณภาพในการทำงานของสื่อมวลชนไทยด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการวางกรอบข่าวในการนำเสนอกรณีคดีนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ของเว็บไซต์ข่าวสด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน และภายนอกที่ส่งผลต่อการวางกรอบข่าวของเว็บไซต์ข่าวสด ในการนำเสนอข่าวกรณีคดีนางสาวปริยานุช โนนวังชัย
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะ และแนวปฏิบัติทางจริยธรรมของสื่อมวลชนไทย ในการนำเสนอข่าวคดีที่ผู้หญิงเป็นผู้ต้องหา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการวางกรอบข่าวอาชญากรรมที่ประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา กรณีคดี “นางสาวปริยานุช โนนวังชัย” นำแนวคิดเรื่องการวางกรอบข่าว (News Framing) ตามแนวคิดของ Robert Entman (1993, อ้างถึงในดวงกมล เทวพิทักษ์, 2554) ในการกำหนดหน้าที่ของกรอบข่าว มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วย

1. การนิยามเหตุการณ์ หมายถึง การตีความ และแปลความหมายจากเนื้อหาข่าว และองค์ประกอบข่าวว่าเรื่องราวที่ถูกนำเสนอ นั้น ทำให้เข้าใจข่าวว่ามีลักษณะอย่างไร
2. การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคม หมายถึง การตีความจากเนื้อหาข่าวว่าเรื่องราวที่ถูกนำเสนอว่าอะไร คือสาเหตุของเรื่องราวที่เกิดขึ้น
3. การประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้อง หมายถึง การตีความจากเนื้อหาข่าว และองค์ประกอบข่าวว่ามีความชอบธรรมกับเรื่องราวและผู้ที่ตกเป็นข่าวอย่างไร
4. การแนะนำทางออกของปัญหา หมายถึง การพิจารณาจากเนื้อหาข่าวว่าสื่อมวลชนมีการนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นจากเนื้อหาข่าวที่นำเสนอหรือไม่ อย่างไร และพิจารณาจากกลวิธีในรูปแบบ (Style) หมายถึง วิธีการที่ใช้เลือกประเด็นนั้นให้โดดเด่น สังเกตง่ายและน่าจดจำ โดยพิจารณาจากรูปแบบการจัดวาง การพาดหัวข่าว การทำซ้ำ การใช้สัญลักษณ์ การใช้ภาษาที่ดึงดูดใจ และการใช้เทคนิคการตัดต่อวิดีโอ

นอกจากนี้ การศึกษานำแนวคิดเรื่องสื่อกับการประกอบสร้างความหมาย (media and construction of meaning) และแนวคิดการประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นอาชญากร ผ่านการรายงานข่าวอาชญากรรม (construction of women as criminals through

crime news) มาใช้ศึกษาวิเคราะห์และอภิปรายผล โดยนำวิธีการที่สื่อประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหาตามที่ Jewkes (2004) ระบุไว้ประกอบด้วย 1. เพศและความเบี่ยงเบนทางเพศ (sexuality and sexual deviance) 2. ความดึงดูดของรูปลักษณ์ภายนอก (physical attractiveness) 3. ภรรยาที่ไม่ดี (bad wives) 4. สัตว์ประหลาดในตำนาน (Mythical monsters) 5. วัวคลั่ง (mad cows) 6. ผู้บงการ (evil manipulators) 7. ไม่ใช่ตัวการกระทำผิด (Non-agents) มาใช้วิเคราะห์ว่าสื่อมวลชนมีการประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหาผ่านการรายงานข่าวอาชญากรรมอย่างไร

ในการศึกษาปัจจัยและอิทธิพลของวาทกรรมข่าวของสื่อมวลชน Scheufele (1999, อ้างถึงในดวงกมล เทวพิทักษ์, 2554) ได้กล่าวว่า การสร้างกรอบข่าวมีอิทธิพลต่อการวาทกรรมในระดับปัจเจกบุคคล ทั้งอุดมการณ์ ทศนคติ แบบแผนในวิชาชีพ รวมไปถึงกรอบขององค์กรข่าวในการเลือกนำเสนอประเด็นผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา ซึ่งการสร้างกรอบข่าวก็ส่งผลมาจากตัวนักข่าวที่มีกรอบจากอิทธิพลของตนเอง เช่น อุดมการณ์ ทศนคติ ระเบียบแบบแผนที่ยึดถือ ก่อนกำหนดกรอบให้ประเด็นต่างๆ และอธิบายประเด็นนั้นออกไปสู่ผู้รับสาร นอกจากนี้ ยังได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานขององค์กรข่าว (The News Organization in the Field of Social Force) ตามที่ Mcquail (1994 อ้างถึงใน สุพิชฌาย์ ดวงคำดี, 2554) อธิบายถึงการดำเนินกิจการองค์กรธุรกิจสื่อมวลชนว่า มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อเนื้อหา รวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรมและคุณค่าข่าว (Crime News and Value) ถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาคุณค่าข่าวที่สื่อมวลชนใช้ในการคัดเลือกข่าวอาชญากรรมมานำเสนอ ประกอบกับแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ถูกนำมาใช้เพื่อศึกษารูปแบบการรายงานข่าวกรณีคดีดังกล่าวผ่านทางสื่อออนไลน์ และแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อมวลชน ในการนำเสนอประเด็นเรื่องเพศ ถูกนำมาใช้ศึกษาเป็นแนวทางจัดทำแนวปฏิบัติทางจริยธรรมกรณีสื่อมวลชนนำเสนอข่าวผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี คือ การวิเคราะห์การวาทกรรม (Frame Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1) การวิเคราะห์การวางกรอบในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ คัดเลือกข่าว (ไม่รวมคอลัมน์ข่าว) กรณีคดีของนางสาวปริญญ์ โนนวังชัย ที่นำผ่านทางเว็บไซต์ข่าวสด เนื่องจากมีผู้เข้าชมเว็บไซต์เฉลี่ยวันละ 2,475,708 ครั้ง (สถิติเว็บไทย) และยังมีผู้ติดตามผ่านเฟซบุ๊กข่าวเป็นอันดับหนึ่งกว่า 12 ล้านคน ถือเป็นสำนักข่าวที่เข้าถึงผู้คนมากที่สุด โดยการคัดเลือกเนื้อหาที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งตามช่วงเหตุการณ์ของคดี 3 ช่วง และคัดเลือกจากประเด็นตามช่วงเหตุการณ์ หากพบข่าวที่มีประเด็นคล้ายกันจะคัดเลือกมาเพียง 1 ชิ้น รวมทั้งสิ้น 8 ชิ้น (8 กรณี) ประกอบด้วย

ช่วงที่หนึ่ง ระหว่างวัน 25 พฤษภาคม - 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 มี 2 กรณีย่อย ดังนี้

กรณีที่ 1 พบศพนางสาววิศรา กลิ่นจ้อย ถูกฆ่าและหันแยกชิ้นส่วน

กรณีที่ 2 ตำรวจสืบสวนหาผู้ก่อเหตุฆาตกรรม โดยไม่รู้ตัวผู้ก่อเหตุ คือ นางสาวปริญญ์ โนนวังชัย

ช่วงที่สอง ระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม - 3 มิถุนายน พ.ศ. 2560 มี 2 กรณีย่อย ดังนี้

กรณีที่ 1 สื่อมวลชนนำเสนอรายละเอียดรูปลักษณะภายนอกของ นางสาวปริญญ์ โนนวังชัย หลังทราบว่าเป็นผู้ก่อเหตุ

กรณีที่ 2 สื่อมวลชนนำเสนอชีวิตครอบครัวของนางสาวปริญญ์ โนนวังชัย

ช่วงที่สาม ระหว่างวันที่ 4 มิถุนายน - 23 สิงหาคม พ.ศ. 2560 มี 4 กรณีย่อย ดังนี้

กรณีที่ 1 สื่อมวลชนรายงานข่าวการจับตัวนางสาวปริญญ์ โนนวังชัย

กรณีที่ 2 สื่อมวลชนรายงานข่าวเกี่ยวกับการขายสินค้าชนิดเดียวกับที่ นางสาวปริญญ์ โนนวังชัย ใช้

กรณีที่ 3 สื่อมวลชนรายงานข่าวส่งนางสาวปริญญ์ โนนวังชัย เข้าเรือนจำ

กรณีที่ 4 สื่อมวลชนรายงานข่าวกรณีคุมตัวนางสาวปริญญ์ โนนวังชัย มาขึ้นศาลครั้งแรก

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มสื่อมวลชน องค์กรวิชาชีพ ที่กำกับดูแลตนเองในกลุ่มสื่อมวลชน และนักวิชาการ หรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อสารมวลชน รวมทั้งหมด 8 คน

ผลการวิจัย/ สรุปผลการวิจัยเป็นกรอบแนวคิดเชิงโมเดล

การศึกษาเรื่องการวางกรอบข่าวอาชญากรรมที่ประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา กรณีคดี “นางสาวปริยานุช โนนวังชัย” สามารถสรุปผลการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวางกรอบข่าวในการนำเสนอกรณีคดีนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ของข่าวสดออนไลน์

จากการวิเคราะห์การวางกรอบเนื้อหากรณีคดีนางสาวปริยานุช โนนวังชัย โดยใช้แนวทางของ Entman (1993, อ้างถึงในดวงกมล เทวพิทักษ์, 2554) เกี่ยวกับการนิยามเหตุการณ์ การวิเคราะห์สาเหตุ การประเมินในเชิงจริยธรรม และการเสนอทางออกของปัญหา รวมถึงกลวิธีในการนำเสนอ และวิธีการที่สื่อประกอบสร้างผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม โดยวิเคราะห์ข่าวของเว็บไซต์ข่าวสดตามช่วงเหตุการณ์ 3 ช่วง จำนวน 8 ข่าว มีรายละเอียดดังนี้

