นิเทศสยามปริทัศน์

Siam Communication Review

ปีที่ 13 ฉบับที่ 14 ประจำปี 2557

วารสารนิเทศสยามปริทัศน์เป็นวารสารวิชาการของคณะนิเทศศาสตร มหาวิทยาลัยสยาม มีนโยบายที่จะให้เป็นแหล่งเผยแพร่ผลงานทางด้านวิชาการของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม โดยมีเนื้อหาครอบคลุมในสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้ สาขาการหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ สาขาการโฆษณา สาขาการประชาสัมพันธ์ สาขาสื่อดิจิทัล สาขาวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสาขาสื่อสารการแสดง รวมทั้งสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านนิเทศศาสตร์และยังใช้เป็นพื้นที่ในการเผยแพร่ผลงานทางด้านวิชาการตลอดจนวิทยานิพนธ์ของนิสิต นักศึกษาปริญญาโท และปริญญาเอกที่ต้องการเผยแพร่ผลงาน ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ทางด้านนิเทศศาสตร์ โดยเรื่องที่จะลงตีพิมพ์ต้องได้รับการพิจารณาอนุมัติให้ตีพิมพ์จากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละสาขาวิชา บทความ ข้อคิดเห็น และทัศนคติที่ตีพิมพ์ในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่านไม่ได้อยู่ในความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการแต่อย่างใด ทั้งนี้ผู้ที่จะนำข้อความใดๆ จากวารสารไปเผยแพร่ต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนและบรรณาธิการตามกฎหมายว่าด้วยเรื่องลิขสิทธิ์

รายชื่อผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา ดร.พรชัย มงคลวนิช

บรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ อาจารย์ประกิจ อาษา

ผู้จัดการ อาจารย์จารุณี วรรณศิริกุล

กองบรรณาธิการ
รองศาสตราจารย์ สุธีร์ พลพงษ์
หม่อมหลวงอัจฉราพร ณ สงขลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี
ดร.มลฤดี ธาดาอำนวยชัย
ดร.ธีรารัตน์ พันทวี
ดร.มนทิรา ธาดาอำนวยชัย
อาจารย์พันธุ์ธัช ปุณย์ธนารีย์
อาจารย์พลอยชนก แสนอาทิตย์
อาจารย์ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์
อาจารย์มนต์ศักดิ์ เกษศิรินทร์เทพ

พิสูจน์อักษรและตรวจต้นฉบับ
อาจารย์ธนกร พฤกษชาติถาวร
อาจารย์ชญานี ฉลาดธัญญกิจ
อาจารย์จุฑารัตน์ การะเกตุ
อาจารย์ยุทธนา สุวรรณรัตน์
อาจารย์ชุติภา สิงห์ศักดิ์เสรี
อาจารย์พชร ไวยลิยา

ฝ่ายออกแบบและจัดหน้า อาจารย์สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์
อาจารย์กิตติธัช ศรีฟ้า

เลขานุการ อาจารย์ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสวง

เจ้าของ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160
โทร.0-2867-8088, 0-2868-6000 ต่อ 5409
แฟกซ์ 0-2457-3982, 0-2467-3174
E-mail : siam.communication.review@gmail.com

พิมพ์ที่ สถาบันวิศวการพิมพ์ มหาวิทยาลัยสยาม
พิมพ์เมื่อมิถุนายน 2557 จำนวน 100 เล่ม

ระยะเวลาเผยแพร่ เดือนมิถุนายน และเดือนธันวาคมของทุกปี

ISSN 1513-2226

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร
นักวิชาการอิสระ

รองศาสตราจารย์ ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา
ดร.ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.กรวรรณ กฤตวรกาญจน์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิภัชน์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (บางมด)

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
อาจารย์อนุสรณ์ ศรีแก้ว
มหาวิทยาลัยรังสิต

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์อวยพร พานิช
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลปวิกกัย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรรณ บิลมาโนชญ์
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ดร.รัฐพล ไชยรัตน์
มหาวิทยาลัยนเรศวร

บทบรรณาธิการ

ก้าวสู่ปีที่ 5 ที่ผมได้เข้ามารับผิดชอบวารสารนิเทศสยามปริทัศน์ ตลอดเวลาที่ผ่านมามีการปรับปรุงขยายขอบเขตให้ครอบคลุมวิชาการแขนงนิเทศศาสตร์ จนได้รับการรับรองมาตรฐานและเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กองบรรณาธิการ ให้ความสำคัญและตระหนักถึงคุณภาพของวารสารนิเทศสยามปริทัศน์จึงแสวงหาบทความจากหลาย สถาบันการศึกษาเพื่อนำมาตีพิมพ์และได้เชิญกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสถาบันมาร่วมประเมินคุณภาพของบทความ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญแก่นักศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้แก่นักวิชาการหน้าใหม่ ซึ่งนับได้ว่าเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนางานวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ให้มีความก้าวหน้ามากขึ้น

เนื้อหาภายในวารสารนิเทศสยามปริทัศน์ปีที่ 13 ฉบับที่ 14 นี้ ยังรวบรวมผลงานวิชาการที่ครอบคลุมและสะท้อนถึงองค์ความรู้ในทุกสาขาของทางนิเทศศาสตร์อันได้แก่ การหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา สื่อดิจิทัล วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่อสารการแสดง ตลอดจนแนวความคิดด้านการสื่อสารแบบใหม่ที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน วารสารนิเทศสยามปริทัศน์จึงขอเป็นสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็นของนักวิชาการทั้งใหม่และเก่าในรูปแบบของบทความวิจัยและบทความวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ ทั้งนี้เพื่อจะยกระดับขึ้นจากการเป็นวารสารกลุ่มที่ 2 ให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 1 ในการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการในฐานข้อมูล TCI และเพื่อขยายและพัฒนาวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ให้มีความก้าวหน้าและเป็นประโยชน์ต่อสังคมองค์รวมสืบไป

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ
บรรณาธิการ

สารบัญ

8 ภาพอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมข้าวไทย*
• ดร.รัฐพล ไชยรัตน์

15 การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ความต้องการข่าวสารการนำเสนอเนื้อหาและความต้องการมีส่วนร่วมต่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบกรณีชุมชนเทพลีลา ชุมชนวัดตึก
• ดร.สุเทพ เดชะชีพ, ดร.ต่อตระกูล อุบลวัตร, ณฐมน วันวิชัย และสิริวิมล ปัณณราช

26 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่
• วิทูร ศิริเชวง

37 การควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์กับสาระที่เปลี่ยนไป
• พงศวีร์ สุภานนท์

51 เทศกาลภาพยนตร์:บทบาทที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์
• ดร.มนฑิรา ธาดาอำนวย

55 ศึกษากระบวนการสร้างสรรค์บทละครวิทยุของคณะกันตนา
• วรวุฒิ ทัดบรรทม และวรสิริ วัดเข้าหลาม

67 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
• นวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ และดร.จุฑา ติงศภัทิย์

79 การศึกษาการใช้ศาสตร์การตัดต่อในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เลือกมาเป็นกรณีศึกษา
• เจตน์จันทร์ เกิดสุข

92 การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย
• ยุทธนา สุวรรณรัตน์

100 กระบวนการออกแบบลายเส้นเพื่อสื่อสารผ่านลักษณะดีและร้ายของตัวการ์ตูนกรณีศึกษาภาพยนตร์การ์ตูนขนาดสั้นเรื่อง Paperman
• ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข

109 การวิเคราะห์วาทกรรมจากข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร (ข่าว กทม.) ที่เผยแพร่ในช่วงมีการชุมนุมปิดกรุงเทพมหานคร Bangkok Shutdown ของกลุ่ม กปปส.
• รัฐเขต ปรีชล

118 วิจารณ์นิตยสาร Harvard Business Review
• ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์

****

ภาพอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมข้าวไทย

รัฐพล ไชยรัตน์ *

บทคัดย่อ

งานวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ภาพตัวแทนของข้าวไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการอัตลักษณ์และการสร้างสรรค์ภาพอัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของความเป็นวัฒนธรรมข้าวไทยในรูปแบบของภาพดิจิทัล โดยพิจารณาประเด็นหลักของภาพตัวแทนในลักษณะของความเป็นอัตลักษณ์ร่วมสมัยของวัฒนธรรมข้าวไทย การศึกษาในประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงบทบาทของข้าวในวัฒนธรรมไทยทั้งในแง่มุมทางประวัติศาสตร์และความเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัย จุดมุ่งหมายที่สำคัญคือการศึกษาพลังและอิทธิพลของวัฒนธรรมทัศน์ (Visual Culture) หรืออาจจะเรียกว่าวัฒนธรรมทางสายตาของความเป็นข้าวไทย

Abstract

This research is aimed at constructing rice identity and creating a body of artwork that communicates, in digital imagery, key issues around the contemporary representation of Thai rice culture. To develop this work, I will investigate the changing role of the rice in Thai culture both in historic and contemporary terms. A significant direct interest in this study is the power and effect of visual culture.

บทนำ

วัฒนธรรมข้าวและการเพาะปลูกข้าวเป็นวิถีชีวิตของชาวไทยที่เป็นเสมือนดั่งภาพสะท้อนที่แสดงถึงความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของชาติ เป็นสิ่งที่เป็นแรงบันดาลในการสร้างผลงานของผู้วิจัย การศึกษาในครั้งนี้เพื่อมุ่งที่จะสร้างสรรค์ ผลงานดิจิทัลที่เป็นสัญญะ ร่วมสมัยของวัฒนธรรมข้าวไทย วัฒนธรรมทางสายตา (Visual Culture) เป็นสิ่งที่เราสามารถมองเห็นได้ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ที่รายล้อมอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม อีกทั้งยังมีอิธิพลอย่างมากต่อการสร้างและการตีความประสบการณ์ของผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมุมมองของวัฒนธรรมข้าวไทย การศึกษาในครั้งนี้ภาพของข้าวจะถูกนำไปปรับแต่งโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างภาพความเป็นตัวแทนและแสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมข้าวร่วมสมัยที่เป็นอัตลักษณ์ของเมล็ดข้าวเมล็ดหนึ่งในสภาพแวดล้อมที่เป็นตัวแทนของประเด็นและแนวความคิดที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเป็นวัฒนธรรมข้าวของชาติในปัจจุบัน

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นในเรื่องการสร้างความเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมข้าวโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางภาพ ในการศึกษาความ เป็นภาพร่วมสมัยของข้าวและผลกระทบที่สืบเนื่องมาจากการรับรู้ของผู้คนในสังคม Stuart Hall กล่าวไว้ในหนังสือ Representation: cultural representation and signifying

* รัฐพล ไชยรัตน์ รองคณบดีฝ่ายกิจการนิสิตและศิษย์เก่าสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

practices ไว้ว่ามันเป็นเพราะเราที่อยู่ในในสังคมในวัฒนธรรมของมนุษย์เป็นผู้ที่สร้างความหมายให้กับสิ่งต่างๆ เขายังกล่าวว่า ดังนั้นความหมายจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจากวัฒนธรรมหนึ่งหรืออีกช่วงระยะเวลาหนึ่ง ไม่มีสิ่งที่จะรับประกันได้ว่าทุกสรรพสิ่งต่างๆ ในวัฒนธรรมหนึ่งจะมีความหมายเท่าเทียมกันกับอีกวัฒนธรรมหนึ่งเพราะมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมนั่นเอง ซึ่งบางครั้งตัวรหัสทางสังคมมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงในการกำหนดความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ในโลก

กระบวนการสร้างความหมายนั้นเป็นสิ่งที่สลับซับซ้อน วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมก็จะมีหนทางในการสร้างความหมายและสื่อสาร ความหมายผ่านทางสัญญะและความเป็นตัวแทน สัญญะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับสื่อเพราะมันจะเน้นย้ำว่าสัญญะเหล่านั้นเป็นโครงสร้างทางสังคม พวกมันไม่ได้ครอบงำความหมายที่ถาวร ดังนั้นบทบาทหน้าที่ในการวิเคราะห์ก็คือ การศึกษาการก่อร่างของสัญญะที่ไม่ใช่ สัญญะใดสัญญะหนึ่งแต่เป็นระบบสัญญะที่แสดงให้เห็นถึงว่า ความหมายนั้นถูกสร้างขึ้นมาได้อย่างไร

ในแง่มุมทางศิลปะ ศิลปินสร้างสรรค์สัญลักษณ์ขึ้นมาเพื่อสื่อสารกับสังคมได้อย่างไร ใน The Concept of Representation พิทคิ้น (Pitkin, 1972) กล่าวว่าศิลปินใช้บางสิ่งบางอย่างมาเป็นตัวแทนของวัตถุหรือการมีบุคคลิกจำเพาะบางอย่างเมื่อเขาสร้างสรรค์มันขึ้นมาและสร้างเงื่อนไข หรือข้ออ้างอิงที่เกี่ยวพันกับภาพลักษณ์นั้น ศิลปินสามารถใช้สัญลักษณ์เป็นตัวแทนของสิ่งของบางสิ่ง สัญลักษณ์นั้นอาจจะเป็นวัตถุสิ่งของที่เป็นที่รู้จักจดจำได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งของหรือวัตถุใดๆ ก็ได้

เมื่อกล่าวถึงวัตถุสิ่งของที่เป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ Emiko Ohnuki-Tierney กล่าวไว้ใน Rice as Self: Japanese Identities through Time ว่าอาหารไม่เพียงแต่จะบอกว่าผู้คนในสังคมนั้นมีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไรแต่มันยังบอกถึงว่าผู้คนเหล่านั้นคิดถึงความเป็นตัวตนของพวกเขาและความสัมพันธ์ต่อผู้อื่นอย่างไร และยังกล่าวว่า อาหารเปรียบดังเสมือนกับตัวตนที่มีบทบาทที่สำคัญอยู่สองความด้วยกันก็คือ

(1) การปรากฏอย่างสม่ำเสมอทั้งในรูปของตัวมันเองและภาพตัวแทนที่สำคัญและเป็นสิ่งที่เตะตาน่าสนใจ

(2) อาหารยังเป็นเสมือนกับ “หน้าต่าง” ที่เผยให้เห็นถึงบางสิ่งบางอย่างที่สำคัญของวัฒนธรรม

“หน้าต่าง” ของภาพตัวแทน

เป็นเรื่องที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าข้าวนั้นเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมไทยแต่การที่ชาวไทยจะสามารถเข้าใจถึงตัวตนของเราเองผ่านทางภาพตัวแทนของวัฒนธรรมข้าวไทยเป็นสิ่งที่การศึกษาในครั้งนี้ให้ความสนใจเป็นประเด็นสำคัญ ซึ่งนั่นก็คือการสร้างภาพตัวแทนของวัฒนธรรมข้าวไทยโดยวิธีการการใช้ภาพและสัญลักษณ์และภาพตัวแทนร่วมสมัยในการสร้างสรรค์ภาพร่วมสมัย ของข้าวไทย รวมถึงผลสืบเนื่องที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้รับทราบของคนไทย ยิ่งไปกว่านั้น การวิจัยนี้ยังศึกษาถึงภาพตัวแทนที่สำคัญของข้าวและการทำความเข้าใจว่าเราจะสามารถเข้าใจตนเองผ่านทาง “หน้าต่าง” ของภาพตัวแทนนั้นได้อย่างไร

ในการที่จะสร้างผลงานภาพดิจิทัลที่จะสามารถสื่อความหมายและนำเสนอในเชิงวิพากษ์ ในรูปแบบของภาพตัวแทนที่มองเห็นได้นั้นมีความสำคัญที่จะต้องศึกษาเพิ่มเติมว่าอะไรคือภาพอัตลักษณ์ของเมล็ดข้าวหอมของไทย ผู้คนมากมายที่อาศัยอยู่ใน ประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งรวมทั้งตัวผู้วิจัยเองมีประสบการณ์ในการบริโภคข้าวเป็นอาหารหลักมาเกือบจะทั้งชีวิต มีผู้กล่าวว่า “เราจะเป็นในสิ่งที่เรากิน we are what we eat” ดูจะเป็นคำพูดที่เป็นความจริงอยู่ไม่น้อย เมล็ดข้าวสีขาวนุ่มๆ นั้นจริงๆ แล้วเมื่อบริโภคเข้าไปก็จะแทรกซึมเข้าไปเป็นพลังงานอยู่ในทุกๆ อณูของร่างกายมนุษย์ อย่างไรก็ตามเรารู้จักกับสิ่งที่เราบริโภคเข้าไปมากน้องเพียงใดอาจจะกล่าวได้ว่าบรรดาผู้ที่บริโภคข้าวเป็นอาหารหลักนั้นมีผู้คนในสังคมเพียงไม่กี่กลุ่มเท่านั้นที่ทราบถึง กระบวนการในการเพาะปลูกข้าวและเก็บเกี่ยวข้าว

การเกษตรกรรมเพาะปลูกข้าวได้มีการปฏิบัติสืบเนื่องกันมายาวนานในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในประเทศไทยเชื่อว่าเป็น กลุ่มประเทศแรกๆ ในโลกที่มีการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวข้าว (around 2960 b.c., Gomez, 2001) ต่างจากพืชชนิดอื่นที่เราปลูกเป็นไม้ประดับหรือพืชเก็บดอกผลในแปลงสวน การปลูกข้าวในประเทศไทยดูเหมือนว่าจะถูกสงวนให้อยู่ในกลุ่มประชากร กลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่งของสังคมไทย ผู้ซึ่งมีการประกอบอาชีพทางการเกษตรโดยใช้ภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษมีความชำนาญ ในการดูแลรักษาต้นข้าวให้ได้ผลผลิตที่ดี การเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวข้าวในประเทศไทยมีประวัติประเพณีความเป็นมาที่ยาวนานและยังเป็นตัวแทนที่สำคัญของวัฒนธรรมไทย ดังนั้นอัตลักษณ์ของข้าวไทยก็เปรียบดั่งอัตลักษณ์ของคนไทย ดังคำกล่าวที่ว่า เราบริโภค “ข้าวอย่างไร” บ่งบอกว่าเราคำนึงถึงความเป็นตัวตน อัตลักษณ์ และความสัมพันธ์ต่อผู้อื่นในสังคมอย่างไร

กระบวนการคัดเลือกพันธุ์ข้าวในประเทศไทยได้ผ่านกระบวนการคัดสรรค์มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการที่จะคัดเลือกพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับประชากรผู้คนในสังคมดังนั้นข้าวทุกๆ เมล็ดที่เราปลูกย่อมจะเป็นเมล็ดที่ผ่านการคัดสรรมาอย่างพิถีพิถันและเหมาะสม ต้องขอบคุณภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวไทยที่บรรจงคัดสรรค์พันธุ์ข้าวเพื่อที่จะทำให้แน่ใจว่าลูกหลานจะได้เพาะปลูกและบริโภคข้าวที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตของชาวไทย

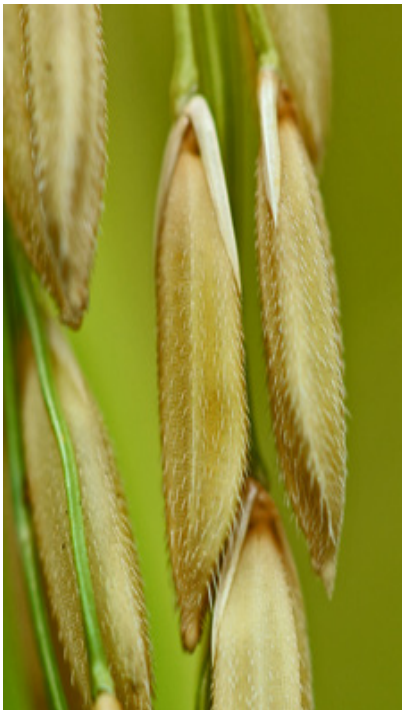


Figure 1.1: Just rice 1,
Source(s): R. Chaiyarat, 2013.

Figure 1.2: Just rice 1, (Extreme close-up),
Source(s): R. Chaiyarat, 2013.

ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะเติบโตในจังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทยสองข้างทางที่เต็มไปด้วยนาข้าว บางครั้งยังเคยมีส่วนร่วมในกระบวนการปลูกข้าว เช่นการนำต้นกล้ามาปักดำในนาข้าว แต่ก็ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในขั้นตอนของการเพาะต้นกล้าที่เริ่มตั้งแต่การเพาะต้นอ่อนให้งอกออกมาจากเมล็ดข้าวเปลือก เมื่อเมล็ดข้าวเปลือกนั้นอยู่ในความชื้นและอุณหภูมิที่เหมาะสมต้นกล้าก็จะเริ่มงอกออกมาจากข้าวเปลือกหลังจากที่แช่อยู่ในน้ำสะอาดเพียงชั่วข้ามคืนและนำมาห่อด้วยผ้าชุ่มน้ำอีก 1-2 วัน เมล็ดพันธุ์ข้าวก็จะเผยให้เห็นถึง พลังแห่งการเจริญเติบโตที่แฝงอยู่ สิ่งแรกที่สังเกตได้ก็คือจะเริ่มมีกลิ่นหอมที่ระเหยออกมาจากเมล็ดพันธุ์ที่กำลังงอกนั้น ดั่งจะประกาศ ให้รับรู้ถึงความมีชื่อเสียงของมันตั้งแต่ต้นกล้าเริ่มจะแตกและงอกออกจากเมล็ดทำให้ทราบและยืนยันว่านี่คือข้าวหอมพันธุ์แท้

Figure 2.1: The Right (Rice) Seed 2/3
Source(s): R. Chaiyarat, 2013.

Figure 2.2: The Right (Rice) Seed 3/3
Source(s): R. Chaiyarat, 2013.

ถ้าเปรียบข้าวเป็นดั่งตัวเราเองประชาชนคนไทยเรารู้จักข้าวของเรามากน้อยเพียงใด ในขั้นตอนแรกๆ ของการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงทำการทดลองปลูกข้าวด้วยตนเอง เพื่อที่จะสามารถเข้าใจถึงวงจรชีวิตของต้นข้าวและสามารถบันทึกประสบการณ์ตรงโดยการสังเกตและบันทึกภาพตั้งแต่การที่ต้นข้าวนั้นงอกออกมาจากเมล็ดได้อย่างไร โดยใช้ภาพถ่ายดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสร้างความหมายของประสบการณ์ที่ได้รับจากเมล็ดข้าวและเป็นแนวทางที่ผู้วิจัยที่จะสามารถได้มาซึ่งภาพที่ใกล้ชิดและการมีประสบการณ์ตรงในทุกๆ ขั้นตอนของวงจรของการปลูกข้าว พันธุ์ข้าวที่ผู้วิจัยเลือกเป็นข้าวหอมชนิดหนึ่งของไทยที่สามารถเพาะปลูกได้เฉพาะในสภาพภูมิอากาศร้อนชื้นและต้องอยู่ภายใต้การดูและรักษาที่เหมาะสมในความเป็นจริงแล้วข้าวหอมของไทยเป็นที่รู้จักกันดีในเรื่องของกลิ่นหอมอ่อนๆ ที่ระเหยออกมาหลังจากการหุงกลิ่นหอมของข้าวชนิดนี้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่มักจะนำไปเปรียบกับกลิ่นดอกไม้

Just Right

Commentary on the Visual Representation

Figure 3.1: Fragrant Rice No.1

Source(s): R. Chaiyarat, 2013

Figure 3.2: Just Rice No.1

Source(s): R. Chaiyarat, 2013.

มันเป็นสิ่งที่สำคัญที่ในการที่จะต้องทำความเข้าใจกับความสำคัญของข้าวในรูปของสัญลักษณ์ภาพตัวแทนวัตถุประสงค์หนึ่งของการศึกษาในครั้งนี้ก็คือการค้นหาว่าอะไรคือภาพตัวแทนของข้าว สิ่งที่คาดหวังจากการศึกษาในครั้งนี้ก็คือสามารถที่จะสร้างความเชื่อมโยงระหว่างชีวิตร่วมสมัยกับวัฒนธรรมข้าวไทย การคัดเลือกพันธุ์ข้าวในประเทศไทยได้ผ่านกระบวนการคัดสรรมาเป็นระยะเวลานานเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการที่จะคัดเลือกพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมและผู้คนในสังคม ดังนั้นข้าวทุกๆ เมล็ดที่ปลูกในท้องถิ่นย่อมจะผ่านการคัดสรรมาอย่างพิถีพิถันและเหมาะสม ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวไทยจึงเป็นสิ่งที่ทรงคุณค่าควรนำมาศึกษาเพื่อให้ได้พันธุ์ข้าวที่มีผลผลิตที่ดีต่อไป

Figure 4.1: Full of Faith No.1,

Source(s): R. Chaiyarat, 2013.

Figure 4.2: Full of Faith No.2,
Source(s): R. Chaiyarat, 2013.

บทสรุป

ภาพของเมล็ดข้าวที่อยู่ตรงหน้าของผู้วิจัยเผยให้เห็นถึงบางสิ่งที่จริงๆ แล้วดูหมือนจะยิ่งใหญ่เกินจริง มีพลังที่แฝงเร้นอยู่หนือกว่าที่จะ จินตนาการได้ ถ้าลองคิดดูว่าการหย่อนเมล็ดข้าวสักเมล็ดลงบนพื้นภายใต้สภาพแวดล้อมและการดูและที่เหมาะสมเมล็ดข้าวเพียงเมล็ดเดียวก็อาจจะสามารถผลิตอาหารที่เพียงพอต่อการบริโภคของประชากรทั้งโลกได้เลยทีเดียวและนั้นก็เป็นสิ่งที่เป็นแรงบรรดาลใจให้ผู้วิจัยมองเห็นความเป็นตัวตนของตนเอง

ในงานศึกษาในที่เกี่ยวข้องกับภาพตัวแทน (Representation) มุ่งที่จะค้นคว้าในเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยภาพจากภาพตัวแทนของวัฒนธรรมข้าวไทย การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านทางภาพที่เป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมถูกใช้เป็นเครื่องมืออันทรงพลังที่จะก่อให้เกิด ความรู้ความเข้าใจ และการสร้างทัศนคติที่ดีให้กับผู้คนในสังคม

การศึกษาวิจัยในเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ภาพของวัฒนธรรมข้าวไทยใช้แนวความคิดเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ที่กล่าวไว้ว่าเราควรคิดว่าอัตลักษณ์นั้นเป็นดั่ง”ผลิตผล” (Stuart Hall) และมิได้มองว่าอัตลักษณ์คือภาพความเป็นจริงทางประวัติศาสตร์ที่เสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้วและอาจจะกล่าวได้ว่า ภาพอัตลักษณ์ (Identity) ของวัฒนธรรมข้าวไทยนั้นไม่ได้โปร่งใส ไม่สลับซับซ้อนและเข้าใจได้ง่าย หรือ ภาพอัตลักษณ์ นั้นไม่ได้เป็นสิ่งที่จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาหรือข้อกังขาใดๆ (unproblematic) หากแต่อาจจะกล่าวได้ว่า การสร้างภาพอัตลักษณ์ของข้าวไทยนั้นยังคงอยู่ในกระบวนการที่ไม่มีวันที่จะเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ยังคงอยู่ในกระบวนการที่มีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนได้อยู่เสมอและภาพอัตลักษณ์ดังกล่าวก็เป็น“ผลิตผล”ที่ถูกก่อร่างและสร้างสรรค์ขึ้นอยู่เสมอ“ความเป็นตัวแทน” (Representation) ของวัฒนธรรมข้าวไทย เพื่อที่จะเป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

บรรณานุกรม

- Ball, Katherine M. (1969) Decorative motives of Oriental art. (New York : Hacker Art Books, 1969).
- Baudrillard, Jean. (1994) Simulacra and simulation, translated by Sheila Faria Glaser. Ann Arbor : (University of Michigan Press, c).
- Chaiyarat, Rattapol, (2013) Just Rice, Just Right: Identity and Representation in Comtemporary Rice Culture of Thailand, Humanities and Social Sciences Review, University Publication.net, 2013, Volume 02, Number 04.
- Finkelstein, Joanne. (2007) The Art of Self Invention: Image and Identity in Popular Visual Culture, Publisher: I. B. Tauris, London.
- Gomez, Kwanchai A. (2001) Rice, The Grain Of Culture, Thai Rice Foundation under Royal Patronage, Retrieved January 15, 2013, from http://www.thairice.org/html/article Rice_thegrain_of Culture.pdf
- Hamilton, Roy W. (2004) The Art of Rice: Spirit and Sustenance in Asia, University of California Los Angeles, Fowler; 1St Edition edition.
- Hall, Stuart. (1996) Cultural Identity and Cenematic Representation, Black British Cultural Studies: A Reader, Houston A. Baker, Jr., Manthia Diawara, and Ruth H. Lindeborg, (editors). University of Chicago Press, U.S.A, p. 210
- Hall, Stuart. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices, The Open University, SAGE Publication Ltd, 1997.
- Kress, Gunther and Leeuwen Van, Theo. Reading Images: The Grammar of Visual Design, Publisher: Routledge, London, 1996.
- Lacey, Nick. (2009) Semiotic, Image and Representation: Key concept in Media Studies, Published by Palgrave Macmillan.
- Mitchell, W. J. Thomas. (1994) Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation, The University of Chicago Press, Chigaco, USA.
- Ohnuki-Tierney (1993) Rice as Self: Japanese Identities through Time, Emiko, Princeton University Press, New Jersey
- Pitkin, Hanna Fenichel. (1972) “Standing For”: Symbolic Representation, The Concept of Representation , (University of California Press, Ltd. London England), 94.
- Rose, Gillian. (2007). Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials, (SAGE Publications Ltd), xiii.
- Sturken, Marita and Cartwright, Lisa. Encoding and Decoding, Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture, Oxford University Press, Incorporated, 2009.

การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ ความต้องการข่าวสาร การนำเสนอเนื้อหาและความต้องการมีส่วนร่วมต่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบกรณีศึกษาชุมชนเทพลีลา – ชุมชนวัดตึก

สุเทพ เดชะชีพ*, ต่อตระกูล อุบลวัตร**, ณฐมน วันวิชัย*** และสิริวิมล ปัณณราช****

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสาร สื่อ และกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก (2) ศึกษาเปรียบเทียบความต้องการข่าวสาร สื่อ และกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก (3) ศึกษาเปรียบเทียบความต้องการการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก และ (4) ศึกษาเปรียบเทียบความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก

กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยภายในชุมชนเทพลีลา จำนวน 232 คน และประชาชนที่อาศัยภายในชุมชนวัดตึก จำนวน 205 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และ การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยสถิติ t-independent Test

ผลการวิจัยพบว่า

(1) การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลามีความแตกต่างจากชุมชนวัดตึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(2) ความคิดเห็นที่ผู้แบบสอบถามต้องการให้ใช้สื่อหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาส่วนใหญ่มีความแตกต่างจากชุมชนวัดตึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(3) ความต้องการการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลามีความต้องการที่สูงกว่าชุมชนวัดตึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในประเด็นด้านการให้ความรู้เรื่องกฎหมาย/บทลงโทษ เกี่ยวกับการทิ้งขยะลงในชุมชน ลงในลำคลองแสนแสบ และ การทำให้เห็นผลกระทบที่จะได้รับหากทุกคนขาดจิตสำนึกในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมชุมชนและลำคลอง ส่วนประเด็นความต้องการให้การณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนเทพลีลานำเสนอเนื้อหาอื่น ๆ เช่น ประวัติความเป็นมา ขยะ / การคัดแยกขยะ เป็นประเด็นที่มีความต้องการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

* สุเทพ เดชะชีพ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
** ต่อตระกูล อุบลวัตร ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
*** ณฐมน วันวิชัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
**** สิริวิมล ปัณณราช คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

(4) ความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

คำสำคัญ
การรับรู้, ความต้องการข่าวสาร, การนำสนอเนื้อหา, ความต้องการมีส่วนร่วม,จิตสำนึกสาธารณะ, การอนุรักษ์คลองแสนแสบ

Abstract

The purpose of this research was to compare information perception, information need, media need, and participation towards public awareness campaign on SANSAB Canal Conservation between Thepleela community and Wattuk community . Questionnaires were used to collect the data from 232 Thepleela community samples and 205 Wattuk community samples. Frequency ,percentage, mean, and t-independent test were employed in the analysis of the data. The results of the research were as follows:

(1) The information perception towards public awareness campaign on SANSAB Canal Conservation between Thepleela community and Wattuk community was significantly different at .05 level

(2) The media need towards public awareness campaign on SANSAB Canal Conservation between Thepleela community and Wattuk community was significantly different at .05 level

(3) The information need towards public awareness campaign on SANSAB Canal Conservation between Thepleela community and Wattuk community was significantly different at .05 level

(4) The participation towards public awareness campaign on SANSAB Canal Conservation between Thepleela community and Wattuk community was not significantly different at .05 level

Keywords : Perception, Information need, Public awareness campaign, SANSAB Canal Conservation

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ลองแสนแสบมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตคนไทยมานาน คลองแสนแสบถูกขุดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2380 ตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 ที่เชื่อมแม่น้ำเจ้าพระยากับแม่น้ำบางปะกงเข้าด้วยกัน เพื่อประโยชน์ในด้านยุทธศาสตร์การลำเลียงทัพ ลำเลียงอาวุธยุทโธปกรณ์ตลอดจนเสบียงอาหารในการทำศึกสงคราม คลองแสนแสบจึงเป็นเหมือนสายน้ำสายโลหิตของคนไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ในอดีตคลองแสนแสบใสสะอาด มีสัตว์น้ำอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ประชาชนต่างใช้ประโยชน์จากคลองเพื่อการอุปโภคบริโภค ทำการเกษตร และใช้เป็นเส้นทางคมนาคม แต่ปัจจุบันคลองที่เคยสวยใสกลับมีแต่มลพิษ น้ำในคลองแสนแสบที่เคยใสสะอาดกลายเป็นสีดำส่งกลิ่นเหม็น และเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรคส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชนริมคลองแสนแสบ

คลองแสนแสบถือเป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำสายสำคัญของกรุงเทพมหานครที่เชื่อมต่อกับหลายเขตได้แก่ เขตปทุมวัน เขตราชเทวี เขตวัฒนา เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตบึงกุ่ม เขต คันนายาว เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา และเขตหนองจอก โดยจุดที่มีปัญหาน้ำเน่าเสียส่วนใหญ่อยู่ใจกลางเมืองตั้งแต่สะพานผ่านฟ้าลีลาศถึงบางกะปิ และบริเวณรามคำแหงเป็นอีกย่านหนึ่งที่มีชุมชนอยู่รวมกันหนาแน่นทำให้พื้นที่บริเวณนี้มีน้ำทิ้งและสิ่งปฏิกูลจากการอุปโภคและบริโภคเป็นจำนวนมาก

ชุมชนเทพลีลามีลักษณะเป็นชุมชนแออัด อยู่ในเขตวังทองหลาง มีพื้นที่ด้านข้างติดกับคลองแสนแสบ ด้านหน้าติดถนนซอยรามคำแหง 39 บริเวณรอบๆ ชุมชน นอกจากจะมีร้านค้า โรงแรมขนาดใหญ่ อพาร์ทเมนท์ที่พักอาศัยในลักษณะหอพักจำนวนมากแล้ว ในชุมชนยังเป็นที่ตั้งของสถาบันการศึกษาขนาดใหญ่ ทั้งโรงเรียนระดับประถมและมัธยมศึกษา มีสถานที่ทางศาสนาทั้งวัด และมัสยิดภายในบริเวณชุมชนค่อนข้างแออัด การสัญจรของคนในชุมชนและผู้ที่ผ่านไปมาบริเวณนั้น อาศัยทางเดินขนาดเล็กริมคลองทั้งสองฝั่ง และมีถนนขนาดเล็กทอดยาวตั้งแต่ต้นคลองไปจนถึงท้ายคลอง

ชุมชนวัดตึกเป็นอีกชุมชนหนึ่งในเขตวังทองหลางที่มีพื้นที่ติดคลองแสนแสบตั้งอยู่บนที่ดินส่วนบุคคลมีเนื้อที่ประมาณ 25-30 ไร่ ในซอยรามคำแหง 39 อยู่ตรงข้ามวัดเทพลีลามีผู้อยู่อาศัยประมาณ 90 หลังคาเรือน ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยมุสลิม บ้านเรือนที่อยู่อาศัยมีทั้งพักอาศัยเป็นครอบครัว และปลูกสร้างเป็นห้องพักแบ่งให้เช่า จากการที่ชุมชนวัดตึกตั้งอยู่บนที่ดินส่วนบุคคลทำให้ผู้อยู่อาศัยต้องเสียค่าเช่าที่ให้แก่เจ้าของที่ดินเป็นรายปี (รัตนจิตต์ อัตราชีวะ, 2551 : 33)

เมื่อพิจารณาสภาพความเป็นอยู่ภายในชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก พบว่าเป็นชุมชนที่ประกอบไปด้วยสมาชิกชุมชนจำนวนมากและหลากหลายอยู่ร่วมกัน ซึ่งปัจจุบันประชาชนที่อาศัยอยู่ส่วนใหญ่เป็นผู้เช่าซึ่งย้ายถิ่นมาเช่าอาศัยเพื่อทำมาหากิน ดังนั้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและดูแลรักษาสภาพแวดล้อมชุมชนจึงเป็นไปได้ยาก เห็นได้จากบริเวณใต้บ้านเรือนส่วนใหญ่จะมีขยะจำนวนมาก มีน้ำเน่าเสียเกิดขึ้นในบริเวณชุมชน อีกทั้งสภาพชุมชนมีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสภาพแวดล้อม ด้านพฤติกรรม และด้านความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน ซึ่งคงปฏิเสธไม่ได้ว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อคลองแสนแสบที่อยู่ติดกับชุมชนเป็นอย่างมาก

จากการสังเกตสภาพแวดล้อมและสอบถามชาวชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก พบว่าแม้ผู้นำและคนที่อาศัยในชุมชนบางส่วนพยายามร่วมมือกันลดปัญหาขยะภายในชุมชน โดยจัดให้มีถังขยะของกรุงเทพมหานครวางในตำแหน่งต่างๆ ภายในชุมชนและบริเวณทางเดินเลียบคลองให้เพียงพอ มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ห้ามทิ้งขยะตามจุดต่างๆ การจัดกิจกรรมรณรงค์ให้กับนักเรียนในชุมชนและขอความอนุเคราะห์ทหารจากกองพันทหารช่างที่ 1 มาช่วยเก็บขยะใต้บ้านเรือนในช่วงน้ำขึ้นแล้วก็ตาม แต่ปัญหาขยะที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายในชุมชนและบริเวณคลองแสนแสบก็ยังคงมีอยู่ ซึ่งชาวชุมชนบางส่วนเห็นว่าปัญหาดังกล่าวเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นผู้เช่าจึงไม่มีจิตสำนึกความเป็นเจ้าของที่จะร่วมกันดูแลรักษาสภาพแวดล้อมหรือผู้ที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ต้องทำมาหากิน จึงไม่มีเวลาที่จะมีส่วนร่วมช่วยกันแก้ไขปัญหาขยะในชุมชน

จากสภาพปัญหาข้างต้นเมื่อพิจารณาร่วมกับปัญหาระดับมหภาคแล้ว จะเห็นได้ว่าความเสื่อมโทรมจากสภาพแวดล้อมทางน้ำที่เกิดขึ้นในคลองแสนแสบเกิดจากปัจจัยหลายประการ อาทิ การมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจในสังคมเมืองอย่างรวดเร็ว การขยายการก่อสร้างเพื่อรองรับความต้องการและความสะดวกสบายของคนในสังคมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้คลองแสนแสบถูกนำมาใช้ประโยชน์ทางด้านการสัญจรและรองรับของเสียเหลือทิ้งในรูปแบบต่างๆ จากโรงงาน บริษัท ร้านค้าขนาดใหญ่และขนาดเล็ก รวมถึงผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนและผู้ที่สัญจรไปมา

จากปัญหาน้ำเน่าเสียในคลองแสนแสบทำให้มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนและบุคคลหลายฝ่ายร่วมกันหามาตรการแก้ไขปัญหาดังกล่าวเพื่อให้เยาวชนและชาวชุมชนริมคลองแสนแสบได้ตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในคลองแสนแสบโดยการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ สร้างความตระหนักและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการอนุรักษ์คลองแสนแสบเพื่อนำไปสู่การลดพฤติกรรมที่ทำให้น้ำในลำคลองเน่าเสีย

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายเพราะการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้ส่ง (Source) ข่าวสาร (Message) สื่อประชาสัมพันธ์ (Chanel) และผู้รับ (Receiver) (ปรมะ สตะเวทิน. 2540 : 134) กระบวนการประชาสัมพันธ์ทั้งหมดมุ่งเน้นไปที่ผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์จะเกิดผลได้ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับสื่อและรับรู้ข่าวสาร จนมีการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสารทั้งในระดับการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

ดังนั้นหากองค์กรหรือหน่วยงานมีการให้ข้อมูลข่าวสาร เลือกใช้สื่อและกิจกรรมที่เหมาะสมจะทำให้การรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตจึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้และความต้องการข่าวสารต่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ กรณีศึกษาชุมชนเทพลีลา–ชุมชนวัดตึก เพื่อศึกษาการรับรู้หรือการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ ความต้องการข่าวสาร สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ ตลอดจนศึกษาสภาพปัญหาในการประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปปรับกลยุทธ์และพัฒนารูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

(1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสาร สื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก

(2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความต้องการข่าวสาร สื่อ และกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก

(3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความต้องการการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก

(4) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ ความต้องการข่าวสาร การนำเสนอเนื้อหาและความต้องการมีส่วนร่วมต่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ กรณีศึกษาชุมชนเทพลีลา–ชุมชนวัดตึก กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน 2555 – กุมภาพันธ์ 2556

สมมติฐานการวิจัย

(1) การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกมีความแตกต่างกัน

(2) ความคิดเห็นที่ผู้แบบสอบถามต้องการให้ใช้สื่อหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกมีความแตกต่างกัน

(3) ความต้องการการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกมีความแตกต่างกัน

(4) ความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกมีความแตกต่างกัน

นิยามศัพท์

• การรับรู้ข่าวสาร หมายถึงการรับทราบข้อมูลข่าวสารและเข้าใจเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ

• ความต้องการข่าวสาร หมายถึงความต้องการข้อมูลข่าวสารของชุมชนเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ

• ความต้องการการนำเสนอเนื้อหาหมายถึงความต้องการของชุมชนเกี่ยวกับเนื้อหาที่ใช้ในการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ

• ความต้องการมีส่วนร่วม หมายถึงความต้องการของชุมชนในการร่วมกิจกรรมการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ

• สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ เช่น สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

• กิจกรรมประชาสัมพันธ์ หมายถึงกิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความตระหนัก และเกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคลองแสนแสบ

• จิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ หมายถึงการมีความรู้ความเข้าใจ รู้สึกรับผิดชอบและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และรักษาคลองแสนแสบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(1) ทำให้ทราบถึงการรับรู้ข่าวสารและความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์จะช่วยสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบเพื่อพัฒนาและปรับรูปแบบสื่อและกิจกรรม รวมถึงกำหนดเนื้อหาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดทัศนคติและจิตสำนึกที่ดีต่อการรณรงค์ รวมทั้งมีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและลำคลองที่ชุมชนอาศัยอยู่ให้มากขึ้น

(2) ทำให้ทราบถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบเพื่อนำไปปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ และพัฒนารูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับบริบทที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ที่เข้าไปทำการรณรงค์ได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ ความต้องการข่าวสาร การนำเสนอเนื้อหาและความต้องการมีส่วนร่วมต่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ กรณีศึกษาชุมชนเทพลีลา–ชุมชนวัดตึก ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

(1) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

(2) แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

(3) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

(4) แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยเก็บข้อมูลจากประชาชนกลุ่มตัวอย่าง 2 ชุมชน ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยภายในชุมชนเทพลีลา จำนวน 232 คน และประชาชนที่อาศัยภายในชุมชนวัดตึก จำนวน 205 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิด (close-ended question) ในประเด็นการรับรู้ ความต้องการข่าวสาร การนำเสนอเนื้อหาและความต้องการมีส่วนร่วมต่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่การหาค่าร้อยละ (percentage) การหาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-independent Test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยของชุมชนเทพลีลา

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย 118 คน และหญิง 114 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 18-25 ปี มีรายได้มากกว่า 7000 บาท/เดือน มีระดับการศึกษาป.6 หรือต่ำกว่า มีอาชีพรับจ้างเป็นเจ้าของบ้าน ยานพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามในการเดินทางคือรถโดยสารประจำทาง ส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ มีการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก (2.57) โดยเรื่องได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนเทพลีลามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (2.99) และส่วนใหญ่คิดว่าได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนเทพลีลาในระดับเพียงพอ

ยังพบว่าความคิดเห็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ใช้สื่อหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ หากจะต้องรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนเทพลีลาคือ

(1) สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำชุมชน (เช่น ประธานชุมชน กรรมการชุมชน ครู พระ อิหม่าม ฯลฯ)

(2)สื่อเสียงตามสายในชุมชน และสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ/เอกชน (สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร สมาชิกสภาเขต สำนักงานเขตวังทองหลาง สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เจ้าหน้าที่กรมควบคุมมลพิษ นักวิชาการ อาจารย์จากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น) และ ขยะสร้างเงิน (ไม่ทิ้งลงคลอง)

ในส่วนของเนื้อหาด้านการทำให้เห็นผลกระทบที่จะได้รับหากทุกคนขาดจิตสำนึกในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมชุมชนและลำคลองมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (3.13) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนเทพลีลา อยู่ในระดับค่อนข้างมาก (2.98) โดยความต้องการให้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนช่วยเหลือ การรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนเทพลีลา มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (3.10)

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยของชุมชนวัดตึก

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น หญิง 130 คน และชาย 75 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี และ 36-45 ปี มีรายได้ 5001-7000 บาท/เดือน มีระดับการศึกษาป.6 หรือต่ำกว่า มีอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของบ้านยานพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามในการเดินทางคือเรือ ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ มีการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย (2.17) โดยเรื่องได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาวเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนเทพวัดตึกจากเพื่อนบ้าน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (2.47) และคิดว่าได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนวัดตึกในระดับน้อยมากไม่เพียงพอ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ใช้สื่อหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ หากจะต้องรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนวัดตึก 3 อันดับแรกคือ สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ/เอกชน (สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร สมาชิกสภาเขต สำนักงานเขตวังทองหลาง สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เจ้าหน้าที่กรมควบคุมมลพิษ นักวิชาการ อาจารย์จากสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ย 2.56, ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณโรงเรียนวัดวัดตึกและหรือโรงเรียนวัดตึกมีค่าเฉลี่ย 2.56, บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 2.54 เนื้อหาด้านการให้ความรู้เรื่องกฎหมาย/บทลงโทษเกี่ยวกับการทิ้งขยะลงในชุมชนลงในลำคลองแสนแสบมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (2.44) อยู่ในระดับค่อนข้างน้อยและมีความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์

คลองแสนแสบบริเวณชุมชนวัดตึก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก (2.57) โดยความต้องการให้มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนวัดตึกเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกว่าชุมชนจะเกิดจิตสำนึกร่วมกันอย่างเข้มแข็งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (2.73)

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบระหว่างชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก (การทดสอบสมมติฐาน) สมมติฐานที่ 1 : การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกมีความแตกต่างกันพบว่าค่าเฉลี่ยรวมของการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลามีความแตกต่างจากชุมชนวัดตึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยชุมชนเทพลีลามีค่าเฉลี่ยรวมของการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบที่สูงกว่าชุมชนวัดตึก

สมมติฐานที่ 2 : ความคิดเห็นที่ผู้แบบสอบถามต้องการให้ใช้สื่อหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกมีความแตกต่างกัน พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความคิดเห็นที่ผู้แบบสอบถามต้องการให้ใช้สื่อหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาส่วนใหญ่มีความแตกต่างจากชุมชนวัดตึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 : ความต้องการการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกมีความแตกต่างกัน พบว่าค่าเฉลี่ยความต้องการการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลามีความต้องการที่สูงกว่าชุมชนวัดตึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในประเด็นด้านการให้ความรู้เรื่องกฎหมาย/บทลงโทษเกี่ยวกับการทิ้งขยะลงในชุมชน ลงในลำคลองแสนแสบ และ การทำให้เห็นผลกระทบที่จะได้รับหากทุกคนขาดจิตสำนึกในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมชุมชนและลำคลอง ส่วนประเด็นความต้องการให้การณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบบริเวณชุมชนเทพลีลานำเสนอเนื้อหาอื่น ๆ เช่น ประวัติความเป็นมา ขยะ / การคัดแยกขยะ เป็นประเด็นที่มีความต้องการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 : ความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกมีความแตกต่างกัน พบว่าค่าเฉลี่ยความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึก ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจที่จะนำมาอภิปรายดังนี้

(1) การรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นที่ผู้แบบสอบถามต้องการให้ใช้สื่อหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาส่วนใหญ่มีความแตกต่างจากชุมชนวัดตึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ย่อมแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความต้องการเปิดรับข้อมูลต่างๆจากสื่อที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับแนวคิดของโจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960 : 19 – 25) กล่าวว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งมนุษย์แต่ละคนย่อมมีการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานี

ใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตนอีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่านก็จะชอบฟังวิทยุดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ยังพบว่าการเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่เดิมและหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อไม่ให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่าความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

ทั้งนี้วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973 : 121 – 122) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารว่าประสบการณ์ภูมิหลังที่แตกต่างกัน การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้ผู้รับสารมีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาของข่าวสารยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2539 : 292) กล่าวว่า ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ตามธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น สิ่งใดที่ได้มายากมักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสิ่งนั้นสามารถได้มาโดยง่ายมักจะถูกเลือกเสมอ เช่นเดียวกับสื่อผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามในการได้มามากนัก เช่น ในสังคมเมืองส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เพราะคนในสังคมเมืองสามารถจัดหาโทรทัศน์ได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

การเลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistence) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน เช่น อาจารย์ในมหาวิทยาลัยมักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์หรือเนชั่นมากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐหรือเดลินิวส์ เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับความคิดของตน ทั้งยังต้องเป็นสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ในสังคมปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้หลายประเภททั้งทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล และผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการใช้สื่อแตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนจะนิยมดูโทรทัศน์ในวันหยุดที่ไม่ได้ไปทำงาน บางคนจะอ่านหนังสือพิมพ์ในเวลาพักเที่ยงในวันทำงาน เป็นต้น สื่อนั้นๆอาจเลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) โดยปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ซึ่งมักจะพบในผู้สูงอายุ เช่น เคยฟังวิทยุเป็นประจำมักจะไม่สนใจ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือสื่ออื่นๆ เป็นต้น ตบลอดจนลักษณะเฉพาะของสื่อ คุณลักษณะเฉพาะของสื่อก็มีผลต่อการเลือกรับสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของนิตยสารคือสามารถให้ข้อมูลความรู้สาระบันเทิงแก่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มได้ดีหรือสื่อวิทยุโทรทัศน์ มีทั้งภาพเคลื่อนไหว และเสียงในรูปแบบต่างๆ ทำให้ผู้รับสารรู้สึกถึงความสมจริง เร้าใจ น่าติดตาม เป็นต้น ยังมีความสอดคล้องกับทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993:65 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2541: 122-124) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลด้านความสามารถเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมายและเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้ตลอดจนลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเราคือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

(2) บทบาทของสื่อบุคคลกับการรณรงค์ จากผลการวิจัยพบว่าทั้งสองชุมชนให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลในการสื่อสารรณรงค์ต่างๆ ย่อมแสดงให้เห็นว่าโครงการรณรงค์ต่างๆในชุมชน หากใช้สื่อบุคคลให้มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารย่อมที่จะสื่อสารได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สื่อบุคคล (Human Media หรือ Personal Media) เป็นสื่อพื้นฐานที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารความรู้ความเข้าใจและความคิดเห็นต่างๆ ที่มีมาแต่ดั้งเดิมของมนุษย์ก่อนการ

ใช้สื่อประเภทอื่นๆและเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบันสื่อบุคคลคงมีอิทธิพลต่อกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมาทุกยุคทุกสมัย แม้ในยุคสมัยที่มีการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีก้าวไกลเช่นปัจจุบันจะมีการนำคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การสื่อสารมาใช้ เพื่อช่วยขจัดข้อจำกัดด้านระยะทางและเวลาในการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยผ่าน “สื่อบุคคล” ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตายังคงมีความสำคัญเสมอตราบใดที่มนุษย์ยังอยู่ในสังคมย่อมเลี่ยงไม่พ้นที่จะต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติพี่น้องเพื่อนฝูง (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 83 – 84)

นอกจากนี้ ปรมะ สตะเวทิน (2540) ได้กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป สื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (Person to Person) ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (Small Group) ซึ่งมีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไป มารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งกล่าวว่า ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย (โรเจอร์และชูเมคเกอร์ :Rogers and Shoemaker 1971 อ้างถึงใน อัญชิสา สรรพาวัตร, 2544 : 17)

เสถียร เชยประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ว่าสื่อบุคคลสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุคลวิถี คือ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมได้และยังสามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

นอกจากนี้การที่สื่อบุคคลจะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องมีปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ ระดับของความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึกว่าผู้ส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ (Trustworthy) และมีความสามารถ (2) ความดึงดูดใจ (Attractiveness) ผู้ส่งสารที่มีความดึงดูดใจย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจหรือความพึงพอใจในการได้พบเห็นและพูดคุยซึ่งผลให้ผู้รับสารสนใจและคล้อยตามสารได้ และ (3) ความคล้ายคลึง (Similarity) สื่อบุคคลหรือผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารในด้านต่างๆ เช่น อายุ เพศ อาชีพ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสารได้ นอกจากนี้แคทซ์และลาซาร์สเฟล (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27 อ้างถึงใน อัญชิสา สรรพาวัตร,2544) เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้การร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในขั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน ทั้งนี้สื่อบุคคลในสังคมที่มีบทบาทในการรณรงค์ต่างๆในชุมชนคือบุคคลภายในท้องถิ่น (Localite) ซึ่งได้แก่ ผู้นำความคิดเห็น และ สื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น (Cosmopolite) ได้แก่ นักพัฒนา ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน พระ ครูอาจารย์ (เสถียร เชยประทับ,2532) โดยบุคคลเหล่านี้ในฐานะผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) ในที่นี้แตกต่างจากผู้นำ (Leaders) ทั่วไปตรงที่มิได้เป็นผู้นำโดยตำแหน่งหรือแต่งตั้งเป็นทางการ ดังนั้นผู้นำความคิดเห็นจึงไม่ได้มีอิทธิพลโดยตำแหน่ง แต่เป็นสื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา ด้วยเป็น

บุคคลที่สามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ ตามที่บุคคลผู้นั้นต้องการ โดยอาศัยวิธีที่ไม่เป็นทางการและสามารถมีอิทธิพลเช่นนี้ได้ค่อนข้างบ่อย (เสถียร เชยประทับ, 2525) ในการณรงค์จึงควรอาศัยผู้นำความคิดในชุมชน ให้แสดงบทบาทของสื่อบุคคลซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดีและทำให้โครงการสำเร็จได้ตามที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะเพื่อการรณรงค์

เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

(1) ประเด็นการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลามีความแตกต่างจากชุมชนวัดตึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยชุมชนเทพลีลามีค่าเฉลี่ยรวมของการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบที่สูงกว่าชุมชนวัดตึกย่อมแสดงให้เห็นว่าการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่มีความทั่วถึง

ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลโครงการให้มีความทั่วถึง

(2) จากผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นที่ผู้แบบสอบถามต้องการให้ใช้สื่อหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์รณรงค์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาส่วนใหญ่มีความแตกต่างจากชุมชนวัดตึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ย่อมแสดงให้เห็นว่าผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโครงการ ควรตระหนักถึงความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย ควรศึกษาว่ากลุ่มเป้าหมายมีความต้องการเปิดรับข้อมูลต่างๆ จากสื่อชนิดใด จึงไม่ควรที่จะใช้สื่อที่เหมือนกันในทุกพื้นที่ ควรที่จะศึกษาความต้องการก่อนที่จะผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน

(3) พบว่าความต้องการการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบมีทั้งประเด็นที่เหมือนและแตกต่างตามบริบทของแต่ละชุมชน ดังนั้นผู้ที่ทำการสื่อสารจำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการที่แตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย อาจมีเนื้อหาที่สามารถใช้ร่วมกันได้ และจำเป็นต้องมีเนื้อหาที่แตกต่างเฉพาะออกไปตามบริบทของชุมชนนั้นๆ ด้วย

(4) ความต้องการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบของชุมชนเทพลีลาและชุมชนวัดตึกไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าทั้งสองชุมชนมีความต้องการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับชุมชน และจะต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะทำให้กิจกรรมมีความยั่งยืนและสามารถแก้ปัญหาโดยชุมชนเองได้อย่างแท้จริง

(5) จากผลการวิจัยพบว่าทั้งสองชุมชนให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลในการสื่อสารรณรงค์ต่างๆ ย่อมแสดงให้เห็นว่าโครงการรณรงค์ต่างๆในชุมชนหากใช้สื่อบุคคลให้มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารย่อมที่จะสื่อสารได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นในการณรงค์ครั้งต่อไปควรอาศัยผู้นำความคิดในชุมชนในฐานะของสื่อบุคคลที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดีและทำให้โครงการสำเร็จได้ตามที่ตั้งไว้

บรรณานุกรม

- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพการพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. หน่วยที่ 1 – 8. นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. (2539). ความสำคัญของผู้รับสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- รัตนจิตต์ อัตราชีวะ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำน้ำหมักชีวภาพไปใช้ในครัวเรือน : กรณีศึกษาชุมชนวัดตึก เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร. คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เสถียร เชยประทับ.(2525). การสื่อสารงานนวกรรม. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร เชยประทับ.(2532). การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อัญชิสา สรรพาวัตร. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของเจ้าหน้าที่อบต. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Klapper, Joseph T. (1960). The Effects of Mass Communication. New York: The Free Press. Wilbur Schramm. (1973). The Process and Effects of Mass Communication. Edited by Wilbur Schramm and Donald F. Robert.

พฤติกรรมการบริโภคสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วิทูร สินศิริเชวง*

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ สำรวจเพื่อทราบลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อกระแสหลักของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่และเพื่อทราบลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อใหม่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจงและใช้วิธีการเก็บโดยบังเอิญจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีทุกคณะและวิทยาลัยจำนวนทั้งสิ้น 423 คน การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่และค่าร้อยละเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในลักษณะสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้อัตราร้อยละเพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกือบทั้งหมดมีโทรศัพท์มือถือใช้เวลาพูดคุย5–30 นาทีต่อวัน และใช้ร่วมในการส่งข้อความสั้นกับการฟังเพลง แต่ไม่ได้ใช้เพื่อเข้า Website และไม่ได้ใช้โทรศัพท์พื้นฐานเลย สื่อในที่พักอาศัยมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตโดย การต่อเชื่อมแบบไร้สาย นักศึกษาไม่ได้อ่านนิตยสารหนังสือพิมพ์และหนังสือที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ได้รับฟังวิทยุกระจายเสียง ไม่ได้รับชมโทรทัศน์ ไม่ได้รับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ไม่ได้ เล่นวีดิโอเกมส์แบบเชื่อมต่อกับเครื่องรับโทรทัศน์ หรือแบบพกพา แต่เล่นวีดิโอเกมส์บนคอมพิว เตอร์ นักศึกษาใช้คอมพิวเตอร์ในที่พักอาศัย แต่ไม่ได้ใช้เพื่อการศึกษา ใช้เพื่อส่งอีเมล์และเข้าสู่ เครือข่ายทางสังคม กิจกรรมที่ทำมากที่สุดของนักศึกษาบนคอมพิวเตอร์ คือเข้าสู่Facebook ดาวน์โหลดเพลง ฟังเพลงบนอินเทอร์เน็ต และชมวีดิโอจาก YouTube

Abstract

The purposes of this reseach were to survey characteristics of main stream media consumption and to survey characteristics of new media consumption of Chiang Mai University undergraduate students. The tool of this survey research was questionaires for collecting data from sampling qroups of 423 undergraduate students from every faculties, college and school in Chiang Mai University by 2 steps sampling of purposive and simple random. The analysis conducted by SPSS computer program in frequency counting and percentage for descriptive explanation of the sample groups.

* วิทูร สินศิริเชวง อาจารย์ประจำคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

The study reveals that almost all of the students of Chiang Mai University have mobile phone sets and make phone calls for 5 – 30 munites per day also for sending SMS and listening to the music but not for web browsing. The students do not use any fixed line telephone at all. The students have computers and wireless internet in their residences. They neither read magazine, nor newspaper nor book in any kind of printed media. They neither listen to the radio nor watching television nor going to the cinema theatres. The students neither play any console VDO Games connecting to TV screen nor pocket games, but play VDO Games on their computer. They would use computers in their residences , not for education but for e-mail and social network. The activities the students do most on a computer are accessing to Facebook, music download, listenning to music online and watching YouTube.

หลักการและเหตุผล

พัฒนาการสังคมของโลกก้าวผ่านคลื่นลูกที่สามและเข้าสู่ยุคยูบวิคิตัส (Ubliquitous) ประเทศที่พัฒนาแล้วต่างให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ ที่สามารถต่อเชื่อมเครือข่ายการสื่อสารระหว่างกันไม่ว่าจะเป็นการติดต่อระหว่างเครื่องจักรกลต่อเครื่องจักรกล คนกับเครื่องจักรกล หรือ ปัจเจกบุคคลต่อปัจเจกบุคคล หรือการติดต่อสื่อสารในกลุ่ม หรือแม้กระทั่งการสื่อสารมวลชนบนเครือข่ายดังกล่าว ส่วนเครื่องมืออุปกรณ์การสื่อสารมีลักษณะรูปแบบที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป แม้ว่าจะยังคงทำหน้าที่เดียวกัน หรือทำหน้าที่รวมกัน เช่นกล้องถ่ายรูปในรูปแบบหูฟังที่ต่อเชื่อมด้วยเครือข่ายไร้สาย โทรศัพท์พูดคุยที่อยู่ในรูปร่างของนาฬิกาข้อมือและยังสามารถรับข้อความข่าวสาร ถ่ายภาพ ฟังเพลง หรือ รับฟัง การถ่ายทอดวิทยุกระจายเสียงหรือแม้กระทั่งชมรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์ เทคโนโลยี Internet ที่เป็นเครือข่ายการสื่อสารขนาดใหญ่ของโลกนับตั้งแต่ทศวรรษเก้าสิบเป็นต้นมา จึงเปรียบเสมือนเส้นใยประสาทของสังคมโลกที่เชื่อมโยงสรรพสิ่งและสรรพบุคคลเข้าด้วยกันโดยวิธีการหลอมรวมสื่อและหลอมรวมบริการการสื่อสาร (Convergence) และทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่สำคัญจะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตในระดับสังคมและปัจเจกบุคคลเสมอ รวมทั้งยังสามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม สถานภาพ และ บทบาทหน้าที่ใหม่

เทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงในระดับที่สำคัญยิ่งยวด ในรอบสองทศวรรษที่ผ่านมาจากพัฒนาการการสื่อสารของอินเทอร์เนต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีอัตราเร่งการพัฒนาที่ทวีคูณเป็นหลายเท่าตัวในระยะเวลาอันสั้นพัฒนาการดังกล่าวได้ลดข้อจำกัดของพื้นที่และเวลาลงได้เป็นอย่างมากอย่างไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งส่งผลกระทบเป็นกระแสไปยังทั่วโลกตามวาทกรรมโลกาภิวัฒน์ที่เคยกล่าวอ้างถึงความเป็นหมู่บ้านโลก (Global Village) ต้นทุนการสื่อสารลดลงมาอย่างแบนราบจากเดิมโดยเฉลี่ย จึงก่อเกิดการติดต่อสื่อสาร ระหว่างกันไม่ว่าจะอยู่ในพื้นที่ใดในโลกนี้ ติดต่อสื่อสารได้ถี่บ่อยและติดต่อสื่อสารได้ในทุกเวลาที่ต้องการจึงเป็นเหตุให้เกิดผลกระทบต่อการสื่อสารโทรคมนาคมและการสื่อสารมวลชน แบบดั้งเดิม (Traditional Media) โดยทำให้สื่อหรือเครื่องมือการสื่อสารบางสื่อต้องสิ้นสุดลง เช่น โทรเลข Pager รวมทั้งที่ทำให้ใกล้สิ้นสุดลง อันได้แก่ โทรศัพท์พื้นฐาน จดหมาย สิ่งพิมพ์ด้วยกระดาษโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงแบบอนาลอก ในขณะเดียวกันสื่อที่พกพา เคลื่อนที่ได้อย่างเช่น โทรศัพท์สมาร์ทโฟน, Tablet ,iPad, Notebook ขนาดบางเล็ก รวมทั้งหน่วยความจำบน Cloud กลับได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วไปทั่วโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยรุ่นซึ่งมีความยืดหยุ่นต่อการยอมรับและเรียนรู้นวัตกรรมได้เร็ว

การแปรเปลี่ยนดังกล่าวของสื่อในยุคยูบิควิตัสทำให้เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆ

ของสังคมไปทั่วโลก เช่น การลุกขึ้นประท้วงของประชาชนต่อรัฐบาลของนานาประเทศ โดยอาศัยสื่อเครือข่ายสังคมบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ การระดมลงนาม Online เพื่อให้เกิดผลต่อข้อเรียกร้องของประชาคมโลก การศึกษาจนจบหลักสูตรทั้งในระดับก่อนปริญญาและบัณฑิตศึกษา โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในประเทศเดียวกันกับสถานศึกษาซึ่งเป็นการใช้การสื่อสารระบบทางไกลหรืออาจารย์ผู้เชี่ยวชาญและมีชื่อเสียงสามารถบรรยายการสอนนักศึกษาอีกประเทศหนึ่งได้ทั้งชั้นเรียนโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางข้ามประเทศ การลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารงานของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายในการเดินทางและการติดต่อสื่อสาร การลงทุนโดยไม่จำเป็นต้องสต๊อคสินค้าเอาไว้ในลักษณะจมทุนหรือ สามารถสร้างราคาได้โดยทั้งที่ยังไม่มีตัวสินค้าครอบครองอยู่

การแปรเปลี่ยนดังกล่าวไม่ได้ส่งเสริมสังคมแต่เพียงด้านที่เป็นประโยชน์เท่านั้นในทางตรงกันข้ามสื่อใหม่ที่เข้ามาทดแทนสื่อดั้งเดิมเป็นอำนาจใหม่ ที่สามารถปฏิบัติการก่อการร้าย แบบใหม่ทั้งในท้องถิ่น ระดับชาติ หรือ แม้กระทั่งระดับนานาชาติได้อย่างง่ายดายขึ้น สร้างวิธีการฉ้อโกงทางเศรษฐกิจหรือการปลุกระดมทางการเมืองเพื่อก่อการปฏิวัติหรือรัฐประหารในวิธีใหม่ รวมทั้งสร้างความขัดแย้งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นได้

ในขณะเดียวกันสื่อมวลชนดั้งเดิมซึ่งแต่เดิมมีอำนาจการสื่อสารอย่างมหาศาล เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียง, สถานีโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์กลับลดอำนาจการสื่อสารลงมาอย่างเฉียบพลันเป็นยุทธวิธีที่ว่าถ้าหากต้องการทำรัฐประหารในประเทศใดๆ สิ่งแรกที่คณะก่อการรัฐประหารจะต้องกระทำให้ได้สำเร็จก่อนนั่นก็คือการยึดอำนาจการสื่อสารระดับชาติให้ได้เสียก่อนด้วยการยึดสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งชาติหรือสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติในการประกาศคำสั่งคณะรัฐประหารและควบคุมฝ่ายตรงกันข้ามและประชาชน แต่ในปัจจุบันกลับปรากฏว่าแม้จะครอบครองสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีโทรทัศน์แห่งชาติก็ไม่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในทางการเมืองได้ดีดังเช่นเดิม

ในทางตรงข้าม สื่อเครือข่ายทางสังคมออนไลน์มีบทบาทในการประสานติดต่อกลุ่มทางการเมืองที่มีความคิดเห็น ในทิศทางเดียวกันเพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองได้เป็นอย่างดี จากรายงานการวิจัยหลายชิ้นได้พบว่าในปัจจุบันการบริโภคสื่อมวลชนดั้งเดิม เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือ กลับลดลงไปอย่างมาก ทั้งในต่างประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือในประเทศไทยเองก็ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่นที่มีความยืดหยุ่นสูงต่อการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่และง่ายกว่า ในการยอมรับของใหม่ ซึ่งหันไปใช้สื่อใหม่บนอุปกรณ์พกพาแทนสื่อดั้งเดิมเป็นจำนวนมากอย่างมีนัยสำคัญ

ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นปรากฏการณ์ที่สำคัญด้วยเหตุที่เหล่าบรรดาเยาวชนวัยรุ่นกำลังจะเป็นส่วนขับเคลื่อนที่สำคัญของชาติในอนาคตอันใกล้ นั่นก็คือหากเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ บนโลกดิจิตอลใหม่นี้สามารถส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงได้ ตามที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยเหตุนี้การสำรวจข้อมูลพื้นฐานพฤติกรรมการใช้สื่อของเยาวชนวัยรุ่นในปัจจุบันจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อทราบถึงแนวโน้มของพฤติกรรมการใช้สื่อในอนาคต และการคาดการณ์ลักษณะสังคมของไทยในอนาคตต่อไปในด้านของการสื่อสารได้

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นมหาวิทยาลัยภูมิภาคแห่งแรกของประเทศไทย ทั้งยังเป็นมหาวิทยาลัยเก่าแก่ของรัฐที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่ง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เองได้ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสารดิจิทัลเอาไว้มาเป็นระยะเวลานาน และให้บริการอยู่ในระดับที่ดีเยี่ยม ซึ่งนักศึกษาสามารถเข้าถึงการสื่อสารดิจิทัลได้อย่างทั่วถึงในแทบทุกบริเวณของมหาวิทยาลัย รวมทั้งนักศึกษาเองถือเป็นระดับปัญญาชนของประเทศที่จะต้องเป็นผู้นำที่สร้างผลกระทบที่สำคัญต่อไป จึงควรศึกษาสำรวจข้อมูลพื้นฐานพฤติกรรมการบริโภคสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐที่อยู่ในส่วนภูมิภาคและเพื่อ

นำผลที่ได้ไว้สามารถเปรียบเทียบกับนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในส่วนกลางเมืองหลวง หรือกรุงเทพมหานครต่อไป ในอันที่จะเข้าใจสภาพข้อเท็จจริงปัจจุบันของพฤติกรรมการบริโภคสื่อท่ามกลางนักศึกษาของไทย ผู้ซึ่งจะก้าวเข้าสู่ยุคยูบิควิตัสเมื่อพวกเขาเหล่านี้เติบใหญ่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อทราบลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อดั้งเดิมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

(2) เพื่อทราบลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อใหม่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำนิยามศัพท์

• นักศึกษาหมายถึงนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เท่านั้น

• สื่อใหม่หมายถึงสื่อที่ใช้รหัสดิจิทัลเป็นตัวกำหนดส่งผ่านข้อมูลทั้งในการเข้ารหัสและถอดรหัสให้ออกมาอยู่ในลักษณะทั้งตัวอักษร ตัวเลข ภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ซึ่งได้แก่ คอมพิวเตอร์ เครื่องเล่น MP3, MP4, iPod, iPad, Tablet, CD, Internet เป็นต้น

• สื่อดั้งเดิมหมายถึงสื่อที่อยู่ในลักษณะสถาบันแบบดั้งเดิมด้วยการกำหนดส่งผ่านความหมายตามธรรมชาติดั้งเดิมของตัวกลางโดยไม่ได้กำหนดเป็นตัวรหัสฐานสองในการเข้าและถอดรหัส ดังเช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพถ่ายโดยฟิล์ม ภาพยนตร์โดยฟิล์ม วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เป็นต้น

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางศึกษาวิจัยดังนี้

(1) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน

(2) แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

(3) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

(4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์

(5) แนวคิดและทฤษฎี Domestication of Media and Technology

แนวคิดทฤษฎี Domestication of Technology and Media

ทรรศนะมุมมองของทฤษฎี domestication of Technology and Media โดย Thomas Beker, David Morse ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีลักษณะแตกต่างไปจากการวิจัยในเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารอื่นๆ อันมักจะศึกษาในแง่ของผู้ยอมรับสื่อหรือผู้ไม่ยอมเปิดรับ การใช้สื่อทฤษฎี domestication มุ่งศึกษาพัฒนาความหมายทั้งผู้ใช้และผู้ไม่ใช้หเทคโนโลยีเข้าไปบูรณาการอยู่ในชีวิตประจำวันอย่างไร และเทคโนโลยีที่นำเสนอตัวตนของปัจเจกบุคคล การศึกษาวิจัยทางทฤษฎี domestication มุ่งความสนใจในประเภทของเทคโนโลยีการสื่อสารความหมายเชิงสัญญะ,และการผูกติดแนบเนื่องตนเองเข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสาร

(1) เทคโนโลยีสารสนเทศเริ่มต้นจากการติดตั้งตำแหน่งที่เหมาะสม จากนั้นก็เคลื่อนย้ายจากความเป็นพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) มาสู่พื้นที่ส่วนตัว (Private Sphere) ภายในบ้าน ด้วยเหตุนี้ความหมายจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนจากสภาพพื้นที่สาธารณะ มาสู่ความหมายพื้นที่ ส่วนตัว ซึ่งความหมายไม่จำเป็นจะต้องเหมือนกันในทั้งสองพื้นที่นี้

(2) เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ครัวเรือนถูกจัดแบ่งแยกประเภทโดยกระบวนการความ ต้องการผ่านการกำหนดตำแหน่งจัดวางซึ่งรวมถึงการกำหนดตำแหน่งจัดวางและการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ใครเป็นผู้กำหนด และเป็นผู้รู้สึกพอใจและสบายใจกับเทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านี ซึ่งจำเป็นที่จะต้องเข้าใจเบื้องต้นว่าก่อนที่ผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะถูกนำเข้าสู่ครัวเรือน สภาพแวดล้อมของบ้านและวัตถุสิ่งของต่างๆ มีความหมายอยู่ในตัวก่อนหน้าแล้ว และความหมายนี้ไม่สามารถ

จะทำความเข้าใจโดยให้แยกออกไปจากเครื่องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆ ที่มีอยู่ก่อนหน้า

(3) การใช้ร่วมกันจะรวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศถูกใช้อย่างไรและการใช้นั้นได้ส่งผลกระทบต่อปัจจัยทางบริบทอย่างเช่น เพศ หรือสถานภาพ และการใช้ ได้เสริมน้ำหนักปัจจัยเหล่านี้ได้อย่างไร

(4) ตำแหน่งจัดวางเทคโนโลยีสารสนเทศในบ้านหรือบนตัวผู้ใช้นั้นได้พัฒนาความหมายต่อทั้งปัจเจกบุคคลและต่อสังคม และช่วยในการสร้างอัตลักษณ์ของตนเองและผู้อื่น เช่น การบริโภคเทคโนโลยีสารสนเทศบางครั้งมีความสัมพันธ์กับเหตุผลทางสถานภาพสังคม เป็นต้นว่าต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนอยู่ในชนชั้นทางสังคมเศรษฐกิจในระดับใด กระบวนการ Domestication รวมถึงการทำให้เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นๆ เป็นที่ยอมรับและเป็นที่คุ้นเคยหรืออยู่ในสังคมหรืออยู่ในปัจเจกบุคคล

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งศึกษาวิจัยพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศักษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงเพื่อทราบลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อดั้งเดิมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่และเพื่อทราบลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อใหม่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญาตรีจาก 20 คณะ และ 1 วิทยาลัย จำนวนทั้งสิ้น 423 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยกำหนดนักศึกษาคณะละ 20 คน และให้ทีมนักศึกษาผู้ช่วยวิจัยที่ได้ผ่านการประชุมซักซ้อมทำความเข้าใจในวิธีการเก็บข้อมูลเป็นผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลการวิจัยโดยใช้วิธีการเก็บโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) ในคณะต่าง ๆ

สำหรับการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science) หรือที่เรียกชื่อย่อกันว่า SPSS โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปในลักษณะสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้อัตราร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลสรุปการวิจัย

จากข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์แล้วสามารถสรุปและนำเสนอดังนี้

(1) ข้อมูลด้านคุณลักษณะทางประชากรจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 423 คนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศหญิงอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาแรก และค่าเฉลี่ยโดยรวมของค่าลำดับขั้น (Grade Point Average) ยังไม่มีและลักษณะพฤติกรรมทางด้านการเรียนนั้นเน้นการเรียนกับการทำกิจกรรมพอๆ กัน

(2) ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

<u>ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคสื่อดั้งเดิม</u>

• สื่อสิ่งพิมพ์ เวลาที่ใช้อ่านนิตยสารในรอบวันที่ผ่านมาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวนเกือบครึ่งหนึ่งไม่ได้อ่านเลย และจำนวนน้อยที่สุดที่ใช้เวลาอ่านมากกว่า 1 ชั่วโมง และนักศึกษาส่วนใหญ่เมื่ออ่านก็จะทำกิจกรรมอื่นร่วมไปด้วย กับการอ่านจำนวนน้อยที่สุดที่จะไม่ได้ทำกิจกรรมอื่นร่วมไปด้วยกับการอ่าน

• วิทยุกระจายเสียง เวลาที่ใช้ในกาารับฟังวิทยุกระจายเสียงทั้งช่วงเช้าและช่วงบ่ายในรอบวันที่ผ่านมา จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวนมากที่สุดเกือบ 3 ใน 4 ไม่ได้รับฟังวิทยุกระจายเสียงทั้งในช่วงเช้าและช่วงบ่ายเลย จำนวนนักศึกษาที่น้อยที่สุด รับฟังมากกว่า 1 ชั่วโมง ในช่วงเช้า สำหรับช่วงบ่ายนั้นนักศึกษา จำนวนน้อยที่สุดรับฟัง 1 – 3 ชั่วโมง นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ได้กระทำ

กิจกรรมอื่นใดร่วมกับการรับฟังวิทยุกระจายเสียง แต่อย่างไรก็ตามในจำนวนไล่เลี่ยกันในลำดับถัดมาได้ทำเป็นบางครั้ง สำหรับนักศึกษาที่ได้รับฟังจะหาข้อมูลออนไลน์จากสิ่งที่ตนเองรับฟังด้วยเป็นบางครั้ง และจำนวนน้อยที่สุดที่หา ข้อมูลออนไลน์บ่อยครั้ง ส่วนการสื่อถึงเนื้อหาสาระที่ตนเองรับฟังนั้นได้กระทำกันเป็นบางครั้ง และจำนวนน้อยที่สุดที่สื่อถึงเนื้อหาสาระที่ตนเองรับฟังอยู่นานๆ ครั้ง สำหรับการส่งข้อความทันทีทันใดถึงสิ่งที่ตนเองรับฟังอยู่นั้น ครึ่งหนึ่งของจำนวนนักศึกษา ไม่เคยทำเลย ส่วนจำนวนนักศึกษาที่น้อยที่สุดที่ได้ส่งข้อความนั้นได้ส่งนานๆ ครั้ง นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ได้เปิดเครื่องรับวิทยุเอาไว้โดยที่ไม่มีใครรับฟังจะมีเพียงจำนวนน้อยมากที่เปิดทิ้งเอาไว้โดยไม่มีใครรับฟังเกือบจะตลอดเวลา ในเรื่องการโทรศัพท์ Vote หรือ ส่งข้อความ ออนไลน์สิ่งที่ตนเองรับฟังอยู่ นักศึกษามากกว่าครึ่งหนึ่งไม่เคยทำเลย และมีจำนวนเพียง เล็กน้อยที่ส่งข้อความเพื่อ Vote นาน ๆ ครั้ง การรับฟังวิทยุกระจายเสียงระหว่างการรับประทาน อาหารนั้น นักศึกษาจำนวนถึง 3 ใน 4 ไม่ได้ทำ จึงมีเพียงจำนวน 1 ใน 4 ที่เปิดรับฟังระหว่าง รับประทานอาหาร

• การรับชมโทรทัศน์ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ประมาณครึ่งหนึ่งไม่ได้รับชมรายการโทรทัศน์ทั้งในช่วงเช้าและช่วงบ่ายเลยและจำนวนน้อยที่สุดที่จะรับชมในช่วงเช้ามากกว่า 1 ชั่วโมง และในช่วงบ่ายมากกว่า 3 ชั่วโมง ทั้งนี้จะมีการทำกิจกรรมอื่นร่วมกับการชมด้วยในบางครั้งและจำนวนน้อยมากที่แทบไม่ได้ทำกิจกรรมอื่นร่วมกับการชมสำหรับการหาข้อมูลออนไลน์ และสื่อถึงเนื้อหาสาระสิ่งที่ตนเองกำลังรับชมอยู่นั้น ส่วนใหญ่นักศึกษาได้ทำกันเป็นบางครั้ง จำนวนน้อยที่สุดที่จะหาข้อมูลออนไลน์ และสื่อถึงเนื้อหาสาระสิ่งที่ตนเองกำลังรับชมอยู่นานๆ ครั้งและไม่เคยส่งข้อความถึงสิ่งที่กำลังชมอยู่ในทันที มีจำนวนน้อยมากที่จะกระทำนาน ๆ ครั้ง รวมทั้งไม่เคยโทรศัพท์ หรือ Vote ในสิ่งที่ตนเองกำลังชมอยู่

ในทำนองเดียวกันจะมีนักศึกษาจำนวนน้อยที่สุดที่จะกระทำนานๆ ครั้ง การเปิดเครื่องรับโทรทัศน์เอาไว้โดยไม่มีใครรับชมนั้น นักศึกษาครึ่งหนึ่งทำเป็นบางเวลาและมีจำนวนน้อยที่สุดที่เปิดเครื่องรับโทรทัศน์เอาไว้เกือบจะตลอดเวลาการรับชมโทรทัศน์ในระหว่างรับประทานอาหารนั้นนักศึกษากระทำกันถึงเกือบ 3 ใน 4 และประมาณ 1 ใน 4 ไม่ได้รับชมระหว่างรับประทานอาหาร

• การรับชมภาพยนตร์ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวนครึ่งหนึ่งไม่ได้รับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เลยในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ในขณะที่จำนวนน้อยที่สุดของกลุ่มตัวอย่างได้รับชมในโรงภาพยนตร์จำนวนถึง 3 เรื่องขึ้นไป

การเล่น VDO GAMES

• การเล่น VDO GAME นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวนเกินกว่า 3 ใน 4 ไม่ได้เล่นเครื่องเล่น VDO GAME ที่เชื่อมต่อโทรทัศน์ในรอบวันที่ผ่านมาและมีเพียงร้อยละ 1.7 ที่เล่นมากกว่า 3 ชั่วโมง และนักศึกษาก็ไม่ได้เล่นเกมส์บนโทรศัพท์มือหรือเครื่องเล่น VDO Games แบบพกพาเป็นส่วนใหญ่ในรอบวันที่ผ่านมาเช่นเดียวกันในทำนองเดียวกันจำนวนน้อยที่สุดได้ใช้เวลาในการเล่นเกมส์บนมือถือหรือเครื่องเล่น VDO Games มากกว่า 3 ชั่วโมง และนักศึกษาส่วนใหญ่จะเล่น VDO Games ผ่าน PC Games ในที่พักอาศัย ทั้งนี้จะไม่ได้ กระทำกิจกรรมอื่นใดร่วมกับการเล่นเกมส์เลย

<u>ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคสื่อใหม่</u>

• การใช้โทรศัพท์มือถือส่วนตัว นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกือบทั้งหมดมีโทรศัพท์มือถือส่วนตัว มีเพียงร้อยละ 2 ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีเวลาที่ใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการสนทนาในรอบวันของนักศึกษาเกินกว่าครึ่งหนึ่งใช้เวลา 5 - 30 นาที และจำนวนน้อยที่สุดใช้เวลามากกว่า 3 ชั่วโมงและนักศึกษาจำนวนถึง4ใน5ไม่ได้ใช้โทรศัพท์พื้นฐานในการสนทนาเลยและมีนักศึกษจำนวนน้อยมากที่ใช้โทรศัพท์พื้นฐานช่วงระหว่าง 31 นาที - 1 ชั่วโมง กิจกรรมที่ได้ทำกับโทรศัพท์มือถือของนักศึกษาส่วนใหญ่จำนวนมากที่สุดสาม ลำดับแรกที่ได้ทำคือการส่งข้อความ SMS MMS, ฟังเพลง, และถ่ายรูป

และจำนวนน้อยที่สุดใช้สำหรับชมวีดิโอ ส่วนการส่งข้อความ SMS MMS นั้น ส่วนใหญ่ไม่ได้ส่งในรอบวันที่ผ่านมา หากส่งส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1 – 10 ข้อความ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวนมากที่สุดไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์ มือถือเลยในรอบวันที่ผ่านมา และจำนวนน้อยที่สุดที่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์ มือถือเป็นระยะเวลาถึง 5 ชั่วโมง

• การรับฟังเพลง นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกินกว่าครึ่งหนึ่งไม่ได้รับฟังเพลงจากเครื่องรับวิทยุกระจายเสียง หรือจากแผ่น CD หรือจาก iPod หรือเครื่องเล่น MP 3 หรือ MP 4 เลยใน รอบวันที่ผ่านมา ส่วนใหญ่จะรับฟังเพลงจากโทรศัพท์มือถือและจำนวนนักศึกษาถึงร้อยละ 82 ที่ได้กระทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปพร้อม ๆ กับการรับฟังเพลงด้วย

• การใช้คอมพิวเตอร์ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกินกว่าสัดส่วน 4 ใน 5 ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในรอบวันที่ ผ่านมา แต่เป็นที่น่าสนใจว่าถึงแม้จะเป็นจำนวนน้อยที่สุดคือร้อยละ 1.4 นักศึกษาไม่เคย ใช้คอมพิวเตอร์มาเลยจนมาถึงระดับอุดมศึกษา และการติดต่ออินเทอร์เน็ตได้ทำการติดต่อจากที่พักอาศัยเป็นส่วนใหญ่มากกว่าจะเป็นสถานที่ศึกษา

ทั้งนี้ส่วนใหญ่ของการใช้คอมพิวเตอร์ยังไม่ได้เกี่ยวข้องกับงานในชั้นเรียน มีนักศึกษาจำนวนรองลงมาในระดับจำนวนที่ใกล้เคียงใช้เวลาทำงานที่เกี่ยวข้องกับงานในชั้นเรียน 5 – 30 นาทีเท่านั้น แต่ส่วนใหญ่ก็ไม่ได้ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เล่นเกมส์ในรอบวันที่ผ่านมา รวมทั้งไม่ได้ส่ง Instant Message แต่ได้ใช้ส่ง e-mail เป็นระยะเวลา 5 – 30 นาที นักศึกษาส่วนใหญ่ยังคงไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการอ่านนิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์หรือเพื่อทำงาน Graphic เลย หรือเพื่อชม VDO หรือ Upload VDO เลย แต่นักศึกษาเกือบทั้งหมดได้ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเข้าสู่ Social Network หรือเครือข่ายสังคม ทั้งนี้นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเข้าเครือข่ายสังคมนี้เป็นเวลาถึง 1 – 3 ชั่วโมง เข้าสู่ Website อื่น ๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวกับงานในชั้นเรียนเลยเป็นระยะเวลา 5 – 30 นาทีในรอบวันที่ผ่านมา ซึ่งเป็นระยะเวลาพอๆ กันกับการทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านคอมพิวเตอร์ของนักศึกษา แต่ทั้งนี้นักศึกษาได้ทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านคอมพิวเตอร์เป็นบางครั้งเท่านั้น เมื่อนักศึกษาได้ใช้ คอมพิวเตอร์เพื่อการทำงานจากชั้นเรียนก็จะทำการสื่อสารเรื่องงานนั้นออกไปด้วยควบคู่กันไป

• กิจกรรมออนไลน์ที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ทำในระดับจำนวนนักศึกษาสูงสุด ไล่เลี่ยกันเกือบ ร้อยละ 90 นั้นได้แก่ การฟังเพลงผ่านอินเทอร์เน็ต การดาวน์โหลดเพลง การเข้าสู่เครือข่าย สังคม Facebook และ การเข้าสู่ YouTube

ในการใช้สื่อคอมพิวเตอร์ สื่อออนไลน์ และสื่ออื่นๆ นั้น นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ซึ่งได้วางไว้จากทางครอบครัว นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะถูกกำหนดเรื่องระยะความยาวของเวลาที่นักศึกษาจะทำกิจกรรมบนคอมพิวเตอร์ อันได้แก่ การกำหนดให้ใช้คอมพิวเตอร์, การฟังเพลง, และการเล่น VDO Game บางเวลา

อภิปรายผลการวิจัย

จากพัฒนาการเทคโนโลยีการสื่อสารของโลกในทุกสมัยมีความพยามจะลดข้อจำกัดของพื้นที่ และ เวลา (Space and Time) อยู่เสมอซึ่งพัฒนาการดังกล่าวมีอัตราเร่งสูงขึ้นตลอดเวลาโดยเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ ผลักดันให้โลกก้าวเข้าสู่ยุคยูบิควิตัส (Ubliquitous) ได้เร็วขึ้น ยุคสารสนเทศมาพร้อมกับการกำเนิดเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และมีพัฒนาการก้าวเข้าสู่ยุคยูบิควิตัสเมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไร้สายกำเนิดขึ้นการติดต่อสื่อสารก้าวข้ามระหว่าง พรมแดนอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ เวลา อุปกรณ์ สัตว์ คน อวกาศ พืช และอื่น ๆ จึงหลอมรวมสรรพสิ่งเข้าไว้ด้วยกันบนเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็น สื่อ การบริการ วัฒนธรรม พื้นที่สาธารณ พื้นที่ครัวเรือน พื้นที่การศึกษา พื้นที่ส่วนตัว การบันเทิง การค้าขาย การก่อการร้ายแบบใหม่ๆ ลัทธิศาสนาใหม่ๆ โครงสร้างทางสังคมใหม่ สถานภาพของสังคมใหม่และบทบาทหน้าที่ใหม่

การอธิบายความของทฤษฎี Domestication of Communication Technology นั้น ได้อธิบายให้เห็นถึงความชัดเจนขึ้นในพัฒนาการของการใช้สื่อของบุคคลในสังคม ซึ่งกล่าวว่าในแต่เดิมสื่ออาจจะเป็นสิ่งไกลตัว ดังเช่น สัตว์ป่าที่อยู่ในป่าห่างไกลจากเมือง ครัวเรือน และระยะไกลที่สุดก็คือจากตัวปัจเจกบุคคลเองแต่อย่างไรก็ตามมนุษย์สามารถทำให้สัตว์ป่าเชื่องลงจนกระทั่งมันมีพฤติกรรมตามที่มนุษย์ต้องการและอยู่กับตัวบุคคลได้อย่างไม่มีพิษภัยในฐานะสัตว์เลี้ยง ภายในครัวเรือน

ถ้าจะเปรียบให้เห็นภาพชัดขึ้นนั่นก็คือ แต่เดิมการสื่อสารข่าวสารในสังคมโบราณอาจต้องใช้คนมายืนป่าวประกาศในใจกลางจตุรัสด้วยการตะเบ็งเสียงของตนให้ดังเท่าที่จะทำได้ต่อมามีพัฒนาการทำให้เกิดเสียงตามสายขึ้นซึ่งทำให้ตัวสื่อเข้ามาใกล้ชุมชนมากขึ้น เมื่อเป็นวิทยุกระจายเสียงแรกเริ่ม สมัยเครื่องรับวิทยุหลอด วิทยุก็เข้ามาภายในบ้านอยู่ใจกลางห้องรับแขกหรือห้องนั่งเล่นและเมื่อทรานซิสเตอร์มาถึงเครื่องรับวิทยุก็เข้าไปอยู่ในห้องนอนของแต่ละคน เมื่ออินเทอร์เน็ตมามาถึงวิทยุจากทั่วโลกก็สามารถเข้ามาอยู่ในกระเป๋าเสื้อกระเป๋ากางเกง บนข้อมือในรูปแบบนาฬิกา โทรศัพท์มือถือ หรือ แทบเบล็ต คอมพิวเตอร์ ของแต่ละคน มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้นอย่างสูงและมากไปกว่านั้นในตัวสื่อเองจะมีความหมายของตัวสื่อนั้นๆเองและกำหนดอัตลักษณ์ของผู้ครอบครองสื่อได้อีกด้วย

จากผลของการสำรวจวิจัยข้อมูลพื้นฐานทำให้เห็นได้ว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่กำลังเข้าสู่กระแสดังกล่าว จำนวนนักศึกษาหญิงซึ่งมีมากกว่านักศึกษาชายก็เป็นไปตาม แนวโน้มของโลกปัจจุบัน ที่สัดส่วนเพศของประชากรโลกเป็นสัดส่วนหญิง 5 ต่อ ชาย 1 นักศึกษาเกือบทั้งหมดมีโทรศัพท์มือถือ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ส่วนตัว สามารถเข้าสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้จากทั้งในมหาวิทยาลัยและจากที่พัก จากเงื่อนไขดังกล่าว นักศึกษาจึงเริ่มมีพฤติกรรมที่ไม่ได้เลือกเปิดรับใช้สื่อตามกระแสหลักเดิม นั่นคือไม่ได้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ได้รับฟังวิทยุกระจายเสียง ไม่ได้ชมโทรทัศน์จากเครื่องรับโทรทัศน์ ไม่ได้เล่น VDO Game จากเครื่องเล่นชนิดต่อสายเครื่องเข้าเครื่องรับ โทรทัศน์ ไม่ได้รับฟังเพลงจากแผ่น CD หรือเครื่องเล่น MP3 โดยเฉพาะพฤติกรรมดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อสื่อดั้งเดิมเป็นอย่างมากต่อไปเมื่อ กลุ่มนักศึกษาเหล่านี้ สำเร็จการศึกษาเป็นบัณฑิตอยู่ในฐานกำลังสำคัญของสังคม นักศึกษาหันมาใช้สื่อที่หลอมรวม อยู่บนอินเทอร์เน็ต เช่น การฟังเพลง การดาวน์โหลดเพลง รวมถึงการเข้าสู่เครือข่ายสังคมซึ่งเชื่อมต่อกันระหว่างกันที่รู้จักกันโดยตัวตน หรือคนที่รู้จักกันบนโลกไซเบอร์ ส่วนการใช้ค้นคว้าเนื้อหาหรือทำรายงานทางด้านวิชาการบนอินเทอร์เน็ตนั้น ยังถือว่ายังน้อยอยู่ ซึ่งในส่วนนี้ คณาจารย์ผู้สอนไม่สามารถอยู่ในสถานะเชิงบังคับได้อย่างเบ็ดเสร็จสมบูรณ์เหมือน ในอดีต และโลกยูบิควิตัสใหม่ นักศึกษาจะเป็นศูนย์กลางของการศึกษาอย่างแท้จริงโดยที่นักศึกษาจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกด้วยตนเองว่าประสงค์จะเรียนรู้ในเรื่องใด และจะหาความรู้ นั้น ๆ ได้จากแหล่งไหนบนโลกไซเบอร์

ด้วยเหตุนี้การพัฒนาหลักสูตรทางด้านการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาจะถูกท้าทายให้ต้องปรับโครงสร้างการศึกษาสอดคล้องกับการดำเนินอยู่ของโลกยูบิควิตัสใหม่โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไร้สายให้เป็นประโยชน์ ส่วนกระดาษและปากกาดินสอ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารเมื่อศตวรรษที่แล้วจะไม่สามารถสนองตอบ ได้อย่างแท้จริงอีกต่อไป

ไม่เพียงแต่สถาบันการศึกษาที่จะได้รับผลกระทบเท่านั้นเมื่อนักศึกษาเหล่านี้เจริญขึ้นเป็นผู้ใหญ่ โครงสร้างทางสังคม สถาบัน สถานภาพ บทบาทหน้าที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และจริยธรรมใหม่ๆ จะถูกสร้างขึ้นใหม่จากผลกระทบดังกล่าวได้ด้วยเช่นเดียวกัน จึงจำเป็น ต้องตระหนักและวางแผนระยะยาวไว แม้ว่าในปัจจุบันนักศึกษายังมีข้อจำกัดในเรื่องรายได้ และค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไร้สายจะมีราคาสูงเกินจริงซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญก็ตาม

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อสถาบันการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนโดยกำหนดกิจกรรมการเรียนการสอนอยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือสื่อดิจิทัลแทนกระดาษ ห้องสมุดของสถาบันการศึกษาควรเปลี่ยนสิ่งพิมพ์เป็นสื่ออิเลคโทรนิคส์และให้บริการอยู่บนอินเทอร์เน็ต โดยนักศึกษาและบุคลากรไม่จำเป็นต้องเข้ามายังห้องสมุดด้วยตัวตนและในขณะเดียวกันสามารถประยุกต์ใช้ในสิ่งที่นักศึกษาเลือกเปิดรับอยู่แล้ว เช่น FaceBook หรือ Line มาเป็นเครื่องมือสำหรับการเรียนการสอนรวมทั้งการวางโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงภายในสถาบันการศึกษาให้ทันสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการทางสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงในอัตราเร่งที่สูงขึ้นมากขึ้นเรื่อยๆและเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางด้านการศึกษาในระดับนานาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะการเปิดเสรีทางด้านการศึกษากับชุมชนอาเซียน

ข้อเสนอแนะต่อการวิจัย

(1) การวิจัยในครั้งนี้เป็นเพียงการวิจัยเชิงสำรวจจากข้อมูลของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาคเท่านั้น ซึ่งยังขาดข้อมูลการวิจัยสำรวจนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนจากส่วนกลางกรุงเทพมหานครมาเปรียบเทียบจึงควรที่จะศึกษาเปรียบเทียบเพิ่มเติมในส่วนนี้ต่อไป

(2) ควรมีการวิจัยในเชิงลึกต่อไปทางด้านพื้นที่สาธารณะพื้นที่การศึกษา พื้นที่ครัวเรือน และพื้นที่ส่วนตัวของนักศึกษาบนสื่อใหม่เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้ทางด้านหลักสูตร การจัดการการศึกษาและการแนะนำปรึกษานักศึกษาและควรขยายกว้างไปสู่การศึกษาประชากรส่วนอื่นของสังคม เพื่อสามารถเห็นภาพใหญ่โดยรวมและสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนา สังคมได้ในอนาคตต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. 2541. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา.กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2555) “หน่วยที่ 1 ภาพอนาคตการศึกษาไทย : สู่การศึกษาภควันตภาพ” คู่มืออบรม ปฏิบัติการบูรณาการใช้คอมพิวเตอร์พกพา (Tablet) เพื่อยกระดับการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ : สำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
- ไทยรัฐไซเบอร์เน็ต. 28 ธันวาคม 2551. รายงาน คำค้นที่กระแสความนิยมพุ่งแรง 10 อันดับ ของกูเกิลไทย ประจำปี 2551 [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://www.thairath.co.th
- ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์. 2544. “ปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสาร- ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- นวพรรษ เพชรมณี และ ปรัชญนันท์ นิลสุข. (2553). “Ubiquitous Learning อัจฉริยะแห่งการล่วงรู้บริบท” วารสารวิทยบริการ. ปีที่ 21 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2553) หน้า 23 – 32 .
- พนิดา สายประดิษฐ์. 2549. ความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยต่อการบริการหลอมรวมสื่อ [ออนไลน์].เข้าถึงจาก: http://www.nectec.or.th/images/pdf/techtrends/69/netr.pdf
- พัชรี เชยจรรยา ,เมตตา วิวัฒนานุกูลและถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์. 2538. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์- มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. ฝ่ายวิจัยกลยุทธ์และดัชนีอุตสาหกรรม. 2548. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2548 [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http:// www.nectec. or.th/pld/internetuser/Internet%20User% 20Profile%202005.pdf
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. 30 เมษายน 2549. การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://www.precadet26.org/msgboard/MsgView.php? page= 72&msgid=38070&nr=1

ภาษาอังกฤษ

- Bakardjieva, Maria. (2005a). Internet society: The internet in everyday life. London:Sage.
- Green, Nicola, & Haddon, Leslie. (2009). Mobile communications: An introduction to new media. Oxford: berg.
- Gunkel, David J. (2003). Second thoughts: toward a critique of the digital divide. New Media and Society, 5(4), 499-522.
- Horrigan, John, Rainie, Lee, Allen, Katherine, Madden, Mary, O’Grady, Erin, boyce, Angie, & Lenhart, Amanda. (2003). The ever-shifting Internet population: A new look at Internet access and the digital divide. Pew Internet and American Life Project. URL: http://www.pewinternet.org[April 16, 2003].

• Ito, Mizuko. (2005). Mobile phones, Japanese youth and the replacement of social contact
. In Rich Ling & Per E. Pedersen (Eds.), Mobile communications: Renegotiation of the social sphere(pp. 131-48). London: Springer.
• Maidenhead, UK: Open University Press. Oksman, Virpi, & Rautianinen, Pirjo. (2003). Perhaps it is a body part": How the mobile phone became an organic part of the everyday lives of Finnish children and teenagers. In James Katz (Ed.),
• Machines that become us: The social context of personal communication technology (pp. 161-70). Piscataway, NJ: transaction Publishers.
• Silverstone, Roger. (2005) Domesticating domestication: Reflections on the life of a concept. In thomas berker, Maren Hartmann, yves Punie, & Katie J. Ward (Eds.), Domestication of media and technologies (pp. 229-248). Maidenhead, UK: Open University Press.
• Van Dijk, Jan. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. Poetics, 34 (4/5), 221-235. Vincent, Jane, & Fortunati, Leopoldina (Eds.). (2009). Electronic emotion: The mediation of emotionvia information and communication technologies. Oxford: Peter Lang.

การควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์กับสาระที่เปลี่ยนไป

พงศวีร์ สุภานนท์*

บทคัดย่อ

การควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบและการนำเสนอเนื้อหาโน้มน้าว ยั่วยุ ส่งเสริมอาชญากรรม โดยประเด็นเนื้อหาที่เสี่ยงต่อการควบคุมมี 7 ลักษณะ (1)ศาสนาความเชื่อ (2) เหตุการณ์ประวัติศาสตร์ (3) กลุ่มชาติพันธ์ ประเทศเพื่อนบ้าน (4) เพศที่สาม (5) บุคคลวิปริต (6) ชีวประวัติ และ (7) การสะท้อนปัญหาสังคมในอดีตซึ่งระบบการควบคุมเนื้อหาเป็นไปตามกลไกการเซ็นเซอร์ของรัฐบาล จนกระทั่งมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 2551 (ระบบเรตติ้ง) ซึ่งก่อปัญหาในการควบคุมเนื้อหาเพราะเกณฑ์การจัดเรตภาพยนตร์ไทยแตกต่างจากสากลจึงเป็นอุปสรรคในการพัฒนาให้เท่าเทียมประเทศอื่นๆ

Abstract

The film content control in Thailand is intended to protect copying and displaying content that is persuasion, detracting and encourage crime. The seven content issues that are at risk to control (1) religion / belief (2) history (3) ethnography of neighboring countries (4) third gender (5) abnormal person (6) biography (7) reflecting social problems in the past. The content control system is conforming of government censorship. Until the Film and Video Enactment B.E.2551 (rating system) has been adopted which contributes to the problem in controlling the content because the criteria for the movie ratings in Thailand differ from international. So it is an obstacle to develop a equality with other countries.

หากจะกล่าวถึง “ภาพยนตร์” สำหรับประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาทำเงินอย่างถล่มทลายหรือจะเป็นภาพยนตร์ไทยแม้จะทำรายได้ไม่เทียบเท่าแต่ก็มีการพัฒนาที่เห็นได้อย่างชัดเจน แต่ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ไทยหรือต่างประเทศก็ตาม มีสิ่งหนึ่งที่ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากต่อกระบวนการผลิตภาพยนตร์ คือ เนื้อหาของภาพยนตร์ ที่จะต้องมีความน่าสนใจและน่าติดตาม ตลอดทั้งเรื่อง

การสร้างสรรค์เนื้อหาภาพยนตร์มีหลากหลายแนวทาง เช่น เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมโดยอ้างอิงจากกลุ่มบุคคลหรือสถานที่เกิดเหตุโดยตรง หรืออาจดัดแปลงมาจากประสบการณ์หรือเหตุการณ์จากทีมงานด้วยกันเองแล้วนำผสมผสานจากจินตนาการเพื่อให้เรื่องราวมีความบันเทิงสนุกสนานมากขึ้น เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันโครงเรื่องถือเป็นจุดขายอันดับต้นๆ ให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ดังนั้นผู้สร้างภาพยนตร์จึงต้อง

* พงศวีร์ สุภานนท์ สาขาวิชาการภาพยนตร์ กลุ่มสาขาวิชานิเทศศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

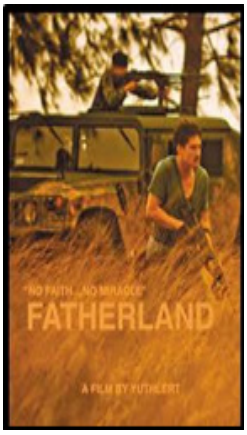
พยายามสรรหาให้เรื่องราวมีความหลากหลายและน่าสนใจ ซึ่งนอกจากจะนำมาเป็นจุดขายได้แล้ว ยังทำให้บทภาพยนตร์ในยุคนี้ได้เจริญก้าวหน้าไปอีกขั้นหนึ่งด้วยเช่นกัน กล่าวคือเนื้อหาเดิมๆ ที่ซ้ำซากจำเจจะค่อยๆ หมดไป ถือเป็นเรื่องที่น่ายินดียิ่งนัก และด้วยความที่ปัจจุบันนี้วงการภาพยนตร์ต่างก็มีการสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความน่าสนใจและมีความหลากหลาย สิ่งที่ตามมาก็คือความสมจริงและความน่าเชื่อถือในเนื้อหาของสื่อภาพยนตร์มากขึ้นด้วย จึงทำให้เกิดการโจมตีต่อต้านจากผู้คนกลุ่มหนึ่งและเมื่อถูกกล่าวถึงอย่างหนัก จนกลายเป็นประเด็นสังคมตามหน้าสื่อต่างๆ จึงมีแนวคิดในการควบคุมเนื้อหาที่ออกไปสู่สายตาของผู้ชมภาพยนตร์ตามความเชื่อเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ
(อิทธิพล วรานุศุภากุล 2550 : 1)

สำหรับประเทศไทยลักษณะการควบคุมเนื้อหาของภาพยนตร์มีหลายวิธีการทั้งจากภาครัฐ จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และจากภาคประชาชน ใช้วิธีการตรวจภาพยนตร์ ซึ่งเป็นกระบวนการตรวจสอบเนื้อหาของภาพยนตร์ให้อยู่ในกรอบที่กำหนดก่อนที่จะได้รับอนุญาตให้ฉายในโรงภาพยนตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันมิให้บุคคลลอกเลียนแบบและเพื่อป้องกันการนำเนื้อหาที่มีลักษณะโน้มน้าวไปในทางยั่วยุ หรือส่งเสริมให้เกิดอาชญากรรม หรือชักจูงให้ผู้ชมนิยมชมชอบไปเป็นแบบอย่างในการประพฤติชั่ว รวมทั้งเนื้อหาประเภทที่ทำให้เกิดการเสื่อมเสียศีลธรรม วัฒนธรรมอันดีและอาจเป็นมูลเหตุของความไม่สงบเรียบร้อยในสังคมนอกจากนี้ยังรวมถึงความสงบเรียบร้อยของประเทศหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่อาจก่อให้เกิดการดูหมิ่นต่อรัฐหรือพนักงานของรัฐหรือก่อให้เกิดความบาดหมางระหว่างประเทศหรือระหว่างเชื้อชาติ (อิทธิพล ยินดี และชวรัตน์ เชิดชัย 2541 : 621-622)

ประเด็นเนื้อหาภาพยนตร์ที่เสี่ยงต่อการถูกควบคุม

สำหรับประเทศไทยมีภาพยนตร์หลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงได้ทำการประมวลประเด็นเนื้อหาในการสร้างภาพยนตร์ ที่เสี่ยงต่อการควบคุม โดยเริ่มต้นเก็บข้อมูลจากข่าวหน้าหนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์เฉพาะภาพยนตร์ไทย ตั้งแต่ปี 2541 - 2556 ซึ่งมีประเด็นดังต่อไปนี้

1.ศาสนา ความเชื่อ ประเด็นข้อถกเถียงในมุมมองของผู้สร้างต้องการถ่ายทอดทัศนคติอีกมุมหนึ่งของชาวบ้านให้สังคมได้รับรู้ ในขณะที่ผู้ต่อต้านเห็นว่าสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คนกำลังถูกย่ำยีจากผู้สร้างสถานการณ์ที่เกิดขึ้น 15 ค่ำเดือน 11 ของจิระ มะลิกุล ภาพยนตร์ที่ถูกชาวหนองคายบางส่วนประท้วงไม่ให้ฉาย หาว่าบิดเบือนเนื้อเรื่องเกี่ยวกับบั้งไฟพญานาค (คอลัมน์ย้อนอดีต, 2554) หรือจะเป็นเรื่อง “นาคปรก” ของภวัต พนังศิริ ที่มีเนื้อหาว่าด้วยเรื่องราวของกลุ่มโจรในคราบผ้าเหลืองสะท้อนปัญหาสังคมและพระพุทธศาสนา มีฉากล่อแหลมหลายฉาก รอนานมากว่า 5 ปี เพิ่งมีโอกาสฉายในโรงภาพยนตร์ หลังจากประเทศไทยเริ่มมีการจัดเรตภาพยนตร์ (ข่าวสด, 2551)



2. เหตุการณ์ประวัติศาสตร์ที่กระทบกับความรู้สึกของผู้คน ประเด็นข้อถกเถียงในมุมมองของผู้สร้างเพื่อรำลึกลึกถึงเหตุการณ์ที่สำคัญในอดีต (เป็นสิ่งเตือนใจ) ให้กับคนรุ่นหลัง ในขณะที่ผู้ต่อต้านเห็นว่าหรือจะไปซ้ำเติมผู้ร่วมเหตุการณ์ให้มากกว่านี้

สถานการณ์ที่เกิดขึ้น : สำหรับเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ด้านการเมืองของประเทศไทย เช่น เรื่อง “14 ตุลา สงครามประชาชน” ของบัณฑิต ฤทธิกล ถึงขั้นที่ผู้กำกับท่านนี้ขอความเป็นธรรมจากศาลปกครองไม่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการครั้งแรก แต่เมื่อยอมที่จะตัดบางฉากออกเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบอาจเกิดจากไปพาดพิงถึงบุคคลที่ยังมีชีวิตอยู่ในเหตุการณ์ครั้งนั้นจึงได้รับอนุญาตให้เข้าฉายได้ตามปกติ (บอร์ดชาติลงมติไม่ผ่านอุธรณ์ ,2553) และภาพยนตร์ไทยกึ่งละครเวที เรื่อง Shakespeare Must Dies ของมานิต ศรีวานิชภูมิ ดัดแปลงมาจากวรรณกรรมของShakespeare ก็ถูกระงับไม่ให้เข้าฉาย เพราะตีแผ่พฤติกรรมของนักการเมืองไทยในแง่ลบ ทั้งๆที่เกิดขึ้นจริงในประเทศไทยมาอย่างยาวนาน (ทำไมต้องแบนหนัง เช็คสเปียร์ต้องตาย, 2555) แต่ถ้าเป็นเหตุการณ์ประวัติศาสตร์โศกนาฏกรรมในประเทศไทย เช่น 2022 วันโลกสังหารของทรนง ศรีเชื้อถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงภาพประชาสัมพันธ์เรื่องนี้ซึ่งถูกติดไว้ที่ด้านข้างอาคารพาณิชย์บริเวณทางขึ้นทางด่วนหัวลำโพงว่าไม่เหมาะสมเพราะเป็นภาพของศพผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์สึนามิจำนวน 15 ศพที่กำลังอยู่ในสภาพขึ้นอืดนอนเรียงรายอยู่ริมชายหาด บางรายอยู่ในสภาพไม่มีเสื้อผ้าห่อหุ้มร่างกายสามารถมองเห็นอวัยวะเพศ(โวยประจานเหยื่อสึนามิ โปรโมตหนัง อุจาดศพเปลือยอืด, 2552) หรืออีกกรณีหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ที่ถูกกล่าวขานในอดีตและเกิดขึ้นจริงกับการฆาตกรรมในอำเภอพรหมพิราม จนทำให้ประชาชนที่อาศัยบริเวณนั้นในปัจจุบันไม่พอใจภาพยนตร์เรื่อง“คืนบาปพรหมพิราม ของมานพ อุดมเดช ซึ่งดัดแปลงมาจากเหตุการณ์ฆาตกรรมที่เกิดขึ้นจริงที่ชื่อเรื่องดูเหมือนไปกระทบความรู้สึกเหมารวมให้คนท้องที่นั้นเป็นคนไม่ดี (เตรียมเปลี่ยนชื่อหนัง-เพิ่มฉากเอาใจคนพรหมพิราม, 2546) และกรณีล่าสุดที่เพิ่งเกิดขึ้นกับภาพยนตร์เรื่อง“ปิตุภูมิพรหมแดนแห่งรัก”ของผู้กำกับ “ยุทธเลิศ สิปปภาค” ที่สะท้อนปัญหาความรุนแรงของพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างสมจริงที่สุดด้วยลงพื้นที่จริงในถ่ายทำ แต่สุดท้ายโดนระงับไม่ให้ฉายในประเทศไทย ด้วยเหตุที่มีเรื่องราวทางการเมืองและความมั่นคงของประเทศ (รวมถึงศาสนา) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (แบนหนัง “ปิตุภูมิพรมแดนแห่งรัก”, 2556)

3. ประเทศเพื่อนบ้าน หรือ กลุ่มชนเผ่าพันธุ์หนึ่ง ประเด็นข้อถกเถียงในมุมมองของผู้สร้างเพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีงาม ในขณะที่มุมมองผู้ต่อต้านเห็นว่าหรือจะไปดูถูกชนชาติของเขา

สถานการณ์ที่เกิดขึ้น : ผู้เขียนขอยกตัวอย่างตัวละครที่เป็นชาวเขาใน“รักจัง” ของเหมันต์เชตมีจะถูกนำมาล้อเลียนด้วยการพูดภาษาไทยไม่ชัด หรือการแสดงพฤติกรรมเปิ่นๆ ของชาวเขาที่เข้ามาดิ้นรนในเมืองไทยทำให้เจอปัญหาต่อต้านจากเครือข่ายกะเหรี่ยงเพื่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมรวมถึงนักศึกษาชาวเขาที่ยื่นจดหมายถึงสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมติงว่าเนื้อหาภาพยนตร์ “รักจัง” นำเสนอวัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาที่ผิดเพี้ยน (ครึ่งปีกว่าๆ “หนังไทย” อลเวง! ต่อต้าน-ประท้วงกันเป็นว่าเล่น , 2549) อีกเรื่องกับ“หมากเตะ โลกตะลึง ” ที่กำกับโดย อดิสรณ์ ตรีสิริเกษม ก็เช่นกันมีเนื้อหาไปกระทบความรู้สึกสติปัญญาของคนสัญชาติลาวไม่ต่างจากการดูถูกเหยียดหยามจนถูกระงับการฉายในที่สุด (ไทยรัฐ, 2549) หรือจะเป็นเพื่อนบ้านอย่างกัมพูชาที่ตอนนี้กำลังมีเรื่องเขตแดนระหว่างบ้านเราก็เคยไม่พอใจเนื้อหาหนังไทยเรื่อง “ล่า ท้าผี” ของผู้กำกับ สราวุธ วิเชียรสาร จนถูกแบนไม่ให้เขาฉายในกัมพูชา เพราะไปอ้างอิงเหตุการณ์โศกนาฏกรรมอันเจ็บปวดฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ในประเทศของเขา (เขมรสั่งแบน ‘ล่า-ท้า-ผี’ หากินกับความสยอง! , 2549)

4. เพศที่สามประเด็นข้อถกเถียงในมุมมองผู้สร้างเพื่อถ่ายทอดชีวิตอีกด้านหนึ่งของเพศที่สามให้ผู้คนในสังคมเข้าใจมากขึ้นในขณะที่มุมมองผู้ต่อต้านเห็นว่าจะทำให้เพศที่สามกลายเป็นตัวปัญหาของสังคม

สถานการณ์ที่เกิดขึ้น“โกซิกส์ โกหก ปลิ้นปล้อน กะล่อน ตอแหล” ผลงานลำดับต้นๆของพจน์ อานนท์ คงรับไม่ได้กับโครงเรื่องที่ว่าด้วยชายหนุ่มถูกหลอกลวงให้ใช้ชีวิตกับกะเทยแปลงเพศอยู่หลายปีกว่าจะรู้ความจริง หรืออีกหนึ่งผลงานของเขา “เพื่อนกูรักมึงวะ” ที่ถูกร้องเรียนว่าทำให้ตำรวจในบ้านเรามัวหมองเพราะตัวละครที่เป็นเพศที่สามในเรื่องสวมเครื่องแบบผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ทั้งๆ ในความเป็นจริงของสังคมเรื่องของเพศที่สามก็มีอยู่ทุกวงการ หรือจะเป็นเรื่อง“Insect in the Backyard” ของธัญญ์วารินทร์ สุขะพิสิษฐ์ ที่สะท้อนการใช้ชีวิตของกะเทยไทยที่ต้องทำหน้าที่เลี้ยงลูกในสังคมยุคนี้ก็ถูกแบนไม่ให้ฉายในประเทศไทย

(ภาพยนตร์ “Insects in the Backyard” โดนแบน

5.บุคคลที่มีจิตบกพร่องวิปริตขัดกับศีลธรรม ประเด็นข้อถกเถียงในมุมมองผู้สร้างเพื่อถ่ายทอดชีวิตอีกด้านหนึ่งของเพศที่สามให้ผู้คนในสังคมเข้าใจมากขึ้น ในขณะที่มุมมองผู้ต่อต้านเห็นว่าจะทำให้เพศที่สามกลายเป็นตัวปัญหาของสังคม

สถานการณ์ที่เกิดขึ้น : ฉากหนึ่งในภาพยนตร์เรื่อง “ไอ้ฟัก” ของพันธัมม์ ทองสังข์ ที่สมทรงเปิด

กระโปรงให้พระสงฆ์ดูอย่างหน้าตาระรื่นเพราะเธอเป็นบ้าก็เคยตกเป็นประเด็นให้ผู้คนกล่าวถึงไม่น้อย ถึงความเหมาะสมในการนำเสนอ ส่อถึงการกระทำที่มีผลต่อวัฒนธรรมและประเพณีของไทยด้วย (เซ็นเซอร์ 4 ฉาก ไอ้ฟัก ตั๊ก หวีด ทำไมนมฝรั่งถึงเห็นได้, 2547) หรือหนังไทยอีกเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเซ็กซ์รูปแบบต่างๆ อันเกิดจากอาการป่วยทางจิตของตัวละครเรื่อง“จันดารา” ของนนทรีย์ นิมิบุตร ที่ถูกโจมตีอย่างหนัก จนในที่สุดหลายฉากจำเป็นจะต้องถูกตัดออกไปและบางฉากจะต้องถูกเซ็นเซอร์ด้วยการเบลอภาพที่ไม่เหมาะสม

6. ชีวประวัติ หรือเรื่องราวของบุคคลที่มีตัวตน ประเด็นข้อถกเถียงในมุมมองผู้สร้างเพื่อเทิดทูนหรือเป็นอนุสรณ์แก่บุคคลท่านนั้น ในขณะที่มุมมองผู้ต่อต้านเห็นว่าแน่ใจหรือว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง

สถานการณ์ที่เกิดขึ้น : ถึงแม้ว่าภาพยนตร์เรื่อง “Anna and The King” ของเอ็นดี้ เท็นนันท์ จะไม่ใช่ภาพยนตร์ไทย แต่ทว่ากลับมีเนื้อหาที่กล่าวถึงประเทศไทยสมัยรัชกาลที่ 4 ตลอดทั้งเรื่องโดยเฉพาะเรื่องราวที่เกี่ยวข้องพระราชวงศ์โดยมีโจเหวินฟะมาสวมบทบาทเป็นคิงส์มงกุฎ

ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้ทางการของไทยบอกปฏิเสธทันทีกับทีมงานผู้สร้างเรื่องนี้ที่ยื่นเรื่องขออนุญาตใช้สถานที่ในประเทศไทยในการถ่ายทำจึงต้องทำให้ต้องย้ายสถานที่ถ่ายทำไปที่มาเลเซียแทน ซึ่งจะว่าไปแล้วก่อนหน้านั้นภาพยนตร์เรื่องนี้เคยถูกสร้างมาแล้วครั้งหนึ่ง ทำให้ “ยูล บรินเนอร์”ได้รับรางวัลออสการ์สาขานักแสดงยอดเยี่ยมฝ่ายชายจากการสวมบทบาทเป็นคิงส์มงกุฎ แต่สำหรับประเทศไทยแล้วถือเป็นเรื่องไม่เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะให้ใครก็ได้โดยเฉพาะชาวต่างชาติมาสวมบทเป็นพระมหากษัตริย์หรือพระราชวงศ์ (มโนธรรม เทียบเทียมรัตน์ : 2538 , 45-47) ที่สุดภาพยนตร์เรื่องนี้ทั้งของเก่าและของใหม่ก็ถูกระงับไม่ให้ฉายในประเทศไทยเพราะมุมมองของคนไทยกลับเห็นว่าหนังเรื่องนี้จะทำให้พระเจ้าแผ่นดินของไทยกลายเป็นตัวตลกในสายตาของชาวต่างชาติมากกว่า (คณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ “Anna and The king : 2541-41)

7. สะท้อนปัญหาสังคม ประเด็นข้อถกเถียงในมุมมองผู้สร้างเพื่อเพื่อให้ผู้คนได้รับรู้ความจริงของสังคมที่เหลวแหลกในขณะที่มุมมองผู้ต่อต้านเห็นว่าจะเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีให้กับผู้คนในสังคม

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น : เมื่อภาพยนตร์เรื่อง “เดอะเมีย” ของกิตติกร เลียวศิริกุล ออกฉายไม่ทันข้ามวันก็ถูกอดีตสว.หญิงท่านหนึ่งประท้วงจนเป็นข่าวเกรียวกราวเพราะกลัวว่าจะสนับสนุนให้ชายไทยไปมีเมียน้อยหรือยุให้เมียน้อยเมียหลวงทะเลาะกัน (ข่าวสด, 2548) เช่นเดียวกับ “เพชรฆาตเงียบบางกอกแดนเจอรัส”และ “ส้ม แบงค์ มือใหม่หัดขาย” ที่มีชื่อภาษาอังกฤษว่า “Bangkok for Sale” ของอ๊อกไซด์ แปง ก็ถูกหั่นแล้วหั่นอีก เลื่อนแล้วเลื่อนอีก จนทั้งผู้สร้างและผู้ (รอ) ชม เบื่อระอามากที่สุด (ไทยรัฐ, 2546) อีกเรื่องที่กับ “แสงศตวรรษ” ของ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ที่โดนแบนห้ามฉายในบ้านเราด้วยเหตุผลเดียวกันคือมีภาพตัวละคร

ตัวอย่างภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงและเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม

ระบบการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ในประเทศไทย

สำหรับการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ในประเทศไทย อดีตที่ผ่านมาอยู่ภายใต้กรอบของพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ.2473 ซึ่งถูกควบคุมโดยกลไกของรัฐ ที่เรียกว่า “การเซ็นเซอร์” มาช้านาน (อุบลรัตน์ สิริยุวศักดิ์ : 2541,339-340) แต่ทั้งนี้ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น นับตั้งแต่วันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ.2551 ประเทศไทยเริ่มมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 ที่ผ่านมา และจนถึงปัจจุบันเป็นเวลาแล้ว 6 ปีแล้ว ซึ่งมีผลทำให้ระบบเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ในประเทศไทย ปรับเปลี่ยนมาเป็นการจัดเรตภาพยนตร์แทน

โดยมีคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นผู้ตรวจพิจารณาและกำหนดประเภทเรตซึ่งประกอบด้วย 7 ประเภทคือ

1.ภาพยนตร์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้และควรส่งเสริมให้มีการดู (ส)

2.ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ดูทั่วไป (ท)

3.ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป (น13+)

4.ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป (น15+)

5.ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป (น18+)

6.ภาพยนตร์ที่ห้ามผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีดู (ยกเว้นผู้บรรลุนิติภาวะโดยการสมรส) (ฉ 20+)

7.ภาพยนตร์ที่ห้ามเผยแพร่ในราชอาณาจักร (ห)

ระบบควบคุมภาพยนตร์กับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามหากมองอีกมุมหนึ่ง การใช้พระราชบัญญัติดังกล่าวกลับส่งผลกระทบได้เหมือนกัน กรณีล่าสุดกับภาพยนตร์เรื่อง “Insect in the Backyard” ของธัญญ์วารินทร์ สุขะพิสิษฐ์ที่สะท้อนการใช้ชีวิตของกะเทยไทยที่ต้องทำหน้าที่เลี้ยงลูกในสังคมยุคนี้ ได้รับการจัดเรตให้เป็นภาพยนตร์ประเภทที่ 7 ห้ามเผยแพร่ในราชอาณาจักร หากนำมาฉายในประเทศไทย กลายเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย ส่งผลให้หนังเรื่องนี้ไม่มีโอกาสเข้าฉายในประเทศไทยอย่างแน่นอน

แม้แต่จะใช้เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาว่าด้วยศาสตร์ของงภาพยนตร์ก็ตาม จากเหตุการณ์ดังกล่าว ทำให้เกิดมุมมองต่างๆ นานา เช่น เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับมติของคณะกรรมการที่ไม่ยอมเปิดรับเรื่องเพศที่สามตามกระแสสังคมที่เปลี่ยนไป ในขณะเดียวกันก็มีจำนวนไม่น้อยที่เห็นด้วยกับคณะกรรมการ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นไม่ว่าจะเป็นมุมมองใดก็ตาม สิ่งที่เกิดขึ้น มันก็คือผลกระทบที่เกิดจากระบบการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นรูปแบบเก่าจากการเซ็นเซอร์หรือการจัดเรตภาพยนตร์ที่เป็นระบบใหม่ ผู้เขียนจึงได้ทำการเก็บข้อมูลรวบรวมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว ในช่วงตั้งแต่ปี2541-2556 เพื่อให้มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับประเด็นเกี่ยวกับเนื้อหาภาพยนตร์ที่เสี่ยงต่อการถูกควบคุมที่ได้กล่าวไปข้างต้น ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 4 กรณี ดังนี้

1.เปลี่ยนชื่อใหม่และถ่ายเพิ่มบางฉาก

จากกรณีการต่อต้านภาพยนตร์เรื่อง“คนบาปพรหมพิราม” ทำให้หม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล ในฐานะผู้อำนวยการสร้างเรื่องนี้ต้องเดินทางมาชี้แจงกับชาวบ้านอำเภอพรหมพิรามด้วยตัวเอง “รับประกันว่าชื่อหนังคนบาปพรหมพิรามต้องเปลี่ยนแน่นอนเป็น“คืนบาปพรหมพิราม”จริงๆ แนวทางสร้างหนังได้สื่อถึงแนวทางสืบสวนสอบสวนของเจ้าหน้าที่ตำรวจว่าภาพศพผู้หญิงเคราะห์ร้ายที่เห็นนั้นลึก มีอะไรซ่อนอยู่มากกว่าที่มองเห็น ไม่ใช่เพียงฉาก

ข่มขืนเท่านั้น” ในขณะที่นายมานพ อุดมเดช ผู้กำกับภาพยนตร์ และนายสมศักดิ เตชะรัตนประเสริฐ เจ้าของบริษัทภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวต่างพร้อมใจกล่าวคำขอโทษต่อชาวอำเภอพรหมพิราม “ผมเสียใจกับเหตุการณ์ครั้งนี้ ไม่ได้คิดว่าปัญหาจะเกิดขึ้น ไม่เคยคิดทำหนังเพื่อทำลายใคร ส่วนแผ่นฟิล์มชุดแรกเชื่อว่าเสร็จทันตามกำหนดเดิม ทั้งนี้ได้ส่งฟิล์มมาถ่ายทำเพื่อนำมาประกอบฉากท้ายเรื่อง”คืนบาปพรหมพิราม” โดยทีมงานถ่ายทำได้หยิบยกความดีของคนพรหมพิรามว่าปัจจุบันเหตุการณ์ต่างจาก 26 ปีก่อน พร้อมนำบทมาเสริมท้ายเรื่องภาพยนตร์เป็นเวลา 2 นาที” (เตรียมเปลี่ยนชื่อหนังและเพิ่มฉากเอาใจคนพรหมพิราม , 2546) หรืออีกเรื่องภาพยนตร์ไทยของอ๊อก ไซต์ แปง “ส้ม แบงค์ มือใหม่ หัดขาย” ที่มีชื่อภาษาอังกฤษว่า “Bangkok for Sales” ท้ายที่สุดต้องเลื่อนฉายเพราะต้องแก้ไขฉากรักร่วมเพศพร้อมเปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษมาเป็น “One Take Only” (ไทยรัฐ, 2546)

2.ทำลายฟิล์มเดิม พร้อมถ่ายทำใหม่

อย่างไรก็ตามหากมองในกรณีของคนบาปพรหมพิรามแล้ว นับว่าเป็นความโชคดีอย่างยิ่งที่ทางออกลงเอยเพียงแค่เปลี่ยนชื่อเรื่องพร้อมกับถ่ายทำเพิ่มเติมท้ายเรื่องไม่กี่นาทีเท่านั้น แต่สำหรับทางออกของ “หมากเตะโลกตะลึง” ทีมผู้สร้างเรื่องนี้ยอมตัดสินใจทำลายฟิล์มต้นฉบับและยอมให้มีการถ่ายทำใหม่โดยตัดชื่อและบทสนทนาที่บ่งบอกถึงประเทศลาวออกให้หมด พร้อมกับใส่ชื่อประเทศสมมติขึ้นมาแทน ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวนั้นส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตเรื่องนี้เพิ่มขึ้นมาอีกเท่าตัว

งบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ก่อนหน้านั้นต้องสูญสลายไปในพริบตา แต่ผู้บริหารและผู้สร้างต่างก็ยินดีที่จะทำเช่นนั้นเพื่อความสบายใจทั้งสองฝ่าย และที่สำคัญเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับลาวต่อไป

ทั้งนี้นายไพบูลย์ ดำรงชัยธรรม ประธานกรรมการบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้อำนวยการสร้างฝ่ายบริหารภาพยนตร์เรื่องนี้ กล่าวว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์ลุกลามใหญ่โตก็ได้นำทีมคณะผู้บริหารของทางจีทีเอชเข้าพบกับนายเหียม พมมะจัน เอกอัครราชทูตลาวประจำประเทศไทย เพื่อพูดคุยปัญหาก่อนจะตัดสินใจว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องใหญ่ทำให้กระทบกระเทือนถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เราก็ยินดีที่จะยุติปัญหาทั้งหมดด้วยการจะถอนหนังเรื่องนี้ออกจากโรงจะไม่มีการฉายหรือนำไปแก้ไขดัดแปลงเพื่อกลับมาฉายใหม่หรือว่าจะดัดแปลงหรือทำเป็นหนังแผ่นวีซีดีใดๆ ทั้งสิ้น” (ไทยรัฐ, 2549) และในที่สุดภาพยนตร์เรื่องนี้ก็มีการถ่ายทำใหม่โดยเปลี่ยนสถานที่เกิดเหตุการณ์เป็นประเทศสมมติพร้อมกับตัดสถานการณ์ที่เหยียดหยามชาวลาวออกไปหมด และออกฉายใหม่ในชื่อเรื่อง “หมากเตะรีเทริน

3. ใส่ฟิล์มดำทับฉากล่อแหลม

สำหรับทางออกของเรื่อง “แสงศตวรรษ” ของอภิชาติพงษ์ วีระเศรษฐกุล เป็นผู้กำกับ ดูแล้วช่างมีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิง เพราะเขาไม่ยอมทำตามมติของคณะกรรมตรวจพิจารณาภาพยนตร์ที่ให้ตัดฉากล่อแหลมออกไปหกฉาก (สองในหกฉากนั้นมีฉากพระสงฆ์เล่นกีตาร์และแพทย์มีความสัมพันธ์กับคนไข้) แต่กลับแก้ปัญหาด้วยการยอมที่จะใส่ฟิล์มดำที่เป็นรอยขูดขีดแทนฉากที่ถูกเซ็นเซอร์เสมือนเป็นการกระทำที่ประชดประชันคณะกรรมการระบบเซ็นเซอร์ในประเทศไทยขณะนั้น

ปัญหาการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ในบ้านเราโดยเฉพาะช่วงนี้จะมีการนำพ.ร.บ.ภาพยนตร์ฉบับใหม่มาใช้ แม้จะมีการจัดเรต แต่ก็ยังให้อำนาจคณะกรรมการฯในการเซ็นเซอร์หรือแบนภาพยนตร์ การที่ผมตัดสินใจใส่ฟิล์มดำที่เป็นรอยขูดขีดแทนฉากที่ถูกเซ็นเซอร์ เพื่อจะให้คนดูได้รู้สึกถึงความมืดที่มีเส้นสายของการทำลายพร้อมทั้งความเงียบซึ่งปริ๊นต์หนังฉบับนี้จะเป็นปริ๊นต์เดียวในโลกเป็นการบอกว่าถ้าระบบเซ็นเซอร์ยังมีอยู่ เราก็คงดูหนังกันแบบนี้ ผมก็หวังให้เกิดการพูดคุยในสังคมวงกว้างเกี่ยวกับสิทธิ์ของผู้สร้างและผู้เสพงานด้วย” (ข่าวสด, 2551)

4. อุทธรณ์ –ฟ้องศาลปกครอง

ภาพยนตร์ เรื่อง “ Insect in the Backyard” ของธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ สะท้อนการใช้ชีวิตของกะเทยไทยที่ต้องทำหน้าที่เลี้ยงลูกในสังคมยุคนี้ได้รับการจัดเรตให้เป็นประเภทที่ 7 เป็นภาพยนตร์ที่ห้ามเผยแพร่ในราชอาณาจักรเพราะมีหลายฉากที่ขัดต่อความมั่นคงและวัฒนธรรม เช่น ฉากนักศึกษามีเพศสัมพันธ์กันและฉากที่ลูกฝันว่าได้ฆ่าพ่อของตัวเอง รวมถึงภาพยนตร์ไทยเรื่อง Shakespeare Must Dies ของ มานิต ศรีวานิชภูมิ ก็ถูกจัดให้เป็นประเภทที่ 7 ด้วยเหมือนกัน เพราะตีแผ่พฤติกรรมของนักการเมืองไทยในแง่ลบ ทั้งๆที่เกิดขึ้นจริงในประเทศไทยเท่ากับภาพยนตร์ไทยทั้งสองเรื่องนี้กลายเป็นของต้องห้ามในประเทศไทยไปโดยปริยาย ไม่ว่าจะฉายในรูปแบบใด ก็ตาม สวนทางกับมุมมองของผู้กำกับที่มองว่า ฉากล่อแหลมที่ปรากฏนั้นมันก็คือสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในสังคมไทยมิใช่หรือ เขาไม่ได้เป็นคนสร้างเรื่องเอง แต่มันเกิดจากปัญหาอันเน่าเฟะของสังคมไทยต่างหากซึ่งถึงแม้จะโดนติดเรตห้ามฉาย แต่จุดยืนของธัญญ์วารินก็ยังไม่เปลี่ยน เขาได้ดำเนินการยื่นอุทธรณ์ต่อศาลปกครอง สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ที่ให้ไว้ตอนฉายรอบปฐมทัศน์เรื่องนี้ได้เป็นอย่างดีว่า “ถ้าคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์มีมติให้ตัดหรือเซ็นเซอร์ฉากใดฉากหนึ่งในหนังเรื่องนี้ รวมทั้งให้ขึ้นข้อความคำเตือนแก่คนดูในช่วงต้นหรือท้ายหนัง จะไม่ยอมปฏิบัติตามมติดังกล่าวเป็นอันขาด” (แบนหนังไทย “Insects in the Backyard” ชี้ขัดความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดี, 2553)

ซึ่งที่สุดแล้วศาลปกครองมีมติเห็นชอบกับคำสั่งของคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ครั้งแรก ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้ไม่มีโอกาสเข้าฉายในประเทศไทยคล้ายกับกรณีเดียวกับภาพยนตร์ฮอลลีวู้ต “Anna and the King” ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านั้น

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการนำพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 มาใช้

นับตั้งแต่ที่ประเทศไทยเริ่มมีการนำพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551มาใช้แทนพระราชบัญญัติภาพยนตร์พ.ศ.2473 ตั้งแต่เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2551 ที่ผ่านมานั้น จนถึงปัจจุบันนี้เป็นเวลา 6 ปีแล้วทำให้ผู้เขียนได้เห็นปรากฏการณ์กับสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างระบบเก่าและระบบใหม่ซึ่งได้กล่าวถึงไปข้างต้นแล้ว อย่างไรก็ตามจนถึงตอนนี้ดูเหมือนปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นกลับกลายเป็นผลกระทบอย่างต่อเนื่องหลากหลายมุมมองที่ทำให้ทั้งนักวิชาการภาพยนตร์ผู้สร้างภาพยนตร์ และผู้ชม ต่างวิพากษ์วิจารณ์กัน

ข้อดีอย่างหนึ่งของพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์พ.ศ.2551 ผู้สร้างมีอิสระเสรีภาพในการสร้างสรรค์ผลงานอย่างเต็มที่แม้กระทั่งเนื้อหาที่มีความรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเพศสัมพันธ์ การรบราฆ่าฟัน การทำผิดศีลธรรมอันดีงามของตัวละคร เป็นต้น เพราะถูกจำกัดการฉายเผยแพร่ด้วยอายุของผู้ที่เข้าชม ในขณะที่การจำกัดสิทธิ์ในการรับรู้ด้วยระดับอายุดังกล่าวกลับส่งผลให้เยาวชนหาช่องว่างของกฎหมายฝ่าฝืนพระราชบัญญัติด้วยการหันไปชมในช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างผิดกฎหมายหลากหลายรูปแบบ อาทิ

1.) การซื้อแผ่นภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ จากงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ของฉัตรประชา จินดาวงศ์ (2550 : 4) พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่ถูกของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ซึ่งสำหรับความคิดเห็นของผู้เขียนแล้ว มองว่า นอกจากเรื่องราคาแผ่นที่ถูกกว่าบัตรเข้าชมในโรงภาพยนตร์แล้ว การจำกัดอายุของเยาวชนของพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่ก็น่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เยาวชนหันไปซื้อแผ่นภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้นเพราะพวกเขาไม่ต้องถูกตรวจบัตรก่อนซื้อ โดยเฉพาะภาพยนตร์แนวอีโรติก ติดเรทประเภท น 18+ หรือ ห 20+ แถมยังมีราคาถูกกว่าอีกด้วย

2.) การดาวโหลดช่องทางสื่อออนไลน์ ด้วยยุคนี้เต็มไปด้วยอุปกรณ์การสื่อสารที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ภาพยนตร์ก็เช่นกัน โดยเฉพาะการมีแอพลิเคชั่นต่างๆ มากมาย ทำให้ทุกคน (รวมถึง) เยาวชนสามารถดาวโหลดหรือรับชมภาพยนตร์ได้ตามความต้องการวิธีการง่ายดาย รวดเร็ว ประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายซึ่งในมุมมองของผู้เขียนมีความเห็นว่าเยาวชนไม่จำเป็นต้องกังวลอีกต่อไป หากภาพยนตร์เรื่องใดที่พวกเขาไม่สามารถเข้ารับชมภาพยนตร์ได้ในโรงภาพยนตร์อันเกิดจากผลของการเข้มงวดการกำหนดอายุผู้เข้าชมสื่อออนไลน์เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้พวกเขาสามารถรับชมภาพยนตร์ดังกล่าวได้อย่างเสรี และมีความเป็นไปได้พวกเขาอาจจะเข้าชมก่อนโปรแกรมเข้าฉายจริงในโรงภาพยนตร์เสียอีก เพราะเยาวชนยุคนี้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศรอบรู้มากกว่าผู้ใหญ่ไปเสียแล้ว

จากสิ่งที่กล่าวไปข้างต้นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการนำพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 มาใช้ ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงขอวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว ว่ามาจากสาเหตุดังนี้

1.) เกณฑ์การจัดเรตภาพยนตร์ในประเทศไทยแตกต่างจากประเทศอื่น หากนำเรตภาพยนตร์ในบ้านเรากลับมาพิจารณาอีกครั้งจะพบว่ามีการจัดเรตประเภทภาพยนตร์อย่างน้อย 2 ประเภทที่แตกต่างจากเรตภาพยนตร์สากลที่เกิดขึ้นในประเทศต่างๆ ได้แก่

เรต (ห) ห้ามภาพยนตร์ที่ได้รับการจัดเรตประเภทดังกล่าวเข้าฉายในราชอาณาจักรไม่ว่าจะเป็นสื่อรูปแบบใดก็ตามซึ่งยังเป็นที่ถกเถียงกันไม่จบ ซึ่งเหตุผลของกลุ่มที่เห็นด้วยเพื่อควรให้มีการถ่วงดุลระหว่างเนื้อหาความบันเทิงกับเสรีภาพในการผลิตสื่อที่มากเกินไปจนเป็นการครอบงำของสื่อ แต่สำหรับกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย เสนอให้ตัด เรตดังกล่าวออกไป ด้วยเหตุผลที่ว่าถึงแม้ถ่ายทำเสร็จแล้วแต่ก็ไม่มีโอกาสได้เข้าฉายในบ้านเราไม่ต่างจากการจำกัดเสรีภาพของสื่อในการเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนอย่างแท้จริง

เรต (ส) ภาพยนตร์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้และควรส่งเสริมให้มีการดูเป็นภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปวัฒนธรรม ให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาสังคม ครอบครัว และสร้างจิตสำนึกในเรื่องของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ของไทย แต่ภายในเนื้อหาภาพยนตร์ประเภทนี้มีการนำเสนอฉากของการสู้รบฆ่าฟัน ภาพรุนแรงจากการทำสงครามเต็มไปหมด สอดคล้องกับ กฤษดา เกิดดี

(ข่าวสด, 2554) ที่ตั้งข้อสงสัยว่า“ถ้าเช่นนั้นภาพยนตร์เรื่องใดที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสามารถนำเสนอภาพที่มีความรุนแรงได้เต็มที่ และเป็นภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับเด็กทุกวัยใช่หรือไม่? และที่สำคัญการจัดให้มีเรต (ส) และ เรต (ห) ในประเทศไทยไม่สอดคล้องกับแนวคิดของการจัดเรตในทางสากลอย่างสิ้นเชิง คือ เรตสากลต้องการให้ผู้ชมได้รับชมภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเหมาะสมกับอายุ โดยมุ่งไปที่เทคนิคการนำเสนอ แต่สำหรับการจัดเรตภาพยนตร์ในประเทศไทยกลับมองไปที่เรื่องราวทางเนื้อหามากกว่าเทคนิคการนำเสนอ

2.) มาตรฐานการนำพระราชบัญญัติฯ ไปใช้ของผู้ที่เกี่ยวข้องที่แตกต่างกัน กล่าวคือ วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการออกพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์พ.ศ. 2551 คือการกำหนดอายุผู้ชมเพื่อให้ได้รับชมเนื้อหาทางภาพยนตร์ที่มีความเหมาะสมกับอายุของพวกเขา ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของเจ้าของโรงภาพยนตร์ที่จะต้องกวดขันคัดกรองผู้ชมในการเข้ารับชมภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องตามเรตประเภทของภาพยนตร์ที่ได้รับ เจ้าของโรงภาพยนตร์จะต้องไม่ปล่อยให้เยาวชนที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่เรตกำหนดไว้เข้าชมเพียงเพื่อหวังผลทางการธุรกิจมากขึ้นกว่าเดิม บางสาขาตรวจบัตรประชาชนผู้ชมทุกเรื่อง แต่บางสาขากลับไม่เอาใจใส่ในเรื่องนี้เลย ในขณะเดียวกันผู้ปกครอง ควรเอาใจใส่ดูแลเยาวชนในเรื่องของการเสพสื่อภาพยนตร์ด้วยเช่นกัน

3.) บางข้อที่กำหนดในพระราชบัญญัติฯ ไม่สามารถปฏิบัติได้จริง กล่าวคือ การนำพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดีทัศน์ พุทธศักราช 2551 มาใช้แทนฉบับเก่า ทำให้วิธีการตรวจสอบเนื้อหาภาพยนตร์จากเดิมระบบเซ็นเซอร์มาเป็นการจัดเรตภาพยนตร์ได้มีคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์จะทำหน้าที่ตรวจพิจารณากำหนดประเภทเรตภาพยนตร์ (อมรรัตน์ เทพกัมปนาท : 2551 , 7) ดังที่ผู้เขียนได้กล่าวถึงข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นว่าภาพยนตร์แต่ละเรื่องที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์จะถูกจัดเรตภาพยนตร์เรียบร้อยแล้วและเมื่อออกจากโรงภาพยนตร์มาอยู่ในรูปแบบของแผ่นวีซีดี หรือ แผ่นดีวีดีก็จะได้รับเรตภาพยนตร์เดียวกันครั้งเมื่อออกฉายในโรงภาพยนตร์

ดังนั้นจึงต้องมีการเข้มงวดกวดขันเรื่องอายุของผู้รับชมภาพยนตร์ทั้งสองส่วนอย่างเท่าเทียมกัน กล่าวคือกวดขันโดยการตรวจบัตรประชาชนกับผู้ซื้อบัตรชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์และผู้ซื้อแผ่นวีซีดี หรือ แผ่นดีวีดีด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามผู้เขียนขอตั้งข้อสงสัยว่าในทางปฏิบัติการเข้มงวดตรวจบัตรประชาชนในการซื้อแผ่นวีซีดี ดีวีดี ไม่สามารถกระทำได้จริง แตกต่างจากการเข้ารับชมทางโรงภาพยนตร์ ทั้งๆ ที่มีการจัดเรตภาพยนตร์เป็นที่เรียบร้อยเหมือนกันทุกอย่าง บ่อยครั้งที่ผู้เขียนไปซื้อแผ่นภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์จากร้านค้าทั่วไป ไม่มีการขอตรวจบัตรประชาชนก่อนซื้อซึ่งผู้เขียนเข้าใจดีว่าคงเป็นเรื่องไร้สาระในมุมมองของผู้ขายที่ต้องทำเช่นนั้น ในทำนองที่ว่า “อะไรกันนักหนาแค่แผ่นภาพยนตร์แผ่นเดียว” แต่ในทางกลับกันเรื่องที่ไร้สาระนั้นกลับเป็นการเปิดโอกาสของเยาวชนในการเลือกรับเสพภาพยนตร์จากแผ่นภาพยนตร์เหล่านี้มากกว่า เพื่อหลีกหนีการเข้มงวดจากการตรวจสอบอายุการเข้าชมในโรงภาพยนตร์

ทั้งนี้ทั้งนั้นกรณีนี้ผู้เขียนขอยกตัวอย่างภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง “Sex and Zen” Extreme Ecstasy ภาพยนตร์ในรูปแบบอีโรติก 3 มิติเรื่องแรกของโลก กำกับโดย คริสโตเฟอร์ ซัน แลป คีย์ ดัดแปลงมาจากวรรณกรรมจีน The Carnal Prayer Mat เมื่อออกฉายในบ้านเราปี 2554 ได้รับการจัดเรตประเภท ฉ 20+ หมายความว่า เป็นภาพยนตร์ที่ห้ามผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีดู (ยกเว้นผู้บรรลุนิติภาวะโดยการสมรส) ถ้าเป็นเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีคงไม่มีสิทธิ์ได้ดูทางโรงภาพยนตร์อย่างแน่นอน แต่หากภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว ออกจากโรงภาพยนตร์แล้วถูกบรรจุอยู่ในแผ่นไม่ว่าจะเป็นวีซีดี ดีวีดี พวกเขาสามารถเลือกซื้อรับชมได้ด้วยตนเองอย่างง่ายดาย

ปราศจากการตรวจเข้มงวดเหมือนกับการเข้ารับชมในโรงภาพยนตร์

แนวโน้มที่เกิดขึ้น..... ความคาดหวังกับการแก้ปัญหา

ถึงตรงนี้ผู้เขียนไม่ได้มีเจตนาที่จะโจมตีหรือมีอคติกับพระราชบัญญัติภาพยนตร์ไม่ว่าจะเป็นฉบับเก่าหรือ ฉบับใหม่ เพียงแต่เห็นถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้พระราชบัญญัติภาพยนตร์ดังกล่าว จึงมีความต้องการที่จะนำเสนอมุมมองของผู้เขียนเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น อีกทั้งผู้เขียนเข้าใจดีว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติภาพยนตร์ต้องการที่จะเห็นสังคมไทยพัฒนาไปอีกระดับหนึ่งให้เท่าเทียมกับประเทศ อื่นๆ

อย่างไรก็ตามตลอดระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมากับการนำพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดีทัศน์ฉบับใหม่มาใช้ในประเทศไทยพบว่ามีหลากหลายความคิดเห็นของผู้คนในสังคมไทยที่ให้มุมมองและข้อเสนอแนะการปรับเปลี่ยนในเนื้อหาของพระราชบัญญัติญัติดังกล่าว อาจเป็นเพราะมีภาพยนตร์ไทยถึง 3 เรื่องที่ได้รับการจัดเรต (ห) ห้ามฉายภายในราชอาณาจักร ได้แก่ Insect in the Backyard ของธัญญ์วารินทร์ สุขะพิสิษฐ์, Shakespeare Must Dies ของมานิต ศรีวานิชภูมิ และกรณีล่าสุดกับ ปิตุภูมิ พรมแดนแห่งรัก ของยุทธเลิศ สิปปภาค ทำให้ผู้กำกับวงการภาพยนตร์ไทยต่างก็แสดงความคิดเห็นกันมากมาย อาทิ (เครือข่ายคนทำหนังร่วมล้ม"พ.ร.บ.ภาพยนตร์, 2556) อภิชาตพงศ์ วีระเศรษฐกุล กล่าวว่า “อย่างแรกเลยต้องปฏิรูป อย่างที่ 2 ในระยะยาวคือควรล้ม อยากให้รัฐสนับสนุนการตั้งองค์กรอิสระขึ้นมาเป็นผู้ประกอบวิชาชีพที่เป็นอิสระจากภาครัฐ หลายประเทศก็ทำอย่างนั้น มีแต่ประเทศด้อยพัฒนาที่ทำอย่างที่เราทำ”

ปรัชญา ปิ่นแก้ว กล่าวว่า “ปัญหามาจากคนละมุมมอง รัฐยังอยากปกครองอยู่ เรามองว่าต้องมีประชาธิปไตย มีสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร ประชาชนต้องรู้จักตีความ ถ้าทำผิดกฎหมาย ก็ฟ้องได้อยู่แล้ว”

ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ นายกสมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทยในขณะนั้น ซึ่งผลงานของเขาก็เป็นหนึ่งในสามเรื่องที่ได้รับการติดเรท (ห) ระบุว่า“ พระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่มีปัญหา คนไทยถ้าไม่มีอะไรเกี่ยวกับผลประโยชน์ตัวเองจริงๆ ก็จะไม่สนใจ วันนี้ต้องการให้ผู้คนเห็นค่าของหนังว่าไม่ใช่แค่วัสดุ แต่เป็นสื่อที่แสดงออกถึงความคิดเห็นของคนในชาติ ก็คือสื่อ ควรปฏิบัติกับภาพยนตร์เหมือนสื่อมวลชนทั่วไป”

ในขณะที่งานวิจัยของภาสวรรณ กรกชมาศ (2554) เรื่องการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ไทยภายใต้พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551: ทัศนะจากผู้กำกับภาพยนตร์ไทยและผู้ปกครองในเขตภาคเหนือตอนล่าง ได้ข้อสรุปว่า

1.ไม่ควรนำภาพยนตร์ที่ได้รับการส่งเสริมเข้ามารวมอยู่ในการจัดเรต

2.ควรมีรูปแบบการจัดการเกี่ยวกับการเผยแพร่ภาพยนตร์ที่ได้รับการส่งเสริมอย่างชัดเจน แยกออกมาต่างหากจากการจัดเรต

3.ควรตัดเรตห้ามฉายภายในราชอาณาจักรออกไป แล้วนำกฎหมายแพ่งและกฎหมายอาญามาบูรณาการใช้แทน

4.ควรมีการใช้เรตติ้งอย่างเต็มรูปแบบ ด้วยการจำกัดอายุผู้ชมอย่างเข้มงวด หากอายุไม่ถึงตามเกณฑ์ก็ไม่มีสิทธิได้ชมภาพยนตร์เรื่องนั้นเว้นแต่ว่ามีผู้ปกครองเข้าชมด้วย

5.การจัดเรต ควรมีการจัดแบ่งเรต 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ทั่วไป สามารถชมได้ทุกวัย กลุ่มที่ 2 เหมาะสำหรับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี และควรมีผู้ปกครองแนะนำ กลุ่มที่ 3 เหมาะสำหรับผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มที่ 4 เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป

ท้ายนี้ไม่ว่าจะเป็นมุมมองของผู้กำกับภาพยนตร์ไทย นักวิชาการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติภาพยนตร์ ผู้เขียนคิดว่าทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาดังกล่าว อยู่ที่ “สามัญสำนึกกับความจริงใจของทุก ๆ คน ในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบทางสังคม” มากกว่าสิ่งใด .....