ช่วงเหตุการณ์ที่ 1 ข่าวที่ 1 นิยามเหตุการณ์ว่า เป็นการฆาตกรรมหญิงสาว หน้าตาดีด้วยความโหดเหี้ยม และน่าสะพรึงกลัว วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคมว่าการฆาตกรรมเกิดจากความแค้นส่วนตัว ประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้องว่า ผู้ก่อเหตุเป็นฆาตรกรที่มีความโหดเหี้ยมและกระทำการด้วยความทารุณ และแนะนำทางออกของปัญหา โดยนำเสนออัตลักษณ์ศพที่พบเพื่อยืนยันผู้เสียชีวิต เป็นจุดเริ่มต้นใช้สืบสวนสอบสวนของตำรวจ ขณะที่กลวิธีการนำเสนอข่าวถูกจัดวางในหมวดหมู่ “ข่าวด่วน” โดยมีการใช้คำซ้ำในพาดหัวในปก และพาดหัวข่าว ใช้สัญลักษณ์เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) และใช้คำว่า “ผงะ” เป็นภาษาที่ดึงดูดใจ

ช่วงเหตุการณ์ที่ 1 ข่าวที่ 2 นิยามเหตุการณ์ว่านางสาววรศรา กลิ่นจ้อย ผู้เสียชีวิตเป็นคนเจ้าชู้ มีรสนิยมรักร่วมเพศ วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคมว่าการฆาตกรรมเกิดจากประเด็นความขัดแย้งเรื่องชู้สาว ประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้องว่านางสาววรศรา กลิ่นจ้อย ผู้เสียชีวิตเป็นผู้หญิงที่ไม่ดี มีพฤติกรรมนอกใจสามี แนะนำทางออกของปัญหาโดยนำเสนอแนวทางการสืบสวนสอบสวนในขั้นตอนต่อไปของตำรวจ เพื่อติดตามผู้ก่อเหตุมาดำเนินคดี ขณะที่กลวิธีการนำเสนอข่าวถูกจัดวางในหมวดหมู่ “เด่นออนไลน์” มีการใช้คำซ้ำในพาดหัวในปก และพาดหัวข่าว ใช้สัญลักษณ์ทั้งเครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) และอัญประกาศ (“ ”) โดยใช้คำว่า “แฉ” เป็นภาษาที่ดึงดูดใจ และมีการใช้เทคนิคตัดต่อวิดีโอความยาวซึ่งมีความยาวรวม 07.25 นาที แบ่งเป็น 2 ส่วน

ประกอบด้วยภาพบรรยากาศตำรวจทำงานความยาว 40 วินาที และภาพและเสียงสัมภาษณ์ผู้มีผู้เสียชีวิตความยาว 6.45 นาที

ช่วงเหตุการณ์ที่ 2 ขวาทที่ 1 นิยามเหตุการณ์ว่านางสาวปริยานุช โนนวังชัย กับพวกผู้ต้องหาตีฆ่าหั่นศพ นางสาววิศรดา กลิ่นจ้อย มีหน้าตาที่สวยงาม ทำให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ตะลึงในความสวยของผู้ต้องหา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคมว่าการวิพากษ์เรื่องหน้าตาผู้ต้องหาเกิดจากผู้ที่ใช้สื่อสังคมนำรูปภาพของผู้ต้องหามาเผยแพร่ ประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้อง โดยพบการตั้งสมณานามให้กับผู้ต้องหาว่า “สวยหั่นศพ” และไม่พบการแนะทางออกของปัญหา ขณะที่กลวิธีการนำเสนอพบว่าข่าวถูกจัดวางในหมวดหมู่ “เด่นออนไลน์” มีการใช้คำซ้ำในพาดหัวในปกและพาดหัวข่าว ใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) และอัญประกาศ (“ ”) และใช้คำว่า “สะพริง” เป็นภาษาที่ดึงดูดใจ

ช่วงเหตุการณ์ที่ 2 ขวาทที่ 2 นิยามเหตุการณ์ว่านางสาวปริยานุช โนนวังชัย หรือเปรี๊ยะ เป็นคนกตัญญูเลี้ยงดูพ่อแม่และครอบครัว วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคมฐานะทางบ้านของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย หรือเปรี๊ยะ ยากจนทำให้นางสาวปริยานุช โนนวังชัย ต้องทำงานหาเงินตั้งแต่เด็กเพื่อเลี้ยงดูตัวเองและครอบครัว ประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้องว่าที่ผ่านมานางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหาเป็นคนดีมาโดยตลอด แนะนำทางออกของปัญหาให้นางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหาเข้ามาปรับตัวกับตำรวจ ขณะที่กลวิธีการนำเสนอข่าวถูกจัดวางในหมวดหมู่ “ข่าวด่วน” มีการใช้คำซ้ำในพาดหัวในปกและพาดหัวข่าว โดยใช้เทคนิคตัดต่อวีดิโอความยาว 4.12 นาที ตลอดทั้งคลิปเป็นภาพและเสียงสัมภาษณ์มารดานางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหา

ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ขวาทที่ 1 นิยามเหตุการณ์ว่านางสาวปริยานุช โนนวังชัย หรือเปรี๊ยะ ผู้ต้องหา มีการไต่รตรองวิธีอาพรางศพ วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคมว่าการฆาตกรรมในครั้งนี้ เกิดจากความขัดแย้งส่วนตัวเกี่ยวกับยาเสพติดและหนี้สิน ประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้องว่านางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหา สำนึกผิดจึงเข้ามาปรับตัวและไม่ได้ตั้งใจฆ่านางสาววิศรดา กลิ่นจ้อย แนะนำทางออกของปัญหาโดยนำเสนอขั้นตอนการดำเนินคดีกับนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหากับพวก โดยมีกลวิธีการนำเสนอจัดวางในหมวดหมู่ “ข่าวด่วน” โดยใช้คำซ้ำในการพาดหัวในปกและพาดหัวข่าว ใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) และปรัศนี (?) โดยใช้เทคนิค

ตัดต่อวีดีโอความยาว 30 นาที ซึ่งทั้งหมดเป็นการนำเสนอคลิปวีดีโอเฟซบุ๊กไลฟ์ การให้สัมภาษณ์ของ พล.ต.อ.จักรทิพย์ ชัยจินดา ผบ.ตร. และตำรวจที่เกี่ยวข้องในคดี ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ช่วงที่ 2 นิยามเหตุการณ์ว่าเกิดกระแสใช้สินค้าเลียนแบบเดียวกับนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคมว่า ผู้ใช้สื่อสังคมได้นำเสนอภาพนางสาวปริยานุช โนนวังชัย กับพวกผู้ต้องหาถอดชุด หอมฉ่ำห่มขณะถูกตำรวจควบคุมตัว ประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้องว่า กระแสเลียนแบบส่งผลให้ผู้ประกอบการพ่อค้าแม่ค้าขายสินค้าดี และไม่มีการแนะนำออกของปัญหา ขณะที่กลวิธีการนำเสนอโดยจัดวางในหมวดหมู่ “เด่นออนไลน์” ใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) ใช้เทคนิคตัดต่อวีดีโอความยาว 3.26 นาที ซึ่งเป็นภาพบรรยากาศ ร้านขายหอมฉ่ำห่มทั้งหมด

ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ช่วงที่ 3 นิยามเหตุการณ์ว่านางสาวปริยานุช โนนวังชัย กับพวกผู้ต้องหาได้รับบทลงโทษหลังก่อเหตุฆาตกรรมนางสาววิศรา กลิ่นจ้อย วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคมว่านางสาวปริยานุช โนนวังชัย กับพวกเป็นผู้ต้องขังใหม่ที่ต้องมาใช้ชีวิตในเรือนจำทำให้เกิดความเครียด ประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้องว่า นางสาวปริยานุช โนนวังชัย อาจมีอาการผิดปกติทางจิต และไม่เชื่อว่าผู้หญิงจะก่อคดีอาชญากรรมได้ขนาดนี้ แนะนำออกของปัญหาว่าเรือนจำขอนแก่นได้จัดเจ้าหน้าที่เฝ้าดูพฤติกรรมนางสาวปริยานุช โนนวังชัย กับพวก เพื่อป้องกันการฆ่าตัวตายในคุก ขณะที่กลวิธีการนำเสนอข่าวถูกจัดวางในหมวดหมู่ “ข่าวด่วน” ใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมาย อัฒประภาค (“ ”) ใช้เทคนิคตัดต่อวีดีโอความยาว 1.51 นาที ภาพบรรยากาศผู้สื่อข่าว สอบถามข้อมูลจากผู้บัญชาการเรือนจำกลางขอนแก่น

ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ช่วงที่ 4 นิยามเหตุการณ์ว่า นางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหาคดีฆาตกรรมนางสาววิศรา กลิ่นจ้อย ไม่มีความสำนึกผิด วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในสังคมว่า สาเหตุที่ต้องคุมตัวนางสาวปริยานุช โนนวังชัย กับพวก มาขึ้นศาลนัดแรกเนื่องจากครบกำหนดฝากขังตามกระบวนการยุติธรรม และอัยการได้ส่งสำนวนฟ้องแล้ว ประเมินในเชิงจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้องว่านางสาวปริยานุช โนนวังชัย กับพวก ผู้ต้องหาซึ่งเป็นผู้หญิงไม่ได้สอดคล้องกับก่อเหตุฆาตกรรม มีสีหน้าที่ยิ้มแย้ม แต่งหน้ามาศาล และไม่มีการแนะนำออกของปัญหา ขณะที่กลวิธีการนำเสนอข่าวถูกจัดวางในหมวดหมู่ “ข่าวด่วน” ใช้คำซ้ำในพาดหัวในปกและพาดหัวข่าวใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมายอัฒประภาค (“ ”) ใช้เทคนิคตัดต่อวีดีโอความยาว 0.40 นาที เป็นภาพบรรยากาศรถควบคุมผู้ต้องหา

แต่มีการแทรกภาพนิ่งนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหาไว้ช่วงวินาทีที่ 0.24 นาที จำนวน 2 รูป

ขณะที่กลวิธีที่ใช้ในข่าวทั้ง 8 ข่าว พบว่า เว็บไซต์ข่าวสดนำเสนอข่าวผ่านทางหมวดหมู่ “ข่าวด่วน” และหมวดหมู่ “เด่นออนไลน์” ซึ่งหมวดหมู่ข่าวทั้งสองหมวดหมู่นี้ ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าเป็นการแยกหมวดหมู่โดยพิจารณาจากแหล่งที่มาของข่าว หากเป็นข่าวที่ได้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในข่าวจะถูกนำเสนอผ่านทางหมวดหมู่ “ข่าวด่วน” แต่หากข้อมูลหรือประเด็นข่าวนั้นมาจากตัวนักข่าว หรือแอดมินข่าวเป็นผู้ค้นพบ เช่น ข้อมูลที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์หรือมีผู้ส่งข้อมูลมาให้ ข่าวนั้นจะจัดอยู่ในหมวด “เด่นออนไลน์” จัดทำภาพหน้าปก ซึ่งในภาพหน้าปกจะประกอบไปด้วยภาพบุคคล หรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องในข่าว และตัวอักษรที่เรียกว่า “พาดหัวในปก” บรรณาธิการข่าวสดออนไลน์ระบุว่าการจัดทำหน้าปกเพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ ส่วนการเลือกใช้สัญลักษณ์เครื่องหมายอัศเจรีย์ ซึ่งพบว่ามีการใช้บ่อยในพาดหัวข่าวของเว็บไซต์ข่าวสด ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า เป็นการใช้สัญลักษณ์เพื่อเน้นย้ำข้อความ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

ส่วนวิธีการที่สื่อประกอบสร้างผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม กรณีคดีของ นางสาวปริญช โนนวังชัย ผลการศึกษาแบ่งตามช่วงเหตุการณ์ มีรายละเอียด ดังนี้

ช่วงเหตุการณ์ที่ 1

ช่วงเหตุการณ์ที่ 1	บทวิเคราะห์วิธีการที่สื่อประกอบสร้าง ผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม
ช่วงเหตุการณ์ที่ 1 ข่าวที่ 1	ความตึงตึงทางรูปลักษณ์ภายนอก - ใช้คำว่า “สาวหน้าตาดี” ทั้งพาดหัวในปกและพาดหัวข่าว - ภาพผู้เสียชีวิต สวมใส่เสื้อสายเดี่ยว มีลักษณะดูดี
ช่วงเหตุการณ์ที่ 1 ข่าวที่ 2	เพศและความเปี่ยมเบนทางเพศ - พาดหัวข่าวใช้คำว่า “ผัวรู้เมียชอบหอม” - เนื้อหานำเสนอบทสัมภาษณ์ตำรวจ และสามีผู้เสียชีวิต ย้ำว่า ผู้เสียชีวิตมีรสนิยมนรักร่วมเพศ - คลิปวิดีโอแนะนำสภาพและเสียงสัมภาษณ์สามีผู้เสียชีวิต ความตึงตึงทางรูปลักษณ์ภายนอก - ภาพปกเป็นภาพของผู้เสียชีวิต สวมใส่เสื้อสายเดี่ยว มีลักษณะที่ดี

ช่วงเหตุการณ์ที่ 2

ช่วงเหตุการณ์ที่ 2	บทวิเคราะห์วิธีการที่สื่อประกอบสร้าง ผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม
ช่วงเหตุการณ์ที่ 2 ข่าวที่ 1	ความตึงตึงทางรูปลักษณะภายนอก - พาดหัวข่าวและพาดหัวในปกข่าวข่าวสดออนไลน์ใช้คำว่า “สวยหั่นศพ” - ภาพปกและภาพประกอบในเนื้อหา เป็นภาพผู้ต้องหาสวมใส่เสื้อสายเดี่ยว เห็นเนินอก แผ่นหลัง รอยสัก มีลักษณะเซ็กซี่
ช่วงเหตุการณ์ที่ 2 ข่าวที่ 2	ไม่ใช่ตัวการกระทำความผิด - เนื้อหาข่าวนำเสนอบทสัมภาษณ์มารดาของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหาว่าผู้ต้องหาเป็นคนดี มีความกตัญญู เลี้ยงดูมารดา มีฐานะครอบครัวที่ยากจน จึงต้องต่อสู้ชีวิต

ช่วงเหตุการณ์ที่ 3

ช่วงเหตุการณ์ที่ 3	บทวิเคราะห์วิธีการที่สื่อประกอบสร้าง ผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม
ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ข่าวที่ 1	ไม่ใช่ตัวการกระทำความผิด - ข่าวสดออนไลน์นำเสนอบทสัมภาษณ์ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ ที่ให้ความเห็นว่าการแต่งหน้าของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย และผู้ต้องหาซึ่งเป็นผู้หญิงในห้องควบคุมตัวถือเป็นเรื่องปกติของผู้หญิง
ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ข่าวที่ 2	ไม่พบวิธีการที่สื่อประกอบสร้างผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม
ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ข่าวที่ 3	ไม่ใช่ตัวการกระทำความผิด - ข่าวสดออนไลน์นำเสนอบทสัมภาษณ์ของผู้บัญชาการเรือนจำกลางขอนแก่นที่แสดงความคิดเห็นว่านางสาวปริยานุช โนนวังชัย กับพวกผู้ต้องหาซึ่งเป็นผู้หญิงอาจมีความผิดปกติทางจิต โดยไม่เชื่อว่าผู้หญิงจะก่อคดีอาชญากรรมได้รุนแรงขนาดนี้
ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ข่าวที่ 4	ความตึงตึงทางรูปลักษณ์ภายนอก - ภาพปกข่าวและภาพประกอบในเนื้อหาเป็นภาพของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหากับพวกสวมใส่เสื้อสายเดี่ยว เห็นเนินอก มีลักษณะเซ็กซี่

ส่วนผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มสื่อมวลชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวในแต่ละช่วงเหตุการณ์สอดคล้องกันว่า ในช่วงเหตุการณ์ที่ 1 ได้เน้นการนำเสนอไปที่นางสาววรศรา กลิ่นจ้อย ผู้เสียชีวิต ว่าผู้เสียชีวิตเป็นใครทำไมถึงถูกฆ่า เพื่อหาแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เสียชีวิตถูกฆาตกรรม โดยเกาะติดการรายงานข่าวการสืบสวนสอบสวนของตำรวจ และข้อมูลจากครอบครัวของผู้เสียชีวิต เนื่องจากในช่วงเหตุการณ์ที่ 1 ยังไม่ทราบว่ามีผู้ก่อเหตุ คือ นางสาวปริยานุช โนนวังชัย

ช่วงเหตุการณ์ที่ 2 หลังสื่อมวลชนทราบว่าผู้ต้องหา คือ นางสาวปริยานุช โนนวังชัย สื่อมวลชนก็ได้เน้นการนำเสนอไปที่นางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหา โดยเน้นนำเสนอประวัติส่วนตัว รูปลักษณ์ภายนอกผู้ต้องหาที่เป็นผู้หญิง เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลทั้งสามคนมีประสบการณ์ที่สอดคล้องกันว่า จากประสบการณ์ทำงานไม่ค่อยพบคดีที่ผู้หญิงเป็นผู้ก่อเหตุร้ายแรง จึงเป็นเรื่องที่น่าตกใจที่เลือกนำมาเสนออย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ทัศนคติของผู้ให้ข้อมูลยังมีความเห็นว่าคดีมีความน่าสนใจเนื่องจากผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ ไม่น่าเชื่อว่าจะก่อคดีรุนแรงได้ขนาดนี้

ช่วงเหตุการณ์ที่ 3 ซึ่งเป็นช่วงที่จับกุมนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหาได้แล้ว ผู้ให้ข้อมูลทั้งสามคนให้ข้อมูลสอดคล้องกันว่า การนำเสนอข่าวในช่วงนี้จึงเป็นการนำเสนอขึ้นตอนตามกระบวนการยุติธรรมในการดำเนินคดีกับผู้ต้องหา ตั้งแต่การจับกุมจนถึงการส่งตัวเข้าไปควบคุมภายในเรือนจำจังหวัดขอนแก่น

ส่วนวิธีการประกอบสร้างผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม ด้านความดึงดูดทางรูปลักษณ์ภายนอก พบว่า เป็นวิธีการที่สื่อประกอบสร้างผู้หญิงในข่าวทั้ง 3 ช่วงเหตุการณ์ กลุ่มสื่อมวลชนผู้ให้ข้อมูลได้ให้เหตุผลถึงการนำรูปลักษณ์ของผู้หญิงในข่าว มาใช้นำเสนอสอดคล้องกันว่าเป็นการชูประเด็นให้เกิดความน่าสนใจให้ผู้เข้ามาอ่านข่าว และเห็นว่าเป็นเรื่องปกติในการเลือกประเด็นนี้มาทำให้เกิดความน่าสนใจในข่าว เช่น การเลือกภาพของนางสาววรศรา กลิ่นจ้อย ผู้เสียชีวิต และภาพของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหา

เพศและความเปี่ยมเบนทางเพศ พบในช่วงเหตุการณ์ที่ 1 เกี่ยวกับรสนิยมทางเพศของนางสาววรศรา กลิ่นจ้อย กลุ่มสื่อมวลชนให้ข้อมูลสอดคล้องกันว่าเป็นการนำเสนอข้อมูลตามแนวทางการสืบสวนของตำรวจเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้เสียชีวิตที่จะนำไปสู่ประเด็นการก่อเหตุฆาตกรรม และสืบสวนหาตัวผู้ก่อเหตุได้

ไม่ใช่ตัวการกระทำความผิด ซึ่งพบว่าเป็นวิธีการที่สื่อประกอบสร้างผู้หญิงในข่าวอาชญากรรมในช่วงเหตุการณ์ที่ 2 และ 3 ผู้ให้ข้อมูลจากสื่อมวลชนทั้งสามคนให้ข้อมูลสอดคล้องกันว่าเป็นเรื่องปกติของการนำเสนอข่าวในคดีสำคัญที่ผู้สื่อข่าวจะนำเสนอ

ตามข้อมูลการสืบสวนของตำรวจ และเลือกนำเสนอข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดผู้ก่อเหตุ เพื่อสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมของบุคคลนั้นว่า เป็นคนอย่างไรถึงมาก่อเหตุรุนแรงเช่นนี้ได้ ประกอบกับผู้ใกล้ชิดผู้ต้องหาที่ยินดีให้ข้อมูลกับสื่อ ซึ่งแตกต่างจากครอบครัวของผู้ต้องหารายอื่น