บรรณานุกรม

หนังสือ

• คณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ (2541) “Anna and the king” กรุงเทพฯ ไทยวัฒนาพานิช 2541
• ฉัตรประชา จินดาวงศ์ (2550) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” กรุงเทพฯ วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
• ภาสวรรณ กรกชมาศ (2554) การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ไทยภายใต้พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์พ.ศ. 2551: ทัศนะจากผู้กากับภาพยนตร์ไทยและผู้ปกครองในเขตภาคเหนือตอนล่าง . พิษณุโลก , มหาวิทยาลัยนเรศวร
• มโนธรรม เทียบเทียมรัตน์ (2538) หนังอเมริกัน ประวัติศาสตร์และงานคลาสลิค :กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ หสน.ห้องภาพสุวรรณ
• อิทธิพล ยินดี และชวรัตน์ เชิดชัย (2541) การตรวจพิจารณาภาพยนตร์ ในเอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารงานภาพยนตร์. นนทบุรี , มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช
• อิทธิพล วรานุศุภากุล (2550) รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมฃภาพยนตร์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดแบ่งระดับอายุผู้ชมภาพยนตร์ของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ , มหาวิทยาลัยศรีปทุม
• อุบลรัตน์ สิริยุวศักดิ์ (2547) สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม กรุงเทพฯ , สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หนังสือพิมพ์

• กฤษดา เกิดดี “กรณีเรต “ส” ของตำนานสมเด็จพระนเรศวรฯ” (2554) , 15 เมษายน) ข่าวสด , น.20
เจ้ย ยอมหั่นแสงศตวรรษ (2551 , 1 เมษายน) ข่าวสด. น.19
• เจ๊เบียบ ชนเดอะเมีย ลั่นไม่ดูแน่ หลวงน้อยบู๊เวอร์ (2548, 11 เมษายน). ข่าวสด น.10 ต้านหนังเดอะเมีย ยุรุนแรงหลวง-น้อย ฆ่ากัน (2548, 10 เมษายน). ข่าวสด น.10
• เลื่อนฉายภาพยนตร์ ส้มแบงค์ มือใหม่หัดขาย (2546, 9 กุมภาพันธ์). ข่าวสด น.34
• หมากเตะโลกตะลึง” (2549 , 19พฤษภาคม) ไทยรัฐ น.17
• หมากเตะโลกตะลึงงดฉาย เพื่อความสัมพันธ์อันดีของไทย-ลาว (2549, 20พฤษภาคม). ไทยรัฐ น.34
• ใหม่ ยัน นาคปรก สื่อศาสนาห้ามคนชั่วแตะ. (2551, 21 มีนาคม). ข่าวสด , น. 19
• อมรรัตน์ เทพกัมปนาท “พ.ร.บ.ภาพยนตร์ฯกับสาระที่เปลี่ยนไป” (2551, 30 มีนาคม) มติชน ,น.7

สื่อออนไลน์

• ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2554) ย้อนอดีตภาพยนตร์ไทย 15 คำเดือน 11. สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557, จาก http://www. khaosod.co.th/view_news.php?newsid= TUROBGJuUXdOekU0TUR rMU5BPT0= &sectioned =TURNeE1n PT0=&day=TWpBeE1TMHdPUzB4T0E9PQ==
• ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2553) บอร์ดชาติลงมติไม่ผ่านอุธรณ์ สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 http://www. thaicinema.org/kits194insects3.php

- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2555) ทำไมต้องแบนหนัง เช็คสเปียร์ต้องตาย. สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 http://www.oknation.net/blog/nn1234/2012/04/06/entry-1
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2552) โวยประจานเหยื่อสึนามิ โปรโมตหนัง อุจาดศพเปลือยอืด. สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557, จากhttp://news.mthai.com/hot-news/17482.html (2552)
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2546) เตรียมเปลี่ยนชื่อหนัง-เพิ่มฉากเอาใจคนพรหมพิราม สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557, จาก http://library.psru.ac.th/rlocal/news/119.html
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2556) แบนหนัง ปิตุภูมิ พรมแดนแห่งรัก.สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557, จาก http:/ /www. Prachachat.net/ news_detail.php?newsid=1367175331
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2549) ครึ่งปีกว่าๆ “หนังไทย” อลเวง! ต่อต้าน-ประท้วงกันเป็นว่าเล่น. สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 จากwww.siamout.com/index.php?topic=8955
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2549) เขมรสั่งแบน “ล่า-ท้า-ผี” หากินกับความสยอง สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 จาก http://entertain. teenee.com/thaistar/2519.html
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2553) “Insects in the Backyard” โดนแบน สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 จาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1289450680&grpid=01&catid=08 “
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2547) เซ็นเซอร์ 4 ฉาก “ไอ้ฟัก” ตั๊กหวีด “ทำไมนมฝรั่งถึงเห็นได้” สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 จาก http://www.http://www.movie.sanook.com/news/news_09886.php?page=450
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (ม.ป.ป) ระบบเรตติ้ง (Rating)” บทพิสูจน์วุฒิภาวะของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 จาก http://transform.in.th/2011/04/censor-and-rating/
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2553) Insect in the backyard แบนหนังไทยชี้ขัดความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดี สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 จาก http://www.matichon.co.th/news _detail php?newsid=. 1289450680& grpid=01&catid=08
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2556) เครือข่ายคนทำหนังร่วมล้ม”พ.ร.บ.ภาพยนตร์. สืบค้นวันที่ 30 ตุลาคม 2557 จาก http://m.news.thaipbs.or.th/content

เทศกาลภาพยนตร์และตลาดขายภาพยนตร์ บทบาทที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์

มนฑิรา ธาดาอำนวยชัย*

บทคัดย่อ

เทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญที่สุดของโลกคือเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ซึ่งมีทั้งเทศกาลเพื่อการประกวดภาพยนตร์จากทั่วโลก และตลาดขายภาพยนตร์เพื่อให้ผู้ขายภาพยนตร์และผู้ซื้อภาพยนตร์จากประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้เจรจาซื้อขายภาพยนตร แม้ว่าปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารมีการพัฒนาและเติบโตขึ้นมากกว่าเดิมก็ตาม อินเทอร์เนตที่สามารถเชื่อมโยงจากโลกด้านหนึ่งไปยังอีกด้านหนึ่งก็ตาม อย่างไรก็ดี เทศกาลภาพยนตร์มีบทบาทที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

Abstract

Cannes Film Festival is the biggest and most important Film Festival. This festival composed of Film Festival in which every films from every countries will compete each other to get award and the other is Marche Du Film which is selling and buying international film from all over the world. However, communication technology is updated and more growth from the past such as Internet is connected from one side to other sides of the world. More addition, Film Festival still has main important role for Film Industry growth.

เทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของ“อินเทอร์เน็ต” ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ ทุกเวลา ความห่างไกลจากระยะทางไม่เป็นอุปสรรคอีกต่อไป มีคนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์บางคนถึงกับพูดว่าการไปงานเทศกาลภาพยนตร์อาจไม่จำเป็นอีกต่อไปแล้ว เราสามารถดูตัวอย่างภาพยนตร์, ดูภาพยนตร์ทั้งเรื่องได้จาก Cinando.com คนจะขายจะซื้อภาพยนตร์แค่อีเมลคุยกัน ตกลงกัน ก็ปิดดีลการขายได้ ผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องพบปะกันก็ได้ ผู้เขียนมีโอกาสได้ทำงานการขายภาพยนตร์ต่างประเทศให้กับบริษัทสร้างภาพยนตร์ไทยบริษัทหนึ่ง ผู้เขียนเห็นว่าเทศกาลภาพยนตร์และตลาดขายภาพยนตร์มีบทบาทสำคัญต่อการซื้อขายภาพยนตร์อยู่มาก ยิ่งไปกว่านั้นมีบทบาที่สำคัญโดยเฉพาะภาพยนตร์ไทยที่ต้องการบุกเบิกและเติบโตกับตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศด้วย ในแต่ละปี มีเทศกาลภาพยนตร์หลายๆ เทศกาลด้วยกัน แต่เทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญมากที่สุดและมีบทบาทมากที่สุดคือ เทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ (อังกฤษ: Cannes Film Festival ; ฝรั่งเศส: le Festival de Cannes) เป็นเทศกาลภาพยนตร์ที่มีมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1946 ถือเป็นเทศกาลภาพยนตร์ที่เก่าแก่ที่สุดในโลกเทศกาลหนึ่ง

* มนฑิรา ธาดาอำนวยชัย ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม

ปัจจุบันเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 67 มีบริษัทภาพยนตร์จากทั่วโลกเข้าร่วมงานไม่ต่ำกว่า 4,000 บริษัท (Marche' Du film The Guide, 2013) และจัดขึ้นในช่วงประมาณกลางเดือนพฤษภาคมของทุกปี โดยแบ่งงานออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนแรกคือThe Festival De Cannes เป็นส่วนของภาพยนตร์ที่เข้าชิงรางวัลสายประกวดต่างๆ และส่วนที่สองคือ Marche' Du Film เป็นตลาดภาพยนตร์

TheFestivaldeCannes ถือว่าเป็นเทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญที่สุดในปัจจุบันนี้ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ในเดือนพฤษภาคม ณ ชายหาดริเวียร่า เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส ในปี 2014 สถิติผู้เข้าร่วมงานจำนวน 11,800 คนจากประเทศทั้งหมด 116 ประเทศ การฉายภาพยนตร์ในเทศกาลมีจำนวนมากกว่า 5,000 รอบฉาย ในส่วนที่สำคัญของเทศกาลฯ คือการคัดเลือกภาพยนตร์เข้าสู่เทศกลายอย่างเป็นทางการโดยคณะกรรมการของเทศกาลฯ โดยแบ่งออกเป็น

(1) The Competition ภาพยนตร์สายประกวด ถือว่าเป็นหัวใจหลักของเทศกาลฯ ซึ่งคัดเลือกภาพยนตร์ยอดเยี่ยมจากทั่วโลกเพื่อเข้าชิงรางวัลและมอบรางวัลให้กับผู้ชนะเลิศในวันพิธีปิดเทศกาลของงานเทศกาลฯ โดยมีรางวัลดังต่อไปนี้

• The Palm d'Or รางวัลปาล์มทองคำ เป็นรางวัลสำหรับภาพยนตร์ที่ยอดเยี่ยมที่สุดของเทศกาลฯ

• The Grand Prix เป็นรางวัลสำหรับภาพยนตร์ยอดเยี่ยมรองชนะเลิศ แต่เป็นรางวัลอันดับหนึ่งสำหรับภาพยนตร์สายประกวด

• Jury Prize เป็นรางวัลที่ Jury ซึ่งหมายถึงคณะกรรมการของสายประกวด พิจารณามอบรางวัลให้กับภาพยนตร์ที่เข้าประกวดที่ทางคณะกรรมการเห็นสมควรมอบรางวัลนี้ให้

• Best Actor รางวัลนักแสดงนำชายยอดเยี่ยม

• Best Actress รางวัลนักแสดงนำหญิงยอดเยี่ยม

• Best Director Award รางวัลผู้กำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม

• Best Script Award รางวัลบทภาพยนตร์ยอดเยี่ยม

(2) Un Certain Regards ภาพยนตร์ที่น่าจับตามองพิจารณาจากภาพยนตร์ที่มีความพิเศษและโดดเด่นจากทั่วทุกมุมโลกที่ได้รับคัดเลือกจากคณะ กรรมของเทศกาลฯ ให้เป็น The Official Selection กล่าวคือเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับการคัดเลือกอย่างเป็นทางการให้ฉายในงานเทศกาลภาพยนตร์ฯ

ในส่วนของ Marche' Du Film เป็นตลาดของการซื้อขายภาพยนตร์นั้นเกิดขึ้นในปี 1959 เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับนานาชาติ โดยเปิดโอกาสให้เกิดสถานที่เพื่อให้ผู้อำนวยการสร้าง ผู้ซื้อ ผู้จัดจำหน่ายและนายทุนจากทั่วทุกมุมโลกไม่ว่าจะเป็นประเทศในแถบยุโรป อเมริกา ละตินอเมริกา แอฟริกา และเอเชีย เป็นต้น เปิดโอกาสให้ผู้อำนวยการสร้าง ผู้ซื้อ ผู้จัดจำหน่ายและนายทุนพบปะ พูดคุย และตกลงเจรจาธุรกิจในการซื้อขายภาพยนตร ปัจจุบันตลาดซื้อขายภาพยนตร์ของเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองคานส์ถือว่าเป็นตลาดภาพยนตร์ที่สำคัญที่สุดและใหญ่ที่สุดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกจาก

ประสบการณ์ของผู้เขียนอยากจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มคนที่พบเห็นในเทศกาลคานส์และส่วนของภาพยนตร์ที่จะนำไปซื้อขายในตลาดภาพยนตร์

ผู้เขียนมีโอกาสเข้าร่วมในเทศกาลเมืองคานส์ ตั้งแต่การจัดงานครั้งที่ 60 จนถึงปัจจุบัน สามารถแบ่งกลุ่มคนที่มางานเทศกาลคานส์ออกเป็น 7 กลุ่ม

• กลุ่มที่ 1 กลุ่มคนที่มาซื้อภาพยนตร์ (Buyers)

• กลุ่มที่ 2 กลุ่มคนที่มาขายภาพยนตร์ (Sales Agent)

• กลุ่มที 3 กลุ่มรัฐบาลที่มาออกบูธเพื่อโปรโมทประเทศและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการถ่ายหนังในประเทศนั้นๆ ซึ่งจะอยู่ในส่วนด้านนอก อยู่ในกลุ่มของ Village International

• กลุ่มที่ 4 กลุ่มคนทำหนัง มีทั้งผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับ ผู้ที่ประกอบวิชาชีพในสายภาพยนตร์เพื่อหาโอกาสสร้างเครือข่ายหรือหาทุนในการสร้างหนังเพราะในส่วนของเทศกาลจะมีส่วนที่เรียกว่าเครือข่ายผู้อำนวยการสร้าง (Producer Network) เพื่อหาเครือข่ายหรือเป็นการร่วมทุนในการสร้างภาพยนตร์โดยมีแนวโน้มในการร่วมทุนสร้างภาพยนตร์ของประเทศหลายๆ ประเทศ เช่น การร่วมทุนของประเทศจีน, เกาหลี และฮ่องกง เป็นต้น

• กลุ่มที่ 5 กลุ่มนักเรียน นักศึกษาด้านภาพยนตร์ ซึ่งมีโอกาสการผลิตภาพยนตร์สั้น (Short Film) เป็นการเปิดโอกาสให้นำผลงานมาโชว์ในส่วนของภาพยนตร์สั้นรวมถึงทำให้กลุ่มนักเรียน นักศึกษาด้านภาพยนตร์ได้มีโอกาสเห็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศต่างๆ ทั่วทุกมุมโลก เพื่อเปิดโลกทัศน์ในการทำหนังเพิ่มมากขึ้น ได้เห็นสภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีความแข่งขันสูง มีการผลิตภาพยนตร์จากทั่วทุกมุมโลก

• กลุ่มที่ 6 กลุ่มของผู้จัดเทศกาลหนังเพื่อหาหนังดีๆ หนังที่น่าสนใจไปฉายในเทศกาล

• กลุ่มที่ 7 กลุ่มนักวิจารณ์และสื่อมวลชนซึ่งเป็นกลุ่มที่ผู้จัดเทศกาลคานส์ให้ความสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักวิจารณ์เป็นกลุ่มที่ดูหนังอย่างจริงจัง ตามดูหนังทุกเรื่องของเทศกาลและเป็นผู้ให้คำวิจารณ ในขณะที่สื่อมวลชนมีความสำคัญในฐานะการรายงานข่าวและติดตามความเคลื่อนไหวตลอดเทศกาล

หากพิจารณาจากกลุ่มคนที่เข้าร่วมเทศกาลฯ พบว่ามีกลุ่มคนมีลักษณะหลากหลาย ความหลากหลายในแต่ละกลุ่มทำให้เทศกาลคานส์มีสีสันและน่าจับตามองมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มบริษัทที่มาขายภาพยนตร์ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้เขียนโดยตรง อุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกมีการแข่งขันอย่างสูง ถือเป็นการสำรวจตลาดภาพยนตร์จากทั่วทุกมุมโลกมีโอกาสเห็นภาพยนตร์จากประเทศต่างๆ เห็นทิศทางการแข่งขันในสภาพความเป็นจริงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก

บริษัทขายภาพยนตร์แต่ละบริษัทจะนำภาพยนตร์ใหม่โดยเน้นภาพยนตร์ที่มีงบลงทุนในการสร้างและมีจุดขายที่น่าสนใจมาเปิดตัวในเทศกาลฯ เนื่องจากตลาดซื้อขายภาพยนตร์คานส์เป็นตลาดซื้อขายที่สำคัญที่สุดของโลก ดังนั้นภาพยนตร์ที่นำมาเปิดตัวในตลาดครั้งนี้ ต้องมีความน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นพล็อตเรื่อง ผู้กำกับ ดารานำแสดง เป็นต้น

ดังนั้นกลุ่มผู้ซื้อภาพยนตร์หรือ Buyers ให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมซื้อขายเจรจาธุรกิจในตลาดซื้อขายภาพยนตร์เมืองคานส์ มิเช่นนั้น ผู้ซื้อภาพยนตร์ก็จะเสียโอกาสที่จะได้ซื้อภาพยนตร์ที่น่าสนใจมีจุดขายที่ดีจากตลาดซื้อขายภาพยนตร์ที่สำคัญของโลก ตลาดซื้อขายภาพยนตร์เมืองคานส์ทำให้ผู้เข้าร่วมงานเทศกาลฯ มีโอกาสได้ชมภาพยนตร์ที่เรียกว่ารอบฉายภาพยนตร์ในตลาดภาพยนตร์ (Market Screenings) ผู้จัดเทศกาลฯ กำหนดรอบฉายภาพยนตร์ในตลาดภาพยนตร์ก่อนที่จะจัดเทศกาลฯมีการแจกตารางการฉายภาพยนตร์ในตลาดภาพยนตร์ล่วงหน้าก่อนที่เทศกาลจะจัดขึ้น

ดังนั้นกลุ่มคนที่มาเทศกาลภาพยนตร์ทั้ง 7 กลุ่มมีโอกาสได้ชมภาพยนตร์ที่จะฉายในตลาดซื้อขายภาพยนตร์ หากเป็นผู้ซื้อก็สามารถตัดสินใจซื้อภาพยนตร์ได้ทันที ขณะที่นักวิจารณ์และนักข่าวในสายภาพยนตร์ได้มีโอกาสชมภาพยนตร์เรื่องต่างๆ หลังจากที่ชมภาพยนตร์แล้วก็จะเขียนคำวิจารณ์ติชมถึงภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว ทำให้ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวเป็นที่สนใจมากขึ้นด้วยเพราะผู้ซื้อ

ภาพยนตร์จะสนใจความคิดเห็นในลักษณะความคิดเห็นของนักวิจารณ์ (Comment Review) โดยเฉพาะคำวิจารณ์จากนักวิจารณ์และนักข่าวสายภาพยนตร์ที่มาจากทั่วทุกมุมโลกมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก

ภาพยนตร์เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ในขณะที่สินค้าอุปโภคบริโภคประเภทอื่นๆ อาจมีความเกี่ยวโยงทางวัฒนธรรม แต่มีภาพไม่ชัดเจนเท่ากับภาพยนตร์จากประสบการณ์ของผู้เขียนการซื้อขายภาพยนตร์มีลักษณะธุรกิจที่ต้องมีการเจรจาต่อรองแบบต้องเห็นหน้าค่าตามีความไว้เนื้อเชื่อใจเนื่องจากราคาซื้อขายภาพยนตร์มีตัวเลขที่ค่อนข้างสูง การเปิดตัวภาพยนตร์ของบริษัทในฐานะผู้ขายภาพยนตร์ (Sales Agent) ต้องมีผลงานเป็นภาพยนตร์ที่นำไปเสนอขายในตลาดซื้อขายภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะบริษัทผู้ขายภาพยนตร์หน้าใหม่ การไปเทศกาลเพียงปีเดียว อาจจะไม่สามารถขายภาพยนตร์ได้เลยแต่จำเป็นต้องเข้าร่วมงานตลาดซื้อขายภาพยนตร์หลายๆ ครั้งจึงจะทำให้ผู้ซื้อมั่นใจในศักยภาพของบริษัทของผู้ขายว่าถ้ามีการเซ็นต์สัญญาขายภาพยนตร์แล้ว ผู้ซื้อมัดจำค่าลิขสิทธิ์ที่ซื้อขายภาพยนตร์แล้ว ผู้ขายจะต้องส่งภาพยนตร์ถึงมือผู้ซื้อได้อย่างแน่นอน

ในทางกลับกันผู้ขายภาพยนตร์อยากได้รับความมั่นใจจากผู้ซื้อว่าจะได้รับเงินค่าลิขสิทธิ์ที่ตกลงกัน ก่อนที่ผู้ขายจะส่งต้นฉบับภาพยนตร์ให้กับผู้ซื้อเพราะการซื้อขายภาพยนตร์ในตลาดซื้อขายภาพยนตร์เป็นการดำเนินธุรกิจ ต่างต้องการผลตอบแทนในเชิงธุรกิจ การแลกเปลี่ยน ซึ่งหมายความถึง ผู้ขายต้องได้รับเงินจากขายสินค้า ผู้ซื้อต้องได้รับสินค้าจากการจ่ายเงิน สำหรับการซื้อขายภาพยนตร์ไม่มีหลักสูตรที่เป็นวิชาการเพื่อทำการเรียนการสอนได้ ภาพยนตร์จะประสบความสำเร็จในการซื้อขายหรือไม่ขึ้นอยู่กับหน้าหนัง จุดขายของภาพยนตร์ พล็อตภาพยนตร์ ผู้กำกับ ดารานำแสดงรวมถึงสื่อที่ใช้ในการโปรโมตภาพยนตร์ ได้แก่ โปสเตอร์ตัวอย่าง รวมถึงอิทธิพลอื่นๆ อย่างรสนิยมของผู้ชมในแต่ละประเทศ ในแต่ละภูมิภาค ก็แตกต่างกัน

ตารางการฉายภาพยนตร์ในตลาดภาพยนตร์
(Market Screening Schedule)

รายการอ้างอิง
Marche’ Du film The Guide, 2013.
Marche’ Du film The Guide, 2014.

การศึกษากระบวนการสร้างสรรค์บทละครวิทยุของคณะกันตนา

วรวุฒิ ทัดบรรทม* และวรสิริ วัดเข้าหลาม **

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ (1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบของเนื้อหาบทละครวิทยุคณะกันตนา (2) เพื่อศึกษาคุณค่าของเนื้อหาของบทละครวิทยุคณะกันตนาในด้านที่สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมและค่านิยมของคนในสังคม (3) เพื่อศึกษากลวิธีการประพันธ์ด้านศิลปะการใช้ภาษา และศิลปะการแสดงออกจากเสียงของบทละครวิทยุคณะกันตนาโดยใช้การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) กับผู้ประพันธ์บทละครวิทยุคณะกันตนาเกี่ยวกับ กระบวนการผลิตผลงานสร้างสรรค์ บทละครวิทยุคณะกันตนาทั้งในด้านแรงบันดาลใจอันเป็นที่มาของเรื่อง ขั้นตอนการเขียน และกลวิธีการประพันธ์รวมถึงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาบทละครวิทยุคณะกันตนาที่คัดสรรจากเรื่องที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังในช่วงระยะเวลากว่า 30 ปี ที่ดำเนินการผลิตละครวิทยุของคณะกันตนา จำนวน 5 เรื่องโดยเป็นแนวภูตผี 3 เรื่องและแนวสะท้อนสังคม 2 เรื่อง โดยผลการศึกษาเป็นดังนี้

(1) บทละครวิทยุคณะกันตนาเป็นบทประพันธ์สร้างสรรค์ของนักประพันธ์ 2 ท่าน คือ คุณประดิษฐ์ กัลย์จาฤก และภรรยาคือคุณสมสุข กัลย์จาฤก โดยได้รับแรงบันดาลใจจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายได้แก่ เพลง ข่าว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงที่มีผู้เล่าให้ฟัง ตลอดจนประสบการณ์ชีวิตและจินตนาการของผู้ประพันธ์เอง โดยวางโครงเรื่องจากประเด็นหรือแนวคิดที่ได้จากแหล่งข้อมูลอันเป็นที่มาของเรื่อง

(2) บทละครวิทยุคณะกันตนาเป็นวรรณกรรมลายลักษณ์ที่มีองค์ประกอบร่วมที่ไม่แตกต่างจากวรรณกรรมประเภทนวนิยาย และเรื่องสั้น อันได้แก่ แก่นเรื่อง โครงเรื่อง ตัวละคร ฉาก บทบรรยาย และบทสนทนา

(3) เนื้อหาของบทละครวิทยุคณะกันตนามีคุณค่าทางวัฒนธรรม สังคมวิทยา และจริยธรรม โดยสะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรม และค่านิยมของคนในสังคม รวมทั้งสะท้อนปัญหาสังคม ปลูกฝังและส่งเสริมคุณธรรมให้แก่ผู้ฟังคือคนในสังคมด้วย

(4) บทละครวิทยุคณะกันตนามีกลวิธีการประพันธ์ที่สะท้อนการสื่อสารด้วยศิลปะด้านภาษาและศิลปะทางการใช้เสียงที่สอดคล้องกับลักษณะและวัฒนธรรมการใช้ภาษาไทยตลอดจนสอดคล้องกับแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของบทละครวิทยุ

คำสำคัญ : กระบวนการสร้างสรรค์ บทละครวิทยุ บทประพันธ์สร้างสรรค์ ศิลปะการเล่าเรื่อง

* วรวุฒิ ทัดบรรทม อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมการผลิตสื่อ สถาบันกันตนา
** วรสิริ วัดเข้าหลาม อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมการผลิตสื่อ สถาบันกันตนา

Abstract

This qualitative research was conducted with three objectives: 1) to analyze the content of Kantana's radio drama scripts, 2) to study the value of the drama scripts which reflect people's ways of life, cultures, and social values, and 3) to study the composing strategies including art, the use of language, and performing art through voices performing the drama scripts. The data were collected through in-depth interviews of the scriptwriters. The interviews covered the creation process including inspiration, writing process, and composing strategies. Five drama scripts, which have been popular in the past 30 years, were selected for this study. Three of them are gothic dramas and the other two are dramas that reflect social issues. The results of the study are as follows:

(1) There are two scriptwriters, Pradit Kanjaruek and his wife, Somsuk Kanjaruek, who composed the selected drama scripts. Their motivations arose from several sources such as songs, news, true events told by other people, as well their own experiences and imagination. The structures of the stories were created by concepts and issues derived from those sources.

(2) Kantana's radio drama scripts share the same elements as those of novels and short stories, including themes, plots, characters, settings, descriptions, and dialogues.

(3) The content of Kantana's radio drama scripts offers cultural, sociological, and ethical values. It also reflects social problems and instills as well as promotes morals in audience.

(4) Kantana's radio drama scripts were created through composing strategies which reflect communication by language art and voice art, corresponding to features and the culture of Thai language use. This also corresponds to the concepts of elements of radio drama scripts.

Keywords: creation process, radio drama script, creative writing, narrative art

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ละครวิทยุเป็นศิลปะการแสดงรูปแบบหนึ่งที่ใช้ "เสียง" เป็นสื่อในการนำเสนอเรื่องราว พฤติกรรมและอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ เสียงดังกล่าวได้แก่ เสียงบรรยาย เสียงสนทนา เสียงดนตรี และเสียงประกอบอื่นๆ ถ่ายทอดผ่านสื่อวิทยุ ทำให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ความรู้สึกคล้อยตามไปตามจินตนาการของตนจากเสียงที่ได้ยิน ละครวิทยุจึงเป็นรายการบันเทิงประเภทหนึ่งของสื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูง เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงสามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับชั้น ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสภาพท้องถิ่น โดยไม่จำกัดความรู้ และระดับการศึกษาของผู้รับฟัง นอกจากนั้นยังเป็นสื่อที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ โดยสามารถเป็นช่องทางในการเผยแพร่ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และส่งผลกระทบต่อผู้ฟังทั้งในด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติ การเพิ่มพูนความรู้อันนำไปสู่การพัฒนาทักษะในการปฏิบัติหน้าที่

ในยุคที่การสื่อสารมวลชนของไทยมีเพียงสื่อวิทยุ ละครวิทยุนับเป็นสื่อบันเทิงที่ได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างกว้างขวาง ละครวิทยุเป็น "อาหารหู" ที่เป็นเครื่องประเทืองอารมณ์ในชีวิตประจำวันของคนทุกชนชั้นเพราะผู้ฟังสามารถทำอย่างอื่นได้ในขณะที่ฟัง แม้ผู้พิการทางสายตาหรือผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็ฟังละครวิทยุได้อย่าง

เพลิดเพลินเช่นเดียวกับคนปกติที่สำคัญละครวิทยุเป็นสื่อบันเทิงแขนงหนึ่งที่เป็นประวัติศาสตร์งานนิเทศศาสตร์ของไทยและมีบทบาทสำคัญนับแต่อดีตจนปัจจุบัน เพราะนอกจากเป็นศิลปะการแสดงที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้วยังเป็นสื่อในการพัฒนา “คน” และแก้ปัญหาสังคมด้วย เช่น รัฐบาลยุคต่างๆ ตั้งแต่ยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นต้นมา เคยใช้ละครวิทยุเป็นเครื่องมือต่อต้านคอมมิวนิสต์และผู้ก่อการร้าย ป้องกันอาชญากรรม ปราบปรามและต่อต้านยาเสพติดให้โทษ นอกจากนั้นยังมีผู้ใช้รูปแบบละครวิทยุเป็นสื่อในการให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตแก่ประชาชนที่อยู่ห่างไกลความเจริญอีกด้วย อาทิ ความรู้เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ และการปฐมพยาบาล เป็นต้น

กล่าวได้ว่าละครวิทยุนับเป็นสื่อบันเทิงที่ทรงคุณค่าทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการนำเสนอ และกลวิธีการประพันธ์ กล่าวคือบทละครวิทยุสร้างมุมมองในการคิดเชิงวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินคุณค่าพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกแต่ต่างกันไปตามวิถีชีวิต วัฒนธรรมและค่านิยมของสังคมในด้านศิลปะการแสดง บทละครวิทยุทำให้ผู้ฟังประทับใจด้วยศิลปะของการเล่าเรื่องผ่านบทบรรยายและบทสนทนาที่มีผู้แสดงเป็นสื่อในการใช้เสียงสะท้อนบุคลิกภาพและอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครในเรื่อง ซึ่งกระทำได้อย่างสมจริง แนบเนียน และมีชีวิตชีวา ในด้านกลวิธีการประพันธ์ บทละครวิทยุนับเป็นงานประพันธ์ที่มีกระบวนการสร้างสรรค์ตามแนวคิดเดียวกับวรรณกรรมประเภทนวนิยายและเรื่องสั้น แต่มีรูปแบบที่แตกต่างเฉพาะตน กล่าวคือ บทละครวิทยุเป็นวรรณกรรมลายลักษณ์ที่ “ซ่อนรูป” คือองค์ประกอบต่างๆ ของเนื้อหาไว้จากสายตาของผู้อ่าน ด้วยมิได้บรรยายรายละเอียดเป็นตัวอักษรชัดเจนมากมาย และ “ซ่อนเสียง” จากหูของผู้ฟัง โดยให้ผู้ฟังรับรู้และตีความองค์ประกอบเหล่านั้นด้วยตนเองจากบทสนทนาของตัวละครและบทบรรยายสั้นๆ ที่อาจใช้ในการเกริ่นนำหรือแทรกอยู่เป็นระยะ

นอกจากนั้น บทละครวิทยุยังสะท้อนวัฒนธรรมการใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับปริบทหรือสภาวะแวดล้อมของคนในสังคมตามยุคสมัยที่กล่าวถึงในเนื้อเรื่อง กล่าวได้ว่าผู้ประพันธ์บทละครวิทยุมีความสามารถและมีความเป็นศิลปินเทียบเท่าผู้ประพันธ์วรรณกรรมประเภทอื่นๆ ใน พ.ศ. 2494 ซึ่งเป็นยุคบุกเบิกละครวิทยุของไทย คุณประดิษฐ์และคุณสมสุข กัลย์จาฤก ได้ก่อตั้ง “ละครวิทยุคณะกันตนา” ขึ้นด้วยจิตวิญญาณศิลปิน ด้วยระยะเวลาไม่นานนัก คณะกันตนาก็สามารถเข้าสู่ความสำเร็จในวงการละครวิทยุ โดยในปี 2501 คณะกันตนาส่งละครวิทยุเรื่อง “สิ่งที่ได้จากสมรภูมิ” จากบทประพันธ์ของ เอิบ กันตถาวร เข้าประกวดที่สถานีวิทยุ ป.ต.อ. และได้รับรางวัลถ้วยทองคำชนะเลิศ ในปีเดียวกันนั้น กันตนาได้ริเริ่มทำละครวิทยุแนว “ละครชีวิตประจำวัน” ซึ่งได้รับอิทธิพลจากละครวิทยุฝรั่ง ประเภทที่เรียกว่า “Radio Soap Opera” ละครวิทยุเรื่องแรกคือเรื่อง “หญิงก็มีหัวใจ” ประพันธ์บทละครโดย กุสุมา สินสุข (นามปากกาของคุณสมสุข กัลย์จาฤก) ละครเรื่องนี้เกิดขึ้นด้วยแรงบันดาลใจจากเพลง “ผู้หญิงก็มีหัวใจ” ของคณะสุนทราภรณ์ ขับร้องโดย รวง ทอง ทองลั่นทม คณะกันตนาได้นำเอาเพลง “ผู้หญิงก็มีหัวใจ” มาเป็นเพลงนำละคร ซึ่งนับว่าเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของวงการละครวิทยุไทยความสำเร็จของละครวิทยุเรื่อง “หญิงก็มีหัวใจ” ได้มีการแปรรูปจากสื่อเสียงไปเป็นสื่อภาพทางจอโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังได้มีการเรียบเรียงบทละครวิทยุเรื่องนี้ออกมาในรูปของ นวนิยายขนาด 2 เล่มจบเมื่อปี พ.ศ. 2502 จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์ผดุงศึกษา นับเป็นการบุกเบิกของการนำบทละครวิทยุมาประพันธ์เป็นนวนิยายบนถนนสายนาฏกรรมเสียงผ่านสื่อวิทยุกันตนาเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์มิติใหม่ๆให้กับวงการหลายประการด้วยกัน อาทิ ในด้านรูปแบบการนำเสนอบทละครวิทยุซึ่งแต่เดิมนิยมดำเนินเรื่องด้วยบทบรรยาย มีบทสนทนาน้อย คุณสมสุข กัลย์จาฤก ปรับเปลี่ยนให้บทละครของกันตนาดำเนินเรื่องด้วยบทสนทนาเป็นหลัก ส่วนในด้านดนตรีและเสียงประกอบ (Sound effect) แต่เดิมจะบรรเลงเพลงสดๆ ในห้องส่ง กันตนาก็ดัดแปลงด้วยการนำ

เอาเพลง ตลอดจนเสียงประกอบจากภาพยนตร์ต่างประเทศมาเกี่ยวร้อยเรื่องราวให้น่าสนใจและทันสมัย ดังเช่นนำเอา soundtrack จากภาพยนตร์เรื่อง“แดรกคิวล่า”มาใช้ในละครวิทยุแนวสยองขวัญ สร้างความประทับใจแก่ผู้ฟังเป็นอย่างมากด้วยจิตวิญญาณศิลปินของคุณประดิษฐ์และคุณสมสุข กัลย์จาฤก ถือเป็นผู้ก่อกำเนิดงานประพันธ์บทละครวิทยุอันเป็นต้นทุนประมาณค่าไม่ได้

ด้วยเหตุนี้บทละครวิทยุของคณะกันตนาจึงเป็นผลงานสร้างสรรค์ที่มีคุณค่าสามารถเป็นตำรับแห่งการเรียนรู้เป็นแนวทางให้กับนักสร้างสรรค์สื่อบันเทิงรุ่นใหม่ได้ ด้วยเหตุที่ละครวิทยุและบทละครวิทยุคณะกันตนาเป็นผลงานสร้างสรรค์ที่ทรงคุณค่าดังกล่าวแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาผลงานสร้างสรรค์บทละครวิทยุคณะกันตนาโดยศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบและคุณค่าของเนื้อหาตลอดจนศิลปะการใช้ภาษาที่มีคุณลักษณะครบถ้วนทัดเทียมกับวรรณกรรมประเภทอื่นๆ และเนื่องจากบทละครวิทยุคณะกันตนามีจำนวนมาก งานวิจัยชิ้นนี้จึงอาจเป็นแนวทางสำหรับโครงการวิจัยต่อเนื่องของสถาบันกันตนาในอันที่จะอนุรักษ์และสืบสานมรดกทางวรรณกรรมอันทรงคุณค่านี้อย่างเป็นระบบและเผยแพร่อย่างกว้างขวางเพื่อเป็นแนวทางการประพันธ์บันเทิงคดีที่เกื้อกูลต่อการพัฒนาคุณภาพของเนื้อหาในการผลิตสื่อบันเทิงในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษากระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะบทละครวิทยุคณะกันตนา

(2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์คุณค่าของเนื้อหาของบทละครวิทยุคณะกันตนา ในด้านที่สะท้อนวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมและค่านิยมของสังคม

(3) เพื่อศึกษากลวิธีการประพันธ์ด้านศิลปะการใช้ภาษาของบทละครวิทยุคณะกันตนา

ขอบเขตการวิจัย

บทความเรื่อง “การศึกษากระบวนการสร้างสรรค์บทละครวิทยุของคณะกันตนา” เป็นงานวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์บทละครวิทยุฯ คัดสรรจำนวน 5 เรื่อง ดังนี้

• แนวภูตผี จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่

คฤหาสน์จักรัตน์ จำนวน 66 ตอน
สุสานคนเป็น จำนวน 47 ตอน
เงินปากผี จำนวน 84 ตอน

รวมบทละครวิทยุแนวภูตผีจำนวนทั้งสิ้น 197 ตอน

• แนวชีวิตสะท้อนสังคม จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่

จุดเจ็บในดวงใจ จำนวน 59 ตอน
ปมด้อย จำนวน 41 ตอน

รวมบทละครวิทยุแนวสะท้อนสังคมจำนวนทั้งสิ้น 100 ตอน

ในการศึกษาเชิงวิเคราะห์บทละครวิทยุข้างต้น ผู้วิจัยผู้วิจัยได้นำ แนวคิดเรื่องศิลปะการเล่าเรื่อง แนวคิดเรื่องการวิจารณ์วรรณกรรม, แนวคิดเรื่องการสร้างสรรค์บทละครวิทยุ, แนวคิดเรื่องกำเนิดของวรรณกรรม และแนวคิดเรื่องโวหารภาพพจน์ในวรรณกรรม มาใช้เป็นกรอบในการศึกษา และใช้การวิเคราะห์ผ่านตัวบทละครวิทยุ (Textual Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประพันธ์มาเป็นวิธีการวิจัย (In-depth interview) โดยกำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

(1) ขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเชิงวิเคราะห์องค์ประกอบของเนื้อหาของบทละครวิทยุทั้ง 5 เรื่อง โดยใช้แนวคิดการพิจารณาวรรณกรรมบันเทิงคดีประเภทนวนิยายและ เรื่องสั้น อันได้แก่การวิเคราะห์แก่นเรื่อง โครงเรื่อง ตัวละคร ฉาก และคุณค่าของเนื้อหาในด้านที่สะท้อน จรรโลง และพัฒนาสังคม

(2) ขอบเขตการวิจัยด้านรูปแบบ การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเชิงวิเคราะห์กลวิธีการประพันธ์บทละครวิทยุในทางสร้างสรรค์ทั้ง 5 เรื่อง โดยใช้แนวคิดการสร้างสรรค์บทละครวิทยุซึ่งเป็นวรรณกรรมที่

มีรูปแบบเฉพาะและมีปริบทของการนำไปใช้แตกต่างจากวรรณกรรมลายลักษณ์ที่เป็นบันเทิงคดีประเภทอื่น โดยมุ่งเน้นการศึกษาวิเคราะห์ทางด้านศิลปะการใช้ภาษาที่ทำให้ผู้ฟังเกิดจินตภาพ และเกิดอารมณ์ ความรู้สึกคล้อยตาม ซึ่งเป็นหลักสำคัญของการประพันธ์บทละครวิทยุ ตลอดจนศึกษาวิเคราะห์สำนวนการเขียนที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ประพันธ์ด้วย

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

(1) ละครวิทยุ หมายถึง ละครทุกประเภททั้งละครตลก ละครชีวิต ละครสยองขวัญที่แสดงออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงและผลิตโดยคณะละครวิทยุ

(2) ละครวิทยุคณะกันตนา หมายถึง ละครวิทยุ 5 เรื่อง ได้แก่ คฤหาสน์จักรัตน์ สุสานคนเป็น เงินปากผี จุดเจ็บในดวงใจ และปมด้อย

(3) แก่นเรื่อง (Theme) หมายถึง แนวคิดหลักหรือแนวคิดสำคัญที่ผู้ประพันธ์ต้องการสื่อให้ผู้อ่านทราบโดยผ่านทางตัวละครหรือเหตุการณ์ต่างๆ ในเรื่อง

(4) โครงเรื่อง (Plot) หมายถึงลำดับเหตุการณ์ในเรื่องที่ผู้ประพันธ์ผูกเป็นเรื่องราวอย่างคร่าวๆ ว่าจะเป็นไปในทำนองใด ตั้งแต่การเปิดเรื่อง การดำเนินเรื่องจนกระทั่งถึงจุดสุดยอดและการคลี่คลายสู่จุดจบของเรื่อง

(5) จุดสุดยอด (Climax) หมายถึง เหตุการณ์ตอนที่ตื่นเต้นเร้าใจที่สุดของเรื่องอันเป็นจุดเปิดเผยเรื่องราวที่ผูกปมหรือได้ซ่อนไว้ให้คลี่คลายทำให้ผู้อ่านผู้ฟังเกิดความเข้าใจขึ้นทันที

(6) การขัดแย้ง (Conflict) หมายถึง อุปสรรคหรือความตึงเครียดที่มีอยู่ในเนื้อเรื่อง

(7) ตัวละคร (Character) หมายถึง ผู้แสดงพฤติกรรมตามบทบาทที่ผู้ประพันธ์กำหนดเพื่อเป็นสื่อแสดงความคิดอย่างใดอย่างหนึ่งแก่ผู้อ่าน

(8) ตัวละครน้อยลักษณะ (Flat or Type Character) หมายถึง ตัวละครที่มีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงด้านเดียว

(9) ตัวละครสถิต (Static Character) หมายถึงตัวละครที่มีลักษณะนิสัยประจำและคงลักษณะเช่นนั้นไว้ไม่เปลี่ยนแปลง เช่น อิจฉาริษยา สดใสร่าเริงโดยหากจะเปลี่ยนแปลงต้องเป็นไปอย่างสมเหตุสมผล

(10) ตัวละครหลายลักษณะ (Round Character) หมายถึงตัวละครที่มีความสมจริงมีความคิด ความต้องการอย่างที่มนุษย์คิดและปรารถนา

(11) ตัวละครพลวัต (Dynamic Character) หมายถึงตัวละครที่เปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพตลอดจนความคิดหรือพฤติกรรมต่างๆ ไปตามสภาพชีวิต

(12) ฉาก (Setting) หมายถึง บรรยากาศหรือสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ในเรื่อง

(13) บทสนทนา (Dialogue) หมายถึงคำพูดของคนจริงๆ ที่ใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวันที่ผู้ประพันธ์นำเสนอผ่านตัวละครในเรื่อง

(14) คนชายขอบ หมายถึงคนในระดับล่างของสังคมที่ถูกคนในสังคมละเลยไม่ให้ความสำคัญและดูถูกเหยียดหยาม เนื่องจากมีฐานะยากจน มีกำเนิดและสถานภาพต่ำต้อยหรือชนผิวดำที่อยู่ในสังคมที่มีการเหยียดผิว เช่นในสหรัฐอเมริกา

(15) ภาพพจน์ (Figure of speech) หมายถึงสำนวนภาษารูปหนึ่งเกิดจากการเรียบเรียงถ้อยคำด้วยวิธีการต่างๆ ให้ผิดแผกไปจากการเรียงลำดับ คำ หรือความหมายของคำตามปรกติ เพื่อให้เกิดภาพหรือให้มีความหมายพิเศษ

(16) อุปมา (Simile) หมายถึง ภาพพจน์ชนิดหนึ่งที่นำเอาสิ่งต่างกัน 2 สิ่ง มาเปรียบเทียบกันโดยใช้คำเชื่อมเหมือน ประดุจ ประหนึ่ง เฉกเช่น ราวกับ เป็นต้น

(17) อุปลักษณ์ (Metaphor) หมายถึงภาพพจน์ชนิดหนึ่งที่นำเอาสิ่งที่ต่างกัน 2 สิ่ง หรือมากกว่าแต่มีคุณสมบัติบางประการร่วมกันมาเปรียบเทียบกัน โดยเปรียบเทียบว่าสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่ง

(18) บุคลาธิษฐาน (Personification) หมายถึงภาพพจน์ชนิดหนึ่งที่สมมุติสิ่งไม่มีชีวิตความคิด นามธรรม หรือสัตว์ให้มีสติปัญญา อารมณ์หรือกิริยาอาการเยี่ยงมนุษย์

(19) อธิพจน์ (Hyperbole) หมายถึง ภาพพจน์ชนิดหนึ่งที่กล่าวเกินจริง สำหรับเน้นความ

(20) ปฏิทรรศน์หรือปรพากย์ (Paradox) หมายถึง คำกล่าวหรือศิลปะการใช้คำโดยนำคำที่มีความหมายขัดแย้งกันมากล่าวทำนองเปรียบเทียบให้มีความหมายลึกซึ้งกินใจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(1) บทละครวิทยุคณะกันตนาได้รับการอนุรักษ์และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้สนใจเข้าใจพัฒนาการและประวัติศาสตร์งานนิเทศศาสตร์ของไทยในระยะแรกๆ (สื่อวิทยุและละครวิทยุ)

(2) บุคลากรด้านการผลิตสื่อบันเทิง สามารถพัฒนาทักษะการประพันธ์เพื่อนำเสนอเนื้อหาหรือแนวคิดที่สร้างสรรค์ในการผลิตผลงานเพื่อจรรโลงสังคม

(3) การศึกษาวิเคราะห์บทละครวิทยุคณะกันตนาจะเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการศึกษาเชิงวิเคราะห์สื่อบันเทิงประเภทอื่นๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอย่างกว้างขวางต่อไป

(4) คนรุ่นหลังได้รับความรู้เกี่ยวกับบทละครวิทยุในด้านที่เป็นวรรณกรรมลายลักษณ์ประเภทหนึ่งโดยมีบทละครวิทยุคณะกันตนาเป็นสื่อการเรียนรู้

(5) คนรุ่นหลังได้ตระหนักถึงคุณค่าของละครวิทยุที่สัมพันธ์ใกล้ชิดกับชีวิตคนรุ่นเก่าอย่างแนบแน่น และสะท้อนภูมิปัญญาของศิลปินไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการค้นคว้าวิจัย สรุปความรู้เกี่ยวกับบทละครวิทยุคณะกันตนา ได้ดังนี้

(1) กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะบทละครวิทยุคณะกันตนา

1.1 ที่มาของเรื่อง

จากการศึกษากระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะบทละครวิทยุคณะกันตนา พบว่าบทละครวิทยุคณะกันตนาเป็นบทประพันธ์สร้างสรรค์ของนักประพันธ์ 2 ท่านคือคุณประดิษฐ์ กัลย์จาฤกและภรรยาคือคุณสมสุข กัลย์จาฤก โดยได้รับแรงบันดาลใจจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ได้แก่

แรงบันดาลใจจากเพลง บทละครวิทยุในระยะเริ่มแรกที่ผู้ประพันธ์ได้แรงบันดาลใจจากเพลง ทำให้เกิดจินตนาการในการสร้างเรื่องราวชีวิตรักสะเทือนอารมณ์ของหนุ่มสาวในสังคม เช่น ผู้หญิงก็มีหัวใจ ช่างร้ายเหลือ และมารหัวใจ