ขณะที่ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มองค์กรวิชาชีพที่กำกับดูแลกันเองในกลุ่มสื่อมวลชน และนักวิชาการหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อสารมวลชน ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นถึงวิธีการที่สื่อประกอบสร้างผู้หญิงในข่าวอาชญากรรมด้านความผิดทางรูปลักษณะภายนอก มีรายละเอียด ดังนี้

การนำรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงในข่าวมาใช้เป็นจุดดึงดูดความสนใจ ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่าอาจส่งผลต่อเนื้อหาข่าว เนื่องจากอาจทำให้ผู้อ่านสนใจในประเด็นเรื่องบุคคลมากกว่าเนื้อหาที่สื่อเลือกมานำเสนอ สื่อควรอธิบายให้สังคมเห็นว่าความรุนแรงนั้นเกิดขึ้นได้กับทุกเพศ และไม่ควรผลิตซ้ำทัศนคติที่มีต่อเพศหญิงว่าเป็นเพศที่อ่อนแอกว่าผู้ชาย ควรสร้างความเท่าเทียมในข่าวเพื่อไม่ให้เกิดค่านิยมว่าผู้หญิงเป็นผู้ต้องหาในคดีอาชญากรรมมีความแตกต่างจากผู้ต้องหาชาย ผู้ให้ข้อมูลยังเห็นว่าควรระมัดระวังการอธิบายสรีระของผู้หญิงในข่าว ทั้งในส่วนภาพ และข้อความที่เลือกใช้ เพื่อไม่ให้ผู้หญิงกลายเป็นวัตถุทางเพศ เนื่องจากบางครั้ง สื่อก็จำเป็นต้องอธิบายรูปร่างหรือลักษณะ เพื่อนำไปสู่การจับกุมในคดีต่างๆ ได้

ขณะที่การตั้งสมญานาม หรือ ฉายา ให้กับผู้ต้องหาที่เป็นผู้หญิงผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าเป็นการตัดสินจากความรู้สึกของสื่อมวลชนเอง ควรคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเท่าเทียมของความเป็นมนุษย์ และตระหนักเสมอว่าคำที่ใช้ อาจเป็นการลดทอนศักดิ์ศรีของบุคคลที่ถูกกล่าวถึง เช่น การใช้คำว่า “สวยหั่นศพ” อาจทำให้เกิดค่านิยมความเข้าใจผิดว่ามี การให้คุณค่ากับความสวย ทั้งที่ไม่เกี่ยวข้องกับคดีความ จึงต้องพิจารณาว่าสมญานามที่ใช้ ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาข่าวมากขึ้นหรือไม่ หากไม่เกี่ยวข้องใดๆ กับเนื้อหาในคดี และเป็นเรื่องส่วนตัวของบุคคลก็ไม่ควรนำมาใช้

ส่วนการใช้แทนผู้หญิงในข่าวว่า “สาว” ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าควรระมัดระวังเนื่องจากคำว่า “สาว” การแสดงออกถึงการให้คุณค่ากับช่วงวัยด้วยหนึ่ง ขณะที่คำว่า “สวย” ถือว่าเป็นการใส่ความคิดเห็นลงไปในข่าว ซึ่งข่าวทั่วไปที่ไม่ใช่สื่อบริบทความต้องไม่ใส่ความคิดเห็นลงไปในข่าว

ด้านเพศและความเปี่ยงเบนทางเพศ กลุ่มองค์กรวิชาชีพที่กำลังดูแลตัวเอง ในกลุ่มสื่อมวลชน นักวิชาการหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อสารมวลชน แสดงความคิดเห็น ดังนี้

กลุ่มองค์กรวิชาชีพที่กำลังดูแลตัวเองในกลุ่มสื่อมวลชน และนักวิชาการ หรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อสารมวลชน ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ต้องระมัดระวังอย่างมากในการนำความหลากหลายทางเพศมาใช้ประกอบในข่าว เนื่องจากเป็นเรื่องส่วนตัวควรคำนึงถึงความรู้สึกดีศรีสิทธิความเป็นมนุษย์ของผู้ที่ตกเป็นข่าว รวมไปถึงครอบครัวของผู้ที่ตกเป็นข่าวด้วยว่าจะลดทอนศักดิ์ศรี หรือทำให้เกิดภาพเหมารวมของผู้ตกเป็นข่าวหรือไม่ เช่น การใช้คำว่า “ทอม” ที่กระทำความผิด อาจทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกเหมารวมว่าทอมเป็นผู้กระทำความผิด ทั้งๆ ที่ความเป็นจริงแล้ว เป็นความผิดที่เกิดขึ้นเฉพาะตัวบุคคล ดังนั้น สื่อควรระมัดระวังการนำเสนอคำเหล่านี้ โดยใช้คำแทนอื่น แต่หากจำเป็นต้องใช้เพื่อบอกลักษณะบางอย่างก็ต้องใช้อย่างระมัดระวัง

ด้านไม่ใช่ตัวการกระทำความผิด กลุ่มองค์กรวิชาชีพที่กำลังดูแลตัวเองในกลุ่ม สื่อมวลชน นักวิชาการหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อสารมวลชน ได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

กลุ่มองค์กรวิชาชีพที่กำลังดูแลตัวเองในกลุ่มสื่อมวลชน และนักวิชาการ หรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อสารมวลชนผู้ให้ข้อมูล เห็นว่าการนำเสนอข้อมูลของสื่อมวลชน ด้านไม่ใช่ตัวการกระทำความผิด พบว่า ส่วนใหญ่สื่อได้นำข้อมูลจากแหล่งข่าวมาใช้ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร เช่น กรณีคดีของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ที่สื่อนำเสนอว่านางสาวปริยานุช เป็นคนกตัญญูเลี้ยงดูพ่อแม่ ถือเป็นเรื่องดั้งเดิม ที่สื่อมักเลือกนำมาเสนอเช่นเดียวกับการสื่อข่าวในอดีตที่มักนำเสนอว่าแม่ขโมยนม มาให้ลูกกิน และให้ความสำคัญกับแม่ที่ลำบาก แทนการให้ความสำคัญว่าการกระทำนั้น เป็นความผิด แต่ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าสื่อมวลชนสามารถนำเสนอสิ่งเหล่านี้ได้ แต่การนำเสนอเช่นนั้น ควรนำเสนออย่างระมัดระวังโดยไม่นำเสนอซ้ำจนเกิดค่านิยมผิดๆ ว่า หากลูกเป็นคนกตัญญูก็สามารถกระทำความผิดได้ แต่ควรนำเสนอปัญหา ระดับโครงสร้างมากกว่าเช่น การนำเสนอข้อมูลจากนักสังคม หรือ นักจิตวิทยา เป็นต้น

2. ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการวางกรอบข่าว

2.1 ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการวางกรอบข่าวกรณีคดียางสาวปริยานุช โนนวังชัย การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มสื่อมวลชน พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางกรอบข่าว ดังนี้

2.1.1 ประสพการณ์ส่วนตัวของบุคลากรข่าวที่มีต่อการก่ออาชญากรรม โดยผู้หญิง ผู้ให้ข้อมูลระบุสอดคล้องกันว่า ใช้ประสพการณ์การทำงาน และทัศนคติที่มีต่อคดีของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย มาใช้เป็นปัจจัยภายในสำคัญในการวางกรอบข่าว โดยผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นจากประสพการณ์ที่สอดคล้องกันอีกว่า คดีของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย น่าสนใจ เนื่องจากที่ผ่านมาแม้ว่าจะมีผู้หญิงเป็นผู้ต้องหาในคดีอาชญากรรมที่มีพฤติการณ์ในคดีที่ร้ายแรง แต่ส่วนใหญ่จะพบว่าผู้หญิงเป็นผู้บงการมากกว่าเป็นผู้ลงมือก่อเหตุ ประกอบกับคดีนี้เป็นคดีที่มีพฤติการณ์การก่อเหตุที่โหดร้าย และรุนแรง ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลยังเห็นว่าถึงแม้ว่าผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหาจะทำให้ข่าวน่าสนใจ แต่ในส่วนพฤติการณ์ของคดีที่โหดเหี้ยมมีเงื่อนไข และรายละเอียดของผู้ที่เกี่ยวข้องในข่าวเป็นจุดเด่นที่ทำให้คดีน่าสนใจมากกว่า

2.1.2 ทัศนคติส่วนตัวของบุคลากร ที่มีต่อการก่ออาชญากรรมโดยผู้หญิง ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า กรณีคดียางสาวปริยานุช โนนวังชัย น่าสนใจมาก ที่ผ่านมามีไม่ค่อยพบคดีที่มีพฤติการณ์แบบนี้ในพื้นที่มาก่อน และคดีนี้มีผู้หญิงเป็นผู้ต้องหาคดีจึงมีความน่าสนใจมากกว่าคดีที่ผู้ชายเป็นผู้ก่อเหตุ เนื่องจากทัศนคติส่วนตัวเห็นว่าผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ หากไม่ถูกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างรุนแรงก็จะไม่ลงมือก่อเหตุ

2.1.3 กระบวนการทำข่าวระหว่างบรรณาธิการกับผู้ปฏิบัติงาน ผู้สื่อข่าวประจำจังหวัดขอนแก่น ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า มีปัจจัยภายในเกี่ยวกับการบริหารจัดการเข้ามาเกี่ยวข้องกับการวางกรอบข่าวในคดียางสาวปริยานุช โนนวังชัย เนื่องจากบรรณาธิการข่าวสดออนไลน์ ได้สั่งการให้ผู้สื่อข่าวประจำจังหวัดขอนแก่นติดตามคดีนี้อย่างใกล้ชิด และรายงานความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง หรือที่เรียกกันว่าห้ามตกข่าว ผู้สื่อข่าวประจำจังหวัดขอนแก่น จึงต้องแสวงหาข้อมูลมากขึ้น นอกเหนือจากข้อมูลที่ได้รับจากตำรวจยังแสวงหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ และแหล่งข่าว หรือบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับทั้งฝ่ายผู้เสียชีวิตและผู้ต้องหาส่งให้กองบรรณาธิการ

2.2 ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการวางกรอบข่าวกรณีคดียางสาวปริยานุช โนนวังชัย ประกอบด้วย

2.2.1 เจ้าหน้าที่ตำรวจ ผู้ให้ข้อมูลทั้งสามท่านให้ข้อมูลสอดคล้องกันว่า เนื้อหาข่าวในคดีของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ที่เลือกนำมาเสนอส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่ไดมาจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ เนื่องจากเห็นว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สุด