แรงบันดาลใจจากข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ เช่น เรื่อง “ผู้หญิงคนหนึ่ง” มาจากข่าวต่างประเทศของมาเลเซียที่มีคนงานหญิงตกจากนั่งร้านที่ใช้ก่อสร้างตึกเสียชีวิต ผู้ประพันธ์จึงผูกเรื่องราวจากจินตนาการเกี่ยวกับปัญหาชีวิตของหญิงคนนี้เป็นต้น

แรงบันดาลใจจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงที่มีผู้เล่าให้ฟัง เช่นเรื่อง ปอบผีฟ้า เรื่องจริงที่คุณสุพรรณ บูรณะพิมพ์ศิลปินนักแสดงเล่าให้ผู้ประพันธ์ฟังว่ามีนักข่าวคนสนิทที่เป็นคนภาคอีสานพูดถึงเรื่อง “ผีฟ้า” ที่รักษาคนไข้ซึ่งผู้ประพันธ์ไม่ทราบข้อมูลนี้มาก่อนและพูดถึง “ปอบ” ที่ผู้ประพันธ์รู้จักทำให้เกิดตัวละครในจินตนาการของผู้ประพันธ์ที่เป็นทั้งผีฟ้าและปอบในคนคนเดียวกัน โดยสาเหตุที่ทำให้ผีฟ้าต้องเป็นปอบนั้น ก็เพราะผิดคำสัตย์ที่ให้ไว้แก่ครูบาอาจารย์ จึงกลายเป็น “ปอบผีฟ้า” ตัวละครเอกของบทละครวิทยุชื่อเดียวกัน

แรงบันดาลใจจากประสบการณ์ชีวิตและจินตนาการของผู้ประพันธ์เอง เช่น เรื่อง เงินปากผี ผู้ประพันธ์เกิดแรงบันดาลใจจากความกลัวที่รู้ว่าเมื่อมีคนตาย ญาติจะใส่เหรียญลงในปากศพ จึงต้องการเตือนสติคนเป็นเรื่องโทษของการลักขโมยว่า คนที่ขโมยแม้กระทั่งเงินในปากผีจะได้รับผลกรรมอย่างไร ดังที่ผู้ประพันธ์กล่าวว่า “...เด็กที่ชอบขโมยจะได้รับกรรมยังไง ไม่อยากให้เด็กขโมย”

นอกจากแรงบันดาลใจข้างต้นแล้ว บทละครวิทยุคณะกันตนายัง “โดดเด่น” ด้วยจินตนาการเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประพันธ์ดังที่ผู้

ประพันธ์แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างจินตนาการกับการสร้างสรรค์บทละครวิทยุว่า “...วิทยุมันเป็นจินตนาการอย่างเดียว ง่าย จะทำอะไรก็ได้ บนฟ้าจะมีอะไรที่บรรเจิดก็ได้ แต่ว่าทีวีนี่เราต้องทำของจริงให้เขาเห็นให้ได้ เพราะงั้นวิทยุง่ายกว่าเยอะ เราจะทำอะไรก็ได้สิ่งที่ทำไม่ได้เราก็พูดได้ เป็นวิทยุบรรยายได้ แต่ทีวีนี่ภาพเท่านั้น” (สมสุข กัลย์จาฤก, สัมภาษณ์) ดังนั้น “จินตนาการ” จึงเป็นที่มาที่สำคัญของบทละครวิทยุคณะกันตนานอกเหนือจากแรงบันดาลใจ

1.2 ขั้นตอนการเขียน ในการประพันธ์บทละครวิทยุคณะกันตนา ผู้ประพันธ์ได้วางโครงเรื่องโดยนำประเด็นหรือแนวคิดที่น่าสนใจจากข้อมูลที่ได้รับมาผูกปมปัญหาของเรื่องกำหนดเหตุการณ์ต่างๆ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นการดำเนินเรื่องและจุดจบของเรื่องและกำหนดตัวละครซึ่งเป็นการบูรณาการจากข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงผสมผสานกับจินตนาการเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประพันธ์โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสมจริง ถูกต้องและเชื่อถือได้

(2) องค์ประกอบของเนื้อหาบทละครวิทยุคณะกันตนา จากการศึกษาเชิงเคราะห์องค์ประกอบของเนื้อหาบทละครวิทยุคณะกันตนาพบว่าแม้บทละครวิทยุเป็นวรรณกรรมลายลักษณ์ที่สื่อทางเสียงและมีรูปแบบการประพันธ์ที่แตกต่างจากวรรณกรรมลายลักษณ์ประเภทนวนิยายและเรื่องสั้น ก็ตามแต่บทละครวิทยุมีองค์ประกอบที่ไม่แตกต่างจากวรรณกรรม 2 ประเภทดังกล่าว ดังนี้

2.1 แก่นเรื่อง บทละครวิทยุคณะกันตนาประกอบด้วยแก่นเรื่องหรือแนวคิดหลักที่ชัดเจนทุกเรื่อง ดังนี้

2.1.1 บทละครวิทยุเรื่องจุดเจ็บในดวงใจ สะท้อนถึงการแบ่งชนชั้นที่ทำให้มนุษย์ในสังคมทำร้ายซึ่งกันและกันโดยผู้ที่ถูกดูถูกเหยียดหยามเกิดความอาฆาตพยาบาททำให้สังคมปราศจากความสุขสงบ

2.1.2 บทละครวิทยุเรื่องสุสานคนเป็น สะท้อนแนวคิดที่ว่าบทเรียนในอดีตส่งผลต่อความคิดและการกระทำในปัจจุบันของมนุษย์และสะท้อนแนวคิดเกี่ยวกับกฎแห่งกรรมอันเนื่องมาจากความละโมบ

2.1.3 บทละครวิทยุเรื่องปมด้อยสะท้อนแนวคิดว่ามนุษย์ต่างมี “ปม” ในชีวิตของตนเองซึ่งหากไม่ปล่อยวาง ชีวิตย่อมไม่มีความสุข อันเนื่องมาจากอิทธิพล ของ “ปม” นั้นที่กลายเป็นปมด้อยทำให้ก่อความเดือดร้อนให้แก่ตนเองและผู้อื่น

2.1.4 บทละครวิทยุเรื่อง เงินปากผี สะท้อนแนวคิดว่าการลักขโมยเป็นบาปและความละโมบทำให้เกิดผลร้ายทั้งต่อตนเองและผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง

2.1.5 บทละครวิทยุเรื่องคฤหาสน์จักรัตน์ สะท้อนแนวคิดเรื่องการกำจัดคนชั่วให้หมดสิ้นไปมิให้ก่อความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น และแนวคิดเรื่องการไม่รู้จักปล่อยวางทำให้เห็นแก่ตัวและเบียดเบียนผู้อื่น

2.2 โครงเรื่อง บทละครวิทยุคณะกันตนาประกอบด้วยโครงเรื่องที่มีเอกภาพโดยเหตุการณ์ในเรื่องสอดคล้องและสนับสนุนแก่นเรื่อง มีการเปิดเรื่องที่ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังทั้งในลักษณะของศิลปะการบรรยาย และการใช้บทสนทนา การดำเนินเรื่องประกอบด้วยปมปัญหา ความขัดแย้งและการแก้ปัญหา การจบเรื่องที่สมเหตุสมผลที่ประกอบด้วยเหตุการณ์อันเป็นจุดสุดยอดและการคลี่คลายปัญหาตามแนวคิดเรื่องกฎแห่งกรรม

2.3 ตัวละครในบทละครวิทยุคณะกันตนาส่วนใหญ่เป็นตัวละครประเภทน้อยลักษณะและตัวละครสถิตที่แบ่งเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจนคือ ฝ่ายธรรมและฝ่ายอธรรม มีตัวละครประเภทสมจริงอยู่บ้างและมีตัวละครที่มีลักษณะผสมผสานคือเป็นตัวละครประเภทน้อยลักษณะที่แฝงลักษณะสมจริงและมีความเป็นตัวละครพลวัตปะปนอยู่

2.4 ฉากในบทละครวิทยุคณะกันตนาส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอผ่านบทสนทนามากกว่าการบรรยาย โดยใช้เสียงประกอบอื่นๆ เพื่อสื่อให้ผู้ฟังทราบถึงสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ อย่างไรก็ตามมีการ

บรรยายฉากที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเหตุการณ์ในเรื่องในบทละครวิทยุ เรื่องเงินปากผี และคฤหาสน์จักรัตน์

(3) คุณค่าของเนื้อหาบทละครวิทยุคณะกันตนาจากการศึกษาเชิงวิเคราะห์คุณค่าของเนื้อหาของบทละครวิทยุคณะกันตนาพบว่าบทละครวิทยุฯมีคุณค่าในด้านต่างๆดังนี้

(3.1) คุณค่าทางวัฒนธรรม วิทยุเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญดังนั้นละครวิทยุซึ่งเป็นสื่อบันเทิงจึงมีพันธกิจสำคัญประการหนึ่ง คือสะท้อนวัฒนธรรมไทยเพื่ออนุรักษ์สิ่งดีงามให้คงอยู่ และเผยแพร่ให้ชนรุ่นหลังได้เห็นคุณค่าและสืบสานต่อไป ซึ่งจากการศึกษาบทละครวิทยุคณะกันตนาพบว่าบทละครวิทยุ 5 เรื่องได้สะท้อนความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1.1 ความเชื่อเกี่ยวกับภูตผีปีศาจ ได้แก่ ความเชื่อเรื่องเงินปากผี ความเชื่อเกี่ยวกับการฝังศพ ความเชื่อเรื่องการไล่ผี และความเชื่อเรื่องการสะกดผี ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลังในการป้องกันผี ความเชื่อเรื่องผีเกี่ยวกับการบทรักษาพยาบาล ความเชื่อเรื่องกลิ่นศพ ความเชื่อเรื่องของผีต่อคนในสังคม และความเชื่อเรื่องผีปอบ ตัวอย่างบทสนทนา ความเชื่อเรื่องผีเกี่ยวกับรักษาพยาบาล

เป้า(พ่อของปุย) ...แล้วผมเห็นว่า ไอ้แบบนี้มันคงเกี่ยวกับภูตผีปีศาจ ต้องรักษาทางไสยศาสตร์ ต้องพาไปหาพระหาเจ้านั่นถึงจะหาย (“เงินปากผี” ตอน 28 หน้า 3)

ความเชื่อเกี่ยวกับการมีเคราะห์ ได้แก่ ความเชื่อเรื่องลางสังหรณ์และความเชื่อเรื่องการรดน้ำมนต์และทำบุญเพื่อขจัดเคราะห์ ตัวอย่างบทสนทนา ความเชื่อเรื่องลางสังหรณ์

ลาวัลย์ ...โบราณเขาว่าถ้ามีเราไม่มีหัวก็มักจะมีเคราะห์ถึงชีวิต นี่แกเห็นฉันเป็นสองหน้า คงไม่เป็นไปหรอกนะคะ (“เงินปากผี” ตอนที่ 26 หน้า6)

นอกจากนี้ยังสอดแทรกความเชื่อเรื่องการทำพิธีสาปแช่งขโมย ความเชื่อเรื่องการเสกของเข้าร่างผู้อื่น และ ความเชื่อเรื่องการบนบานศาลกล่าว เป็นต้น

3.1.2 วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในบทละครวิทยุเรื่อง”เงินปากผี” ผู้ประพันธ์ได้สะท้อนปัญหาความยากจนของคนในชนบทที่ห่างไกลขาดแคลนปัจจัยสี่ ทั้งน้ำ อาหาร และสวัสดิการการรักษาพยาบาลทำให้ต้องมีชีวิตที่พึ่งพาตามธรรมชาติ เช่น การขุดเผือก มัน การจับสัตว์มาขายเพื่อหารายได้ รวมไปถึงการขาดแคลนบุคลากรทางการศึกษา ดังตัวอย่างต่อไปนี้ ตัวอย่าง บทสนทนาสะท้อนสภาพภูมิอากาศที่แห้งแล้งทำให้เกิดสภาวะขาดแคลนน้ำ

หล่อดีใจเมื่อรู้ว่าจะมีการสร้างอ่างเก็บน้ำในหมู่บ้าน) โอ...ก็ดีซีฮะ ที่นี่น้ำหายากจังเลย (“เงินปากผี” ตอนที่ 5 หน้า 3)

3.1.3 ค่านิยมและทัศนคติการรักนวลสงวนตัว ผู้ประพันธ์ได้สะท้อนค่านิยมการรักนวลสงวนตัว โดยสื่อผ่านบุคลิกภาพของตัวละคร เอกฝ่ายหญิงหรือ“นางเอก” ของเรื่องไม่ว่าจะเป็นจิตศจี จาก “จุดเจ็บในดวงใจ” อุษาจากสุสานคนเป็น ลาวัลย์จาก”เงินปากผี” จริยา จาก”ปมด้อย ” หรือมารยาท จาก”คฤหาสน์จักรัตน์” ก็ตาม และรักนวล สงวนตัวโดยมีค่านิยมยึดมั่นในเรื่องการเข้าตามตรอกออกตามประตูทั้งสิ้น ตรงข้ามกับตัวละครหญิงฝ่ายร้ายได้แก่ สรวงสุดาจาก”จุดเจ็บในดวงใจ ” รสสุคนธ์จาก”สุสานคนเป็น” ไฉไลจาก”เงินปากผี” และกำไลทองจากปมด้อยซึ่งเป็นผู้ที่แสดงออกในด้านความรักต่อเพศตรงข้ามอย่างชัดเจน รวมไปถึงบุคลิกภาพหรือรสนิยมในการแต่งกายเช่น กำไลทองที่สวมกระโปรงสั้นตามสมัยนิยมในยุคนั้น และยอมให้ฝ่ายชายถูกเนื้อต้องตัวตามที่ปรากฏในเนื้อเรื่องดังกล่าวแล้ว

ค่านิยมเกี่ยวกับอาชีพในบทละครวิทยุเรื่อง”เงินปากผี” สะท้อนค่านิยมเกี่ยวกับอาชีพว่าอาชีพสัปเหร่อไม่เป็นที่ยอมรับของคนในสังคมมากนัก นอกจากนั้นอาชีพตำรวจก็เป็นอาชีพที่ไม่พึงประสงค์เพราะอาจมีศัตรูแตกต่างจากอาชีพข้าราชการที่หลายคนนิยมว่ามีเกียรติและมีรายได้ประจำซึ่งอาจเป็นเพราะตัวละครในเรื่องส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านก็ยากจนและไร้การศึกษา ดังนั้นแม้พวกเขายังต้องพึงพาสัปเหร่อในการทำ แต่ก็ไม่เห็น

ตามสำคัญและรู้สึกรังเกียจว่าเป็นอาชีพที่เกี่ยวกับคนตาย

มารยาทในการเข้าพบผู้ใหญ่ ผู้ประพันธ์ได้สะท้อนอากัปกิริยาอ่อนน้อมถ่อมตนของจริยาตัวละครของฝ่ายหญิงของบทละคร เรื่อง"ปมด้อย " ที่ทำให้คุณทวดของกำไลทองรู้สึกชื่นชมเธอ การแบ่งชนชั้นในบทละครวิทยุเรื่อง "จุดเจ็บในดวงใจ " ผู้ประพันธ์ได้สะท้อนถึงค่านิยมที่ติดยึดในวัตถุ การแบ่งชนชั้นโดยการวัดค่าของคนจากสิ่งภายนอก ได้แก่ฐานะและสถานภาพ

3.1.4 ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ นอกเหนือจากค่านิยมต่างๆในเชิงสังคมและวัฒนธรรม ในบทละครวิทยุยังสอดแทรกความรู้รอบตัวเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เช่นความรู้เกี่ยวกับเรื่องเจดีย์และความรู้เรื่องค่าของเงิน ซึ่งพบในเรื่อง "เงินปากผี"

3.2 คุณค่าทางสังคมวิทยา บทละครวิทยุคณะกันตนาสะท้อนปัญหาความยากจนของคนในชนบทและปัญหาอาชญากรรมในสังคมเมืองที่มีความเจริญทางวัตถุ ดังนี้

ปัญหาความยากจนปรากฏในบทละครวิทยุเรื่อง "เงินปากผี" โดยผู้ประพันธ์สื่อผ่านครอบครัวของหล่อและเพื่อนของเขา ความยากจนทำให้เกิดขโมย เช่น เด็กๆ และยายแก่ที่ขโมยอาหารจนถูกปรักปรำว่าเป็น "ปอบ" ทำให้สังคมเดือดร้อน และทำให้คนในสังคมให้ความสำคัญกับ "เงิน" จนเกิดความละโมบ

ปัญหาอาชญากรรมได้แก่ ปัญหาการทำแท้งซึ่งปรากฏในบทสนทนาในละครตัวใหญ่เรื่องปมด้อย และปัญหาการล่วงละเมิดทางเพศ ผู้ประพันธ์สะท้อนปัญหาการล่วงละเมิดทางเพศอันเนื่องมาจากการแต่งกายยั่วยุของวัยรุ่นหญิงของไทยที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้ยังคงเป็นปัญหาสำคัญของสังคมไทยในปัจจุบัน

3.3 คุณค่าทางจริยธรรมนับว่าพันธกิจของสื่อมวลชนในการปลูกฝังคุณธรรมให้แก่เยาวชนและคนในสังคมนั้นมีความสำคัญมากซึ่งสอดคล้องกับสำนึกความรับผิดชอบของผู้ประพันธ์บทละครวิทยุคณะกันตนาที่กล่าวถึงกลวิธีการประพันธ์ที่แสดงจุดยืนของตนว่า "ทุกเรื่องจะต้องมีการสอดแทรกการสอน ถ้าเราจะพูดว่าคนดีจะต้องได้ดีมันก็จะเชยไปแต่เวลาเขียนเรื่องจริงๆ ก็ต้องนึกเอาไว้ เพียงแต่การเขียนเรื่องจะใช้วิธีที่แตกต่างกันไป" (สมสุข กัลย์จาฤก, สัมภาษณ์)

จากการศึกษาบทละครวิทยุคณะกันตนาพบว่าผู้ประพันธ์ได้สอดแทรกแนวความคิดที่ส่งเสริมคุณธรรมของคนในสังคมโดยสื่อผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของเรื่องดังนี้ แก่นเรื่อง บทละครวิทยุคณะกันตนา ทั้ง 5 เรื่องประกอบด้วยแก่นเรื่องที่สะท้อนแนวคิดที่เป็นสัจธรรม คือการทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว โดยเรื่อง "จุดเจ็บในดวงใจ" สะท้อนถึงการแบ่งชนชั้นที่ทำให้มนุษย์ทำร้ายจิตใจซึ่งกันและกัน เรื่อง "สุสานคนเป็น" สะท้อนแนวคิดที่ว่า บทเรียนในอดีตส่งผลต่อความคิดและการกระทำในปัจจุบันของมนุษย์ เพื่อมิให้ต้องประสบความทุกข์ซ้ำซาก เรื่อง "ปมด้อย"

สะท้อนแนวคิดว่ามนุษย์ต่างมี "ปม" ในชีวิตของตนเองซึ่งเป็นเรื่องปกติแต่คนบางคน "เก็บ" ปมนั้นไว้ไม่ยอมปล่อยวาง ทำให้ไม่มีความสุขและยอมให้"ปม"นั้นกำหนดพฤติกรรมของตนเองอันเป็นพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ทำให้ผู้อื่นเดือนร้อนซึ่งในที่สุดตนต้องได้รับผลกรรมตามสนอง เรื่อง"เงินปากผี"สะท้อนแนวคิดว่าการลักขโมยเป็นบาปซึ่งสอดคล้องกับคำสั่งสอนในศาสนาพุทธ และเรื่อง "คฤหาสน์จักรัตน์" สะท้อนแนวคิดเรื่องการกำจัดคนชั่วให้หมดไปจากสังคมและการยึดติดในอำนาจ การไม่รู้จักปล่อยวางทำให้เกิดความเห็นแก่ตัวโดยกระทำทุกวิถีทางที่จะรักษาอำนาจนั้นไว้ โดยไม่คำนึงถึงความเดือดร้อนของผู้อื่น

ตัวละคร ในบทละครวิทยุของคณะกันตนาล้วนมีตัวละครสำคัญเป็น "สื่อ" ที่ผู้ประพันธ์สะท้อนถึงธรรมชาติของมนุษย์โดยส่วนใหญ่จะเป็นตัวละคร

น้อยลักษณะที่เป็นฝ่าย “ธรรม” หรืออธรรมอย่างชัดเจน ตัวละครเหล่านั้นแสดงพฤติกรรมและมีจุดจบที่สะท้อนแนวคิดเรื่อง “กฎแห่งกรรม”

บทสนทนาและบทบรรยายได้สอดแทรกเรื่องของความมน้ำใจ ความเมตตากรุณา ความพอเพียง การพึ่งพาตนเองและความประหยัด การไม่อาฆาตพยาบาท ความซื่อสัตย์สุจริต ข้อคิดเกี่ยวกับเรื่องความรักและการใช้ชีวิตคู่ ความยุติธรรมและการรักษากฎหมาย การขอโทษ การสำนึกผิด ความกตัญญู การไม่ใช้ความรุนแรง ความสามัคคี ธรรมชาติของมนุษย์ ธรรมชาติของชีวิต การรักษาความดีและกฎแห่งกรรม ความขยันหมั่นเพียรและความสำคัญของการศึกษา

จากการศึกษาวิเคราะห์บทละครวิทยุคณะกันตนา กล่าวได้ว่าเนื้อหาของบทละครฯ มีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ในเชิงสร้างสรรค์โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับพันธกิจของสำคัญของสื่อมวลชนคือ ปลูกฝังและส่งเสริมคุณธรรมให้แก่คนในสังคมทั้งในด้านการสะท้อนวัฒนธรรมความเป็นอยู่ หรือวิถีชีวิต ความเชื่อ และค่านิยมที่เป็นปรากฏการณ์จริงในสังคมทำให้ผู้ฟังเข้าใจและตระหนักถึงบทบาทและความสำคัญของวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตแบบไทยๆ และเป็นมรดกล้ำของชาติที่ต้องช่วยกันธำรง รักษาไว้ และในด้านการสะท้อนปัญหาสังคมที่ทุกฝ่ายควรสนใจและหาแนวทางแก้ไข ตลอดจนในด้านที่สะท้อนข้อคิดและแนวทางการปฏิบัติตนที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อยกระดับจิตใจผู้ฟังหรือคนในสังคมให้ยึดมั่นในความดีงามเพื่อจรรโลงสังคมให้สงบสุขและเจริญก้าวหน้า

(4) กลวิธีการประพันธ์ด้านศิลปะการใช้ภาษาและศิลปะการแสดงออกทางเสียงของบทละครวิทยุคณะกันตนา

4.1 การสื่อสารด้วยศิลปะการใช้ภาษา จากการศึกษาเชิงวิเคราะห์กลวิธีการประพันธ์ด้านศิลปะการใช้ภาษาของบทละครวิทยุคณะกันตนาพบว่าผู้ประพันธ์บทละครวิทยุคณะกันตนาได้ใช้ศิลปะการบรรยาย การเขียนบทสนทนาที่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของบทละครวิทยุ โดยมีสำนวนการเขียนหรือการใช้ถ้อยคำที่ชัดเจนเข้าใจง่ายสมจริงตามลักษณะการใช้ในชีวิตประจำวันที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพและสถานภาพของตัวละคร นอกจากนั้นยังสะท้อนเอกลักษณ์ของภาษาไทยทั้งในด้านลักษณะทางไวยากรณ์ที่ชัดเจนได้แก่การใช้คำซ้อน 4 จังหวะและในด้านวัฒนธรรมทางภาษาที่เป็นสื่อส่งเสริมคุณธรรมที่สะท้อนความคิด ความเชื่อ และค่านิยมในสังคมที่สั่งสมและสืบทอดกันมานับแต่อดีตจนปัจจุบัน ได้แก่ การใช้สำนวน สุภาษิต คำพังเพย ซึ่งพบมากในบทละครวิทยุคณะกันตนาทั้ง 5 เรื่องจนอาจกล่าวได้ว่าเป็นศิลปะการใช้ภาษาที่โดดเด่นของผู้ประพันธ์ รวมทั้งการใช้ภาพพจน์ โวหารประเภทต่างๆ ที่ทำให้บทละครวิทยุคณะกันตนาเป็นสื่อบันเทิงที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร โดยสามารถทำให้ผู้ฟังเกิดมโนภาพและจินตนาการตลอดจนเกิดอารมณ์ความรู้สึกคล้อยตามเหตุการณ์และตัวละครในเรื่องทำให้เกิดอรรถรสในการฟัง ดังนี้

4.1.1 การบรรยาย ผู้ประพันธ์บทละครวิทยุคณะกันตนาได้ใช้กลวิธีการบรรยายในกรณีต่างๆ ดังนี้

- การเท้าความเพื่อช่วยให้ผู้ที่พลาดโอกาสในการฟังได้ทราบความเป็นไปของเรื่อง
- การดำเนินเรื่อง และการบรรยายเกี่ยวกับตัวละครได้แก่ การบรรยายลักษณะทางกายภาพ การบรรยายอากัปกิริยา การบรรยายบอกความเป็นไปหรือสภาพ การบรรยายบอกความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และการบรรยายบอกลักษณะนิสัย

4.1.2 บทสนทนา ผู้ประพันธ์บทละครวิทยุคณะกันตนาได้ใช้บทสนทนาในกรณีต่างๆ ดังนี้

- การดำเนินเรื่อง การให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวละคร ได้แก่ บทสนทนาบอกลักษณะทางกายภาพ บทสนทนาบอกอากัปกิริยา บทสนทนาบอกความคิด อารมณ์ ความรู้สึก บทสนทนาบอกลักษณะนิสัย และสนทนาความเป็นไปหรือสภาพ
- สำนวนการเขียน การใช้คำที่เป็นภาษาในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การใช้คำที่ทำให้เห็นภาพ

การใช้คำที่ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้ฟัง การใช้ภาษาปาก การใช้คำซ้อน 4จังหวะ การใช้สำนวนสุภาษิต และคำพังเพย

• การใช้โวหารภาพพจน์ ได้แก่ ภาพพจน์แบบอุปมา ภาพพจน์แบบอุปลักษณ์ ภาพพจน์ แบบบุคคลาธิษฐาน ภาพพจน์แบบอธิพจน์ และภาพพจน์แบบสัจพจน์

4.2 การสื่อสารด้วยศิลปะการแสดงออกทางเสียง จากการศึกษากลวิธีการประพันธ์บทละครวิทยุคณะกันตนาพบว่าผู้ประพันธ์ได้สะท้อน ศิลปะการแสดงออกทางเสียงที่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของบทละครวิทยุทั้งในแง่ของการการกำหนดเสียงพูดของตัวละคร การใช้เสียงประกอบ และการใช้เสียงดนตรี เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

(1) เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยผลงานสร้างสรรค์บทละครวิทยุคณะกันตนา จำนวน 5 เรื่อง จากจำนวนทั้งหมดประมาณกว่า 300 เรื่องดังนั้นผู้ที่สนใจวรรณกรรมประเภทนี้สามารถศึกษาวิจัยบทละครเรื่องอื่นๆ ได้ในลักษณะเดียวกัน โดยอาจจัดตั้งเป็นโครงการต่อเนื่องเพื่ออนุรักษ์และเผยแพร่ให้กว้างขวางต่อไป

(2) เนื่องจากมีบทละครวิทยุคณะกันตนาหลายเรื่องที่ได้รับการเผยแพร่ในรูปแบบของละครโทรทัศน์หลายครั้งและบางเรื่องได้มีการนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์ โดยมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เหมาะสมกับบริบทของยุคสมัย ผู้สนใจจึงสามารถศึกษาวิจัยในเชิงเปรียบเทียบระหว่างสื่อบันเทิงประเภทละครวิทยุที่สื่อด้วยเสียงละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ที่สื่อด้วยภาพและเสียงเพื่อศึกษาพัฒนาการและความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้ง 3 ประเภท เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์สื่อบันเทิงให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในสังคมท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารในโลกปัจจุบัน

บรรณานุกรม

- กระแสร์ มาลยาภรณ์ และ ชุดา จิตพิทักษ์. มนุษย์กับวรรณกรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ โอ.เอส. พริ้นติ้งเฮ้า จำกัด, 2528.
- กุลนรี ราชปรีชา, พ.ท. หญิง. การพัฒนาสมรรถภาพทางการอ่าน. นครนายก : โรงพิมพ์โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า, 2540.
- กุหลาบ มัลลิกามาส. วรรณคดีวิจารณ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2528.
- จุตานาถ ภูเจริญ, พ.ท.หญิง. ตำราการวิจารณ์วรรณกรรม. นครนายก : โรงพิมพ์โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า, 2541.
- เจือ สตะเวทิน. วรรณคดีวิจารณ์. กรุงเทพฯ : สุทธิสารการพิมพ์, 2518.
- ชนะ เวชกุล. การเขียนสร้างสรรค์. พระนคร : โอเดียนสโตร์, 2524.
- ตรีศิลป์ บุญขจร. นวนิยายกับสังคมไทย (พ.ศ.2475 –2500). กรุงเทพฯ : บางกอกการพิมพ์, 2522.
- นราธิปพงศ์ประพันธ์, พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหมื่น. วิทยาวรรณกรรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพร่พิทยา, 2506.
- บุญยงศ์ เกศเทศ. วรรณกรรมวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทิพย์อักษร, 2525.
- บุญเหลือ เทพยสุวรรณ, ม.ล. วิเคราะห์รสวรรณคดีไทย.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2522.
- ประจักษ์ ประภาพิทยากร. วรรณาคดีวิเคราะห์ พระอภัยมณี ฉลอง 600 ร้อยปี สุนทรภู่.พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2529.
- ประสิทธิ์ กาพย์กลอน. แนวทางการศึกษาวรรณคดี ภาษากวี การวิจักษ์ และวิจารณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2523.
- ภาษาและหนังสือแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, สมาคม. 25 ปี ซีไรต์ รวมบทวิจารณ์คัดสรร. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2547.
- รื่นฤทัย สัจจพันธ์. วรรณกรรมปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ยูไนเต็ดโปรดักชั่น, 2523.
- วันดี ปาละกาวงศ์ ณ อยุธยา, พ.อ.หญิง และคณะ. ตำราภาษาไทย๒ LG 4002). นครนายก : โรงพิมพ์โรงพิมพ์นายร้อยพระจุลจอมเกล้า, 2553.
- วิทย์ ศิวศริยานนท์. วรรณคดีและวรรณคดีวิจารณ์. กรุงเทพฯ : สมาคมภาษาและหนังสือ, 2504.
- สมถวิล วิเศษสมบัติ. วรรณคดีการละคร. กรุงเทพฯ : อักษรบัณฑิต. 2529.
- สมบัติ จำปาเงิน และสำเนียง มณีกาญจน์, ผู้เรียบเรียง. หลักนักเขียน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เมดิคัลมีเดีย, 2530.
- สมพร มันตะสูตร. วรรณกรรมไทยปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2525.
- สมพร มันตะสูตร. วรรณกรรมสังคมและการเมือง.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์,2525.
- สายทิพย์ นุกูลกิจ. วรรณกรรมไทยปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : เอสอาร์พพริ้นติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด, 2539.
- สิทธา พินิจภูวดล. ความรู้ทั่วไปทางวรรณกรรมไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง, 2515.
- สุทธิวงศ์ พงษ์ไพบูลย์. วรรณคดีวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนพานิช จำกัด, 2525.

สัมภาษณ์

- สมสุข กัลย์จาฤก

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

นวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ * และจุฑา ติงศภัทิย์ **

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

(1) กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง 208 คน และเป็นเพศชาย 192 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปีมีสถานะไม่เป็นสมาชิก มีลักษณะไม่เสียค่าใช้บริการใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากน้อยกว่า 30 นาที มีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากอยู่ในระดับปานกลาง มีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก มีความเชื่อเกี่ยวกับ คุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

(2) ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

(3) ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ แหล่งที่มาของสื่อมวลชน เนื้อหาของข่าวสาร รายละเอียดของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ และเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยพบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยทุกข้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

(4) เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยพบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยมากกว่า

* นวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
** จุฑา ติงศภัทิย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Abstract

The purpose of this research was to study the relationship between the information exposure and the satisfaction of HuaMak Sports Complex's users toward the Sports Authority of Thailand (SAT). Questionnaires were used in collecting data from 400 people. The outcomes were then statistically analyzed by finding mean, standard deviation, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

Results of the research revealed that:

(1) There were 208 female and 192 male samples. Most of the samples were Female; between the age of 18 – 25 years old, were not subscribers, were not paying the service fee, were spending less than 30 minutes travelling to the Sports Complex, had been using the Sports Complex 1 – 2 times per week, were interested in sports at a high level, were believing in the benefits of exercising and playing sports at a medium level, were participating in activities of the SAT at a medium level, were loving and faithful to the SAT at a medium level, and were aiming to use the Sports Complex for recreation.

(2) The quantity of information exposure of the samples was positively related to the satisfaction of the Sport Complex's users toward the SAT at a 0.05 level of statistical significance.

(3) The quantity of information exposure of the samples when categorized by media type, source of mass media, content of information, details of information, events, and directed content of information from the SAT was found to be related to the satisfaction of the Sports Complex's users toward the SAT in every respect at a 0.05 level of statistical significance.

(4) When comparing the relationship between exposure to general information about sports of the Sports Complex's users and exposure to information directly from the SAT, it was found that the quantity of information exposure of the Sports Complex's users to the content of information directly from the SAT was related to the satisfaction of the Sports Complex's users toward the SAT to a greater extent than was the case with general information about sports at a 0.05 level of statistical significance.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหลักของประเทศที่ทำหน้าที่พัฒนาการกีฬาให้ก้าวไปข้างหน้า ดังวิสัยทัศน์ "การกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหลักในการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพให้ประเทศเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำทางการกีฬาของเอเชีย" ที่มีบทบาทหลักคือการเป็นผู้ประสาน สนับสนุน ส่งเสริม และผลักดัน รวมทั้งควบคุม กำกับ ดูแล ให้การกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพของประเทศไทยประสบความสำเร็จและโดดเด่นทั้งในระดับชาติและนานาชาติ สนามกีฬาหัวหมากเป็นศูนย์กีฬาหลักของการกีฬาแห่งประเทศไทยประกอบด้วยพื้นที่ 265 ไร่ 1 งาน 80.8 ตารางวา ภายในประกอบด้วยอาคารต่างๆ เช่น ราชมังคลากีฬาสถาน, อินดอร์สเตเดียม ฯลฯ ตั้งอยู่เลขที่ 286 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิกรุงเทพฯ 10240 การกีฬาแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการพัฒนาสนามกีฬาหัวหมากเพื่อให้เป็นสถานกีฬาที่เอื้อประโยชน์ต่อ

การออกกำลังกาย ฝึกซ้อมกีฬา แข่งขันกีฬา และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน

การกีฬาแห่งประเทศไทยถือได้ว่าเป็นองค์กรหนึ่งที่ให้บริการประชาชนทั่วไป ใช้บริการสนามกีฬาประเภทต่างๆที่มีอยู่ในการกีฬาแห่งประเทศไทยและมีพันธกิจคือ กำหนดนโยบาย ทิศทางกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาส่งเสริมสนับสนุน ประสานงานเพื่อการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืนส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านกีฬามีความเหมาะสมและอำนวยการ บริหารจัดการ สถานที่กีฬา อุปกรณ์กีฬาและบริการทางการกีฬา (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2545)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสำรวจปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากและเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กองประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2556) พบว่า

(1) ปัญหาจากการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไม่เพียงพอที่จะให้ข้อมูลกับประชาชนผู้มาใช้บริการได้รับทราบเช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ภายในการกีฬาแห่งประเทศไทยนั้น การกีฬาแห่งประเทศไทยจะมีการจัดทำเพียงป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ในบริเวณสถานที่ตั้งของการกีฬาแห่งประเทศไทย เช่น การจัดทำป้ายบริเวณถนนรามคำแห่งเท่านั้น ซึ่งสามารถทำให้ผู้สนใจข่าวสารบริเวณนั้นได้รับทราบข่าวสารที่การกีฬาแห่งประเทศไทยประกาศ แต่ประชาชนที่อยู่บริเวณอื่นนอกเขตบริเวณถนนรามคำแหงนั้นจะไม่ได้รับทราบข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ที่มาจากการกีฬาแห่งประเทศไทย

(2) ปัญหาข่าวสารที่มีอยู่หน้าเว็บไซต์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยยังมีการจัดทำระบบการบริหารจัดการทางด้านการประชาสัมพันธ์อย่างล่าช้า และในบางครั้ง การประชาสัมพันธ์บนหน้าเว็บไซต์ดังกล่าวนั้น ขาดการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลให้ตรงกันและเป็นข้อมูล ณ ปัจจุบัน

(3) ปัญหาจากการขาดการทำวิจัยเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยของกลุ่มประชาชนหรือผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้จะสามารถช่วยให้ผู้ศึกษาได้เข้าใจถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยไม่เพียงมีผลเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในมุมมองของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการเท่านั้น หากแต่ผลการวิจัยยังสามารถนำไปเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อด้านการประชาสัมพันธ์นำไปประยุกต์ใช้ ในการวางแผนจัดสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปในด้านการรับรู้ข้อมูล และการกีฬาแห่งประเทศไทย สามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของในการกีฬาแห่งประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

คำสำคัญ

ข้อมูลข่าวสาร / การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร / สื่อ / ความพึงพอใจ/ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร/ ระดับความพึงพอใจ/สนามกีฬาหัวหมาก/ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้

ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยฉบับนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายถึงระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

(1) ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจาก หน่วยงานต่างๆ ที่ใช้เป็นข้อมูลประกอบในการทำงานวิจัย

(2) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสำรวจปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากและเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย

(3) ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อประกอบการทำวิจัย อาจารย์ ดร.จุฑา ติงศภัทิย์ รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด

(4) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามโดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ของแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่าเท่ากับ 1.00 และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) กับการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คนซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่าเท่ากับ 0.85 จากนั้นปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์

(5) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 400 คน บริเวณหน้าประตูทางเข้าสนามกีฬาหัวหมาก ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ.2556 ถึงวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2557 ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์

(6) นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

(7) สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบสอบถามแบบปลายปิด(Closed Ended Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในเรื่องต่างๆ โดยแบ่งเนื้อหาแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

<u>ส่วนที่ 1</u> แบบสอบถามข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากของกลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อคำถามอยู่ในนามบัญญัติ (Nominal Scale) และอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

<u>ส่วนที่ 2</u> แบบสอบถามข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเป็นข้อคำถามอยู่ในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นข้อคำถามอยู่ในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าทางสถิติมีความถูกต้องเชื่อถือได้และมีความรวดเร็วในการคำนวณ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น

(1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive StatisticsAnalysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายถึงลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ค่าร้อยละ (Percentage)

(2) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้สถิติ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ซึ่งในการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สันหรือสหสัมพันธ์อย่างง่าย ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกันโดยมี 2 ตัวแปรที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ ซึ่งอยู่ในมาตรา (Interval Scale) ซึ่งการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน โปรดัคโมเมนต์ (Person Product Moment Correlation Coefficient) เป็นการวัดความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ชุด เมื่อตัวแปรทั้งสองชุดนั้นเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuous Data) หรือเป็นข้อมูล อันตรภาคชั้นหรืออัตราส่วน

ผลการวิจัย

(1) ข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก พบว่า เป็นเพศหญิง 208 คน และเป็นเพศชาย 192 คนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีสถานะไม่เป็นสมาชิก จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50 มีลักษณะไม่เสียค่าใช้บริการ จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.75 มีการใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 มีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากอยู่ในระดับปานกลาง มีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก มีความเชื่อเกี่ยวกับคุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจดังแสดงในตารางที่ 1

(2) ข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์การเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากฉบับหนังสือพิมพ์เมื่อพิจารณาพบว่าส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากฉบับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 สถานีวิทยุคลื่น 93.0MHZการเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา จากเนื้อหาของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาในหัวข้อเกี่ยวกับบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬาหรือดารากีฬาการเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศอายุสถานะสมาชิกลักษณะการเสียค่าใช้บริการเวลาในการเดินทางมาใช้บริการความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์และแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของข้อมูลทั่วไปและวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน(N)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	192	48.00
	หญิง	208	52.00
อายุ	18 - 25ปี	142	35.50
	26 - 33ปี	107	26.75
	34 - 41ปี	100	25.00
	42 - 49ปี	24	6.00
	50ปีขึ้นไป	27	6.75
สถานะสมาชิก	เป็น	78	19.50
	ไม่เป็น	322	80.50
ลักษณะการเสียค่าใช้บริการ	เสียค่าใช้บริการ	57	14.25
	ไม่เสียค่าใช้บริการ	343	85.75
เวลาในการเดินทางมาใช้บริการ	น้อยกว่า 30 นาที	138	34.50
	30 นาที - 1 ชั่วโมง	79	19.75
	1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	36	9.00
	2 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมง	74	18.50
	3 ชั่วโมงขึ้นไป	73	18.25
ความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์	ทุกวัน	62	15.50
	5 – 6 วัน	91	22.75
	3 – 4 วัน	103	25.75
	1 – 2 วัน	122	30.50
	นานๆครั้ง	22	5.50

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.)	ระดับข้อมูลทั่วไป
ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก				
1.ความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก	400	3.34	0.993	ปานกลาง
2.ความสนใจและชอบกีฬา	400	3.59	1.049	มาก
3.ความเชื่อเกี่ยวกับคุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬา	400	3.43	1.214	ปานกลาง
4.การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทย	400	2.95	1.314	ปานกลาง
5.ความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย	400	3.12	1.248	ปานกลาง

วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ				
1.เพื่อการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา	400	3.46	1.160	ปานกลาง
2.เพื่อการแข่งขันกีฬา	400	2.79	1.407	ปานกลาง
3.เพื่อการเข้าชมกีฬา	400	3.07	1.359	ปานกลาง
4.เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	400	3.58	1.238	มาก
5.เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น เป็นสถานที่ทำงาน หรือใช้เป็นสถานที่จอดรถชั่วคราว เป็นต้น	400	3.10	1.373	ปานกลาง

ข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาในส่วนของรูปภาพการระลึกถึงข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเหตุการณ์ต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาเมื่อต้องการระลึกถึงการเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย จากเนื้อหาของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยจากเนื้อหาของข่าวสารในหัวข้อเกี่ยวกับการติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆเมื่อเปรียบเทียบระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารพบว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬามากกว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยดังตารางที่ 2

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ค่าส่วนเบี่ยงเบน (S.D.)	ระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อ	400	3.00	0.90	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชน	400	2.95	0.70	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสาร	400	3.33	1.02	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสาร	400	3.45	0.84	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆ	400	3.40	0.74	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย	400	3.25	0.90	ปานกลาง
รวม	400	3.23	0.61	ปานกลาง

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

(3) ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาต่างๆมีความพึงพอใจสื่อป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใบปลิว แผ่นพับบริเวณสนามกีฬาหัวหมากมีความพึงพอใจ ด้านการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางดังแสดงในตารางที่ 3

(4) ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อยจะมีความพึงพอใจน้อยดังแสดงในตารางที่ 4

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ค่าส่วนเบี่ยงเบน (S.D.)	ระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
ด้านเนื้อหาของข่าวสาร				
ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ การแข่งขันกีฬาต่างๆ	400	2.99	1.20	ปานกลาง
ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ สาระ องค์ความรู้ด้านกีฬา	400	2.98	1.14	ปานกลาง
ด้านประเภทของสื่อเฉพาะกิจ				
สื่อเว็บไซต์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย(www.sat.or.th)	400	2.74	1.34	ปานกลาง
สื่อวารสารรายเดือนของการกีฬาแห่งประเทศไทย	400	2.78	1.37	ปานกลาง
สื่อป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใบปลิว แผ่นพับ บริเวณสนามกีฬาหัวหมาก	400	2.92	1.28	ปานกลาง
ด้านการให้บริการ				
1การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	400	2.68	1.39	ปานกลาง
รวม	400	2.85	0.90	ปานกลาง

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	0.362**	0.000	ปานกลาง

* p< 0.05, ** p < 0.01

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปผลการวิจัย

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากจะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นการศึกษากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามทฤษฎีของ Cutlip, Center, and Broom (1994) ในขั้นตอนที่ 1 คือ การวิจัย-รับฟัง หรือ การศึกษาหาข้อมูล (Research-Listening/Fact-Finding) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นการศึกษาหาข้อเท็จจริง ข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาจากการวิจัยหรือการรับฟังความคิดเห็น เป็นการตรวจสอบประชามติ ทัศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาของกลุ่มประชาชนที่องค์การจะทำการประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับสำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่องการประเมินพฤติกรรมการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการศึกษากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในขั้นตอนที่ 4 คือการประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลการประชาสัมพันธ์นับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การประเมินผลเป็นการประมาณประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่าส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น นับเป็นงานที่มีความสำคัญมากเพื่อจะได้ทราบว่าการดำเนินงานขององค์การไปสู้ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการมากน้อยเพียงใดสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ไปสู้กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่

จากผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังน ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเป็นเพศหญิง จำนวน 208 คนและเป็นเพศชายจำนวน 192 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ซึ่งจัดว่าอยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยหนุ่มสาว (Young Adult) จากปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากแหล่งที่มาของฉบับหนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุพบว่าผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก ฉบับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และสถานีวิทยุคลื่น 93.0MHZ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะสื่อเหล่านี้สามารถนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มวัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยหนุ่มสาวได้ตรงจุดมาก

ที่สุด นอกจากนั้นผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ช่อง T Sport Channel อยู่ในระดับ น้อย ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะสื่อดังกล่าวไม่เป็นที่รู้จักของประชาชนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าวให้มีชื่อเสียง ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากส่วนใหญ่มีสถานะไม่เป็นสมาชิกและมีลักษณะไม่เสียค่าใช้บริการ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากการกีฬาแห่งประเทศเปิดให้บริการสนามกีฬาหัวหมากในลักษณะของการให้บริการโดยไม่หวังผลกำไรและมุ่งถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก อีกทั้งประชาชนส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยในการพัฒนาสนามกีฬาหัวหมากคือเพื่อให้เป็นสถานกีฬาที่เอื้อประโยชน์ต่อการออกกำลังกาย ฝึกซ้อมกีฬา แข่งขันกีฬา และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน(การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2545) ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากน้อยกว่า 30 นาที มีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมีความเชื่อเกี่ยวกับคุณประโยชน์ต่างๆ ของการออกกำลังกายและเล่นกีฬา มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทย มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก การกีฬาแห่งประเทศไทยจึงสามารถนำข้อมูลในส่วนนี้ไปศึกษาประกอบกับการพัฒนาองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากควบคู่ไปกับพันธกิจของการกีฬาแห่งประเทศไทย คือ กำหนดนโยบาย ทิศทาง กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาส่งเสริม สนับสนุน ประสานงานเพื่อการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน ส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านกีฬามีความเหมาะสม อำนวยการ บริหารจัดการ สถานที่กีฬา อุปกรณ์กีฬาและบริการทางการกีฬา (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2545) ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผู้วิจัยใช้หลักแนวคิดทฤษฎีกระบวนการเปิดรับข่าวสาร ประกอบไปด้วย ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมีการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) จากสื่อต่างๆ ตามความสนใจ (Selective Attention) ของแต่ละบุคคล จากนั้นผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากจะเลือกสนใจแต่ข่าวสารที่ตรงตามความต้องการของตนเอง เพื่อรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception) ข่าวสารนั้นๆ และจากนั้นผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากจะเลือกที่จะจดจำ (Selective Retention) ข่าวสารดังกล่าวและสามารถระลึกถึงข่าวสาร (Selective Recall) นั้นๆ ได้เมื่อต้องการจะระลึกถึงหรือเมื่อข่าวสารนั้นๆมีความใกล้เคียงกับประสบการณ์ตรงและอื่นๆจากวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กล่าวคือผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย

ข้อเสนอแนะ

<u>ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย</u>

จากผลการวิจัยพบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่ง

ประเทศไทย ดังนั้นการกีฬาแห่งประเทศไทยจึงควรเร่งพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กรเพื่อให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการกีฬาแห่งประเทศไทยควรมีการพัฒนาและขยายงานด้านการประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

(1) เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆให้มีความทั่วถึงมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ง่าย เช่น เพิ่มสื่อและกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย มีการทำวิจัยสำรวจความคิดเห็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเพราะจะทำให้การกีฬาแห่งประเทศไทยสามารถพัฒนาปรับปรุงแก้ไขด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยได้อย่างตรงจุดและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

(2) การกีฬาแห่งประเทศไทยควรเพิ่มเนื้อหาของข่าวสารให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจถึงเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนทุกคนหันมาสนใจกีฬาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเนื้อหาของข่าวสารที่นำเสนอออกไปควรมีความน่าสนใจดึงดูดประชาชนทุกเพศ ทุกวัย

(3) การกีฬาแห่งประเทศไทยควรมุ่งเน้นพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีชื่อเสียงให้ประชาชนรู้จักและเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น ก่อนที่จะพัฒนาเนื้อหาของข่าวสาร เช่น การประชาสัมพันธ์วารสาร สถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย อีกทั้งการกีฬาแห่งประเทศไทยควรพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับกีฬาเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนหันมาสนใจด้านการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นงานด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยจัดได้ว่ามีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมากและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทุกคนเพราะสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มาจากการกีฬาแห่งประเทศไทยได้โดยตรงองค์กรการกีฬาแห่งประเทศไทยจึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาให้วงการการกีฬาของประเทศก้าวไปข้างหน้าสู่ระดับสากลอย่างมีประสิทธิภาพดังวิสัยทัศน์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยคือ“การกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหลักในการพัฒนากีฬา เพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ ให้ประเทศเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำทางการกีฬาของเอเชีย”

<u>ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป</u>

(1) การวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้นและหรือนำไปศึกษากับสถานกีฬาอื่นๆ เช่น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนคนไทยกับสถานกีฬาอื่นๆ

(2) ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆนอกเหนือจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เช่น พฤติกรรมการรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ ฯลฯ ที่มีผลต่อความพึงพอใจและศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยในเชิงลึกเพื่อเป็นข้อมูลในการแก้ไขและพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและทุกท่านที่มีส่วนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

บรรณานุกรม

- Cutlip, M. S., Center, H. A., & Broom, M. G. (1994). Effective Public Retations (7th ed.). N.T.: Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). An Introductory Analysis Statistic. New York: Harper and Row.
- กองประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย (2556, 22 กรกฎาคม 2556). [สื่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย].
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2545). การกีฬาแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2547). การประเมินพฤติกรรมการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, การกีฬาแห่งประเทศไทยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การศึกษาการใช้ศาสตร์การตัดต่อ ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เลือกมาเป็นกรณีศึกษา

เจตน์จันทร์ เกิดสุข*

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะของการตัดต่อในรายการโทรทัศน์โดยนำแนวคิดของการเล่าเรื่อง (Narrative) การตัดแบบผสม (Montage) และการกำกับความหมายด้วยตัวหนังสือ (Anchorage) ซึ่งเป็นศาสตร์ของการตัดต่อที่มีความสลับซับซ้อนในโทรทัศน์ในปัจจุบันนำมาใช้จนทำให้มีความสลับซับซ้อนในการตัดต่อมากขึ้น และทำให้ผู้ตัดต่อมีบทบาทที่สำคัญมากขึ้น

วิธีการศึกษาของบทความในครั้งนี้เป็นการศึกษาลักษณะของเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์ที่นำมาเป็นกรณีศึกษา ซึ่งมีอยู่สองรายการได้แก่ “Survivor” และ “Extreme Makeover Home Edition”จากการศึกษาพบว่าการใช้แนวคิดของการเล่าเรื่อง(Narrative) มีสองลักษณะคือ 1.) ความสมดุลของตัวละคร(Equilibrium) 2.) การเล่าเรื่องแบบผ่านหลายตัวละคร(Omniscient Narrative) การใช้แนวคิดการตัดต่อผสมภาพ(Montage) พบว่ามีอยู่สองลักษณะคือ 1.) ลักษณะแนะนำ 2.) ลักษณะรวบรัดเวลา และแนวคิดสุดท้ายการกำกับความหมายด้วยตัวหนังสือ(Anchorage) พบว่าส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนกับตัวละคร หรือสถานที่

Abstract

This paper aims to study the pattern and characteristic of editing in television. This study uses the concept of narrative, montage editing and anchorage; texts direct the signification of image. These concepts belong to film which,I found that, recently are being used in television program. This makes today television programs are more complex and complicated to edit. Hence the role of television editor is very important to the production.

For methodology, analyzing the content on selected television programs. These two selected television programs were “Survivor” and “Extreme Makeover Home Edition” The result, the characteristic of narrative in television program has two characteristics: 1) The state of equilibrium of characters 2) Omniscient Narrative. Two characteristics of montage editing in television program: 1) Introduction of characters or places 2) Shortening the time. Lastly, concept of anchorage, the text is being used in television to not confuse the characters and places.

* เจตน์จันทร์ เกิดสุข บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ที่มาและความสำคัญของบทความ

ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์โดยทั่วไปการตัดต่อแทบจะไม่มีบทบาทอยู่เลย แต่มักจะดำเนินกระบวนการผลิตรายการโดยมีกล้องหลายตัวบันทึกภาพแล้วใช้วิธีการสลับภาพจากแต่ละกล้องไปมาหรือที่เรียกภาษาอังกฤษกันว่า switching ที่บางครั้งถูกกำกับโดยผู้กำกับเองโดยผู้สลับภาพไม่ได้มีส่วนในการใช้ทักษะเฉพาะด้านในการตัดต่อสร้างสรรค์งานชิ้นนั้นเลยดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการผลิตรายการโทรทัศน์แทบจะไม่ได้ใช้ศาสตร์ของการตัดต่ออยู่เลย

แต่ในยุคนี้การผลิตรายการโทรทัศน์มีการพัฒนาให้มีเนื้อหาที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ต้องอาศัยศาสตร์ของการตัดต่อ เพื่อสร้างความกระชับให้กับเนื้อหาทำให้การเล่าเรื่องโดยการใช้ศาสตร์การตัดต่อนั้นมีความสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้สำหรับรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาดังกล่าว

รายการที่เลือกมาเป็นรายการที่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ศาสตร์ของการตัดต่อเป็นอย่างมาก ได้แก่ “Survivor” เป็นรายการ Reality Game Show ที่มีคนนิยมมากที่สุดรายการหนึ่ง เป็นรายการที่นำผู้เข้าแข่งขันมาอยู่ร่วมกันในเกาะ โดยไร้ซึ่งการสื่อสารจากภายนอก มีการจัดเกมส์การแข่งเพื่อให้มีการโหวดผู้เข้าแข่งขันออกในแต่ละสัปดาห์ ในการบันทึกเทปรายการ ผู้ผลิตรายการจะทำการบันทึกการดำรงชีวิตของผู้เข้าแข่งขันตลอดเวลาและเกมส์การแข่งขันในแต่ละสัปดาห์ (www.cbs.com) แต่รายการนี้ออกอากาศจริงแค่ สัปดาห์ละครั้ง ครั้งละ 45 นาทีโดยประมาณ เพราะฉะนั้นการตัดต่อนั้นจำเป็นอย่างมากเพื่อย่อเนื้อหาของการบันทึกเทปทั้งสัปดาห์ให้เหลือเวลาเพียง 45 นาที โดยต้องคำนึงถึงการเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ การดำเนินเรื่องที่ต่อเนื่อง รสชาติของความเป็นละคร ลดทอนรายละเอียดที่ไม่จำเป็นคงเอาไว้เพื่อความสนุก เพื่อให้ผู้ชมที่อยู่ที่บ้านสนใจติดตาม

อีกหนึ่งรายการคือรายการ “Extreme Makeover Home Edition” เป็นรายการซ่อมบ้านหรือสร้างบ้านใหม่ให้กับครอบครัวหรือมูลนิธิที่เดือนร้อนจากพิบัติภัยธรรมชาติหรือเป็นครอบครัวที่มีปัญหาเดือนร้อนจนไม่อาจสามารถซ่อมแซมบ้านได้ โดยมีผู้ดำเนินรายการ ไท เพนนิงทัน (Ty Pennington) เป็นหัวหน้าทีมที่จะรวบรวมช่างก่อสร้างและช่างดีไซน์ต่างๆ เพื่อมาระดมสมองในการทำบ้านใหม่ให้กับครอบครัวหรือมูลนิธิที่ทีมงานรายการได้เลือกมา (www.extremebradyhomes.com) กระบวนการผลิตของรายการนี้ก็เช่นกันที่ศาสตร์ของการตัดต่อนั้นมีความจำเป็นอย่างมากเพราะในการบันทึกเทปต้องใช้เวลาทั้งวันหรืออาจจะสองสามวันแต่ออกอากาศจริงใช้เวลาเพียง 45 นาที เพราะฉะนั้นความสำคัญอยู่ที่การเลือกเนื้อหาเพื่อมาตัดต่อและเล่าเรื่องให้รายการมีความสนุกให้ผู้ชมสนใจติดตาม ส่วนตอนของรายการที่เลือกมาเป็นตัวอย่างสำหรับบทความนี้เป็นตอนที่ มิชเชล โอบามา (Michelle Obama) ภรรยาของประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา บารัค โอบา มา(Barak Obama) มาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของรายการด้วย แสดงให้เห็นว่ารายการนี้เป็นรายการโทรทัศน์ที่มีความนิยมสูงในอเมริกาเช่นกัน ถึงแม้ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของการทำโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ของการทหารสหรัฐอเมริกาก็ตาม

ขอบเขตการศึกษา

รายการโทรทัศน์ตัวอย่างที่นำมาศึกษามี 2รายการได้แก่ รายการ “Survivor: Heroes and Villains; Anything Could Happen Season 20 Episode 14” และ “Extreme Makeover Home Edition: White HouseSeason 9 Episode 1-2”

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Narrative Theory) โดยรายการที่เลือกมาศึกษานั้นในตัวเนื้อหาของรายการมีความสลับซับซ้อนมาก เพราะฉะนั้นการเล่าเรื่องให้น่าติดตามจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

แนวคิดและทฤษฎีการตัดต่อแบบผสมภาพ (Montage) เพื่อสร้างความหมายให้เกิดขึ้น อาจจะ

มีความต่อเนื่อง (Chronological) หรือไม่มีความต่อเนื่องก็ได้ (Non-Chronological)

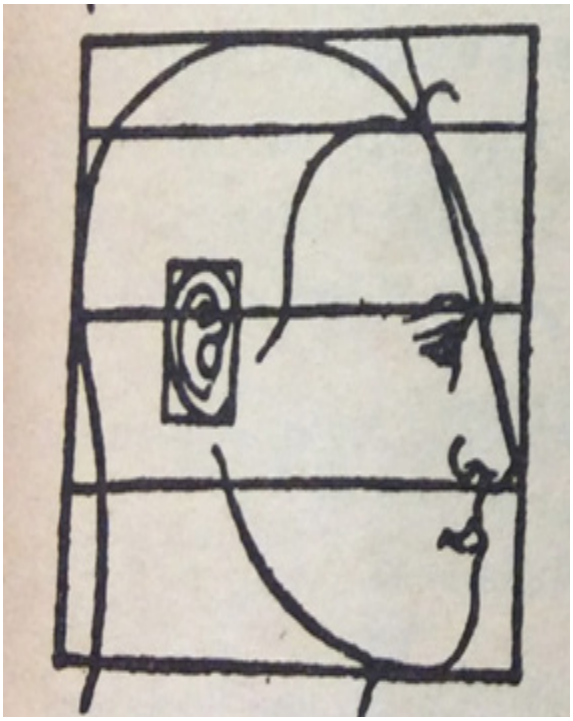
แนวคิดการกำกับความหมายของภาพด้วยตัวหนังสือ Anchorage เป็นการใช้ตัวหนังสือประกอบกับภาพเพื่อเป็นการกำกับความหมายของผู้สร้างเพื่อให้ผู้รับชมเข้าใจ

ธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่จำเป็นต้องเสียค่าเข้าชมหรือต้องเข้าไปชมในที่จัดแสดงเฉพาะ เช่น ภาพยนตร์หรือละครเวที แต่สามารถดูได้ที่บ้าน และข้อสำคัญคือผู้ชมไม่จำเป็นต้องติดตามตลอดเวลา สามารถทำกิจกรรมอื่นๆ เช่นทำอาหาร ทำความสะอาดบ้านในขณะเดียวกันก็ดูรายการโทรทัศน์ไปด้วยได้ อีกประการหนึ่งคือขนาดของจอโทรทัศน์นั้นจะมีขนาดที่เล็กกว่าจอของโรงภาพยนตร์ซึ่งจอโทรทัศน์มีสัดส่วน (Ratio) 4:3 เพราะฉะนั้นการใช้ภาพในสื่อโทรทัศน์มักจะเป็น Medium Shot หรือ Close-Upซึ่งจะเป็นสัดส่วนที่มีประสิทธิภาพสำหรับรายการโทรทัศน์มากที่สุด

Arthur Asa Burger ได้วิเคราะห์เชิงสัญญะวิทยาของขนาดภาพ Close-Up ไว้ว่าหมายถึงความใกล้ชิด (Intimacy)ที่จะทำให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมกับตัวละครนั้นได้ เช่นเดียวกับ Erwin Panofsky ผู้ที่มีความเชียวชาญเกี่ยวกับการวิเคราะห์ภาพ ได้กล่าวไว้ว่าใบหน้าของคนที่หน้าตาดีไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่ทำให้ใบหน้านั้นน่ามอง แต่ความสมส่วนของหน้าคนมีความสำคัญทำให้คนดูอยากมองและแลดูน่าติดตาม แต่การ Close-Up ใบหน้าของคนๆนั้นที่อยู่หน้ากล้องควรดูดีด้วย

ลักษณะโดยทั่วไปของรายการโทรทัศน์จะไม่พิถีพิถันในขั้นตอนของการตัดต่อ เพราะเนื่องจากทำให้เสียเวลาในการผลิต เนื่องจากรายการโทรทัศน์มีเวลาจำกัดในการทำงาน รายการแต่ละรายการต้องออกอากาศทุกสัปดาห์ และมีการกำหนดเนื้อหาไว้เรียบร้อยแล้ว เพราะฉะนั้นรายการที่จะพิถีพิถันในเรื่องของการตัดต่อนั้นจะต้องมีงบประมาณที่สูงพอ



ภาพ 1.1สัดส่วนของ Panofsky (Panofsky, 1982)

ภาพ 1.2 ตัวอย่างสัดส่วนของ Panofsky จากรายการ Extreme Makeover Home Edition (Probst, 2010)

สมควรและต้องมีความจำเป็นจริงๆที่จะต้องใช้ศาสตร์การตัดต่อเพื่อมาช่วยในการตกแต่งเนื้อหาให้เป็นเรื่องราวที่น่าติดตาม

ลักษณะโดยทั่วไปของรายการโทรทัศน์จะไม่พิถีพิถันในขั้นตอนของการตัดต่อ เพราะเนื่องจากทำให้เสียเวลาในการผลิต เนื่องจากรายการโทรทัศน์มีเวลาจำกัดในการทำงาน รายการแต่ละรายการต้องออกอากาศทุกสัปดาห์ และมีการกำหนดเนื้อหา

ไว้เรียบร้อยแล้ว เพราะฉะนั้นรายการที่จะพิถีพิถันในเรื่องของการตัดต่อนั้นจะต้องมีงบประมาณที่สูงพอสมควร และต้องมีความจำเป็นจริงๆที่จะต้องใช้ศาสตร์การตัดต่อ เพื่อมาช่วยในการตกแต่งเนื้อหาให้เป็นเรื่องราวที่น่าติดตาม

Traditional Television Switching

หลักของการสลับภาพหรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า Switching เป็นวิธีการที่ใช้กันโดยแพร่หลายในการผลิตรายการโทรทัศน์เนื่องจากช่วยในการลดขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ทำให้รายการที่ผลิตออกมาเสร็จทันตามเวลาที่กำหนดไว้การสลับภาพเป็นการใช้เครื่องสลับภาพที่รับสัญญาณภาพจากกล้องสองตัวขึ้นไป และสลับภาพระหว่างกล้องหลายตัวไปมาเพื่อไม่ให้รายการนั้นดูน่าเบื่อเพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้เครื่องสลับภาพยังสามารถที่จะทำการละลายภาพ (Dissolve) จากอีกภาพหนึ่งไปอีกภาพหนึ่งได้

การนำเสนอนั้นไม่ควรหยุดภาพใดภาพหนึ่งนิ่งนานจนเกินไป แต่อย่างไรก็ตามการสลับภาพนั้นจะเป็นการเล่าเรื่องที่เป็นในลักษณะที่มีความต่อเนื่องกัน (Chronological) และไม่สามารถสลับภาพช่วงท้ายไปแทนที่ช่วงหน้าได้หรือจะสลับช่วงแรกมาแทนที่ช่วงท้ายได้ เพราะความสามารถของการสลับภาพนั้นมีจำกัด ถึงแม้ว่าจะมีการหยุด (Pause) ภาพได้ แต่ก็ไม่สามารถที่จะย้ายไปที่อื่นได้ จึงทำให้รายการที่ผลิตโดยใช้เครื่องสลับภาพนั้น ไม่ได้ใช้ศาสตร์ของการตัดต่อ ที่จะสามารถผสมภาพได้ (Montage) หรือเล่าเรื่องในลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิมได้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันรายการส่วนใหญ่มีการนำเนื้อหาที่มีการตัดต่อมาแล้ว นำมาประกอบเป็นภาพแทรกในระหว่างที่มีการสนทนาในรายการ เช่นรายการเรื่องเล่าเช้านี้

สรุปผลจากการศึกษา

1. การเล่าเรื่องในรายการโทรทัศน์ (Narrative in Television)

จากการศึกษาผู้ศึกษาค้นพบว่าลักษณะของการตัดต่อรายการโทรทัศน์เริ่มมีความคล้ายคลึงกับการตัดต่อภาพยนตร์มากขึ้น กล่าวคือมีการใช้ทฤษฎีของการเล่าเรื่อง (Narrative) เข้ามาเกี่ยวข้องกับการตัดต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น โดยแต่เดิมการเล่าเรื่องจะใช้เฉพาะกับการผลิตภาพยนตร์เท่านั้น

จากการศึกษารายการโทรทัศน์ “Survivor” ปรากฏว่ามีการใช้ทฤษฎีการเล่าเรื่องในเรื่องของความสมดุลของตัวละครTzvetan Todorove ได้กล่าวไว้ว่าเรื่องราวเริ่มต้นจากความสมดุล(Equilibrium) แล้วโดนขโมยความสมดุล (Disruption of Equilibrium) ตอนจบความสมดุลนั้นกลับมาแต่ไม่เหมือนเดิม (Restoration of Equilibrium) ความสมดุลในรายการ “Suvivor” คือการที่ผู้เข้าแข่งขันนั้นยังรักษาตัวเองให้อยู่ในการแข่งขันได้ ส่วนความสมดุลนั้นโดนโขมยไปหลังจากแพ้จากการแข่งขันแล้วต้องมีการโหวตคนใดคนหนึ่งในทีมออก และเมื่อมีการโหวตออกไปแล้วความสมดุลนั้นกลับมาแต่ไม่เหมือนเดิมเพราะมีคนในทีมหนึ่งคนต้องออกจากการแข่งขัน ซึ่งอาจเป็นพันธมิตร หรืออาจเป็นคู่อริก็ได้

เช่นเดียวกับรายการ “Extreme Makeover Home Edition” ที่ความสมดุลคือบ้านที่นำมาใช้เป็นสถานที่สำหรับมูลนิธิหางานให้กับทหารที่กลับมาจากสงคราม ความสมดุลโดนโขมยไปเมื่อ Ty Penning ผู้ดำเนินรายการจะพังบ้านเก่าและจะสร้างบ้านใหม่ให้กับมูลนิธิจูบิลลี่แห่งนี้ อีกหนึ่งสัปดาห์ต่อมาสมาชิกมูลนิธิจูบิลลี่ได้มาอยู่บ้านใหม่ที่รายการสร้างให้ใหม่ทั้งหลังทำให้ความสมดุลนั้นกลับมาซึ่งแตกต่างไปจากความสมดุลเก่าคือบ้านเก่า

จากการศึกษาต่อไปทำให้ผู้ศึกษาพบว่าลักษณะของการเล่าเรื่องในรายการทั้งสองรายการมีลักษณะการเล่าเรื่องแบบผ่านหลายตัวละคร (Omniscient Narrative) คือการเล่าเรื่องเพื่อให้ผู้ชมเห็นภาพโดยรวมทั้งหมดและรับรู้ความรู้สึกของทุกตัวละครซึ่งแตกต่างจากการเล่าเรื่องแบบผ่านตัวละครตัวเดียว (Restricted Narrative) การตัดต่อจึงมีความจำเป็นกับรายการโทรทัศน์ที่มีการเล่าเรื่องแบบรู้แจ้ง เพราะมีกระบวนการที่จำเป็นคือต้องนำ

ภาพดิบไปเรียบเรียงใหม่โดยมีการแทรกฉากถามความรู้สึก (Investigate Shot)

จากภาพ2.1 และ 2.2ฉากเหล่านี้ในรายการ Survivor แสดงให้เห็นว่าผู้ชมได้รับรู้ว่าผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนรู้สึกอย่างไรกับผู้เข้าแข่งขันคนอื่นหรือรู้สึกอย่างไรกับสถานการณ์นั้นๆ ซึ่งฉากเหล่านี้เป็นฉากที่นอกเหนือจากเรื่องราวหลักที่กำลังดำเนินอยู่เพราะฉะนั้นจำเป็นต้องใช้การตัดต่อเพื่อหาจังหวะในการสอดแทรกเข้าไปในเนื้อเรื่องหลัก

ภาพ 2.1 ฉากสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้เข้าแข่งขันในรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 2.2 ฉากสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้เข้าแข่งขันในรายการ Survivor (Probst, 2010)

จากภาพ3.1 และ 3.2รายการ “Extreme Makeover Home Edition” ก็เช่นเดียวกัน มีฉากสัมภาษณ์ทั้งผู้ดำเนินรายการ Michelle Obama และ Babara เจ้าของมูลนิธิว่าทุกคนรู้สึกอย่างไรแล้วทำไม่ต้องสร้างบ้านและตกแต่งให้กับ Babara ถึงขนาดนี้ เป็นฉากที่ทำให้ผู้ชมรับรู้เรื่องราวผ่านหลายๆตัวละคร

ภาพ 3.1 ฉากสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้ร่วมรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ภาพ3.2 ฉากสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้ร่วมรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ฉากเหล่านี้มีความจำเป็นต่อรายการโทรทัศน์มากเพราะทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมกับรายการจึงเป็นเหตุผลทำให้รายการเหล่านี้เป็นที่นิยมมา

(2) การตัดแบบผสม (Montage)

การตัดต่อแบบผสมหรือที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า Montage เป็นการนำภาพดิบหลายๆภาพมาตัดรวมกันเพื่อสร้างความหมายขึ้น Sergie Eisenstein นักสร้างภาพยนตร์ชาวโซเวียดให้คำจำกัดความ Montage ไว้ว่าเป็นการผสมภาพสองภาพที่มีความ

สัมพันธ์กันแล้วสามารถสร้างความหมายใหม่ให้เกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตามภาพผสมนั้นอาจมีความต่อเนื่องกันหรือไม่มีความต่อเนื่องกันก็ได้ ลักษณะการตัดต่อรายการผู้ศึกษาค้นพบว่ามีการตัดแบบผสมและสามารถแบ่งออกได้เป็นสองลักษณะตามจุดประสงค์ในการสร้างความหมายของผู้สร้างดังนี้

(1) ลักษณะการแนะนำ เป็นการแนะนำตัวละคร แนะนำสถานที่ หรือแนะนำรายการ

(2) ลักษณะการรวบรัดเวลา

ภาพ 4.1 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 4.2 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 4.3 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 4.4 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 4.5 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

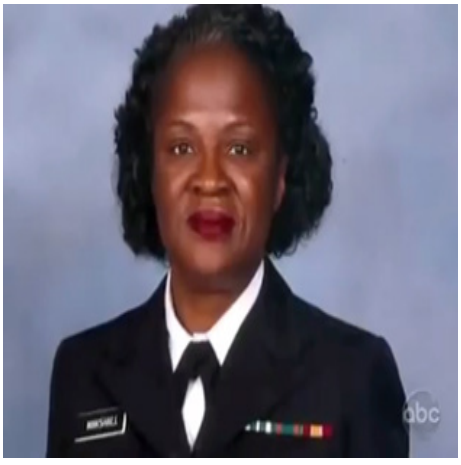
ภาพ 4.6 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 4.7 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 4.8 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ4.9 ฉากเปิดของรายการ Survivor (Probst, 2010)

ตามภาพ 4.1-4.9 เป็นลักษณะการตัดแบบผสมแบบแนะนำของรายการ Survivor โดยให้เวลาในแต่ละภาพเฉลี่ย 3.4 วินาที และแต่ละภาพมีความต่อเนื่องกันในเชิงความคิด โดยมีการผสมภาพของสถานที่ถ่ายทำซึ่งจะเป็นริมชายหาด ต่อด้วยผู้เข้าแข่งขันแต่ละคน มีทั้งภาพบุคคล (Portrait Shot) และภาพที่ผู้เข้าแข่งขันกำลังเล่นเกมในตอนที่ผ่านๆ มา (Action Shot) แล้วจึงเริ่มต้นรายการ



ภาพ 5.1 ฉากแนะนำผู้เข้าร่วมรายการในรายการ Extreme Makeover home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 5.2 ฉากแนะนำผู้เข้าร่วมรายการในรายการ Extreme Makeover home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 5.3 ฉากแนะนำผู้เข้าร่วมรายการในรายการ Extreme Makeover home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 5.4 ฉากแนะนำผู้เข้าร่วมรายการในรายการ Extreme Makeover home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 5.5 ฉากแนะนำผู้เข้าร่วมรายการในรายการ Extreme Makeover home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 5.6 ฉากแนะนำผู้เข้าร่วมรายการในรายการ Extreme Makeover home Edition (Penning, 2011)

ตัวอย่างลักษณะการตัดผสมแบบแนะนำของรายการ “Extreme Makeover Home Edition”ตามภาพ 5.1-5.6 มีลักษณะเป็นการแนะนำมูลนิธิบ้านจูบิลี่โดยการตัดต่อผสมภาพที่เกี่ยวกับมูลนิธิ ไม่ว่าจะเป็นภาพภายนอกบ้าน ให้เห็นว่าตัวบ้านเป็นอย่างไร แล้วต่อด้วยภาพภายในบ้านว่ามีใครอยู่บ้าง ทำงานกันอย่างไร และอยู่กันอย่างไร ในระหว่างการตัดต่อ มีบาบาร่า (Babara) เจ้าของบ้านเป็นคนเล่าเรื่องถึงความลำบากอยู่ด้วย

ตัวอย่างลักษณะการตัดผสมแบบแนะนำของรายการ “Extreme Makeover Home Edition”ตามภาพ 5.1-5.6 มีลักษณะเป็นการแนะนำมูลนิธิบ้านจูบิลี่โดยการตัดต่อผสมภาพที่เกี่ยวกับมูลนิธิ ไม่ว่าจะเป็นภาพภายนอกบ้าน ให้เห็นว่าตัวบ้านเป็นอย่างไร แล้วต่อด้วยภาพภายในบ้านว่ามีใครอยู่บ้าง ทำงานกันอย่างไร และอยู่กันอย่างไร ในระหว่างการตัดต่อ มีบาบาร่า(Babara) เจ้าของบ้านเป็นคนเล่าเรื่องถึงความลำบากอยู่ด้วย

ภาพ 6.1 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 6.2 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 6.3 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 6.4 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 6.5 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 6.6 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 6.7 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivor (Probst, 2010)

ภาพ 6.8 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivo (Probst, 2010)

ภาพ 6.9 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivo (Probst, 2010)

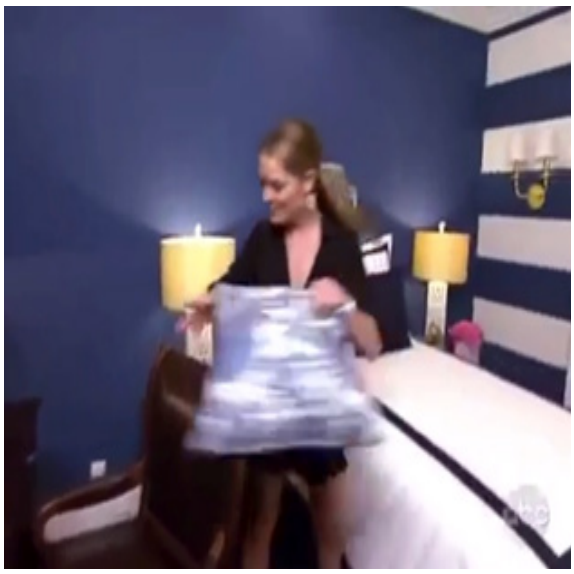
ภาพ 6.10 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Survivo (Probst, 2010)

ตัวอย่างลักษณะการตัดต่อเพื่อรวบรัดของรายการ “Survivor”จากภาพ 6.1-6.10 เป็นสถานการณ์ที่ผู้เข้าแข่งขันที่ยังอยู่ในการแข่งขันมาริมชายหาดเพื่อระลึกถึงผู้เข้าแข่งขันที่ออกจากการแข่งขันไปแล้ว ฉากนี้มีลักษณะการตัดต่อแบบสลับระหว่างชื่อที่แขวนอยู่และผู้เข้าแข่งขันที่มองชื่ออยู่ ผู้เข้าแข่งขันต้องทำการเผาป้ายชื่อ ซึ่งมีการตัดต่อแบบรวบรัดเพื่อไม่ให้ใช้เวลากับการเผาไม้มากเกินไป จึงต้องตัดภาพที่ไฟกำลังไหม้อยู่หลายมุมเพื่อย่นเวลาให้น้อยลง แต่ผู้ชมยังเข้าใจได้ว่า มีกระบวนการเผาเกิดขึ้น

ภาพ 7.1 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 7.2 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 7.3 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)



ภาพ 7.4 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 7.6 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 7.5 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ภาพ 7.7 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ตัวอย่างลักษณะการตัดต่อเพื่อรวบรัดของรายการ“Extreme Makeover Home Edition”จากภาพ 7.1-7.9 เป็นฉากหลังจากบ้านสร้างเรียบร้อยแล้ว เป็นการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ และตกแต่งบ้าน ลักษณะการตัดต่อเป็นการเลือกใช้เฉพาะภาพแอคชั่น(Action Shot) แล้วนำมาผสมกัน ทำให้เห็นว่าทุกคนกำลังตกแต่งห้องในแต่ละห้องในเวลาเดียวกันและระยะเวลาของแต่ละภาพที่ใช้ เฉลี่ยภาพละ 2.6 วินาที ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ไม่มากนักในแต่ละภาพ ช่วยให้รวบรัดเวลาลง แต่ผู้ชมยังเข้าใจว่าเกิดอะไรขึ้นในฉากนี้

ภาพ 7.8 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

ภาพ7.9 การตัดต่อแสดงถึงการรวบรัดเวลาในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

(3) การกำกับความหมายของรายการโทรทัศน์ด้วยตัวหนังสือพร้อมกับภาพ (Ancorage) ตัวหนังสือมีความสำคัญต่อรายการโทรทัศน์มาก เพราะรายการโทรทัศน์จะมีตัวละครหลายตัว ถ่ายทำในหลายๆสถานที่ และเพื่อไม่ทำให้ผู้ชมสับสน จึงจำเป็นต้องมีตัวหนังสือกำกับว่าตัวละครนี้หรือผู้เข้าแข่งขันคนนี้เป็นใครและจำเป็นต้องมีทุกครั้ง ที่มีการพูดถึงตัวละครนั้นๆ จะเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้โดยเด็ดขาด จากภาพ 8.1 เมื่อมิชเชล โอบามา(Michelle Obama) พูดถึงมูลนิธิจูบิลี่นั้นมีความสำคัญต่อประเทศมากขนาดไหน ด้านล่างของจอภาพจะมีชื่อของผู้พูดอยู่คือ มิชเชล(Michelle)และตำแหน่งในสังคมของเธออยู่เพื่อกำกับให้ผู้ชมเข้าใจตรงกันว่า ผู้พูดคนนี้คือ ผู้หญิงเบอร์หนึ่งของสหรัฐอเมริกา

ภาพ 8.1 การใช้ตัวหนังสือกำกับความหมายในรายการ Extreme Makeover Home Edition (Penning, 2011)

อย่างไรก็ตามการกำกับความหมายด้วยตัวหนังสือไม่ได้ใช้เฉพาะกับตัวละครเท่านั้นแต่ยังมีการใช้เวลาแนะนำสถานที่ หรือชื่อรายการ หรือสถานีที่ถ่ายทอด เป็นต้นนอกจากนี้ยังมีการดีไซน์ตัวหนังสือ สีของตัวหนังสือและพื้นหลังของตัวหนังสือให้เข้ากับอารมณ์ของรายการเพื่อให้ไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อเป็นการต่อยอดในการศึกษาเกี่ยวกับการตัดต่อในรายการโทรทัศน์ที่ยังมีไม่มากนัก ทำให้การศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาแบบเจาะลึก และอาจจะต้องใช้กรณีศึกษามากกว่านี้

บรรณานุกรม

- Burton, G. (1990). More than meets the eye: an introduction to media studies. London: E. Arnold.
- Berger, A. A. (1982). Media analysis techniques. Beverly Hills: Sage Publications.
- Currie, M. (1998). Postmodern Narrative Theory. New York: St. Martin's Press.
- Chandler, G. (2009). Film editing: great cuts every filmmaker and movie lover must know. Studio City, CA: M. Wiese Productions.
- Chang, J. (2011). Editing. Lewes: Ilex.
- Metz, C. (1974). Film language; a semiotics of the cinema. New York: Oxford University Press.
- Panofsky, E. (1982). Meaning in the visual arts. Chicago: University of Chicago Press.
- Penning, T. (Director). (2011). Extreme Makeover Home Edition: Jubile House [Motion Picture].
- Probst, j. (Director). (2010). Survivor: Heroes vs. Villains; Anything Could Happenned [Motion Picture].

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย

ยุทธนา สุวรรณรัตน์*

บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้เขียนขึ้นเพื่อต้องการสาธิตวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์อย่างเป็นระบบโดยเนื้อหาที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายทั้งสิ้น 24 รายการ ทั้งนี้เนื้อหาดังกล่าวจะเป็นเนื้อหาสำหรับผู้รับสารเฉพาะกลุ่มเท่านั้น บทความนี้ยังต้องมีการปรับปรุงต่อไปเพื่อพัฒนารายการที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่มสำหรับผู้ชมทั่วไปได้เพราะสุดท้ายแล้วสิ่งที่ผู้เขียนปรารถนาจะให้เกิดคือการเห็นรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายและกลุ่มที่มีวิถีทางเพศอื่นๆเป็นรายการโทรทัศน์ทั่วไปที่ผู้ชมทุกกลุ่มสามารถเปิดรับได้

Abstract

This article was written for demonstrating the way of systematic creativity in television program. The results are 24 programs about male homosexual program. These programs are aimed to serve the selected audience. The article has to be developed , so these focused content programs can be served to all heterogeneous audience. Because I want to generalize male homosexual content and other sexual orientations contents to be in common that all audiences feel free to expose.

บทนำ

รูปแบบหรือเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นมากมายในปัจจุบันนี้ มีทั้งรายการที่เกิดจากกระบวนการคิดอย่างอย่างสรรค์และบางรายการเมื่อผู้ชมได้รับชมแล้วอาจรู้สึกว่า“ไม่คุ้มค่า”ที่จะเอาเวลาของตนมาดูรายการนั้นๆ ทั้งนี้เพราะอาจรู้สึกว่ารายการดังกล่าวไม่มีความแปลกใหม่ทั้งในแง่รูปแบบรายการ(genre) เทคนิคการนำเสนอ(presentation technique) เนื้อหารายการ(content) หรือสุดท้ายเมื่อรับชมไปแล้วก็ตอบไม่ได้ว่ารายการดังกล่าวมีคุณค่า(value)มากพอหรือได้ทำหน้าที่ของสื่อสารมวลชนใดบ้างตามที่แม็ค เควลได้กล่าวไว้ และเราก็คงปฏิเสธไม่ได้ว่ารายการบางรายการกลับไม่ทำหน้าหรือทำหน้าที่ผิด (dysfunction) ตรงนี้น่ากลัวและน่าเป็นห่วงมาก เพราะถ้ายิ่งมีรายการประเภทนี้บนหน้าจอโทรทัศน์มากเท่าไร ยิ่งส่งผลร้ายกับผู้ชมมากเท่านั้น โดยเฉพาะสังคมไทยที่เป็นสังคมที่ขาดภูมิคุ้มกันจากการบริโภคผ่านสื่อ (สุวรรณี คำมั่น,2551) ดังนั้นผู้ที่ทำงานในสาขาสื่อสารมวลชนจึงน่าที่จะเรียนรู้และฝึกฝนวิธีการสร้างสรรค์รายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาใหม่ๆเพื่อเพิ่มความหลากหลายบนหน้าจอโทรทัศน์และเพิ่มตัวเลือกที่มีคุณค่าสำหรับผู้ชม ยิ่งถ้าเป็นรายการที่คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรับรู้ เป็นรายการที่จะสร้างความรู้ที่ถูกต้อง สร้างการยอมรับและการอยู่ร่วมกัน ในสังคมได้เป็น

* ยุทธนา สุวรรณรัตน์ บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

อย่างดี คงจะเป็นรายการที่มีประโยชน์ไม่ใช่น้อย อย่างเช่นรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายถือเป็นความท้าทายของการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพราะปัจจุบันเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายที่ปรากฏในสื่อส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ไม่สร้างสรรค์ในลักษณะลามก อนาจาร (pornographic content) ทำให้การรับรู้ของคนในสังคมเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายแคบลงไป เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเกี่ยวกับวิถีชีวิต(lifestyle content) อาจเป็นสิ่งใหม่ที่ช่วยเพิ่มความหลากหลายและสร้างการรับรู้ที่กว้างขึ้นให้กับผู้ชมได้

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์

การสร้างสรรค์ (creativity), ความคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) เป็นหัวใจสำคัญของการผลิตรายการโทรทัศน์ (สุมน อยู่สิน, 2556) ถ้าไม่มีการสร้างสรรค์รายการที่ดีแล้วรายการโทรทัศน์ก็จะมีแต่ความซ้ำซากจำเจ ทำให้ผู้ฟังและผู้ชมเกิดความเบื่อหน่าย ไม่สนใจดูรายการ อาจส่งผลให้จำนวนผู้ชมทางสื่อกระแสหลักลดน้อยลงในที่สุด กิลฟอร์ด (Guilford, 1967) นักการศึกษาและนักจิตวิทยาชาวอเมริกันได้กล่าวถึงนิยามโดยสรุปไว้ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองเป็นความสามารถที่คิดได้กว้างไกลหลายทิศทางอันจะนำไปสู่การคิดประดิษฐ์แปลกใหม่รวมถึงการคิดค้นพบวิธีการแก้ปัญหาโดยแท้จริงแล้วความคิดสร้างสรรค์เป็นความคิดที่ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยๆร่วมอยู่คือ

(1) ความคิดริเริ่มหมายถึงความคิดที่แปลกใหม่แตกต่างจากความคิดธรรมดาอาจเกิดจากการนำเอาความรู้เดิมมาดัดแปลงและประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่

(2) ความคิดคล่องแคล่วหมายถึงความสามารถในการคิดคำตอบอย่างคล่องแคล่ว รวดเร็วและมีปริมาณมากในเวลาจำกัด

(3) ความคิดยืดหยุ่นหมายถึงความสามารถในการคิดหาคำตอบได้หลายประเภทและหลายทิศทาง

(4) ความคิดละเอียดลออหมายถึงความคิดในรายการละเอียดเพื่อตกแต่งหรือขยายความคิดหลักให้ได้ความหมายสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

รายการโทรทัศน์ประกอบด้วยภาพและเสียง นักคิดสร้างสรรค์ต้องคิดทั้งภาพและเสียง แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาว่ารายการที่เรากำลังจะผลิตนั้นเป็นรายการที่เน้นส่วนใดมากกว่ากัน บางรายการอาจจะเน้นเสียงมากกว่าภาพ เช่นรายการประเภทรายการสัมภาษณ์ ในขณะที่รายการแสดงโชว์อาจเน้นภาพมากกว่า ถ้าเป็นละครจะเน้นทั้งภาพและเสียงเท่ากันเป็นต้น รายการโทรทัศน์มีข้อได้เปรียบกว่ารายการวิทยุคือมีภาพให้เห็น ผู้ชมไม่ต้องใช้จินตนาการมากเหมือนการฟังวิทยุ แต่ข้อเสียคือมีข้อจำกัดในเรื่องการถ่ายทำ โดยเฉพาะในเรื่องราวสมมติ เช่น เหตุการณ์ที่เกิดนอกโลก ในอวกาศ จุดนี้เป็นจุดที่ผู้ผลิตจะต้องให้ความสำคัญและพิถีพิถันในการผลิตอย่างมากเพื่อให้รายการออกมาสมจริง

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย

โดยทั่วไปแล้วเมื่อเรานึกถึงการสร้างสรรค์เรามักจะเข้าใจว่าเป็นเรื่องที่ไม่มีระบบ ไม่มีเหตุผล แต่โรเบิร์ต อาร์ โมนาแฮน (Monaghan, 1968) ได้เสนอวิธีการสร้างสรรค์ที่เป็นระบบ ในบทความนี้จะทดลองนำวิธีการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย ระบบวิธีการสร้างสรรค์ที่โรเบิร์ต อาร์ โมนาแฮนเสนอไว้มีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1. เริ่มจากการหา “ความคิด” (โมนาแฮนเรียกสิ่งนี้ว่า notion) ของสิ่งที่เราต้องการจะสร้างสรค์ว่าเป็นเนื้อหาประเภทใดและใช้วิธีการใดในการดึงดูดผู้ชม ความคิดเหล่านี้โมนาแฮนได้กล่าวว่าเราสามารถหาได้จากวิธีการหลายๆวิธี ไม่ว่าจะเป็นวิธีการสัมภาษณ์, การทบทวนความคิด/ความรู้สึกของตนเอง, การสังเกตเชิงวิเคราะห์รายการที่มีอยู่ในปัจจุบัน, การถกกับเพื่อนร่วมงานหรือคนรอบข้าง ในบทความนี้ผู้เขียนใช้ความคิด 4 ความคิดหลักตามที่โมนาแฮนใช้ในการสร้างสรรค์รายการ

โทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะผู้เขียนมองว่าความคิดดังกล่าวที่โมนาแฮนเสนอมานั้นเป็นความคิดที่สามารถครอบคลุมลักษณะของการสร้างสรรค์เนื้อหาได้ครบถ้วนและแต่ละความคิดก็แยกออกจากกันขาด ทั้งนี้ 4 ความคิดที่โมนาแฮนได้เสนอไว้ ประกอบด้วย

(1) ความจริง/สภาพที่เป็นจริง (Reality)

(2) คุณค่า (Value)

(3) ความซับซ้อน (Complexity)

(4) ความจริงจัง (Seriousness)

ทั้งนี้หากท่านใดสามารถกำหนดความคิดอื่นๆเพิ่มเติมหรือไม่เหมือนกับความคิดตามที่โมนาแฮนเสนอมานั้นย่อมทำได้

ขั้นที่ 2. นิยามความคิดที่ได้กำหนดขึ้นมาจากขั้นที่ 1. โดยเป็นการให้นิยามที่สามารถบอกองค์ประกอบของความคิดนั้นๆได้ โดยในขั้นตอนนี้เราจะกำหนดรหัส/สัญลักษณ์ให้กับแต่ละความคิดรวมทั้งแต่ละองค์ประกอบของความคิด จากความคิดทั้ง 4 ในขั้นตอนที่ 1. เราสามารถให้นิยามที่สามารถบอกองค์ประกอบย่อยได้กังต่อไปนี้

ความจริง/สภาพที่เป็นจริง :

A1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง (Factual-Informational) การนำเสนอเรื่องราว/เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงหรือเคยเกิดขึ้นจริงผ่านการนำเสนอของบุคคลจริงในเหตุการณ์นั้นๆ เป็นการสะท้อนรูปแบบ/ธรรมเนียมของวัฒนธรรมที่ถูกคาดหมายหรือสภาพแวดล้อม/สถานการณ์ที่ถูกกำหนดขึ้น

A2 การแสดงเรื่องราวที่แต่งขึ้น (Fictional-Representational) นักแสดงเล่นบทบาทของตัวละครที่ไม่ใช่ตัวตนของเขา โดยเป็นเรื่องของบุคคลและเหตุการณ์ที่มีความเป็นไปได้

A3 เรื่องแต่งขึ้นที่ไม่ใช่การแสดง (Fictional-Representational) นำเสนอเรื่องที่เป็นไปไม่ได้, แฟนตาซีหรือตัวตัวการ์ตูนในสถานการณ์/เหตุการณ์ที่สามารถเชื่อถือได้ หรือตัวละครที่สามารถเชื่อถือได้ในสถานการณ์ที่เป็น/ไม่เป็นจริง

คุณค่า :

B1 เรื่องที่เกี่ยวกับศีลธรรม (Moral) รายการที่คุณค่าด้านศีลธรรมถูกถ่ายทอดหรืออธิบายออกมา โดยที่ทั้งหมดไม่เป็นด้านดำหรือขาวแต่อยู่ตรงกลาง-มีความคลุมเครือเป็นสีเทา มุมมองที่แตกต่างเกี่ยวกับคุณธรรม/ศีลธรรมถูกนำเสนอในแง่ของความขัดแย้ง บางครั้งดุเดือดและการหาทางออกในรายการไม่ใช่สิ่งจำเป็น

B2 ซาบซึ้ง/สะเทือนอารมณ์ด้านศีลธรรม (Moral-Sentimental) รายการที่นำเสนออย่างชัดเจนถึงความเป็นคนดี-คนเลวและผลดี/ชัยชนะของความถูกต้อง คนดีจะมีลักษณะที่เป็นมิตรและสุภาพ คนเลวมักจะมีลักษณะโหดร้ายและไม่เป็นมิตร

B3 รายการที่ประเด็นเรื่องของศีลธรรมไม่ได้ถูกหยิบยกมานำเสนอ

ความซับซ้อน :

C1 ความซับซ้อนสูง ถ่ายทอดเหตุการณ์อย่างต่อเนื่องลื่นไหล ยากที่จะคาดทำนายเหตุการณ์ลำดับต่อมาหรือผลลัพธ์สุดท้ายได้

C2 ความซับซ้อนต่ำ รูปแบบรายการทั่วไปที่รู้จักกันแพร่หลาย

ความจริงจัง :

D1 เรื่องตลก ชวนหัว เป็นความบันเทิงแบบเบา (light entertainment) อาจจะเป็นมิวสิคัล โชว์ โดยทั่วไปมักจะกำหนดด้วยตัวเองโดยรูปแบบรายการ

D2 ไม่ใช่เรื่องตลก ชวนหัว เป็นรายการค่อนข้างจริงจังโดยอาจจะกำหนดโดยรูปแบบรายการหรือในช่วงต้นของรายการ

ขั้นที่3.ใช้เวลาเพียงเล็กน้อยโดยการใส่องค์ประกอบต่างๆในตารางออกแบบรายการ โดย1รายการจะประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยของแต่ละความคิด คำนวณจำนวนรายการทั้งหมดโดยใช้หลักการเลือกจะได้ทั้งสิ้น 36 รายการดังตารางต่อไปนี้

องค์ประกอบย่อยของความคิด		C1			C2		
		B1	B2	B3	B1	B2	B13
D1	A1	1	5	9	3	7	11
	A2	13	17	21	15	19	23
	A3	25	29	33	27	31	35
D2	A1	2	6	10	4	8	12
	A2	14	18	22	16	20	24
	A3	26	30	34	28	32	36

ตารางแสดงแสดงจำนวนรายการที่ได้จากองค์ประกอบของความคิดทั้ง 4 ความคิด

รายละเอียดของรายการแต่ละรายการที่ผู้เขียนได้ออกแบบสร้างสรรค์เสนอไว้เป็นตัวอย่าง

A1B1C1D1

(1) “ดอกลิลลี่บานเช้า” เรื่องราวของครูลิลลี่ ติวเตอร์ภาษาไทยตัวแม่กับการปฏิบัติธรรม ณ บ้านพุฒมณฑานำเสนอในรูปแบบกึ่งสัมภาษณ์กึ่งสารคดีในประเด็นของกระแสความนิยมในการปฏิบัติในมุมมองที่สร้างสรรค์และสนุกสนานของครูลิลลี่ รวมทั้งเสน่ห์ของกิจกรรมทางใจที่ครูลิลลี่ค้นพบและพยายามที่จะถ่ายทอดสิ่งเหล่านี้ให้แก่ลูกศิษย์นอกเหนือจากการให้ความรู้ในห้องเรียน

A1B1C1D2

(2) “ห้องสะท้อนเสียง” รายการสนทนาในรูปแบบสุนทรียสนทนา(dialogue)ในประเด็นเกี่ยวกับสิทธิของกลุ่มรักร่วมเพศที่ในบางเหตุการณ์หรือบางสถานการณ์อาจเป็นประเด็นที่สังคมยังตั้งข้อสงสัยหรือยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจน รายการนำเสนอการสนทนาของทั้ง2ฝ่ายจากกลุ่มรักร่วมเพศและอีกฝ่ายที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับประเด็นดังกล่าว

A1B1C2D1

(3) “Pride-my road my life” รายการบันเทิงคดี เรื่องราวความสนุก ความร่วมมือและความประทับใจจากงานเทศกาลพาเหรดของชาวสีรุ้งที่จัดขึ้นในเมืองใหญ่ๆทั่วโลก รู้จักตัวตนของบรรดาผู้จัดงานและผู้ร่วมงานที่ช่วยกันสร้างถนนสายธรรมดาให้กลายเป็นสายแห่งความสนุกสนาน

A1B1C2D2

(4) “the person-คนธรรมดา” รายการเรียลลิตี้ตามติดชีวิตของเกย์ที่อาศัยในเมืองใหญ่ ที่มีหลายบทบาทในแต่ละช่วงเวลาของวัน และด้วยกรอบของสังคมทำให้เขา/เธอไม่สามารถที่จะแสดงลักษณะของเพศสภาพที่มีได้ ผู้ชมจะได้พบกับเรื่องราวการใช้ชีวิตของเกย์-คนธรรมดาคนหนึ่งในหลายๆแง่มุมที่คุณอาจยังไม่รู้

A1B2C1D1

(5) “if I were...ขอฉันเป็น” รสนิยมและการแสดงออกทางเพศที่เป็น บางครั้งอาจทำให้เราต้องพลาดโอกาสที่จะทำตามความฝันที่ต้องการ รายการ if I were...ขอฉันเป็น จะเติมเต็มฝันนั้นให้เป็นจริง ขอแค่คุณเป็นคนที่มุ่งมั่นและมั่นคงในฝันที่มี

A1B2C1D2

(6) “กุฏิสีรุ้ง” สาคดีเชิงลึกเรื่องราวของสามเณร/พระภิกษุสงฆ์-นะยะ ที่สังคมยังตั้งคำถามกับประเด็นนี้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ร่วมเรียนรู้และทำความเข้าใจเรื่องราวที่เกิดขึ้น รวมถึงสิ่งที่สังคมมองว่าเป็น “ปัญหา” ไปด้วยกัน

A1B2C2D1

(7) “Queer’s thought” เรียลิตี้ตามติดชีวิตครูลูกกอล์ฟ ติวเตอร์ภาษาอังกฤษที่ภูมิใจที่จะบอกกับสังคมว่า “ฉันเป็นตุ๊ด” และเขาก็มอบรอยยิ้มให้กับลูกศิษย์และสังคมผ่านสิ่งที่เขาเป็น ร่วมเรียนรู้วิธีคิดและการการแก้ปัญหาแบบเควียร์เควียร์ที่ครูลูกกอล์ฟมอบให้สังคมและคนรอบ

A1B2C2D2

(8) “Love of Milk” สารคดีชีวประวัติในส่วนความรักของฮาร์วี มิลค์ นักการเมืองท้องถิ่นของเมืองซานฟรานซิสโกผ่านการถ่านทอดของนักแสดงที่คุณคุ้นเคย “คนรัก” มีส่วนทำให้เขาประสบความสำเร็จในการทำงาน ครองใจชาวเมืองซานฟรานซิสโกจนถึงวาระสุดท้ายของชีวิตที่จบลงอย่างน่าสงสาร

A1B3C1D1

(9) “The Cabaret Game” เกมโชว์เชิงกลยุทธ์กึ่งเรียลิตี้ เพื่อหาสุดยอดผู้บริหารร้าน “The Cabaret” บาร์เกย์จำลองย่านสีลม ที่สามารถบริหารธุรกิจร้านให้มีกำไรตามที่รายการกำหนดโดยในแต่ละคืนวันศุกร์ทางร้านต้องจัดโชว์คาบาเร่ต์ในธีมที่ทางรายการมอบหมายเพื่อสร้างความสุขและความประทับใจให้กับลูกค้าและผู้ชม