2.2.2 แหล่งข่าวอื่นๆ ผู้ให้ข้อมูลเห็นสอดคล้องกันว่าครอบครัว คือแหล่งข้อมูลที่ถูกเลือกนำมาเสนอเป็นข้อมูลหลัก รองจากข้อมูลของตำรวจ

และในคตินิยมทั่วไปแหล่งข่าวที่เป็นครอบครัวของผู้เกี่ยวข้องในข่าวมักจะไม่ให้ข้อมูล แต่คตินิยมนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องในข่าวโดยเฉพาะฝั่งของผู้ต้องหาให้มีการออกมาให้ข้อมูลหลายครั้ง สื่อจึงเลือกนำมาเสนอ

2.2.3 ความสนใจและปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสารผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าผู้รับสารถือเป็นหัวใจสำคัญ ที่ส่งผลต่อการนำเสนอข่าวและการวางกรอบข่าว ในคตินิยมนางสาวปริยานุช โนนวังชัย เนื่องจากการนำเสนอข่าวออนไลน์ในปัจจุบันเมื่อนำเสนอข่าวใดผ่านทางออนไลน์ทางกองบรรณาธิการจะติดตามยอดการเข้าชม การมีส่วนร่วมและการแสดงความคิดเห็นในข่าวทันทีว่า ผู้รับสารมีความสนใจข่าวนี้นักน้อยเพียงไร หากผู้รับสารหรือสังคมมีความสนใจ ข่าวนี้น่าสนใจมาก ทางกองบรรณาธิการก็สั่งการให้ผู้สื่อข่าวและแอดมินข่าวนำเสนอความคืบหน้าข่าวนี้อย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร

2.2.4 สื่อสังคม ผู้ให้ข้อมูลระบุสอดคล้องกันว่า กระแสของผู้คนในสังคมที่พูดถึงในสื่อสังคมออนไลน์ มีส่วนสำคัญในการกำหนดเนื้อหาและการวางกรอบข่าว เช่น กระแสการทวีตเตอร์ข้อความการโพสต์ข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ และอื่นๆ ผ่านทางเฟซบุ๊กของบุคคลที่มีชื่อเสียงและบุคคลทั่วไป รวมถึงเพจเฟซบุ๊กที่มีผู้ติดตามจำนวนมากนำเสนอข้อมูลต่างๆ ล้วนส่งผลต่อการนำเสนอเนื้อหาและการวางกรอบข่าวในคตินิยมนางสาวปริยานุช โนนวังชัย

2.2.5 การแข่งขันระหว่างสื่อกระแสหลัก และเพจต่างๆ ผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลสอดคล้องกันว่า การนำเสนอข่าวในคตินิยมนางสาวปริยานุช โนนวังชัย มีการแข่งขันกันสูงมาก ทั้งจากสื่อกระแสหลักและเพจต่างๆ ในสื่อสังคม ถือเป็น การแข่งขันกันอย่างดุเดือด ส่งผลต่อการนำเสนอข่าวคตินิยมนางสาวปริยานุช ด้านความเร็ว ความเฝ้ายามของประเด็น ความลึก และความถูกต้องของข้อมูล

ขณะที่กลุ่มองค์กรวิชาชีพที่กำลังคุกคามตัวเองในกลุ่มสื่อมวลชน นักวิชาการ หรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อสารมวลชนได้แสดงความเห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางกรอบข่าวกรณีคตินิยมนางสาวปริยานุช โนนวังชัย พร้อมเสนอแนะการวางกรอบข่าวอาชญากรรมของสื่อมวลชน มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นสอดคล้องกันถึงการนำข้อมูลที่ได้จากตำรวจมานำเสนอว่า หากสื่อมวลชนได้ข้อมูลมาจากตำรวจควรจะคัดเลือกกว่าประเด็นใดควรนำเสนอต่อสังคม เนื่องจากสื่ออาจกำลังถูกตำรวจใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอข้อมูล ถือว่าเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นกับสื่อมวลชนสายอาชญากรรมที่ประเด็นข่าว

ถูกกำหนดมาจากตำรวจไม่ใช่สื่อมวลชน ซึ่งประเด็นนี้อาจมีวาระซ่อนเร้นอยู่ด้วย สื่อจึงต้องทำหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอ เช่น กรณีคดีของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ที่มุ่งเน้นไปที่ประเด็นเป็นปัญหาส่วนบุคคล โดยเชื่อข้อมูลทุกอย่างที่ได้มาจากตำรวจ ทำให้สื่อมวลชนสายอาชญากรรมไม่ใช่ผู้คิดประเด็นนำเสนอต่อสังคม และสื่ออาจลืมหัวใจสำคัญของข่าวอาชญากรรมที่สื่อกำลังทำหน้าที่บอกเล่าว่ามีความผิดปกติเกิดขึ้นในสังคม เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหา แต่การนำเสนอข่าวกรณีคดียางสาวปริยานุช โนนวังชัย กลับทำให้สังคมเกิดความสนใจที่ตัวบุคคลเป็นหลัก แทบไม่ได้สนใจประเด็นปัญหาความรุนแรง หรือพฤติกรรมการณ์การลอกเลียนแบบที่อาจจะเกิดขึ้น

ขณะที่ความสนใจและปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสาร เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการวางกรอบข่าว ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน แสดงความเห็น ว่า สื่อมวลชนไม่ควรสนใจเพียงแค่จำนวนของผู้รับสาร แต่ควรศึกษาหรือวิเคราะห์สถิติ และข้อมูลเบื้องหลังตัวเลขที่ปรากฏมาใช้ประกอบการวางกรอบข่าวด้วย โดยแนะนำว่า สื่อมวลชนควรเปลี่ยนวิธีคิด และหันมาเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อสังคม ในด้านของสถิติ และข้อมูลที่ปรากฏมากขึ้น เช่น สถิติการเข้าเว็บไซต์ หรือสถิติการอ่านข่าว โดยวิเคราะห์ ข้อมูลเบื้องหลังของตัวเลขที่ปรากฏด้วย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอข่าวแต่ละวัน และปรับปรุงคุณภาพข่าวที่นำเสนอ

นอกจากนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ได้เสนอแนะ การวางกรอบข่าวอาชญากรรมว่า สื่อมวลชนควรคำนึงถึงผลกระทบที่ตามมาจากการนำเสนอข้อมูลนั้นๆ ว่าจะส่งผลให้เกิดค่านิยมที่ผิดๆ ต่อสังคมหรือไม่ แต่หากมีความจำเป็นต้องนำเสนอข้อมูล ก็ควรมองให้ก้าวข้ามระดับของเหตุการณ์ว่าเกิดอะไรขึ้นที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร และเพิ่มคำอธิบายถึงปัญหาในระดับโครงสร้างของสังคมร่วมไปด้วย เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาในสังคม ส่วนการนำเสนอประเด็นจากสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอ เห็นว่าเป็นการบอกสังคมว่าขณะนี้กำลังเกิดอะไรขึ้น แต่สื่อมวลชนต้องคำนึงว่าประเด็นที่เลือกมานำเสนอนั้น ก่อให้เกิดประโยชน์อะไรกับสังคมบ้าง

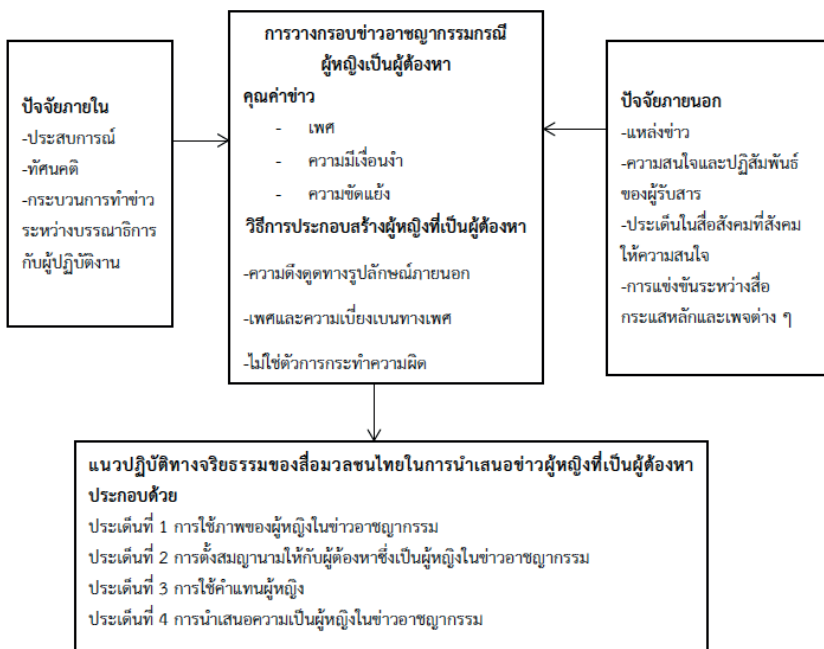
ขณะที่การแข่งขันของสื่อมวลชน ที่พบว่าสื่อมวลชนขณะนี้ไม่ได้แข่งขันกันเฉพาะสื่อหลักเท่านั้น แต่รวมไปถึงเพจต่างๆ และส่งผลต่อการวางกรอบข่าวด้วย ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นสอดคล้องกันว่า สื่อมวลชนวิชาชีพไม่ควรไปแข่งขันกับเพจต่างๆ ควรรักษามาตรฐานในการนำเสนอข่าวเพื่อเป็นที่พึ่งของคนในสังคม ไม่ควรมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันเพียงอย่างเดียว อาจทำให้ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนวิชาชีพถูกลดทอน

ลงไป และเป็นการฆ่าตัวตายของสื่อในระยะยาวด้วย พร้อมแนะนำให้ระมัดระวัง การนำข้อมูลส่วนบุคคลที่นำเสนอผ่านสื่อสังคม ทั้งในส่วนรูปภาพ และเนื้อหามาใช้ ในข่าวควรขออนุญาตก่อน เนื่องจากที่ผ่านมา สื่อมักเข้าใจว่าข้อมูลที่ถูกนำเสนอผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ เป็นข้อมูลสาธารณะ ซึ่งอาจมีความผิดตามกฎหมายได้