A1B3C1D2

(10) “นางฟ้าสีม่วง” รายการเกมโชว์กึ่งเรียลิตี้เพื่อค้นหาผู้ชนะสำหรับตำแหน่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เหล่าผู้เข้าแข่งขันต้องใช้ทั้งความสวย ไหวพริบ ปฏิภาณและความเข้มแข็งของจิตใจเพื่อปฏิบัติภารกิจสุดท้ายทาย ใครไม่แกร่งต้องออกจากเกม เพราะบนท้องฟ้าไม่มีที่สำหรับผู้อ่อนแอ

A1B3C2D1

(11) “G Station” รายการเรียลิตี้ท่องเที่ยว ตามติดชีวิต2หนุ่มเพื่อนรักที่ร่วมเดินทางไปยังเมืองต่างๆทั่วทุกมุมโลกเพื่อร่วมเทศกาลไพรด์ ร่วมเรียนรู้วัฒนธรรมและการใช้ชีวิตของกลุ่มชายรักชายจากทั่วทุกมุมโลกและลุ้นไปกับการทำภารกิจที่ทางรายการมอบให้ทั้ง2หนุ่มระหว่างการเดินทาง

A1B3C2D2

(12) “Rainbow wall” สารคดีเกี่ยวกับองค์กรเรียกร้องสิทธิของกลุ่มชายรักชายในต่างประเทศที่ต้องทำงานภายใต้แรงกดดันจากสังคมทั้งด้านกฎหมายและความเชื่อต่างๆเพื่อให้สังคมที่ตนอยู่ยอมรับและมอบสิทธิที่เท่าเทียมกันในฐานะพลเมืองในสังคมเดียวกัน

A2B1C1D1

(13) “HOME-the story of us” ละครซิทคอมเรื่องราวความสนุกของครอบครัวหนึ่งที่มีสมาชิกในครอบครัวเป็นเกย์ สมาชิกทุกคนต้องยอมรับและเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันเพื่อให้บ้านเป็นบ้านที่อบอุ่นสำหรับเป็นของขวัญสิ่งสุดท้ายให้กับเจ๊ปู่-คุณปู่ของบ้านที่เปิดเผยตัวเองต่อสมาชิกในครอบครัวว่าตนต้องการเป็นผู้หญิงและใช้ชีวิตแบบสาวประเภทสองเรื่อยมาจนถึงช่วงชีวิตสุดท้ายก่อนที่จะจากไปด้วยโรคมะเร็งต่อมลูกหมากระยะสุดท้าย

A2B1C1D2

(14) “ก. ข. ค. เรื่องรักถูกทุกข้อ” ละครที่นำเสนอเรื่องราวของคู่รักชายรักชายที่ต้องการจะมีบุตรร่วมกัน ทั้งคู่ตัดสินใจที่จะรับบุตรบุญธรรมมาเลี้ยง เมื่อเวลาผ่านไปทั้งคู่พบกับโจทย์ใหญ่ตามมาคือ เด็กต้องการแม่ คำตอบสุดท้ายที่เขาทั้งสองเลือกสำหรับลูกของเขาคือหาแม่ให้กับเด็ก นั่นแปลว่าเขาคนใดคนหนึ่งต้องเดินออกมาเพื่อเสียสละให้คู่รักและลูกได้มีครอบครัวปกติ พ่อ แม่ ลูก

A2B1C2D1

(15) “Guests” The Loft Hostel คือสมบัติชิ้นสุดท้ายที่เจ๊ตั้ว-เกย์สาวสูงวัย-เหลืออยู่ เธอต้องดูแลและบริหารมันด้วยใจเพราะนี่คือคำมั่นสัญญาที่เธอได้ให้ไว้กับพ่อแม่ของเธอก่อนพวกท่านจะจากไป เจ๊ตั้วตัดสินใจแปลงโฉมให้เป็นโฮสเทลเฉพาะกลุ่มเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเกย์ที่หลั่งไหลเข้ามามากขึ้นทุกปี แขกที่เข้ามาพักจากทั่วทุกมุมโลกต้องมาปะทะกันเพราะวัฒนธรรมเกย์ที่แตกต่างกัน เจ๊ตั้วต้องจัดการปัญหาวุ่นวายที่เกิดขึ้นภายในโฮสเทลของตนอย่างสุดความสามารถ

A2B1C2D2

(16) “สายหลังไมค์” ต๊อด เด็กหนุ่มวัยมหาวิทยาลัย หลงเสน่ห์เสียงของดีเจจ๊ะจ๋าประจำคลื่น ว้าว! เอฟเอ็ม เขาฟังดีเจสาวจัดรายการทุกวันจนตัดสินใจโทรเข้าไปในรายการจนกลายเป็นสายขาประจำและสุดท้ายได้สานต่อความสัมพันธ์ด้วยการโทรคุยหลังไมค์ ต๊อดตัดสินใจขอนัดพบดีเจจ๊ะจ๋า แต่จะเกิดอะไรขึ้นถ้าต๊อดต้องรู้ว่าแท้จริงแล้ว ดีเจจ๊ะจ๋าคือผู้ชายที่ใช้เสียงผู้หญิงในการจัดรายการ

A2B2C1D1

(17) “The Activists” G.O.D. กลุ่มเกย์ที่รวมตัวกันเพื่อเรียกร้องความเป็นธรรมให้กับชุมชนเกย์แห่งเดียวของเมืองให้รอดพ้นจากการถูกเวนคืนพื้นที่จากรัฐเพื่อสร้างสนามแข่งม้า พวกเขาต้องใช้แผนการสุดล้ำเพื่อหวังเปลี่ยนใจ “เท็ด” นักการเมืองหนุ่มไฟแรงที่เป็นพวกต่อต้านกลุ่มรักร่วมเพศที่มีปมจากความรักสมัยเรียนโรงเรียนประจำ

A2B2C1D2

(18) “คดีสีม่วง” ละครแนวสืบสวนสอบสวน เรื่องราวของตุลย์ที่ต้องใช้อยู่กับเสี่ยอู๊ดผู้เป็นพ่อเลี้ยงหลังจากที่แม่ของเขาเสียชีวิตอย่างมีเงื่อนงำโดยคดีนี้มีสารวัตรมาร์ท ตำรวจรูปหล่อช่วยสืบหาฆาตรกร จากการทำงานกลายมาเป็นความผูกพันโดยที่ทั้ง2ไม่รู้ว่าความสัมพันธ์นี้มีเสี่ยอู๊ดคอยดูอยู่อย่างริษยา

A2B2C2D1

(19) “next station ฉันยังโสด” เพราะเคยให้สัญญากันไว้ว่า ถ้า40แล้วใครยังไม่มีแฟนให้มาอยู่ด้วยกันดูแลกันไปจนตาย ป๋อง ชาช่า วี ไมค์ 4เกย์วัยป้าและสุดาเพื่อนสาวคานทองจึงมาร่วมกันเปิดร้านอาหารเพื่อหวังเป็นสมบัติใช้กันยามแก่เฒ่า ธุรกิจเติบโตมีเงินทองมากมายจนมีเด็กหนุ่มเข้ามาพัวพันกับชีวิตป๋อง เพื่อนทั้ง4จะช่วยกันกำจัด“แมงดา”ให้ออกไปจากชีวิตเพื่อนรักได้อย่างไร

A2B2C2D2

(20) “เธอ เขา เรา เศร้า” เรื่องราวชีวิตหลังแต่งงานของชายคนหนึ่งที่ต้องมาแต่งงานกับผู้หญิงที่ทางบ้านหาให้เพื่อหวังจะให้มีหลานสืบสกุล เขาจะใช้ชีวิตอย่างไรกับทางเดินที่ตนไม่ได้เลือก เขาอีกคนจะเสียใจแค่ไหนที่ต้องเห็นคนรักต้องแต่งงานกับผู้หญิง เธอจะทำอย่างไรเมื่อรู้ว่าชายที่ตนตัดสินใจใช้ชีวิตคู่ด้วยแท้จริงแล้วไม่ได้ชอบผู้หญิง

A2B3C1D1

(21) “Lip sync เกมประกบปาก” เกมโชว์ที่ท้าทายความสามามรถด้านการแสดงโชว์ลิป ซิงค์ พวกเขา/เธอต้องโชว์ให้ปากตรงและเหมือนต้นฉบับที่สุด ไม่เช่นนั้นจะโดนลงโทษด้วยการ ประกบปากกับของที่ให้ทำโทษสุดสยิว

A2B3C1D2

(22) “Oops case” รายการแข่งขันเพื่อหาสุดยอดหมอศัลยกรรมความงามสำหรับชายรักชาย คุณหมอผู้ชนะต้องเป็นคุณหมอที่สามารถแปลงโฉมคนไข้ให้กลายเป็นคนใหม่ที่ใครๆเห็นแล้วต้องร้อง อุ๊ปส์!!!

A2B3C2D1

(23) “PT Idol” รายการแนะนำการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์ แข็งแรงและหุ่นที่สมบูรณ์แบบตามฉบับของผู้ชายสมัยใหม่

A2B3C2D2

(24) “Gossip Gays” รายการวาไรตี้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ที่กำลังเป็นกระแสเพื่ออัพเดทเทรนด์ให้กับผู้ชมกลุ่มชายรักชายผ่านการนำเสนอของสองG-guruที่มีชื่อเสียง

สำหรับรายการที่ 25-36 ซึ่งเป็นรายการที่ใช้องค์ประกอบข้อ A3 เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับเรื่องราวที่แต่งขึ้นโดยใช้การนำเสนอผ่านคาแร็กเตอร์การ์ตูนนั้นผู้เขียนคิดว่าไม่เหมาะสมที่จะนำมาผลิตรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย เพราะเนื้อหาดังกล่าวเป็นเนื้อหาสำหรับผู้ชมวัยผู้ใหญ่และเรื่องราวส่วนใหญ่เป็นข้อเท็จจริง จึงไม่น่าที่จะใช้วิธีการนำเสนอดังกล่าว ผู้เขียนจึงละไว้ไม่ขอนำเสนอตัวอย่างเนื้อหาในส่วนดังกล่าว

ข้อจำกัดของการสร้างสรรค์เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ทุกประเภทย่อมมีข้อจำกัดและอุปสรรคเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยง

ไม่ได้ สำหรับอุปสรรคที่เกิดขึ้นอาจมาจาก 4 ด้าน (สุมน อยู่สิน,2557) อันได้แก่ (1) อุปสรรคจากการรับรู้ของนักคิดสร้างสรรค์รายการเอง (2) อุปสรรคด้านสังคมและวัฒนธรรม (3.) อุปสรรคด้านอารมณ์ (4) อุปสรรคจากธุรกิจ ซึ่ง4ด้านนี้เป็นอุปสรรคในขั้นต้นในกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการ นอกจากนี้ผู้เขียนคิดว่าเมื่อเราได้สร้างสรรค์รายการออกมาแล้วสิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงคือผู้รับสาร สำหรับตัวรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายที่ได้เสนอไป เมื่อมีการผลิตเนื้อหาออกมาแล้วนั้นย่อมต้องเจอกับปัญหาเกี่ยวกับผู้รับสารโดยเฉพาะปัญหาด้านการเปิดรับสื่อ (media exposure) เพราะเนื้อหาดังกล่าวมีลักษณะเป็นเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม สิ่งที่ตามมาจากลักษณะของเนื้อหาที่มีความเฉพาะคือเกิดการเลือกเปิดรับ (selective exposure) จากกลุ่มคนที่มีรสนิยมทางเพศที่สอดคล้องกับเนื้อหาเท่านั้น สำหรับคนที่ไม่มีรสนิยมทางเพศดังกล่าวก็จะไม่เลือกเปิดรับสื่อดังกล่าวเพราะสื่อดังกล่าวไม่สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของตน (Klapper,1960) สิ่งนี้จะทำให้กลุ่มผู้ชมรายการดังกล่าวมีจำนวนไม่มากนัก และสิ่งนี้เองย่อมส่งผลต่อรายได้ของผู้ผลิต

รายการทั้ง24รายการที่ผู้เขียนได้นำเสนอเป็นตัวอย่างนั้นเป็นรายการที่มีเนื้อหาที่เน้นไปในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชายเป็นการนำเสนอเนื้อหาแบบสุดโต่งซึ่งผู้เขียนมองว่าลักษณะเนื้อหาแบบสุดโต่งนั้นยังมีไม่มากในโทรทัศน์ไทย ในความเป็นจริงแล้วเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายสามารถอยู่ได้หลายระดับในรายการหนึ่งๆ หากจะให้มองเห็นภาพคือปลายด้านซ้ายสุดเป็นเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชายเลย เลื่อนไปทางขวาจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับชายรักชายเพิ่มเข้ามา และเพิ่มมากขึ้นเมื่อเลื่อนไปทางขวาจนกลายเป็นรายการที่มีเนื้อหาทั้งหมดเกี่ยวกับชายรักชาย (อย่างที่ผู้เขียนเสนอ)อยู่ด้านขวาสุด

0=ไม่มีเลย	10=เนื้อหาเฉพาะ

เนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย

ปัจจุบันนี้ตำแหน่งของเนื้อหาเกี่ยวกับชายรักชายในรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ผู้เขียนมองว่าจะอยู่ในตำแหน่งค่อนไปทางซ้าย กล่าวคือมีเนื้อหา/องค์ประกอบในรายการเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชาย เช่นที่พบบ่อยที่สุดคือในลักษณะของตัวละครประกอบแต่สิ่งที่พบคือเนื้อหาในลักษณะดังกล่าวกลับเป็นเนื้อหาที่ผู้ชมทั่วไปยอมรับได้

ข้อเสนอแนะของการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายเพื่อเป็นการลดปัญหาด้านการเปิดรับของผู้รับสารกลุ่มอื่นๆและเพื่อเพิ่มจำนวนผู้รับสารให้กับรายการที่ผลิต ผู้เขียนมีความเห็นว่าเราอาจจะเริ่มต้นผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายในลักษณะที่เป็นรายการที่มีเนื้อหาทั่วไป ไม่เฉพาะเจาะจงจนผู้ชมรู้สึกถูกยัดเยียดเนื้อหา เป็นเนื้อหาที่แสดงถึงพรสวรรค์หรือความสามารถพิเศษที่คนกลุ่มนี้มีที่โดดเด่นจากคนกลุ่มอื่น ทั้งนี้เพื่อเป็นการเริ่มต้นสำหรับการเปลี่ยนแปลงเนื้อหารายการโทรทัศน์ในบ้านเราให้มีความหลากหลายมากขึ้นแต่ถ้าหากผู้ผลิตมีความต้องการที่จะผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่เน้นประเด็นเฉพาะ ผู้เขียนคิดว่าเราอาจต้องมีการศึกษาถึงความเข้มข้นของเนื้อหาที่ผู้ชมทั่วไปสามารถรับได้ ทั้งนี้อาจใช้วิธีการศึกษาโครงความคิดของผู้ชมที่นำเสนอโดย โรเบิร์ต อาร์ โมนาแฮนที่เรียกว่า Repertory Grid (Monaghan,1972) เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ชม เราจะสามารถผลิตรายการที่ถูกใจผู้ชมได้ ซึ่งในส่วนนี้ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาวิธีการดังกล่าวและอาจนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการสร้างสรรค์เนื้อหาอื่นๆเพิ่มเติม

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายเป็นแค่จุดเริ่มต้นของความต้องการเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับงานทางด้านการผลิต แต่สำหรับมิติทางด้านสังคมนี่คือจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ความหลากหลายของกลุ่มคนอีกกลุ่มหนึ่งที่อยู่ร่วมสังคมเดียวกันกับเรา“สื่อ” ในฐานะตัวกลางที่ทำหน้าที่ประสานส่วนต่างๆของสังคมอาจจะต้องกระตือรือร้นที่จะเชื่อมประสานกลุ่มต่างๆในสังคมให้มีโอกาสได้เรียนรู้และเข้าใจซึ่งกันและกันอันจะนำมาสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างลงตัว

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- สุมน อยู่สิน. “ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตรายการ” ตำราอบรมผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์.กรุงเทพมหานคร:ส เจริญ การพิมพ์,2556.
- สุวรรณี คำมั่น.การปฏิรูปและการสื่อสารจะช่วยปฏิรูปการศึกษาและสังคมไทยได้อย่างไร ภายใต้กระแสโลกาภิวัฒน์ด้านสังคม.กรุงเทพมหานคร:บริษัท พริกหวานกราฟิคจำกัด,2551.

ภาษาอังกฤษ

- Guilford.JP.The Nature of Human Intelligence.New York:McGraw-Hill,1967
- Klapper,Joseph T.The Effect of Mass Communication.Illinois:The Free Press,1960
- Monaghan.Robert R. “A Systematic Way of Being Creative”. Journal of Communication.1968. Vol 18:47-58
- Monaghan.Robert R. “Repertory Grid:Application to assertaining viewer needs”. Education Broadcasting Review 6/1 Febuary:38-47

กระบวนการออกแบบลายเส้นเพื่อสื่อสารผ่านลักษณะดีและร้ายของตัวการ์ตูน กรณีศึกษา ภาพยนตร์การตูนขนาดสั้นเรื่อง Paperman

ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข*

บทคัดย่อ

การศึกษาการใช้เส้นเพื่อสื่อสารผ่านลักษณะดีและร้ายของการ์ตูนเรื่อง Paperman โดยใช้แนวคิดสัญวิทยาและแนวคิดในเรื่องของเส้นในลักษณะต่างๆ จากการค้นคว้าจากตำราและสื่อออนไลน์พบว่าเส้นที่สื่อสารลักษณะ ดีและร้ายของตัวการ์ตูนนั้นมีอยู่จริง โดยที่ผู้รับสารนั้นไม่ต้องตีความจากเนื้อเรื่อง แต่ทั้งนี้การ์ตูนเรื่อง Paperman นั้นเป็นการ์ตูนที่อยู่ในบริบทของการ์ตูนฝรั่ง (การ์ตูนดิสนีย์) เท่านั้น

Abstract

The study of line usage for communicate the good and bad characteristic of cartoon “Paperman” using the concept of semiology and concept of line in many characteristics. Researching through the books and online content can be concluded that the lines that communicate good and bad characteristics are existing even before the receiver (watcher) watch the content of the cartoon. However, Paperman is in Disney cartoon context.

บทนำ

เส้นเป็นเพียงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น เส้นเพียงเส้นเดียวไม่สามารถที่จะสื่อสารได แต่ถ้าหากเส้นถูกนำมาประกอบกัน เส้นจะถูกทำให้เกิดความหมายนอกเหนือจากตัวมันเองหรือที่เราเรียกว่า สัญญะ (Sign)เพื่อที่จะสร้างรหัส (Code) ในการสื่อสารให้ผู้รับสารหรือผู้ชมเข้าใจในการรับสารนั้นและรู้สึกไปตามรู้สึกไปตามอารมณ์ของตัวการ์ตูนนั้นๆ ผู้เขียนขอเรียกว่า รหัสของการ์ตูน (Cartoon Code) (ประสบโชค นวพันธ์พิพัฒน์ .มปป. 2540.)

เรื่องของ ‘เส้น’ ผู้ศึกษามีความสนใจในเรื่องของการสื่อสารผ่านตัวการ์ตูนที่ถูกสร้างขึ้นจากเส้นต่างๆที่มาประกอบกันจนเป็นการสร้างสรรค์สัญลักษณ์เฉพาะขึ้น (Icon) อาจทำให้ผู้รับสารหรือผู้ชมได้ทราบว่านี่คือการ์ตูนตัวดีหรือการ์ตูนตัวร้ายจากในบริบท (Context) ของการ์ตูนที่มีเนื้อเรื่องกำกับ ว่าเส้นมีบทบาทสามารถสื่อสารให้ผู้รับสารได้ทราบถึงความดีหรือร้ายของตัวการ์ตูนได้ และการสื่อสารของการออกแบบลักษณะของตัวการ์ตูนโดยการใช้เส้นต่างๆ

* ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

วัตถุประสงค์ผู้ศึกษาต้องการที่จะศึกษากระบวนการออกแบบลายเส้นเพื่อสื่อสารผ่านลักษณะดีและร้ายของตัวการ์ตูนโดยมีกรณีศึกษาเป็นภาพยนตร์การตูนขนาดสั้นเรื่อง Paperman จากค่ายวอลท์ ดีสนีย์ เนื่องจากการ์ตูนเรื่องนี้เป็นการ์ตูนภาพขาวดำใช้เทคนิคการวาดตัวการ์ตูนโดยใช้เส้นของตัวการ์ตูนเป็น 2 มิติ ไม่มีบทพูด ภาพยนตร์การ์ตูนขนาดสั้นเรื่อง Paperman ได้รับรางวัลสาขาภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นยอดเยี่ยม ครั้งที่ 85 รวมถึงรางวัล Award for Best Animated Short Film และรางวัล Annie Award for Best Animated Short Subject อีกด้วย

โดยผู้ศึกษาใช้แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเส้นในลักษณะต่าง แนวคิดเกี่ยวกับสัญวิทยา (Semiology) กระบวนการสื่อความหมาย ความหมายตรง ความหมายแฝง การใช้รหัสเพื่อการจัดระบบของสัญลักษณ์ แนวคิดเกี่ยวกับรหัสของการ์ตูน (Cartoon Code) สื่ออารมณ์ออกมาเป็นรูปภาพหน้าตา การแสดงอารมณ์ประกอบกับการออกแบบที่มีหลากหลาย และแนวคิดทฤษฎีในการสื่อสาร

ประเภทของการ์ตูน

ลักษณะของการ์ตูน สามารถแบ่งเป็นภาพรวมใหญ่ 2 ลักษณะ คือ

(1) การ์ตูนภาพนิ่ง (STATIC CARTOONS) หมายถึงลักษณะที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอิริยาบถ เป็นการบอกเล่า เล่าเรื่อง ไม่มีการดำเนินเรื่อง

(2) การ์ตูนภาพเคลื่อนไหว (DYNAMIC CARTOONS) หมายถึงลักษณะที่มีความเปลี่ยนแปลงลีลาอิริยาบถต่างๆ ของตัวการ์ตูน จากภาพหนึ่งไปยังอีกภาพหนึ่ง ประเภทของการ์ตูนในประเทศไทยแบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้

2.1. การ์ตูนการเมือง (Political Cartoons) เป็นการ์ตูนที่มุ่งเน้นการล้อเลียน เสียดสี ประชดประชันบุคคล หรือเหตุการณ์ที่สำคัญ ในไทยนิยมล้อเหตุการณ์ทางการเมือง เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านอ่านเกิดความสนใจมีความคิดเห็นใหม่ๆลักษณะการ์ตูนชนิดนี้อาจมีบรรยายหรือไม่มีก็ได้

2.2. การ์ตูนขำขัน (Gag Cartoons) เป็นการ์ตูนภาพเคลื่อนไหวที่มุ่งเน้นความขบขันเป็นหลัก การ์ตูนชนิดนี้จะนิยมนำเหตุการณ์ใกล้ตัวมาเขียนเป็นการ์ตูนที่ได้รับความนิยมมากในสังคมไทย

2.3 การ์ตูนเรื่องยาว (Comicorserial Cartoons) เป็นการนำเสนอการ์ตูนที่เป็นเรื่องราวต่อเนื่องกันจนจบ การ์ตูนชนิดนี้ปรากฏอยู่ในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ เรียกว่า Comics Strips แต่ถ้านำมาพิมพ์รวมเล่ม เรียกว่า Comics Books เช่น การ์ตูนเล่มของญี่ปุ่น และฝรั่ง ส่วนของการ์ตูนไทยนั้นนิยมนำเรื่องจากวรรณคดี นิทานพื้นบ้าน จักรๆ วงศ์ๆ เป็นต้น

2.4. การ์ตูนประกอบเรื่อง (Illustrated Cartoons) เป็นการ์ตูนที่ใช้ประกอบกับข้อเขียนอื่นๆ ประกอบโฆษณาเพื่อขยายความ หรือการ์ตูนประกอบการศึกษา

2.5. การ์ตูนมีชีวิต (Animated Cartoons) หรือการ์ตูนภาพยนตร์เป็นการ์ตูนที่มีการเคลื่อนไหว มีการลำดับภาพ และเรื่องราว ที่ต่อเนื่องกันคล้ายภาพยนตร์

เส้น (Line)

‘เส้น’ หมายถึงร่องรอยที่เกิดจากเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้าเรานำจุดมาวางเรียงต่อๆ กันไป ก็จะเกิดเป็นเส้นขึ้น ‘เส้น’ มีมิติเดียว คือ ความยาว ไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขต ของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี ตลอดจนกลุ่มรูปทรงต่างๆ รวมทั้งเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูปร่างรูปทรง เส้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิด เส้นสามารถให้ความหมาย แสดงความรู้สึก และอารมณ์ได้ด้วยตัวเอง ด้วยการสร้างเป็นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้น เส้นมี 2 ลักษณะคือเส้นตรง (Straight Line) และเส้นโค้ง (Curve Line) เส้นทั้งสองชนิดนี้ เมื่อนำมาจัดวางในลักษณะต่าง ๆ กัน จะมีชื่อเรียกต่าง ๆ และให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันอีกด้วย

	เส้นตั้ง หรือ เส้นดิ่ง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง
	เส้นนอนให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย
	เส้นเฉียงหรือเส้นทแยงมุม ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง
	เส้นหยักหรือเส้นซิกแซกแบบฟันปลาให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวอย่างเป็นจังหวะ มีระเบียบ ไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตรายขัดแย้ง ความรุนแรง
	เส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพ อ่อนโยน นุ่มนวล
	เส้นโค้งแบบก้นหอยให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวงงงวย คลี่คลาย หรือเติบโตในทิศทางที่หมุนวนออกมา ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด
	เส้นโค้งวงแคบให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทาง ที่รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง

	เส้นประให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อ ขาดหาย ไม่ชัดเจนทำให้เกิดความเครียด

ความสำคัญของเส้น

(1) ใช้ในการแบ่งที่ว่างออกเป็นส่วน ๆ

(2) กำหนดขอบเขตของที่ว่าง หมายถึง ทำให้เกิดเป็นรูปร่าง (Shape) ขึ้นมา

(3) กำหนดเส้นรอบนอกของรูปทรง ทำให้มองเห็นรูปทรง (Form) ชัดขึ้น

(4) ทำหน้าที่เป็นน้ำหนักอ่อนแก่ของแสดงและเงา หมายถึง การแรเงาด้วยเส้น

(5) ให้ความรู้สึกด้วยการเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูป และโครงสร้างของภาพ

ดังที่กล่าวมาเส้นไม่ได้มีความหมายด้วยตัวของมันเองเป็นเพียงแค่ความรู้สึกจากการมองของเราเท่านั้น เส้นจะเกิดความหมายได้ก็ต่อเมื่อเส้นต่างๆมาผสมสมกันจึงสามารถเกิดความหมายได้เรียกว่ารูปปรติมา (iconic) เส้นต่างๆ ที่ทำให้เกิดความรู้สึกอื่นๆ นอกจากอารมณ์หรือความหมายด้วยตัวของมันเอง เพราะเมื่อเส้นนั้นมาประกอบกันเป็นรูปร่างหรือรูปทรงจนเกิดเป็นภาพที่สามารถสื่อสารออกมาได้ เช่น

ภาพที่ 1 รูปรถ

จากภาพที่ 1 คือการใช้เส้นตรง เส้นนอน เส้นเฉียง เส้นโค้งผสมกัน ทำให้เส้นนั้นมีความหมายนอกเหนือจากตัวมันเองในบริบทของสากล(Context)ที่เรารู้กันว่ามันคือ ‘รถ’

ภาพที่ 2 รูปรถที่เพิ่มเส้นลงไป

ภาพที่ 2 หากนำเส้นนอนมารวมกับรูปรถก็จะเกิดความหมายนอกเหนือจากตัวมันเองอีกเช่นกันคือ ภาพที่ 1 ไม่มีเส้นนอนมาประกอบก็มองเป็นแค่รูปรถที่หยุดนิ่ง ภาพที่ 2 มีเส้นนอนจำนวน 5 เส้นมาประกอบทำให้เกิดความหมายอีกอย่างคือรถกำลังเคลื่อนตัวไปข้างหน้า ดังนั้นเส้นจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสื่อสารหรือสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ เพื่อที่จะสื่อความหมาย รวมถึงการสร้างสรรค์ตัวละครต่างๆ ในบริบทของการ์ตูนและเส้นยังเป็นตัวกำหนดหรือสิ่งที่นำมาประกอบสร้างเพื่อสื่อสารทางอารมณ์และความรู้สึกของตัวละครอีกด้วย

สัญญวิทยา(Semiology)

สัญญะของ Charles Sanders Peirce ทฤษฎีสัญญะที่หลายๆ คนในชั้นเรียนให้ความสนใจกันอยู่มีแนวทางมาจากบุคคล 2 ท่านคือแฟร์ดินองด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสกับนักปรัชญาชาวอเมริกัน ชาร์ลส์ แซนเดอร์ส เพิร์ส (Charls sanders Peirce) “สัญญะ” ของเพิร์สต่างจากของโซซูร์ตรงที่เพิร์สแบ่งสัญญะออกเป็นตรีภาค (triadic signs) ซึ่งครอบคลุมปรากฏการณ์อื่นๆ นอกเหนือระบบภาษาขณะที่โซซูร์ให้ความสำคัญกับสัญญะทางภาษาและมีลักษณะเป็นทวิภาค (dyadic signs) มโนทัศน์ - สัทภาพ // รูปสัญญะ - ความหมายสัญญะ ในบทความ Logic as Semiotic : Theory of Signs (1987) เพิร์สได้แบ่งสัญญะของเขาเป็นตรีลักษณะ (trichotomy) ซึ่งมีอยู่ 3 ชุดด้วยกัน แต่ที่รู้จักหรือมีความสำคัญเป็นตรีลักษณะชุดที่ 2 ซึ่งประกอบด้วย

(1) สัญรูป (Icon) เป็นสัญญะที่มีความชัดเจนในตัวเองไม่ต้องผ่านสื่อหรือกำหนดความหมาย มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับวัตถุที่มันอ้างอิงอยู่เกือบครบถ้วน เช่น ภาพเส้นตรงสามเส้นที่บรรจบกันมีมุมหนึ่งมีค่าเท่ากับ 90 องศา เป็นรูปปรติมากรรมของ ‘สามเหลี่ยมมุมฉาก’ รูปปรติมากรรมของเพิร์สแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ระดับแรกคงคุณลักษณะครบถ้วนมากที่สุดเรียกพิมพ์ปรติมา (hypoicon) ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพยนตร์และคอมพิวเตอร์กราฟิกเสมือนจริงส่วนที่ลดทอนลงมา แต่ยังมีลักษณะคล้ายคลึงได้แก่รูปปรติมา (iconic)ได้แก่ ภาพลายเส้นรูปกราฟิกหรือการ์ตูน

(2) ดรรชนี (index หรือseme) เป็นสัญญะที่คงบุคลิกภาพที่เป็นจริงของวัตถุหรือสิ่งที่ปรากฏขึ้นโดยส่วนหนึ่งอ้างอิงกับวัตถุหรือสิ่งที่เคยเกิดขึ้นมาก่อน อธิบายให้ง่ายขึ้น ดรรชนี เป็น สัญญะที่สามารถยืนยันการมีอยู่ของบางสิ่งบางอย่างได้ ไม่ว่าบางสิ่งนั้นจะมีอยู่หรือไม่มีอยู่ ณ ที่แห่งนั้นก็ตาม ยกตัวอย่างเช่น รอยเท้าที่ยำไปบนพื้นรอยกระสุนปืนเป็นดรรชนีที่บ่งชี้ถึงคนหรือการยิงปืน แม้เราจะมองไม่เห็นหรือได้ยินเสียงปืนในขณะเกิดเหตุแต่รูปสัญญะที่ปรากฏนั้นสามารถบอกเราในข้อเท็จจริงเหล่านี้ได้

(3) สัญลักษณ์ (symbol) เป็นสัญญะที่สื่อถึงวัตถุผ่านนัยยะบางอย่างที่โดยปรกติแล้วเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในห้วงความคิด ‘สัญลักษณ์’ เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตีความ (interpretant) จะสื่อความหมายได้หรือไม่ก็ขึ้นกับกฎและเงื่อนไขที่เราวางไว้ เช่น การโยนผ้าขึ้นบนเวทีมวยเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ว่านักมายชกต่อไปไม่ไหวแล้ว แต่หากปราศจากข้อตกลงการโยนผ้าก็ไม่มีความหมายอะไร ดังนั้นสัญญะชนิดนี้จึงเป็นสัญญะที่มีลักษณะหรือนัยยะของการสื่อสารที่ซับซ้อนกว่ารูปปรติมากรรมหรือดรรชนีเพราะถ้าเราไม่เข้าใจเงื่อนไขพื้นฐานของสัญลักษณ์ มันอาจไม่ได่บ่งชี้อะไรเลย ‘สัญลักษณ์’ จึงเป็นสัญญะที่ต้องพึ่งพิงกฎเกณฑ์บางอย่างที่ทำให้มันสามารถสื่อสารได้ สัญลักษณ์คือการใช้สัญญะในรูปแบบต่างๆทั้งที่เป็นรูปปรติมากรรม (icon) หรือดรรชนี (index) เพื่อสื่อความบนเงื่อนไขบางอย่าง สัญญะประเภทสัญลักษณ์นี้จึงเหมือนการประชุมรวมของนัยยะต่างๆ ที่เราต้องการสื่อสาร

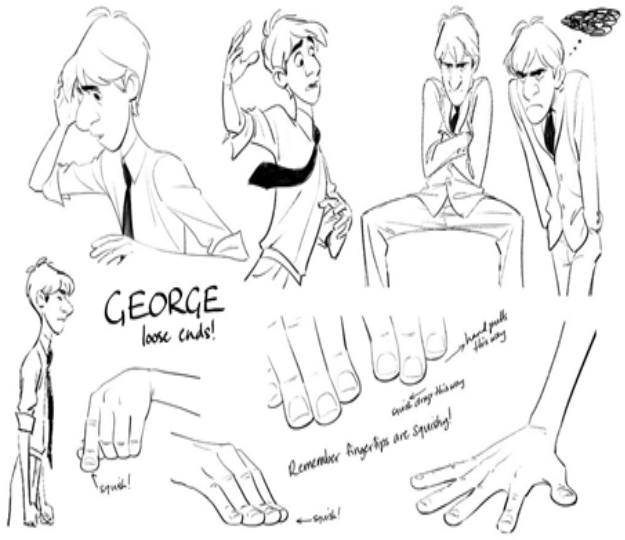
การ์ตูนเป็นงานฝีมือที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของนักเขียน นักเขียนการ์ตูนต้องสื่อสารแก่ผู้ชมได้รับรู้ถึงสิ่งที่ต้องให้ผู้รับสารนั้นรู้สึกไปตามอารมณ์ของตัวการ์ตูนนั้นๆ ขึ้นอยู่กับการพิจารณาอย่างละเอียดและเข้าถึงรหัสของการ์ตูนว่ามันคืออะไร ทำงานอย่างไรและทำไมรหัสของการ์ตูนซับซ้อนแต่ก็มีตรรกเหตุผลรองรับ ซึ่งประกอบไปด้วยวิธีการที่นักวาดการ์ตูนได้สร้างสรรค์สัญญลักษณ์เฉพาะขึ้นทำให้เกิดโลกที่เหมือนจริงขึ้น (Make-blievewold) ซึ่งเป็นโลกแห่งจิตนาการความทรงจำในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์

ลักษณะการออกแบบตัวละครเรื่อง Paperman

ลักษณะการออกแบบตัวละครเรื่อง ‘Paperman’ นั้นส่วนใหญ่จะใช้เส้นที่มีความโค้งมนมาประกอบกันทำให้เกิดตัวหมายขึ้น ตัวละครหลักมี 2 ตัวละครด้วยกัน

ภาพที่ 3ภาพ Sketch Design ของ George

คือ ตัวละครชายและหญิง ‘Paperman’ เป็นการ์ตูนเกือบขาวดำทั้งหมด ใช้เทคนิคอันคลาสสิคของดิสนี่ย์ที่เราไม่ได้เห็นนานแล้วนั่นก็คือการวาดลายเส้นแบบ 2D มาผสมกับงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก 3D ได้อย่างน่าทึ่ง น่าสนใจ ดูล้ำสมัย และได้อารมณ์ชวนให้นึกถึงงานเก่าแก่ดั้งเดิมของค่ายดิสนีย์ไปพร้อมกัน แต่จุดเด่นของงานอนิเมชั่นอยู่ที่เรื่องราวน่ารักๆ ของหนุ่มสาววัยทำงานตัวละครทั้งสองตัวมีความแตกต่างกัน ตัวละครผู้ชายชื่อว่า George เป็นชายที่มีลักษณะค่อนข้างที่มีซื่อบื่อ และซุ่มซ่ามซึ่งดูได้จากการออกแบบตัวละครใน Sketch Design ของ George ดังภาพที่ 3 โดยลักษณะการใช้เส้นที่มาประกอบกันในการออกแบบนั้นจะมีเส้นโค้งเป็นส่วนประกอบหลัก ทำให้เรารู้ได้ว่านี่คือสัญรูป (Icon)ลักษณะของตัวครชายนั้นจะเป็นผู้ชายรูป ภาพที่



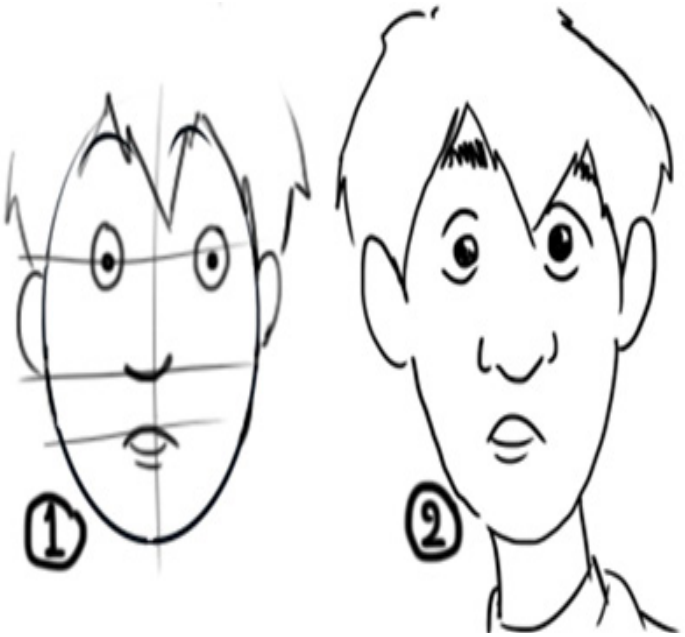
3ภาพ Sketch Design ของ George

ร่างผอม จมูกค่อนค้างโต ทรงผมยุ่งเหยิง ในบริบทของการ์ตูนฝรั่ง (การ์ตูนของดีสนีย์) จะเห็นได้จากลายเส้นที่ผู้เขียนสื่อความหมายผ่านลายเส้นออกมาส่วนใหญ่เป็นเส้นโค้ง มีเส้นโค้งวงแคบ หากมีแค่เส้นเดียวก็จะมีความหมายให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทาง ที่รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง และเส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพ อ่อนโยน นุ่มนวลทำให้เห็นความเคลื่อนไหว

ภาพที่ 4 ตัวละครที่เจ้านาย
(เปรียบเหมือนตัวละครคู่ตรงข้าม) ใน Paperman

โดยลักษณะการใช้เส้นที่มาประกอบกันในการออกแบบนั้นจะมีเส้นตรงในลักษณะต่างๆ เป็นส่วนประกอบหลัก ทำให้เรารู้ได้ว่านี่คือสัญรูป (Icon) ในบริบทของการ์ตูนฝรั่ง (การ์ตูนของดีสนีย์)ลักษณะของตัวละครชายนั้น เป็นผู้ชายรูปร่างสูงใหญ่ มีความเป็นระเบียบและนิยมความสมบูรณ์แบบ

ตัวละครเจ้านาย (Boss) ในเรื่องมีการออกแบบให้ใช้เส้นตรง มีความเหลี่ยมเป็นส่วนประกอบในการสร้างความหมาย เส้นตรงเส้นหรือเส้นดิ่ง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรงหากอยู่แค่เส้นเดียวหากประกอบกัน จนเกิดความเป็นรูปทรงเหลี่ยมทำให้เกิดความคม ดูแล้วมีความอันตราย และประกอบเส้นโค้งควำที่ปากทำให้รู้รู้สึกถึงการไม่พอใจ



การวิเคราะห์การใช้เส้นเพื่อกำหนดลักษณะดีและร้ายของตัวละคร

ตัวละครเอก (George) จากลำดับที่ผู้เขียนได้แสดงให้เห็นลำดับที่ 1, 2 และ 3 นั้น ภาพจะเริ่มโดยการใช้เส้นโค้งมาประกอบกันจนเกิดเป็นภาพของใบหน้าชายหนุ่มหน้าซื่อดูไร้พิษสง เส้นโค้งที่ดูยุ่งของทรงผมหรือเส้นโค้งที่ตกลงมาอาจแสดงถึงความไม่เรียบร้อยของตัวละคร ไม่เป็นระเบียบ

ในลำดับที่ 1. ภาพถูกร่างขึ้นมาจากเส้นโค้งที่สร้างความหมายนอกเหนือจากตัวมันเอง (Sign) เส้นโค้งที่ลากยาวจนเป็นรูปทรงกลมเป็นบริเวนใบหน้า ทรงกลมสองวงสื่อถึงดวงตาที่กลมโต เส้นโค้งปลายทั้งสองข้างชี้ขึ้นแสดงให้เห็นภาพร่างของจมูก เส้นโค้งปลายควำลงและเส้นโค้งอีกเส้นที่สวนทางกันแสดงให้เป็นภาพร่างของปาก มาประกอบกันในรูปทรงกลม ทำให้เกิดเป็นใบหน้าขึ้น ซึ่งถูกเรียกว่า (Icon)

ในลำดับที่ 2 ภาพร่างถูกร่างให้ชัดเจนขึ้นแสดงให้เห็นชัดเจนว่าเป็นภาพของตัวการ์ตูนเพศชายมีลักษณะไม่มีพิษภัย ดวงตากลมโตเกินจริงแสดงถึงความแปลกใจ จมูกโต ทรงผมยุ่งเหยิงแสดงให้เห็นถึงความไม่เรียบร้อย ไม่เป็นระเบียบ (แสดงถึงความเป็นรหัสการ์ตูน (Cartoons Code)

ลำดับที่ 3 ภาพที่เสร็จสมบูรณ์แล้วเป็นตัวละครเพศชายวัยหนุ่ม เป็นสัญรูป (Icon) ชื่อ George เป็นตัวหมายถึง (signified)

แสดงให้เห็นว่าตัวละครเอกชาย (George) นั้นใช้เส้นโค้งเพื่อสื่อความหมาย (Sing) ตัวละครเอกชาย (George) เป็นตัวละครที่ไม่อันตรายดูเป็นมิตรและปลอดภัยทำให้ผู้รับสารรู้สึกเป็มมิตรและหลงรักกับตัวละครเอกชาย George ได้ไม่ยากหากดูตามบริบทของการ์ตูนฝรั่ง (การ์ตูนดิสนีย์) และเนื้อเรื่องของการ์ตูนมาประกอบกัน ตัวละครนี้ก็ไม่ได้มีความอันตรายใดๆเลย

ตัวละครเจ้านาย (Boss)ตัวละครคู่ตรงข้าม

จากภาพดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงลำดับการสร้างตัวละครของเจ้านาย(Boss) จากลำดับที่ 1 ,2 และ 3 การใช้เส้นตรงจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นเส้นตรงแนวนอน เส้นตรงแนวดิ่ง เส้นตรงแนวเฉียง มาตัดกันจนเกิดรูปทรงเหลี่ยม แหลมคม และมีเส้นโค้งปลายทั้งสองข้างอยู่ด้านล่าง โดยเส้นตรงและเส้นโค้งที่มาประกอบกันในลักษณะนี้ทำให้เกิดความหมายนอกเหนือจากตัวมันเอง (Sign)

ลำดับที่ 1. ภาพถูกร่างขึ้นมาจากเส้นตรงแนวดิ่ง เส้นตรงแนวราบ เส้นตรงแนวเฉียง ที่สร้างความหมายนอกเหนือจากตัวมันเอง (Sign) จนเป็นรูปทรงห้าเหลี่ยม เป็นบริเวนใบหน้า ทรงสี่เหลี่ยมสองชิ้นสื่อถึงแว่นตา เส้นตรงดังที่กล่าวมาตัดกันจนเกิดภาพที่แสดงให้เห็นเป็นภาพร่างของจมูก เส้นโค้งปลายควำแสดงให้เป็นภาพร่างของปาก มาประกอบกันในรูปทรงห้าเหลี่ยมทำให้เกิดเป็นใบหน้าขึ้น ซึ่งถูกเรียกว่า (Icon)

ลำดับที่ 2 ภาพร่างถูกร่างให้ชัดเจนขึ้นจนทำให้ แสดงให้เห็นชัดเจนว่าเป็นภาพของตัวการ์ตูนเพศชาย มีลักษณะ ที่มีความตรงมี ดูมีความแหลมคม อันตราย แว่นตาสี่เหลี่ยม จมูกมีการใช้เส้นตรงมาประกอบกัน ศรีษะล้าน คิ้วใช้เส้นฟันปลาที่มีความแหลมคมเป็นระเบียบ ดูเข้มงวด (แสดงให้เห็นถึงความเป็นรหัสการ์ตูน (Cartoons Code)

แสดงให้เห็นว่าตัวละครร้ายชาย (Boss) นั้นใช้เส้นตรงหลากหลายเส้นมาตัดกันและเส้นโค้งปลายควำเพื่อสื่อความหมาย (Sing) ว่าเป็นตัวละครที่ดูอันตรายสังเกตุได้จากการใช้เส้นตัดจนเกิดความเหลี่ยมแหลมคม ดูไม่เป็นมิตรและมีความเจ้าระเบียบ เข้ม

งวด ผู้เขียนจึงคิดเห็นว่า ตัวละครร้ายชาย (Boss) เป็นตัวละครที่ดูอันตรายดูไม่เป็นมิตรและไม่ปลอดภัยทำให้ผู้รับสารรู้สึกไม่ดีกับตัวละครร้ายชาย (Boss) หากดูตามบริบทของการ์ตูนฝรั่ง (การ์ตูนดิสนีย์) และเนื้อเรื่องของการ์ตูนมาประกอบกัน ตัวละครที่มีบุคลิกเจ้าระเบียบและนิยมความสมบูรณ์แบบ เคร่งเครียด อันตราย

สรุป

การสร้างสรรค์ตัวการ์ตูนเพื่อสื่อความหมายให้ผู้รับสารรับรู้ว่าตัวละครใดดีหรือร้ายนั้น ในบริบทของการ์ตูนเรื่องนี้พบว่า เส้นตรงที่มาประกอบกันทำให้เกิดความเหลี่ยมคมทำให้รู้สึกอันตรายไม่เป็นมิตรตั้งแต่แรกพบโดยที่ไม่ต้องดูจากเนื้อเรื่อง ส่วนเส้นโค้งที่มาประกอบกันจนเป็นตัวการ์ตูนนั้น รู้สึกเป็นมิตรตั้งแต่แรกเห็นโดยที่ไม่ต้องดูเนื้อเรื่องเช่นกัน แต่ทั้งนี้การ์ตูนเรื่อง ‘Paperman’ นั้นเป็นการ์ตูนที่อยู่ในบริบทของการ์ตูนฝรั่ง (การ์ตูนดิสนีย์) เท่านั้น ผู้ศึกษาจึงจะนำบทความนี้ไปต่อยอดให้เป็นวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้การ์ตูนที่มีบริบทที่แตกต่างกัน

อ้างอิง

ภาษาไทย

- วารสารหนังสือใต้ดิน ฉบับที่ 12. เชิงอรรถ – สืบวงศ์วานการสืบสวน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไชน์, 2550.
- ปกิต บุญสุทธิ์ .วาดเส้นสร้างรูปทรงมนุษย์ แรงบัลดาลใจจากเส้น สี รูปทรง และพื้นผิวศิลปกรรมเซรามิค. วารสารวิจิตรศิลป์ ปีพ.ศ. 2555. เชียงใหม่, 2555
- ประสบโชค นวพันธ์พิพัฒน์. การใช้รหัสที่ปรากฏในงานของนักเขียนการ์ตูนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2540.
- มณเฑียร ศุภโรจน์ . การวิเคราะห์การ์ตูนสื่อความหมายเพื่อการรณรงค์โรคเอดส์ (พ.ศ. 2535-2539). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2540

ภาษาอังกฤษ

- Potts, Alex (1996) ‘Sign’ in Robert S. Nelson and Richard Shiff, eds., Critical
- Blair , P. Cartoon Animation . HongKong : Walter Foster , 1994.
- Fiske , J.Introduction to Communication.London :Methunen , 1993.
- http://disney.wikia.com/wiki/Paperman/Gallery
- http://disney.wikia.com/wiki/George_%28Paperman%29
- http://chrisoatley.com/making-of-paperman/
- http://www.vanseodesign.com/web-design/visual-grammar-lines/

การวิเคราะห์วาทกรรมจากข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร (ข่าว กทม.) ที่เผยแพร่ในช่วงมีการชุมนุมปิดกรุงเทพมหานคร “Bangkok Shutdown” ของกลุ่ม กปปส.

รัฐเขต ปรีชล*

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์วาทกรรมจากข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร (ข่าว กทม.) ที่เผยแพร่ในช่วงการชุมนุมปิดกรุงเทพมหานคร “Bangkok Shutdown” ของกลุ่ม กปปส. ใช้ทฤษฎีและแนวคิดการวิเคราะห์สัญวิทยาและแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ศึกษาความหมายจากข่าวสารที่อยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครและเพื่ออธิบายลักษณะการผลิตข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ว่าเป็นไปในลักษณะใด ผู้เขียนรวบรวมข่าวได้จำนวน 23 ข่าว แล้วทำการวิเคราะห์ความหมายพบว่ามีการสร้างความหมายในข่าวเพื่อตอกย้ำให้เห็นถึงภาพลักษณ์การเป็นหน่วยงานที่ให้บริการดูแลและช่วยเหลือประชาชนและยืนยันความเป็นกลางทางการเมืองซึ่งกรุงเทพมหานครแม้จะมีผู้บริหารสูงสุดเป็นข้าราชการการเมืองและเป็นผู้มอบนโยบายในการปฏิบัติงานแต่จากการวิเคราะห์ก็ไม่พบว่าได้รับอิทธิพลให้เขียนข่าวแสดงท่าทีเอนเอียงไปในทางใดทางหนึ่ง แต่อาจพบได้จากจำนวนและความถี่ในการนำเสนอข่าวที่มีไม่มาก แสดงออกถึงการให้ความสำคัญไม่มากนัก ขัดต่อภารกิจหลักของกรุงเทพมหานครที่ต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอันดับแรกซึ่งอาจเป็นนัยทางการเมืองก็ได้

Abstract

Discourse Analysis from Bangkok Metropolitan Administration News (BMA News) published during the demonstration in Bangkok or “Bangkok Shutdown” by People’s Democratic Reform Committee (PDRC). This research uses theories and concepts of Semiology analysis and Critical discourse analysis to study the meaning of information in the BMA News and to characterize the way of aspect of information production. This research compiled 23 news to analyze the meaning of those news and found significant meaning in the presses that BMA New try to delivered the image of BMA in the way of public service unit which always response to take caring and helping population without political biased. Even though Bangkok Metropolitan Administration has the top management officials from political party, but there are no influences on the BMA News contents to publish in the way of political prejudicing. However, when we considered the amount and frequency of “Bangkok Shutdown” News found that there is not much. It means that BMA did not pay attention much on this demonstration. The News should

* รัฐเขต ปรีชล บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

be as much as BMA's main missions who have to concern with the demonstration in the first priority. As a result, it could be implied to the political signification.

บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยตามพ.ร.บ.ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 และอำนาจหน้าที่ตาม พ.ร.บ.กำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2542 กำหนดให้กรุงเทพมหานครมีหน้าที่รับผิดชอบในการรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชนและการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง นอกจากนั้นพ.ร.บ.ระเบียบข้าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2554 ยังกำหนดให้การบริหารงานบุคคลต้องมีความเป็นกลางทางการเมืองด้วย เนื่องจากเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การดำเนินงานตามภารกิจต่างๆ ดังกล่าวนั้นย่อมเกี่ยวข้องกับประชาชนที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น ดังนั้นเพื่อให้ประชาชนเกิดความรับรู้และเข้าใจถึงบทบาทและการกระทำต่างๆ รวมถึงให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมกับทางราชการเพื่อรักษาความเป็นระเบียบของบ้านเมืองจึงจำเป็นต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ ทั้งในสถานการณ์ปกติและภาวะที่เกิดความไม่สงบเรียบร้อยให้ประชาชนในพื้นที่การปกครองได้รับทราบ

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 ที่ผ่านมา เกิดการชุมนุมของกลุ่ม กปปส. หรือคณะกรรมการประชาชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขโดยผู้นำคือนายสุเทพ เทือกสุบรรณ สมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ ประกาศก่อตั้งในวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ที่ศูนย์ราชการฯ ถนนแจ้งวัฒนะซึ่งมีมวลชนที่ต่อต้านรัฐบาลชุดนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร โดยชูประเด็นการคัดค้านร่าง พ.ร.บ.นิรโทษกรรมออกมาร่วมชุมนุมเป็นจำนวนมาก เหตุการณ์ที่สำคัญคือการเคลื่อนตัวเข้าชุมนุมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และประกาศ ปิดกรุงเทพมหานคร "Bangkok Shutdown" ในวันที่ 13 มกราคม 2557 มีการจัดตั้งเวทีปิดถนนสำคัญต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งส่งมวลชนไปเฝ้าสังเกตการณ์ และปิดล้อมบ้านพักรัฐมนตรี รวมถึงการตัดระบบประปาและไฟฟ้า เฉพาะสถานที่ราชการเพื่อไม่ให้ข้าราชการไปทำงานอีกด้วย จนกระทั่งวันที่ 2 มีนาคม 2557 แกนนำประกาศให้ยุบเวทีชุมนุมที่กระจายอยู่ไปรวมตัวกันที่สวนลุมพินีเพียงจุดเดียว ช่วงเวลา 49 วันที่กลุ่มผู้ชุมนุมทำการปิดกรุงเทพมหานครนั้น ก่อให้เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบต่างๆ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครส่งผลให้ประชาชนบางส่วนที่ได้รับผลกระทบมีความรู้สึกได้รับความเดือดร้อนและสถานที่ต่าง ๆ เกิดความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยซึ่งกรุงเทพมหานครจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบตามอำนาจหน้าที่รวมทั้งต้องช่วยเหลือประชาชนให้ทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จำเป็นต้องใช้การสื่อสารข้อมูลกับประชาชนเพื่อสร้างความรับรู้และเข้าใจถึงการดำเนินงานของกรุงเทพมหานคร แต่อย่างไรก็ตามแกนนำกลุ่มผู้ชุมนุมกับผู้บริหารของกรุงเทพมหานครมาจากพรรคการเมืองสังกัดเดียวกัน

ดังนั้นในบทความเรื่องนี้ได้จะได้วิเคราะห์ท่าทีของกรุงเทพมหานครจากข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครที่นำเสนอในช่วงเวลาที่เกิดความไม่สงบดังกล่าวโดยใช้ทฤษฎีสัญวิทยาและการสร้างความหมายและแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหมายจากข่าวสารที่อยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร (ข่าวกทม.) และอธิบายลักษณะการผลิตข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากเป็นหน้าที่ของข้าราชการประจำที่ต้องวางตัวเป็นกลางทางการเมืองตามการบริหารงานบุคคล แต่ยังคงต้องรับสนองนโยบายจากผู้บังคับบัญชาที่มาจากพรรคการเมืองโดยเฉพาะเป็นพรรคเดียวกันกับแกนนำผู้ชุมนุม

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้และระเบียบวิธีการศึกษา

(1) แนวคิดสัญวิทยาและการสร้างความหมาย (Semiology and Signification)

การศึกษาแนวสัญวิทยานี้ถือว่าตัวกำหนดของการสื่อสารขึ้นอยู่กับสังคมและสิ่งรอบตัวบนโลกของมนุษย์ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับกระบวนการของการสื่อสารแต่ระบบสัญญะทำการควบคุมการสร้างความหมายของตัวบทให้เป็นไปอย่างมีความสลับซับซ้อนอย่างแฝงเร้น และต้องขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละวัฒนธรรม สัญญะ อาจแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ตัวหมาย (Signifier) เป็นรูปแบบทางกายภาพของสัญลักษณ์ ส่วนที่สองคือ ตัวหมายถึง (Signified) คือบริบทภายในใจที่ถูกหมายถึงโดยตัวหมาย

(2) แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์วาทกรรม

“Discourse Analysis” ก็คือ “วาทกรรมวิเคราะห์”ซึ่งหมายถึง การพยายามศึกษาและสืบค้นถึงกระบวนการ ขั้นตอน ลำดับเหตุการณ์และรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆในการสร้างเอกลักษณ์ และความหมายให้กับสรรพสิ่งที่ห่อหุ้มเราอยู่ในสังคมในรูปของวาทกรรม และภาคปฏิบัติการของวาทกรรมว่าด้วยเรื่องนั้นๆ อย่างไร มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคล สถาบัน สถานที่ เหตุการณ์อะไรบ้าง และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสร้าง รวม ตลอดถึงการเก็บกด/ปิดกั้น สิ่งเหล่านี้ของ วาทกรรมมีอย่างไร (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร 2543: 27-28) นอร์แมน แฟร์เคลาฟ์ เสนอกรอบความคิดมิติในการวิเคราะห์วาทกรรม 3 มิติ ดังนี้

2.1 มิติบรรยายความคือการวิเคราะห์ตัวบท ได้แก่ การศึกษาตามหลักสัญวิทยาโดยดูที่หน่วยพื้นฐานและองค์ประกอบทางภาษาทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาในฐานะเป็นสัญญะเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจเนื้อหาและความหมายที่เป็นเอกภาพในตัวบท

2.2 มิติตีความ คือ การวิเคราะห์กระบวนการ (Process Analysis) ของภาคปฏิบัติการ วาทกรรมเป็นการศึกษาความหมายของตัวบทในฐานะที่เป็นผลผลิตของกระบวนการเข้ารหัสรวมทั้งศึกษากลไกวิธีการต่างๆ ในการสร้างความหมายโดยเฉพาะความหมายที่สัมพันธ์กับอุดมการณ์และความเชื่อในสังคม กลไกเหล่านี้จะรวมทั้งวัจนภาษาอวัจนภาษาและเทคทิควิธีทางการผลิตสื่อด้วย

2.3 มิติอธิบายความเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อหรือตัวบท ภาษา กับบริบทสังคมวัฒนธรรมที่สื่อหรือตัวบทนั้นปรากฏใช้เป็นการอธิบายการที่ภาษาถูกหล่อหลอมโดยสังคมวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ของภาษา สื่อ และสังคมซึ่งมักนำไปสู่ประเด็นเรื่องอุดมการณ์และความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม

(3) หลักการสร้างข่าวประชาสัมพันธ์

กองประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการสร้างข่าวประชาสัมพันธ์ ของกรุงเทพมหานคร โดยประเด็นที่สร้างข่าวมักเกี่ยวข้องกับภารกิจในเรื่องของ กิจกรรมผู้บริหาร นโยบายและแผนงาน ผลการดำเนินงาน รวมไปถึงข่าวบริการสังคม ซึ่งบุคลากรที่ผลิตข่าวคือข้าราชการที่ดำรงตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ ซึ่งการสร้างข่าวตามประเด็นดังกล่าวจะถูกเผยแพร่ไปสู่ประชาชนผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันตามประเภทของข่าว ได้แก่ ข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Release), ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (Created News Release), ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (Spot News Release), และข่าวตอบโต้เหตุการณ์ หรือ Response News Release

สื่อประชาสัมพันธ์ที่กองประชาสัมพันธ์สำนักปลัดกรุงเทพมหานครใช้ มีหลากหลายชนิดแต่สื่อหลักที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีความถี่แน่นอน คือ ข่าว กทม. (เป็นเอกสารข่าวที่จัดส่งให้ทั้ง 50 สำนักงานเขต เพื่อเผยแพร่ต่อไปยังชุมชนในพื้นที่เขตทุกวัน)

วิธีการศึกษาในบทความนี้เริ่มตั้งแต่การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ตามที่กล่าวมาแล้ว จากนั้นผู้เขียนจึงรวมรวมข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร (ข่าว กทม.) จากกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร ที่นำเสนอเกี่ยวข้องกับการชุมนุมของกลุ่ม กปปส. ที่

เผยแพร่ในช่วงวันที่ 13 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 2 มีนาคม 2557 รวม 49 วัน หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์และสรุปผลพร้อมให้ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

ผู้เขียนจึงรวมรวมข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร (ข่าว กทม.) จากกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร ที่นำเสนอเกี่ยวข้องกับการชุมนุมของกลุ่ม กปปส. ที่เผยแพร่ในช่วงวันที่ 13 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 2 มีนาคม 2557 รวม 49 วัน ซึ่งข่าวกทม. มีการแบ่งข่าวเป็น 4 ประเภทคือ 1.ข่าวผู้บริหาร 2. ข่าวสำนัก 3. ข่าวสำนักงานเขต และ 4. ข่าวบริการอื่น ๆ และข่าวที่เกิดขึ้นเฉพาะเมื่อมีรายการพิเศษ(เช่นข่าวเลือกตั้ง) ในบทความนี้ผู้เขียนจะศึกษาและทำการวิเคราะห์เฉพาะข่าวผู้บริหารเท่านั้นเพราะจะได้เห็นภาพชัดเจนของท่าทีผู้บริหารทั้งฝ่ายการเมืองและฝ่ายประจำ โดยในช่วงเวลาดังกล่าวปรากฏว่ามีข่าวผู้บริหารถูกนำเสนอ 116 ครั้ง เป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับการชุมนุม 23 ครั้ง

ข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร (ข่าวกทม.) ที่มีความเกี่ยวข้องกับการชุมนุมของกลุ่ม กปปส. ทั้งหมด 23 ข่าวโดยวิเคราะห์การสร้างความหมายตามแนวคิดสัญวิทยาพบว่ามีการใช้คำในข่าวที่ทำให้เกิดความหมายในรูปแบบต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คือ

• การแจ้งให้ทราบคือเป็นการแจ้งรายละเอียดหรือการดำเนินงานของกรุงเทพมหานครที่ได้ดำเนินการลงไป เช่น การแจ้งให้ทราบว่ากรุงเทพมหานครกำหนดให้มีหน่วยงานที่จะช่วยป้องกันหรือบรรเทาความวุ่นวายไม่สงบเรียบร้อยให้เป็นปกติอย่างแน่นอน หรือแจ้งว่าผู้บริหารกทม. ได้เน้นย้ำมากกว่าปกติไม่ให้ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาหรือเจ้าหน้าที่ทุกระดับพกอาวุธและคอยให้ความช่วยเหลือแก่บุคคลที่อยู่ภายใต้การปกครองของกรุงเทพมหานครทุกคนอย่างเสมอภาคและเป็นกลางทางการเมืองโดยใช้หลักการทางกฎหมาย หรือแม้กระทั่งให้ประชาชนทราบว่า กทม.ได้รวมกำลังเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาดในภาคพื้นที่มากกว่าปกติเข้าทำความสะอาดจัดระเบียบในพื้นที่ชุมนุมหลังจากที่ได้รับการคืนพื้นที่แล้ว

• ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วนที่เผยแพร่กรณีมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่ควรแจ้งให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและประชาชนได้รับทราบ เช่น ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครออกมาแนะนำให้ทั้งรัฐบาลและกลุ่มผู้ชุมนุมไตร่ตรองทบทวนในสิ่งที่กำลังกระทำกันอยู่ทันที เนื่องมาจากเกิดความเดือดร้อนแก่ประชาชนที่อยู่ภายใต้การปกครองของกรุงเทพมหานครแล้วแล้ว

• ข่าวตอบโต้เหตุการณ์คือข่าวที่ชี้แจ้งความจริงเกี่ยวกับประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งข้อสงสัยจากประชาชน เช่น ผู้บริหารระดับสูงของกรุงเทพมหานครขอให้บุคคลที่ไม่พึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่กทม. กล่าวหา วิจารณ์การทำงานของเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครว่าไม่มีความเป็นกลางนั้นให้เปิดใจรับรู้รับฟังความเป็นจริงและทำความเข้าใจว่าภารกิจทุกประการที่กรุงเทพมหานครได้ทำลงไปนั้นถือปฏิบัติตามกฎหมายกำหนดไว้ชัดเจน

เมื่อวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของ แฟร์เคลาฟ ซึ่งตามแนวคิดนี้ การวิเคราะห์วาทกรรมแบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่

มิติที่ 1 การวิเคราะห์ตัวบท (Text) /มิติบรรยายความ นั่นก็คือเนื้อหาข่าวที่ถูกผลิตขึ้นจากกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์แล้วพบว่าเนื้อข่าวที่ปรากฏนั่นมีบทบาท 3 ประการในขณะเดียวกันคือ

(1) Textual function การนำเสนอเนื้อข่าวให้มีความหมายผูกโยงเข้าใจได้เป็นองค์รวม ในช่วงเวลาขอบเขตของการศึกษาคือตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2557 ถึง 2 มีนาคม 2557 มีการนำเสนอข่าวที่อ้างถึงเหตุการณ์ชุมนุมของกลุ่ม กปปส. ทั้งหมดมีการเชื่อมโยงกันเป็นไปตามลำดับของเหตุการณ์คือ

• ช่วงการเตรียมความพร้อมต่อการชุมนุมก็นำเสนอข่าว “กทม.ตั้งศูนย์อำนวยการรักษาความ

สงบเรียบร้อยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มอบหมาย ผอ.เขต บัญชาพื้นที่การปกครอง” , “กทม.จัดอบรมเพิ่มประสิทธิภาพการจัดระเบียบเมืองและความสงบเรียบร้อย”

• การปฏิบัติหน้าที่ในช่วงเวลาที่มีเหตุการณ์ความไม่สงบ ได้นำเสนอข่าว “สรุปภาพรวมเลือกตั้งล่วงหน้าในกรุงเทพฯ ไม่สามารถดำเนินได้ตามปกติ”, “กทม.ประกาศใช้แผนเอราวัณ 2 รับเหตุฉุกเฉินทางการแพทย์เต็มพื้นที่ 50 เขต”

• การปฏิบัติหน้าที่หลักเสร็จสิ้นเหตุการณ์ชุมนุม นำเสนอข่าว “กทม.ระดมเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดหลัง กปปส.คืนพื้นที่”

นอกจากนั้นยังมีการนำเสนอข่าวที่เป็นการแสดงความรู้สึกต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในบางช่วงบางตอน เช่น “วอนประชาชนเข้าใจกทม. ทำหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด ไม่เข้าข้างฝ่ายใด”, “ทีมการเมืองกทม. ลากิจ ไว้อาลัยความสูญเสียจากการชุมนุม” เป็นต้น

(2) Ideation function ในเนื้อข่าวมีการนำเสนอให้เห็นเกี่ยวกับความคิดและความเชื่อของสังคมที่มีต่อกรุงเทพมหานคร โดยทราบได้จากข่าวที่มีลักษณะเป็นการแจ้งแก้ไขในสิ่งที่ขัดแย้งกับความคิดของสังคม เช่น “กทม.ชี้แจงไม่มีอำนาจสั่งเปิด – ปิดหน่วยเลือกตั้ง”, “วอนประชาชนเข้าใจกทม. ทำหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด ไม่เข้าข้างฝ่ายใด”เป็นต้น จากตัวอย่างความหมายเกิดจากการที่ประชาชนกำลังเข้าใจว่าข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของกรุงเทพมหานครละเลยการปฏิบัติหน้าที่ หรือมีการทำหน้าที่ไม่เป็นกลางทางการเมือง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องสร้างข่าวออกมาเผยแพร่เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น

(3) Interpersonal function คือข่าวมีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล ซึ่งแน่นอนว่าในข่าวประชาสัมพันธ์นั้น ย่อมแสดงออกถึงความสัมพันธ์ต่อประชาชนเป็นหลัก แต่ก็ยังมีบางข่าวที่ได้อ้างถึงบุคคลอื่นด้วย เช่น “แจ้งประชาชนหากหน่วยเลือกตั้งแจ้งงดลงคะแนน ไปเลือกตั้ง 23 ก.พ.ได้ใหม่”, “หารือ กกต.พิจารณาภารกิจสนับสนุนงานเลือกตั้งของ กทม. ขรก.กทม. ต้องปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน”, ศรส.จัดกำลังทหาร 27 กองร้อย ดูแลเลือกตั้งในกทม.” เห็นได้ว่าข่าวที่นำเสนอนั้นได้มีการชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างกรุงเทพมหานครกับบุคคลอื่น ทั้งประชาชน, กกต., ศรส. อันมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามภารกิจในสถานการณ์เดียวกันนั่นเอง เมื่อดำเนินการวิเคราะห์ถึงขั้นตอนนี้อาจตอบโจทย์ของวัตถุประสงค์ในบทความได้ถึงท่าทีของกรุงเทพมหานครที่แสดงให้เห็นผ่านเนื้อข่าวว่ามีจุดยืนหลักที่มุ่งเน้นการให้บริการประชาชนและรับผิดชอบสังคม เช่น

• กทม.จัดตั้งศูนย์อำนวยความสงบเรียบร้อยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

• เจ้าหน้าที่รักษาความสะอาดและเทศกิจปฏิบัติหน้าที่ทั้งกลางวันและกลางคืน

• กทม.ระดมเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดหลัง กปปส. คืนพื้นที่

จุดยืนในความเป็นการทางการเมืองและการปฏิบัติหน้าที่ตามหลักกฎหมาย เช่น

• รองปลัดฯ วอนประชาชนเข้าใจกทม. ทำหน้าที่ตามกฎหมายไม่ได้เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

• กทม.ชี้แจงไม่มีอำนาจสั่งเปิด-ปิด หน่วยเลือกตั้ง

• ผู้ว่า กทม.เยี่ยมผู้ได้รับบาดเจ็บเหตุขอคืนพื้นที่ ชี้ ทุกฝ่ายควรมีสติ

อย่างไรก็ตามหากวิเคราะห์เพียงเนื้อหาข่าวที่ปรากฏและพบว่าการสร้างความหมายในข่าวจะสื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในการให้บริการและจุดยืนเป็นกลางทางการเมือง แต่หากพิจารณาถึงถึงจำนวนและความถี่ของการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับการชุมนุมจะพบว่ามีเพียง 23 (จากการนำเสนอข่าวผู้บริหารในข่าวกทม.ทั้งหมด 116 ข่าว) และความถี่เป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่องคือ จุดนี้แสดงให้เห็นว่ากรุงเทพมหานครยังไม่ได้ให้ความสำคัญต่อเรื่องนี้เป็นหลักซึ่งขัดกับอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528

ที่บัญญัติเรื่องการรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชนไว้ในข้อที่ 1

มิติที่ 2 ปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice)/ มิติตีความ คือ ตัวเนื้อหาและบริบททางสังคมต่างก็มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งมี 2 ประเด็นคือ

(1) ตัวเนื้อหาถูกกำหนดโดยบริบททางสังคมเมื่อเกิดความไม่สงบในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครจึงมีการสร้างข่าวออกมาเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบในฐานะที่เป็นผู้ปกครองพื้นที่ให้อยู่ในความสงบเรียบร้อย หากวิเคราะห์ในรายละเอียดลงไปอีกพบว่า หากในสถานการณ์เดียวกันแต่บริบททางสังคมไม่เหมือนกันการนำเสนอก็จะต่างกันไปอีก เช่น ก่อนเริ่มการชุมนุมปิดกรุงเทพมหานครก็จะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมรับมือ เมื่อมีการชุมนุมปิดกรุงเทพมหานครก็นำเสนอข่าวเกี่ยวกับจุดยืนและการปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นกลาง เมื่อเกิดการเข้าใจผิดของประชาชนก็นำเสนอข่าวแก้ไข เมื่อเกิดเหตุการณ์สูญเสียก็นำเสนอข่าวเกี่ยวกับความรับผิดชอบ และเมื่อสิ้นสุดการชุมนุมปิดกรุงเทพมหานครก็นำเสนอข่าวเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่หลังการชุมนุม เป็นต้น

(2) ตัวบทมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคม ประเด็นนี้ ส่วนมากข่าวที่นำเสนอจะถูกเผยแพร่ออกมาในช่วงที่มีการเข้าใจผิดต่อองค์กรเพื่อปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมของผู้เข้าผิด เช่น “วอนประชาชนเข้าใจกทม. ทำหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด ไม่เข้าข้างฝ่ายใด” หรือ “กทม. ชี้แจงไม่มีอำนาจสั่งเปิด-ปิด หน่วยเลือกตั้ง” หรือในสภาวะที่องค์กรมีความต้องการบริบททางสังคมถูกปรับเปลี่ยนแก้ไขอย่างจริงจัง เช่น “ผู้ว่าฯ กทม.

ปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice)	
Process of production	Process of Interpretation
กรุงเทพมหานครเป็นผู้สร้างข่าวประชาสัมพันธ์เหล่านี้ขึ้นมา เพื่อแสดงจุดยืน แสดงความรู้สึก และสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเองโดยวิเคราะห์ขั้นตอนของการสร้างข่าวได้ คือ (1) เหตุการณ์ • การชุมนุมของกลุ่ม กปปส. (2) หน่วยงาน • กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรปกครองพื้นที่ (3) นโยบายผู้บริหาร • ความต้องการของผู้บริหารฝ่ายการเมืองที่จะสื่อสารกับประชาชน (4) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน • กองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานครผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ตามนโยบายที่ได้รับตามหลักการประชาสัมพันธ์ (5) เนื้องาน • ข่าวประชาสัมพันธ์กทม.ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ชุมนุม 23 ข่าว (6) สื่อสารกับประชาชน • เผยแพร่ประชาชนตามช่องทางที่ใช้เป็นประจำ	กลุ่มเป้าหมายของการสื่อข่าวทั้งหมดก็คือประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยให้รับข้อมูลผ่านช่องทางข่าว กทม. เพื่อให้เกิดการรับรู้ และเข้าใจบทบาท และการปฏิบัติหน้าที่ของกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาดังกล่าว

เยี่ยมผู้ได้รับบาดเจ็บเหตุขอคืนพื้นที่ ชี้ ทุกฝ่ายควรมีสติ" เป็นต้น

นอกจากนั้นการวิเคราะห์ปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) ยังสามารถวิเคราะห์ผู้ส่งและผู้รับข่าวสารดังกล่าว ให้เห็นภาพว่าข่าวที่เกิดขึ้นใครเป็นผู้ผลิตและส่งไป และใครเป็นผู้รับการสื่อสารนั้นเพื่อให้เกิดอะไร

มิติที่ 3 ปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice)/มิติอธิบายความ ส่วนนี้จะวิเคราะห์ถึงบริบทในระดับนามธรรมที่ส่งผลให้วาทกรรมหรือข่าวสารดังกล่าวขึ้น ดังนี้

• สถานการณ์ (Situational) สถานการณ์ที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการสร้างข่าวของกรุงเทพมหานครนั้น อาจแบ่งได้เป็น 2 สถานการณ์ คือ 1) สถานการณ์ชุมนุมของกลุ่ม กปปส. ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ข่าวที่นำเสนอส่วนใหญ่เป็นข่าวที่แจ้งให้ทราบถึงการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหาความไม่สงบนั้น ทั้งการเตรียมความพร้อมและภารกิจเร่งด่วน

• ความเข้าใจผิดของประชาชนบางกลุ่มที่คิดว่าข้าราชการเจ้าหน้าที่ของกรุงเทพมหานครละเว้นการปฏิบัติหน้าที่และมีพฤติกรรมที่ไม่เป็นกลางทางการเมือง จึงมีการนำเสนอข่าวแก้ไขความใจผิดนั้นและแสดงจุดยืนในการปฏิบัติหน้าที่โดยการอ้างกฎหมายเป็นหลัก

• อุดมการณ์ (Ideology) ตรงนี้หมายถึงอุดมการณ์ของผู้สร้างข่าว ซึ่งมีส่วนประกอบเป็น (1) ข้าราชการในกองประชาสัมพันธ์ ซึ่งข้าราชการจะต้องยึดมั่นในการสร้างจิตสำนึกในการเป็นผู้ให้บริการประชาชนยึดหลักความโปร่งใสในการปฏิบัติราชการ ไม่แสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ ต้องวางตัวเป็นกลาง ปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างของข้าราชการและประชาชนตลอดจนยึดมั่นในศีลธรรมอันดี และ (2) เป็นผู้ครองตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ซึ่งต้องมีความรู้ความสามารถในการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่เพื่อให้ทราบและเข้าใจในหน่วยงาน เกิดการยอมรับและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี (Favorable Image) ในใจของประชาชน ดังนั้นเมื่อรวมกันระหว่างข้าราชการผู้ครองตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์เข้าด้วยกันแล้ว อุดมการณ์คงสนธิได้ว่า เป็นผู้ผลิตข่าวสารบริการเพื่อเผยแพร่ให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดี ด้วยเนื้อหาที่โปร่งใส เป็นกลาง รักษาความสงบไม่กระทบกระเทียบใคร ออกมาเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอและให้ความหมายตามที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว ยกตัวอย่างเช่น "...ทั้งนี้ ประชาชนผู้ไม่สามารถลงคะแนนเลือกตั้งได้เนื่องจากมีการปิดหน่วยเลือกตั้ง ยังสามารถไปใช้สิทธิเลือกตั้งได้ในวันที่ 23 ก.พ. 57..."(ให้เกิดความรู้ความเข้าใจ) หรือ "...กทม.ได้ระดมเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาดจากสำนักงานเขต 28 เขต สำนักเทศกิจ สำนักการโยธา สำนักการระบายน้ำ จำนวน 3,000 คน พร้อมเครื่องมืออุปกรณ์เข้าร่วมทำความสะอาดพื้นที่บริเวณที่ตั้งเวที 4 จุด..."(ไม่กล่าวว่าเกิดความเสียหายร้ายแรงอย่างไรและใครเป็นผู้กระทำ) เป็นต้น

• อำนาจ (Power) ข้าราชการเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ความสามารถสูงเพียงพอที่จะบริหารให้สำเร็จลุล่วงไปตามนโยบายได้เป็นอย่างดีแต่อยู่ภายใต้อาณัติของนักการเมืองที่สามารถให้คุณให้โทษได้ กรุงเทพมหานครก็เช่นเดียวกัน อำนาจผู้บังคับบัญชาของข้าราชการซึ่งได้แก่ ทีมข้าราชการการเมืองที่เป็นผู้บริหารโดยปกติแล้วการนำเสนอข่าวของกรุงเทพมหานครจะเป็นไปในลักษณะเชิงประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว ซึ่งเนื้อหาที่ออกมาไม่มีเนื้อหาทำลายภาพลักษณ์ของผู้บริหารหรือกรุงเทพมหานครเลยแต่ก็ยังมีผลกระทบในเรื่องของการนำชื่อ หรือ ตำแหน่งของผู้บริหารไปเป็นบุคคลในข่าว เมื่อนับจำนวนผู้ที่ปรากฏชื่อในข่าวเป็นไปในลักษณะของความเป็นจริง จำแนกได้ดังนี้

ชื่อบุคคลที่เป็นประธานในรูปประโยคของข่าวกทม.	
ชื่อ	จำนวน
ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือผู้บริหารฝ่ายการเมือง	11

ปลัดกรุงเทพมหานครหรือผู้บริหารฝ่ายประจำ	12

ซึ่งผลจากการจำแนกดังกล่าวแสดงว่า การสร้างข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครยังได้รับผลกระทบจากอำนาจของผู้บริหารในฝั่งการเมืองในระดับที่น้อยเพราะมีการใช้ชื่อผู้บริหารฝ่ายการเมืองมาเป็นผู้ให้ข่าวเพียงจำนวน 11 ครั้งเท่านั้น

• สังคมและวัฒนธรรม (Societal) ในปัจจุบันสังคมและวัฒนธรรมเริ่มเปลี่ยนไป ประชาชนได้รับการศึกษามีความรู้เพิ่มมากขึ้นมีการดูแลตัวเองได้เป็นอย่างดีและมีความคิดแบบเป็นประชาธิปไตยไม่ยอมรับและยอมตกเป็นผู้อยู่ใต้การปกครอง ขณะเดียวกันระบบราชการไทยก็ได้ปรับเปลี่ยนยอมรับการใช้ทฤษฎีการจัดองค์การยุคหลังสมัยใหม่คือการเป็นผู้ให้บริการมากกว่าเป็นผู้ปกครอง ดังนั้นการสร้างข่าวที่เผยแพร่ออกไปจึงมีลักษณะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการ การยึดมั่นความเป็นกลางและความถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อจะก่อให้เกิดการยอมรับ ศรัทธา และให้ความร่วมมือต่อองค์กรในที่สุด

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

(1) สรุปผลการศึกษา จากการวิเคราะห์ความหมายในข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการชุมนุมของกลุ่ม กปปส. มีจำนวน 23 ข่าวโดยใช้แนวคิดสัญวิทยา พบว่ากรุงเทพมหานครพยายามที่จะสื่อสารให้ประชาชนรับทราบถึงการดำเนินงานช่วยเหลือประชาชนในช่วงที่เกิดการชุมนุม ทั้งการอำนวยความสงบเรียบร้อยและการเตรียมความพร้อมให้ช่วยเหลือในภาวะฉุกเฉิน รวมถึงมีการแสดงออกถึงความรู้สึกห่วงใยประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการชุมนุมไม่ว่าจะเป็นการบาดเจ็บหรือการเสียชีวิตก็ตาม และที่สำคัญคือการแสดงจุดยืนในความเป็นกลางทางการเมืองว่าไม่เข้าข้างฝ่ายรัฐบาล หรือฝ่ายผู้ชุมนุมที่มีแกนนำเป็นสมาชิกพรรคการเมืองเดียวกับผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

เมื่อวิเคราะห์ตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์พบว่าการสร้างข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครถูกสร้างขึ้นตามหลักการสร้างข่าวประชาสัมพันธ์ โดยกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานครเพื่อนำเสนอสู่ประชาชนให้รับทราบและเข้าใจตามความหมายที่สร้างขึ้นดังกล่าว ข่าวสารนั้นสอดคล้องกับเหตุการณ์ความไม่สงบที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น แม้ว่ากลุ่มผู้ชุมนุมจะมีแกนนำเป็นสมาชิกพรรคการเมืองเดียวกับผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่ก็ไม่พบว่ามีผลกระทบต่อการสร้างข่าวประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปในลักษณะที่สนับสนุนการกระทำแต่มีลักษณะเน้นการสร้างภาพในการให้บริการและการแสดงความเป็นกลางทางการเมือง

(2) อภิปรายผลการศึกษา

อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาที่เกิดขึ้นมีการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับการชุมนุมเพียง 23 ข่าว แสดงให้เห็นว่ากรุงเทพมหานครไม่ได้ให้ความสนใจกับกับเหตุการณ์นี้เป็นหลักขัดต่อภารกิจหลักของการบริหารราชการกรุงเทพมหานครซึ่งอาจเป็นผลมากจากผู้บริหารเป็นสมาชิกพรรคการเมืองเดียวกับแกนนำผู้ชุมนุมดังกล่าว แม้ไม่ได้แสดงออกผ่านเนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่แต่ก็อาจสันนิษฐานได้ว่าเป็นเช่นนั้น

ข่าวที่ถูกสร้างขึ้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นวาทกรรมแบบ “พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง” หมายถึง กรุงเทพมหานครคงไม่อยากที่จะสื่อสารหรือเกี่ยวข้องกับการชุมนุมมากนักเพราะที่สุดแล้วผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครก็ยังคงเป็นสมาชิกพรรคการเมืองเดียวกับแกนนำผู้ชุมนุม คำบางคำหากสื่อสารออกไปหรือเน้นย้ำบ่อยครั้งอาจจะก่อให้เกิดผลเสียต่อตนเองแต่หากอยู่เฉยๆไม่สื่อสารอะไรออกไปยังจะก่อเกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่า หรือหากจำเป็นจริงๆ ก็อาจเป็นวาทกรรมการสื่อสาร “กลืนไม่เข้า คายไม่ออก” ที่ต้องยืนยันความเป็นกลางทั้งๆ ที่ปล่อยให้ผู้ชุมนุมก่อความไม่สงบในหลายพื้นที่แต่ไม่เข้าไปจัดการ ซึ่งก็เป็นผลให้ไม่สามารถตอบคำถามหรือสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจในประเด็นนี้ได้ว่าเพราะเหตุใด เป็นวาทกรรมอีกแบบหนึ่งที่เรียกว่า “น้ำท่วมปาก” นั่นเอง

(3) ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับการวิเคราะห์ท่าทีทางการเมืองของผู้บริหารกรุงเทพมหานครควรย้อนกับไปศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครที่เผยแพร่ในช่วงที่มีเหตุการณ์ชุมนุมของกลุ่มคนที่มีแกนนำเป็นสมาชิกพรรคการเมืองเดียวกับรัฐบาลด้วยเพื่อเปรียบเทียบและสามารถนำมาอธิบายได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- วรพงศ์ ไชยฤกษ์ (มปป.) วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์: มุมมองใหม่ในการวิจัยทางภาษาไทย. เอกสารการสอนประจำสาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2554) วาทกรรมการพัฒนา กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิภาษา
  little girl. (2550) communication design. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : http://nuttacha.blogspot.com/2007/09/semiology-and-signification.html.(4 สิงหาคม 2550)
- อุไรวรรณ ธนสถิตย์ (มปป.) วัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย. บทความทางวิชาการ สาขาวิชาการศึกษาทั่วไป คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเอกสารข่าวกทม. (2557)
- ข่าวผู้บริหารกรุงเทพมหานคร. กองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร (13 มกราคม 2557 – 2 มีนาคม 2557)

วิจารณ์บทความชุด Future of Advertising ของวารสาร Harvard Business Review ฉบับเดือนมีนาคม 2556

อาจารย์ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์*

วารสาร Harvard Business Review เป็นวารสารซึ่งจัดทำขึ้นโดย Harvard Business School สถาบันการศึกษาทางด้านธุรกิจที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก ซึ่งโดยปกติ Harvard Business Review จะตีพิมพ์บทความของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจในแขนงต่าง ๆ ที่มักได้รับการยอมรับในแวดวงธุรกิจระดับโลกและมีการนำไปใช้อ้างอิงในแวดวงวิชาการอยู่บ่อยครั้ง

สำหรับวารสาร Harvard Business Review ฉบับประจำเดือนมีนาคม 2556 ได้ให้ความสำคัญงานด้านการโฆษณาภายในแนวคิด Future of Advertising โดยได้มีการตีพิมพ์บทความที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาถึง 3 ชิ้นด้วยกัน อันประกอบด้วย บทความเรื่อง Advertising Analytics 2.0 เขียนโดย Wes Nichols บทความเรื่อง For Mobile Devices, Think Apps, Not Ads เขียนโดย Sunil Gupta และบทความเรื่อง Advertising's New Medium: Human Experience เขียนโดย Jeffrey F. Rayport

บทความชุด Future of Advertising โดยรวมนั้นเป็นการเจาะลึกถึงอุตสาหกรรมการโฆษณาในปัจจุบันและอนาคตซึ่งกำลังอยู่ในช่วงเวลาของการเปลี่ยนผ่านครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่ง อันเป็นผลเนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศและการสื่อสาร นอกจากนี้ในบทความชุดนี้ยังได้พูดถึงรูปแบบใหม่ ๆ ของการโฆษณา รวมถึงแคมเปญโฆษณาที่ได้รับความสำเร็จเป็นอย่างสูง

บทความเรื่อง Advertising Analytics 2.0 ซึ่งเขียนโดย Wes Nichols ผู้ร่วมก่อตั้ง MarketShare บริษัทวิเคราะห์และพยากรณ์ทางด้านการตลาดระดับโลก ได้กล่าวถึงการที่องค์กรธุรกิจสามารถใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการโฆษณา ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดขายของสินค้าให้เพิ่มสูงขึ้นได้เป็นอย่างมาก

บทความเรื่อง For Mobile Devices, Think Apps, Not Ads ซึ่งเขียนโดย Sunil Gupta หัวหน้าภาควิชาการตลาด แห่ง Harvard Business School ได้นำเสนอแนวคิดของรูปแบบของการโฆษณาออนไลน์ในยุคใหม่ ในลักษณะของ Application ซึ่งน่าจะดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า Banner โฆษณาขนาดเล็ก โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่าน Smartphone

อาจารย์ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์ หัวหน้าภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

บทความชิ้นสุดท้าย Advertising's New Medium: Human Experience ซึ่งเขียนโดย Jeffrey F. Rayport ได้กล่าวถึงการโฆษณาในยุคปัจจุบันที่ไม่สามารถใช้วิธีการจูงใจหรือดึงดูดใจให้คนสนใจในตัวงานโฆษณาด้วยกลยุทธ์การขัดจังหวะจากการเบรคโฆษณาในขณะที่คนกำลังสนใจในรายการโทรทัศน์ที่ตนชื่นชอบหรือการพูดข้อความโฆษณาซ้ำๆ ย้ำบ่อย ๆ ครั้งเพื่อหวังให้คนจดจำโฆษณาหรือสินค้าในโฆษณาได้อีกต่อไป

การจะดึงดูดความสนใจของผู้ชมโฆษณาในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับมิติทางด้านสถานที่และเวลา ทำอย่างไรให้ผู้ชมโฆษณาได้เห็นโฆษณาของเราในเวลาที่เขาพร้อมที่จะเปิดรับข้อเสนอของสินค้ามากที่สุดซึ่งจากการที่ผู้เขียนได้อ่านบทความชุด Future of Advertising นี้แล้ว ก็พบว่ามีข้อมูล และแนวคิดที่น่าสนใจในหลากหลายแง่มุมซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจงานด้านการโฆษณา และการตลาดเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เรากำลังก้าวสู่ยุคดิจิทัลและการสื่อสารบนสื่อออนไลน์เป็นหลักดังเช่นในปัจจุบันสำหรับท่านผู้ที่สนใจอยากจะอ่านบทความชุดนี้โดยละเอียดสามารถหาอ่านได้จากเว็บไซต์ของ Harvard Business Review ที่ www.hbr.org หรือถ้าผ่านช่องทางทันสมัยผ่าน Application ก็มีให้ดาวน์โหลดได้ที่ App Store เช่นกัน

ประวัติผู้เขียนบทความ

• ดร.รัฐพล ไชยรัตน์	รองคณบดีฝ่ายกิจการนิสิตและศิษย์เก่าสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
• ดร.สุเทพ เดชะชีพ	คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
• ดร.ต่อตระกูล อุบลวัตร	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
• ณฐมน วันวิชัย	อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
• สิริวิมล ปัณณราช	อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
• วิทูร ศิริเชวง	อาจารย์ประจำคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
• พงศวีร์ สุภานนท์	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการภาพยนตร์กลุ่มสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
• ดร.มนฑิรา ธาดาอำนวยชัย	ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม
• วรวุฒิ ทัดบรรทม	อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมการผลิตสื่อ สถาบันกันตนา
• วรศิริ วัดเข้าหลาม	อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมการผลิตสื่อ สถาบันกันตนา
• นวลพรรณ เนติทวีทรัพย์	บัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
• ดร.จุฑา ติงศภัทิย์	อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
• เจตน์จันทร์ เกิดสุข	บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
• ยุทธนา สุวรรณรัตน์	บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
• ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข	บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
• รัฐเขต ปรีชล	บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
• ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์	หัวหน้าภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

หลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัย
เพื่อพิมพ์ในวารสารนิเทศสยามปริทัศน์

กองบรรณาธิการวารสารนิเทศสยามปริทัศน์มีความยินดีที่จะขอเรียนเชิญผู้ที่สนใจทุกท่านส่งบทความทางวิชาการหรือรายงานการวิจัยเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ความรู้และความก้าวหน้าทางวิชาการในวารสารนิเทศสยามปริทัศน์ ทั้งนี้บทความที่ส่งมาให้พิจารณาต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ในระหว่างการตีพิมพ์ในวารสารอื่น ทางกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจทานและแก้ไขต้นฉบับและจะพิจารณาตีพิมพ์ตามความเหมาะสม โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

1. บทความวิชาการหรือบทความวิจัยเน้นสาระความรู้ การวิจัยและวิชาการที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ ประชาสัมพันธ์ โฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ การแสดง ฯลฯ ซึ่งเป็นการนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการและวิชาชีพที่น่าสนใจ

2. บทความวิชาการหรือบทความวิจัยเรื่องที่ส่งไปตีพิมพ์จะต้องเป็นเรื่องที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน หรือไม่อยู่ในระหว่างส่งไปตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น ต้องระบุชื่อบทความและชื่อ-นามสกุลจริงของผู้เขียนบทความภายในบทความให้ชัดเจน

3. บทความวิชาการหรือบทความวิจัยต้องเขียนเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ในกรณีที่เป็นภาษาอังกฤษต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาก่อนส่งมายังกองบรรณาธิการ

4. ผู้เขียนต้องกรอกข้อมูลในแบบเสนอขอส่งบทความเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารนิเทศสยามปริทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยามให้ครบถ้วนและส่งมาพร้อมกับบทความวิชาการหรือบทความวิจัย

5. บทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งตีพิมพ์จะได้รับกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 2 ท่านในสาขาที่เกี่ยวข้องกับบทความ สำหรับบทความที่ไม่ผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบ แต่จะไม่ส่งต้นฉบับคืนผู้เขียน

6. บทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่แปลหรือเรียบเรียงจากภาษาต่างประเทศต้องมีหลักฐานการอนุญาตให้พิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์

7. บทความวิชาการหรือบทความวิจัยต้องมีรูปแบบของการเขียนและการเตรียมต้นฉบับโดยชื่อเรื่อง ให้พิมพ์ไว้หน้าแรก ส่วนรายชื่อผู้เขียนให้พิมพ์ไว้ใต้ชื่อเรื่อง โดยเยื้องไปทางขวามือ ชื่อเรื่องและ

ชื่อผู้เขียนให้ระบุภาษาอังกฤษไว้ด้วย ส่วนตำแหน่งและสถาบันหรือที่ทำงานของผู้เขียนควรพิมพ์ไว้เป็นเชิงอรรถ ความยาวของเนื้อเรื่องต้องไม่เกิน 8 หน้ากระดาษ A4 ขนาดอักษร TH Saraban New 16 (บทความที่มีภาพประกอบให้แนบไฟล์ภาพ .JPEG) โดยมีการเรียงลำดับเนื้อหาดังนี้

7.1 บทความวิชาการ

- บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4)
- เนื้อหาบทความ
- เอกสารอ้างอิง

7.2 บทความวิจัย

- บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4)
- บทนำซึ่งครอบคลุมความสำคัญของปัญหาและวัตถุประสงค์การวิจัย
- วิธีการวิจัย (กลุ่มตัวอย่าง,เครื่องมือ,วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล)
- สรุปผลการวิจัยและข้อจำกัดของการวิจัย
- อภิปรายผลการวิจัย
- เอกสารอ้างอิง

ผู้เขียนสามารถจัดส่งด้วยตัวเองหรือไปรษณีย์มาที่คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม เลขที่ 38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม. 10160 โดยส่งต้นฉบับบทความที่พิมพ์ลงบนกระดาษ A4 จำนวน 2 ชุด และต้นฉบับบทความที่บันทึกลงในแผ่นซีดี จำนวน 1 แผ่น

8. การอ้างอิงใช้การอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา โดยวงเล็บเฉพาะชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง ปีที่พิมพ์และหน้าเอกสารที่อ้างอิงถึงต่อท้ายโดยระบุชื่อผู้แต่ง ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ปีที่พิมพ์ของเอกสารที่ถูกอ้างอิงในเนื้อความ โดยมีวงเล็บแทรกอยู่กับเนื้อหา และหน้าที่อ้างอิงใส่ไว้ท้ายข้อความนั้น

รูปแบบ : (ชื่อผู้แต่ง, ปีพิมพ์ : เลขหน้าที่อ้างถึง) ตัวอย่าง : (อมร รักษาสัตย์, 2544 : 39)

สำหรับรูปแบบบรรณานุกรม ผู้ส่งบทความทำรูปแบบบรรณานุกรมเรียงลำดับเอกสารภาษาไทยก่อนภาษาอังกฤษ และให้เรียงตามลำดับตัวอักษร โดยมีรูปแบบการเขียนดังนี้

• หนังสือ

รูปแบบ : ชื่อ / ชื่อสกุล. / ชื่อเรื่อง. /ครั้งที่พิมพ์. /เมืองที่พิมพ์ / : / ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์, / ปีที่พิมพ์. ตัวอย่าง : ชินวุธ สุนทรสีมะ. (2522). หลักและวิธีทำวิทยานิพนธ์ รายงานประจำภาคและเอกสารวิจัย. (พิมพ์ครั้ง 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

• บทความวารสาร มีรูปแบบการเขียนดังนี้

รูปแบบ : ชื่อผู้เขียน. /(ปี, / วัน / เดือน)./ ชื่อบทความ. / ชื่อวารสาร. ปีที่หรือเล่ม(ฉบับที่), / เลขหน้า.

ตัวอย่าง : วิทยาคม ยาพิศาล. (2547,กรกฎาคม - กันยายน). การพัฒนาคุณภาพระบบงานศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์เชียงใหม่ตามแนวทางการตรวจติดตามทางวิชาการและระบบคุณภาพ. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. 46(3), 142 - 153.

• บทความหนังสือพิมพ์ มีรูปแบบการเขียนดังนี้

รูปแบบ : ชื่อผู้เขียนบทความ. / “ชื่อคอลัมน์ / : / ชื่อเรื่องในคอลัมน์” /ชื่อหนังสือพิมพ์. / วัน / เดือน / ปี, / หน้า. / เลขหน้า.

ตัวอย่าง : นิติภูมิ เนาวรัตน์. “เปิดฟ้าส่องโลก : ตัวอย่างการอยู่ร่วมกัน : อียู” ไทยรัฐ. 5 มิถุนายน 2546, น.13.

• วิทยานิพนธ์ มีรูปแบบการเขียนดังนี้

รูปแบบ : ชื่อผู้เขียน. / ชื่อเรื่อง. / ระดับวิทยานิพนธ์. / ชื่อเมืองที่พิมพ์ / : / ชื่อมหาวิทยาลัย, / ปีที่พิมพ์.

ตัวอย่าง : ภัคพร กอบพึ่งตน. การประเมินคุณภาพการพยาบาลผู้คลอดปกติในโรงพยาบาลนครพิงค์จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2540.

• เว็บไซต์ มีรูปแบบการเขียนดังนี้

รูปแบบ : ชื่อผู้เขียน./ปี. / ชื่อหัวเรื่อง. / วันที่สืบค้น ....., / เข้าถึงจาก http:// .....

ตัวอย่าง : เรวัติ แสงสุริยงค์. (2542). คนอินโดจีน. วันที่สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2542 เข้าถึงจาก htpp://www.huso.buu.ac.th

แบบเสนอขอส่งบทความเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารนิเทศสยามปริทัศน์
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ข้าพเจ้า.....
ตำแหน่ง.....
วุฒิการศึกษาสูงสุด (ระบุชื่อปริญญา)..... .....ชื่อสาขาวิชา.....
ชื่อสถาบันที่สำเร็จการศึกษา.....
สถานที่ทำงาน.....

ข้าพเจ้า.....
ตำแหน่ง.....
วุฒิการศึกษาสูงสุด (ระบุชื่อปริญญา)..... ชื่อสาขาวิชา.....
ชื่อสถาบันที่สำเร็จการศึกษา.....
สถานที่ทำงาน.....
มีความประสงค์ขอส่ง

..... บทความวิชาการ ..... บทความวิจัย

ชื่อเรื่อง (ไทย) .....
.....
(อังกฤษ) .....
.....

ที่อยู่ที่ติดต่อสะดวก.....
.....
โทรศัพท์ (ที่ทำงาน).....(มือถือ).....
โทรสาร.....E-mail.....
ข้าพเจ้าขอรับรองว่า บทความนี้

..... เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว
..... เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามชื่อที่ระบุในบทความจริง

ลงนาม.....
(.....)

หมายเหตุ 1. สามารถถ่ายสำเนาหรือจัดพิมพ์ใหม่ตามแบบเสนอขอส่งบทความนี้ได้
2. ผู้เสนอบทความต้องส่งต้นฉบับดังนี้
2.1 ต้นฉบับบทความที่พิมพ์ลงบนกระดาษ A4 จำนวน 2 ชุด
2.2 ต้นฉบับบทความที่บันทึกลงในแผ่นซีดี จำนวน 1 แผ่น