3. แนวปฏิบัติทางจริยธรรม ในการนำเสนอข่าวคดีที่ผู้หญิงเป็นผู้ต้องหา

ในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมกรณีผู้หญิงเป็นผู้ต้องหา จากผลการวิเคราะห์ กรอบข่าว และผลสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถสรุปประเด็นปัญหาในการนำเสนอข่าว คดีที่ผู้หญิงเป็นผู้ต้องหา โดยแบ่งเป็น 4 ประเด็น ประกอบด้วย ประเด็นที่ 1 การใช้ภาพ ของผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม ประเด็นที่ 2 การตั้งสมญานามให้กับผู้ต้องหา ซึ่งเป็นผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม ประเด็นที่ 3 การใช้คำแทนผู้หญิง ประเด็นที่ 4 การนำเสนอความเป็นผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม และสามารถสรุปเป็นแนวปฏิบัติ ทางจริยธรรม ดังนี้

1. ระมัดระวังการนำเสนอภาพและเนื้อหาของผู้หญิงที่เน้นสรีระร่างกายในข่าว อาชญากรรม ที่จะนำไปสู่การทำให้ผู้หญิงกลายเป็นวัตถุทางเพศในคดีอาชญากรรม
2. ระมัดระวังการตั้งสมญานาม หรือฉายา ให้กับผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม ที่จะนำไปสู่การดูหมิ่น เกลียดชังและกระทบต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
3. ระมัดระวังการใช้คำแทนผู้หญิงที่มีเพศภาวะไม่สัมพันธ์กับเพศสภาพของตนเอง เช่น ทอม ดี ผู้ชายข้ามเพศ ที่จะนำไปสู่การสร้างภาพเหมารวมว่าคนกลุ่มนั้นทั้งหมด เป็นผู้กระทำความผิด
4. ระมัดระวังการนำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม ด้วยมุมมองว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอกว่าผู้ชาย อันอาจนำไปสู่การสร้างภาพลบต่อเพศหญิง และความชอบธรรมให้กับผู้หญิงในคดีอาชญากรรม
5. สื่อมวลชนควรนำเสนอบทลงโทษของผู้หญิงที่กระทำความผิดว่าได้รับโทษ ไม่แตกต่างจากผู้ชาย
6. สื่อมวลชนควรนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับผู้หญิงในข่าวอาชญากรรมอย่างสร้างสรรค์ เช่น การนำเสนอคำอธิบายเพิ่มเติม หรือนำเสนอปัญหาในระดับโครงสร้างทางสังคม มากกว่าการรายงานเพียงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับตัวปัจเจกบุคคล เพื่อนำไปสู่การแก้ไข ปัญหา



ภาพที่ 1 สรุปผลการศึกษา

อภิปรายผลการวิจัย

1. การวางกรอบข่าว และปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำงานของสื่อมวลชน

ผลศึกษาการวางกรอบข่าวอาชญากรรมกรณีผู้หญิงเป็นผู้ต้องหาในคดีนี้ พบว่า สื่อมวลชนมีการวางกรอบข่าวโดยใช้ความตึงเครียดทางสัญลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในคดีนี้ ทั้งผู้ต้องหาและเหยื่อมาไข่มากที่สุด เพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน วิเคราะห์ได้ว่าเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน ประกอบด้วย ประสบการณ์ของบุคลากรข่าว ที่เห็นว่าคดีอาชญากรรมส่วนใหญ่ที่พบผู้หญิงเป็นผู้ต้องหา จะเป็นผู้บงการอยู่เบื้องหลัง ไม่ค่อยพบผู้หญิงเป็นผู้ลงมือก่อเหตุด้วยตัวเอง อันเป็นผลมาจากกรอบของสื่อมวลชนเองที่อยู่ในฐานะของผู้รับสาร และได้รับอิทธิพลจากกรอบของตัวเองที่เคยพบเห็นจากข่าวในอดีตว่า ผู้หญิงมักอยู่เบื้องหลังในคดีอาชญากรรมมากกว่าเป็นผู้ก่อเหตุ นอกจากนี้ ปัจจัยภายในอีกประการที่ส่งผลให้สื่อมวลชนวางกรอบข่าวในคดีนี้ โดยใช้ความตึงเครียดทางสัญลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง คือ ทัศนคติบุคลากรข่าวเอง

ต่ออาชีพประชาสัมพันธ์ หรือ ฟืออาร์ร้านอาหาร ซึ่งเป็นอาชีพของผู้เสียชีวิตว่า ส่วนใหญ่ ผู้หญิงที่ทำอาชีพนี้จะมีหน้าตาดี ส่วนทัศนคติของบุคลากรข่าว ที่มีต่อผู้หญิงว่าเป็นเพศที่อ่อนแอกว่าผู้ชาย แต่กลับเป็นผู้ก่อเหตุในคดีที่มีพฤติการณ์ร้ายแรง จึงทำให้การวางกรอบข่าวออกมาในมุมที่น่าประหลาดใจ น่าตกใจ ดังนั้น กรอบข่าวอาชญากรรมกรณีผู้หญิงเป็นผู้ต้องหาในคดีนี้จึงเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน ที่สำคัญคือ ทัศนคติและประสบการณ์สอดคล้องกับแนวคิดของ Mcquail (1994) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานขององค์กรสื่อมวลชน ที่พบว่าปัจจัยภายในส่งผลต่อเนื้อหาข่าวที่ถูกนำเสนอจากสื่อมวลชน

นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยภายนอกด้านความสนใจและปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสาร ที่พบว่าผู้รับสารมีความสนใจข่าวนี้ ผ่านตัวเลขที่ปรากฏยอดรับชมในเว็บไซต์ข่าว ทำให้สื่อมวลชนเลือกนำเสนอเหตุการณ์นี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ Mcquail (1994 อ้างถึงใน สุพิชฌาย์ ดวงคำดี, 2554) ที่พบว่าผู้รับสารก็คือผู้บริโภค มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรโดยตรงจึงต้องผลิตสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากที่สุดเพื่อให้ผู้รับสารสนใจหันมาชมหรือมาอ่าน ซึ่งเป็นรายได้ขององค์กร การศึกษายังพบประเด็นที่สื่อสังคม กำลังให้ความสนใจก็เป็นหนึ่งในตัวกำหนดการวางกรอบข่าวของสื่อมวลชนเช่นกัน หากในสื่อสังคมมีการพูดถึงประเด็นอะไรสื่อมวลชนก็จะเลือกประเด็นนั้นมานำเสนอ เช่นเดียวกับประเด็นสื่อสังคมที่พบการวิพากษ์วิจารณ์ถึงหน้าตาและรูปลักษณ์ภายนอกของผู้ต้องหา สื่อมวลชนจึงเลือกนำเสนอประเด็นดังกล่าว และถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยภายนอกที่สำคัญในการทำงานของสื่อมวลชนในยุคของสื่อออนไลน์ ซึ่งไม่พบประเด็นนี้ในแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานขององค์กรสื่อมวลชน

ขณะที่เพศและความเปี่ยงเบนทางเพศ เป็นผลมาจากปัจจัยภายนอก คือ แหล่งข่าว โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ตำรวจที่เป็นผู้เปิดเผยข้อมูลการสืบสวนสอบสวนว่า ผู้เสียชีวิตมีพฤติกรรมรักร่วมเพศ ซึ่งเป็นหนึ่งในข้อสันนิษฐานถึงประเด็นฆาตกรรม ประกอบกับข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่น เช่น บุคคลใกล้ชิดผู้เสียชีวิตที่ให้ข้อมูลถึงพฤติกรรมทางเพศของผู้เสียชีวิต ซึ่งสื่อมวลชนให้ความสนใจ เนื่องจากเป็นหนึ่งในประเด็นฆาตกรรมและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากกรอบของสื่อมวลชนในฐานะผู้รับสารเองยังเห็นว่าพฤติกรรมรักร่วมเพศไม่ใช่ความสัมพันธ์ปกติแบบผู้ชายกับผู้หญิง จึงเลือกนำมาเสนอข่าว นอกจากนี้ ยังพบการใช้คำแทนผู้หญิงที่มีพฤติกรรมรักร่วมเพศในข่าวอาชญากรรม ซึ่งการใช้คำแทนเช่นคำว่า “ทอม” “ดี้” “ผู้ชายข้ามเพศ” ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึก

ถึงภาพเหมารวมว่ากลุ่มคนเหล่านั้นกระทำความผิดทั้งหมด และยังเป็นการลดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลที่ถูกกล่าวถึง

ส่วนไม่ใช่ตัวการกระทำความผิด หรือการหาความสมเหตุสมผลให้กับผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา เป็นผลที่ส่งมาจากปัจจัยภายในทั้งประสบการณ์ทัศนคติที่สื่อมวลชนยังมีความเชื่อว่าผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ หากก่อเหตุอาชญากรรมร้ายแรงจะต้องถูกกระทำก่อนอย่างรุนแรง วิธีการนี้ถือว่าเป็นวิธีการที่แตกต่างจากวิธีการประกอบสร้างผู้หญิงแบบดั้งเดิมที่ใช้ประเด็นเรื่องความดึงดูดทางรูปลักษณ์ภายนอกเพศและความเปี่ยมเบนทางเพศมาใช้ในการนำเสนอข่าว แต่วิธีการประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหาโดยใช้วิธีการหาความสมเหตุสมผลนี้ เป็นวิธีที่แตกต่างไปจากเดิมเนื่องจากในอดีตมักพบการประกอบสร้างผู้หญิงในลักษณะการตกเป็นเหยื่อหรือผู้ถูกกระทำมากกว่า

สำหรับวิธีการที่สื่อมวลชนประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหาโดยใช้วิธีการหาความสมเหตุสมผล อธิบายได้ตามแนวคิดของ Jewkes (2004) ที่พบว่าสังคมโดยส่วนใหญ่ยังไม่พร้อมที่จะเผชิญความเป็นจริงว่า ผู้หญิงนั้นเป็นเพศที่อาจมีความโหดร้าย ซาดิสต์ และรุนแรง และเป็นฆาตกรได้ โดยสื่อมวลชนจะหาความสมเหตุสมผลมาอธิบายว่าผู้หญิงกระทำการรุนแรงเนื่องจากมีเหตุผลสนับสนุนไม่ได้กระทำความรุนแรงโดยไร้สาเหตุ ทั้งนี้ หากพิจารณาอิทธิพลของการประกอบสร้างความจริงของสื่อมวลชนตามแนวคิดเรื่องการสร้างความหมายทางสังคมในด้านสื่อสารมวลชนที่พบว่า การสร้างความหมายของสื่อมวลชนเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาว ทุกครั้งที่สื่อมวลชนเผยแพร่งานออกไปจะเกิดผลกระทบในหลายระลอก ทั้งผลกระทบระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว คือ การสร้างความรู้ ทัศนคติ ค่านิยม จากนั้นก็จะมีปฏิกิริยาที่แตกต่างกัน และส่งผลให้เกิดการสร้างโลกแห่งความเป็นจริง และแพร่กระจายความรู้นั้นออกไปอีก (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) ดังนั้น การประกอบสร้างผู้หญิงของสื่อมวลชนในลักษณะนี้อาจส่งผลต่อค่านิยมของผู้รับสารซึ่งการประกอบสร้างผู้หญิงในลักษณะนี้อาจส่งผลต่อค่านิยมว่าผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ หากไม่ถูกกระทำก่อนก็จะไม่ก่อความรุนแรง ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่พบว่า ผู้หญิงก็เป็นผู้ก่อคดีอาชญากรรมร้ายแรงในหลายๆ คดี ค่านิยมที่มีความเชื่อว่าผู้หญิงส่วนใหญ่จะเป็นผู้ถูกกระทำอาจทำให้ผู้คนในสังคมขาดความระมัดระวัง และตกเป็นเหยื่อหรือถูกหลอกลวง จากผู้หญิงที่เป็นอาชญากร หรือผู้หญิงที่ประสงค์ร้ายได้

และการหาความสมเหตุสมผลให้กับผู้ต้องหาที่เป็นผู้หญิงของสื่อมวลชน อาจทำให้ผู้คนในสังคมเกิดความรู้สึกเห็นใจผู้ต้องหาที่เป็นผู้หญิงโดยมองข้ามประเด็นการกระทำความผิดที่เกิดขึ้น และเกิดความเข้าใจว่าหากผู้หญิงมีเหตุผลก็สามารถกระทำความผิดได้

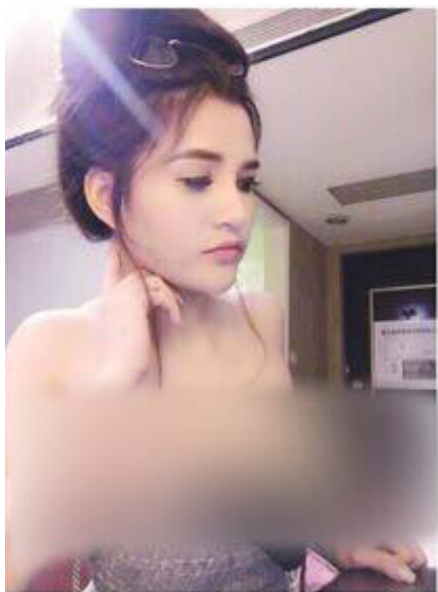
นอกจากนี้ ยังพบว่ากระบวนการทำข่าวระหว่างกองบรรณาธิการกับผู้ปฏิบัติงานส่งผลโดยตรงต่อเนื้อหาข่าวของสื่อมวลชน ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรสื่อสารมวลชนสามารถควบคุมและจัดการได้เอง เมื่อกองบรรณาธิการเห็นว่าคดีน่าสนใจจึงได้สั่งการให้ผู้ปฏิบัตินำเสนอข่าวในทุกมิติ หรือห้ามตกข่าว ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเลือกเสาะแสวงหาข้อมูลจากปัจจัยภายนอก คือ แหล่งข่าว ประเด็นที่สื่อสังคม กำลังให้ความสนใจ มานำเสนอต่อกองบรรณาธิการ ท่ามกลางการแข่งขันของสื่อกระแสหลัก และเพจต่างๆ ที่แข่งกันนำเสนอข่าวนี้ในด้านความรวดเร็วและความลึกของเนื้อหาข่าว มานำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งถือว่าเป็นช่องการนำเสนอที่ไร้ขีดจำกัด ทั้งในส่วนของพื้นที่ จำนวนของเนื้อหารูปภาพ และยังเอื้อประโยชน์ให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ตลอดเวลา แต่จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนยังเป็นการรายงานที่เน้นไปที่การรายงานสถานการณ์ทันต่อเหตุการณ์ แต่ยังใช้ประโยชน์ในการต่อยอดประเด็นในข่าวน้อย เช่น การนำเสนอข่าวว่านางสาวปริยาณูช โนนวังชัย ถูกส่งตัวเขาไปควบคุมที่เรือนจำ เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2560 พาดหัวข่าวว่า “นอนคุก คินแรกแก้งหันศพนครียจัด “เปรี้ยว” ร้องให้ตลอดเวลา “แฉ” สารภาพเสพยา” ขณะที่เนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ข่าวสดนำเสนอว่า นางสาวปริยาณูช มีอาการเครียดเกรงว่าจะฆ่าตัวตาย แต่ในเนื้อหาไม่มีต่อยอดประเด็นนี้ หรือเชื่อมโยงไปยังประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความรู้กับผู้รับสารมากขึ้น สอดคล้องกับ สฤตศรี ศรีสารคาม (2557) ที่พบว่า กระบวนการสื่อข่าวที่ใช้สื่อใหม่ ที่สื่อมวลชนเน้นการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ด้านความเร็ว โดยใช้ประโยชน์ในการเชื่อมโยงประเด็น การต่อยอดประเด็น และการสร้างเนื้อหาข้อมูลใหม่ๆ ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ ดังนั้น การรายงานข่าวอาชญากรรมควรสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมมาเป็นจุดดึงดูดในการรายงานเพิ่มเติมจากการรายงานข่าวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ควรต่อยอดโดยเพิ่มชุดคำอธิบายเรื่องราวนั้นไปในเนื้อหาข่าว เพื่อป้องกันการเกิดค่านิยมผิดๆ จากข้อมูลที่สื่อมวลชนนำเสนอที่ผ่านมามีพบว่าสื่อมวลชนมีความพยายามในการนำเสนอข้อมูลในส่วนชุดอธิบายเหตุการณ์ แต่สาธารณชนไม่ได้ให้ความสำคัญเท่ากับข่าวเหตุการณ์ที่สื่อนำเสนอไว้ก่อนแล้ว ดังนั้น สื่อมวลชนควรใช้ประโยชน์จากพื้นที่สื่อออนไลน์ เช่นการจัดทำบทสัมภาษณ์

หรือ Live blog ในเว็บไซต์ ซึ่งผลที่ได้นอกจากสาธารณชนจะรับรู้ข่าวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว ยังมีโอกาสรับรู้ข่าวที่เป็นข้อมูลอธิบายปัญหานั้นๆ ได้อีกด้วย

2. สื่อกับการประกอบสร้างความหมาย และการประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา

ผลการศึกษาคณีคดีนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ก็พบว่าสื่อมวลชนใช้ประสบการณ์ และทัศนคติเกี่ยวกับผู้หญิงในการสร้างภาพความเป็นจริง สอดคล้องกับ จีรวรา อุษายกุล (2536) ที่พบว่า กระบวนการสร้างภาพความเป็นจริงทางอาชีพสื่อสารมวลชน เกิดจาก 2 กระบวนการ คือ รับรู้ผ่านประสบการณ์โดยอ้อม และภาพความเป็นจริงที่ได้รับจากประสบการณ์โดยตรงของตัวเอง และจากผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนยังมีการนำเสนอข่าวผู้หญิงว่าเป็นเพศที่อ่อนแอ เป็นวัตถุทางเพศ และลดคุณค่าของผู้หญิงที่ถูกกล่าวถึงในข่าว ซึ่งภาพของผู้หญิงที่ติดลบในข่าวถูกพบตั้งแตอดีตจนถึงปัจจุบัน กาญจนา แก้วเทพ (2543) พบว่า การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงเป็นภาพติดลบ ผู้หญิงจะเป็นข่าวได้ก็ต่อเมื่อถูกทำร้ายหรือเป็นเป้าของการข่มขู่ และสองในสามของผู้หญิงที่เป็นข่าวหน้าหนึ่งถูกนำเสนอว่าเป็นผู้อ่อนแอ ไร้เซล่า ซึ่งสอดคล้องกับ วรมน เมตไตรพันธ์ (2554) ที่พบว่า การนำเสนอข่าวอาชญากรรมเกี่ยวกับความรุนแรงต่อสตรีในปัจจุบัน มีการนำเสนอประเด็นเรื่องเพศอย่างเด่นชัด ประกอบกับแนวคิดเรื่องสื่อกับการประกอบสร้างความหมาย ที่พบว่าสื่อมวลชนสามารถหล่อหลอมภาพความจริงให้กับทุกมิติของชีวิตผู้คนในสังคม หากสื่อมวลชนมีการหล่อหลอมภาพของผู้หญิงในลักษณะนี้ ภาพของผู้หญิงที่อ่อนแอ ไร้เซล่า เป็นวัตถุทางเพศ ก็อาจถูกพบในข่าวประเภทอื่นๆ เช่นกัน ซึ่งการหล่อหลอมของสื่อมวลชนยังส่งผลต่อค่านิยมโดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในอนาคต ก็จะมีกรอบความคิดเกี่ยวกับผู้หญิงในลักษณะเดียวกันนี้

ขณะที่การใช้ภาพของผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม พบว่า สื่อมวลชนมีการเลือกใช้ภาพของผู้หญิง คือ นางสาววิศรา กลิ่นจ้อย ผู้เสียชีวิต และภาพของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ผู้ต้องหาโดยเลือกภาพที่มีลักษณะดูดี ขณะที่ภาพของนางสาวปริยานุช สื่อมวลชนเลือกใช้ภาพที่มีลักษณะเช็กซี เห็นเนินอกมาใช้นางสาวหลายภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่านและภาพเหล่านี้ยังถูกนำเสนอซ้ำผ่านข่าวต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับกรณีคดีของนางสาวปริยานุช สื่อมวลชนควรระมัดระวังการเลือกภาพมาของผู้หญิงมานำเสนอในข่าวอาชญากรรม และฉายภาพซ้ำ โดยเน้นที่สรีระร่างกายของผู้หญิง ทำให้ผู้หญิงกลายเป็นวัตถุทางเพศ



ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างภาพนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ในเว็บไซต์ข่าวสด วันที่ 29 พฤษภาคม 2560 พาดหัวข่าวว่า “เผยโฉม “เอิร์น-เปี๊ยะ” 2 ใน 4 ผู้ต้องหาฆ่าน้องแอม โซเซียลสะพริง “สวยหั่นศพ.””

จากผลการศึกษาพบว่า การประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหาในข่าวอาชญากรรม ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต แม้ว่าที่ผ่านมาสื่อมวลชนจะมีแนวปฏิบัติให้ระมัดระวังการนำเสนอข่าวเรื่องผู้หญิง ในการใช้คุณลักษณะทางร่างกาย หรือการเน้นย้ำเพศสรีระมาเป็นจุดดึงดูดความสนใจ แต่จากการศึกษากรณีศึกษาของนางสาวปริยานุช โนนวังชัย ซึ่งเป็นคดีฆาตกรรมกลับพบว่า สื่อมวลชนมีการเคลื่อนย้ายวิธีการผลิตเนื้อหาข่าว คล้ายกับข่าวฆมขิ่น มาใช้อธิบายคุณลักษณะของผู้ต้องหาซึ่งเป็นผู้หญิง ผ่านทางรูปภาพ การใช้คำ และเนื้อหาข่าว เน้นย้ำเพศสรีระเพื่อดึงดูดใจแทน ซึ่งสื่อมวลชนถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการจัดวางรูปแบบความเป็นจริงรอบๆ ตัวเรา ที่ส่งผลโดยตรงต่อระบบความคิด ทัศนคติ ค่านิยม (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) การประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหาในลักษณะเช่นนี้ยังทำให้สังคมเกิดสนใจปัจเจกบุคคล โดยมองข้ามประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมว่าขณะนี้มีความผิดปกติ และมีความรุนแรงเกิดขึ้น ผลการศึกษา

จึงแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนยังมีวิธีคิด ประกอบกับวิธีการนำเสนอในรูปแบบเดิมๆ อยู่ หากไม่ได้รับการแก้ไขในอนาคต ก็อาจพบการประกอบสร้างผู้หญิงที่เป็ผู้ต้องหาลักษณะนี้ในกรณีอื่น ๆ อีก

3. ความท้าทายทางจริยธรรม ในการนำเสนอข่าวคดีที่ผู้หญิงเป็นผู้ต้องหา

จากผลการศึกษาพบว่า ที่ผ่านมามองค์การที่กำกับดูแลสื่อมวลชนได้มีการออกแนวปฏิบัติการนำเสนอข่าวประเด็นเรื่องเพศเกี่ยวกับผู้หญิง แต่พบว่าแนวปฏิบัติส่วนใหญ่เป็นแนวปฏิบัติเพื่อนำเสนอข่าวกรณีผู้หญิงในฐานะผู้ถูกระทำ แต่ไม่พบแนวปฏิบัติที่ผู้หญิงเป็นผู้ต้องหา และจากการศึกษาพบว่าแนวปฏิบัติการนำเสนอข่าวเรื่องเพศ จากสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (2549) เกี่ยวกับการนำเสนอข่าวข่มขืนระบุไว้ว่า “สื่อมวลชนไม่ควรใช้คำที่อธิบายถึงคุณลักษณะทางร่างกาย เช่น รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย การเน้นย้ำเพศสรีระเพื่อดึงดูดความสนใจ” ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่จัดทำขึ้นจากการวิจัยในครั้งนี้ว่า “สื่อมวลชนควรระมัดระวังการนำเสนอภาพและเนื้อหาของผู้หญิงที่เน้นสรีระร่างกายในข่าวอาชญากรรมที่จะนำไปสู่การทำให้ผู้หญิงกลายเป็นวัตถุทางเพศในคดีอาชญากรรม” ตอกย้ำว่าการใช้รูปลักษณ์ของผู้หญิงมาเป็นจุดดึงดูดความสนใจของสื่อมวลชนเกิดขึ้นมาตั้งแต่อดีตแต่ย้ายที่มาปรากฏกรณีผู้หญิงตกอยู่ในฐานะอื่นๆ นอกเหนือจากผู้ถูกระทำ เช่น กรณีที่ศึกษาในครั้งนี้คือผู้หญิงอยู่ในฐานะผู้กระทำความผิด เป็นการแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีการเปลี่ยนวิธีคิด แต่เมื่อถูกกำกับโดยแนวปฏิบัติในข่าวข่มขืนก็ได้ย้ายที่มานำเสนอในข่าวที่ผู้หญิงเป็นผู้ต้องหาแทน และยังพบว่าในแนวปฏิบัติปฏิบัติการนำเสนอข่าวเรื่องเพศ จากสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (2549) เกี่ยวกับการนำเสนอข่าว เกี่ยวกับคนรักเพศเดียวกันได้ระบุไว้ว่า “สื่อมวลชนควรหลีกเลี่ยงการใช้คำที่เน้นว่าคนรักเพศเดียวกันเป็นคนที่มีความรุนแรงหรือเป็นผู้ผิดปกติ โดยไม่ใช้การระบุลักษณะเช่น ทอม ดี ตุ๊ด” ซึ่งก็มีความสอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่จัดทำขึ้นในการศึกษาครั้งนี้ว่า “สื่อมวลชนควรระมัดระวังการใช้คำแทนผู้หญิง เช่น ทอม ดี ผู้ชายข้ามเพศ ที่จะนำไปสู่การสร้างภาพเหมารวมว่าคนกลุ่มนั้นทั้งหมดเป็นผู้กระทำความผิด” และยังเป็นการสะท้อนอคติทางเพศของสื่อมวลชน โดยไม่ได้คำนึงถึงการใช้คำเหล่านี้ว่าอาจส่งผลกระทบต่อบุคคลที่มีเพศสภาวะไม่ตรงว่าอาจถูกเหมารวม และเป็นการให้คำหรือลดค่าบุคคลที่ถูกกล่าวถึงว่าเป็นเพศสภาพที่ต่ำกว่าผู้หญิง หรือผู้ชาย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย นักวิจัยรุ่นต่อไปสามารถนำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางโดยเลือกศึกษาสื่อมวลชนหลากหลายประเภท หรือศึกษาเปรียบเทียบโดยนำแนวคิดเรื่องสตรีนิยมมาประกอบการศึกษาเพื่อให้ผลการวิจัยครอบคลุมประเด็นการวางกรอบเนื้อหาข่าวอาชญากรรมที่ประกอบสร้างผู้หญิงในที่เป็นผู้ต้องหามากยิ่งขึ้น
2. ข้อเสนอแนะต่อสื่อมวลชน และสมาคมนักวิชาชีพสื่อ ควรให้ความสำคัญกับประเด็นการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงโดยเฉพาะผู้หญิงที่เป็นผู้ต้องหา ไม่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางเพศในการสร้างความดึงดูดใจ หรือการลดทอนศักดิ์ศรี และการให้ค่าของเพศที่ไม่เท่าเทียมกัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). **ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. (พิมพ์ครั้งที่4) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Higher Press.
- ข่าวอาชญากรรมในสังคมไทย ณ วันนี้. (ระบบออนไลน์).** แหล่งที่มา: http://suandusitpoll.dusit.ac.th/UPLOAD_FILES/POLL/2560/PS-2560-1497145233.pdf สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2561.
- ข่าวสด.** นอนคุกคืนแรกแก๊งหันศพนครียัดจัด “เปรี้ยว” ร้องให้ตลอดเวลา “แจ้” สารภาพเสพยา (คลิป). แหล่งที่มา https://www.khaosod.co.th/breaking-news/news_383761. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2560.
- จิรวรา อุษยากุล. (2536). **การสร้างภาพความเป็นจริงทางอาชีพสื่อสารมวลชนของนิสิตคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2532-2535**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงกมล เทวพิทักษ์. (2554). **การวางกรอบเนื้อหาข่าวของสื่อเกี่ยวกับความรุนแรงจากความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ข่าวสด. เผยโฉม “เฮอร์น-เปรี้ยว” 2 ใน 4 ผู้ต้องหาฆ่าน้องแอม โขชัยยะสะพรั่ง “สวยหั่นศพ! (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_372225. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2561.

บุญรอด พัวศรี. (2546). ผลกระทบการนำเสนอข่าวอาชญากรรมทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรมน เมตไตรพันธ์. (2554). ความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้อ่านต่อการรายงานข่าวอาชญากรรมเกี่ยวกับความรุนแรงต่อสตรีในหนังสือพิมพ์รายวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรีลักษณ์ ศิลป์. (2538). ปัญหาทางด้านจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอข่าวอาชญากรรม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพิชฌาย์ ดวงคำดี. (2554). การบริหารองค์กรสื่อทางเลือกใหม่: ทิวดาวเทียมและเคเบิลทีวี กรณีศึกษา หน่วยธุรกิจ GMM Broadcasting. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สกุลศรี ศรีสารคาม. (2557). สื่อสังคม (Social media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (2549). แนวทางการเสนอข่าวเรื่องเพศ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสร้างเสริมความเข้าใจเรื่องสุขภาพผู้หญิง.

สถิติเว็บไทย. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: http://truehits.net/index_stat.php สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2561.

อารยา ถาวรวันชัย. (2539). ภาพลักษณ์ของวีรบุรุษแบบผู้ร้ายกลับใจที่ปรากฏในสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

JEWKES, YVONNE. (2004). *Media&Crime*. CPI Group.

WE COMMUNICATE CREATE SHARE

MASS COMMUNICATION, CHIANG MAI UNIVERSITY



วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนพหลโยธิน ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ : 0-5394-2703 โทรสาร : 0-5394-2704

Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University
239 Huay Kaew Road, Suthep, Muang District, Chiang Mai, Thailand, 50200
Tel : 0-5394-2703 Fax : 0-5394-2704
www.masscomm.cmu.ac.th