

“แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย”: การสื่อสารสาธารณสุขเพื่อรณรงค์การป้องกัน โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ผ่านมุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

ธนสิน ชูตินธรานนท์*
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วันที่รับบทความ 11 กุมภาพันธ์ 2568

วันที่แก้ไขบทความ 26 พฤษภาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ 23 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอการสื่อสารสาธารณสุขด้วยการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ของรัฐผ่านมุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธีของแฟรค์ลัฟ โดยวิเคราะห์ 3 ระดับ ได้แก่ ตัวบท วิธีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิธีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรมผ่านการบูรณาการมุมมองทางนิเทศศาสตร์ ทั้งนี้ พบว่าวาทกรรม “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” เป็นวาทกรรมที่สะท้อนปัญหาในระบบนิเวศเพศศึกษาของประเทศไทย แม้ว่าภาครัฐจะใช้อำนาจในการให้ความรู้แก่ประชาชน แต่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏอาจนำไปสู่ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้การสื่อสารเรื่องถุงยางอนามัยของรัฐไม่ครอบคลุมตามนิยามของถุงยางอนามัยที่ปรากฏในยุทธศาสตร์ด้านถุงยางอนามัยของชาติ อีกทั้งยังพบข้อจำกัดของความรู้ความเข้าใจ และการเข้าถึงถุงยางอนามัยสตรีในสังคมไทย นอกจากนี้พบว่าการเลือกมีเพศสัมพันธ์อย่างปลอดภัยในสังคมไทยถูกมองให้เป็นบทบาทหลักของบุรุษมากกว่าสตรี อย่างไรก็ตามการสื่อสารเรื่องเพศศึกษาในสังคมไทยควรถูกรื้อสร้างทบทวนใหม่โดยประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ สถาบันอุดมศึกษา และสถาบันครอบครัว

คำสำคัญ: การสื่อสารสาธารณสุข; ถุงยางอนามัย; เพศศึกษา; โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์; วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

* ผู้รับผิดชอบบทความ: Thanasin.c@chula.ac.th

“Just Wear It, Stay Safe”: A Critical Discourse Analysis of Sexually Transmitted Infection Prevention Campaigns in Public Health Communication

Thanasin Chutintaranond*

Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

Received 11 February 2025

Received in revised 26 May 2025

Accepted 23 June 2025

Abstract

This academic article aims to examine the state-led public health communication concerning the prevention of sexually transmitted infections (STIs) through the lens of Critical Discourse Analysis, specifically employing Fairclough’s dialectical-relational approach. The analysis is conducted across three levels: text, discourse practice, and socio-cultural practice, integrating perspectives from the field of communication studies. The study finds that the discourse “Just Wear It, Stay Safe” reflects deeper issues within Thailand’s sexual education ecosystem. Although the state exercises its authority to disseminate knowledge to the public, the promotional materials used may contribute to public misconceptions regarding STI prevention. Furthermore, state communication about condom use does not fully align with the definitions articulated in the National Condom Strategy and reveals significant limitations in public awareness and accessibility to female condoms in Thai society. The findings also highlight a gendered imbalance, wherein the responsibility for safe sex practices is disproportionately assigned to men. Therefore, the study calls for a structural re-evaluation of sexual education discourse in Thailand, advocating for a tripartite collaboration among governmental agencies, higher education institutions, and the family unit to ensure a more inclusive, equitable, and effective approach to sexual health communication.

Keywords: condom; critical discourse analysis; public health communication; sex education; sexually transmitted infections

* Corresponding author: Thanasin.c@chula.ac.th

DOI: 10.14456/tujournal.2026.13

บทนำ

การรณรงค์ให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับโรคและภัยคุกคามสุขภาพเป็นพันธกิจหนึ่งของกรมควบคุมโรค ดังที่ปรากฏในกฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการกระทรวงสาธารณสุข (2562: 1) ว่าด้วยหน้าที่และอำนาจกรมควบคุมโรคความว่า “(4) ถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคและภัยที่คุกคามสุขภาพแก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชน” โดยโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์¹ เป็นโรคที่มีอุบัติการณ์ในประเทศไทยอันพึงเฝ้าระวังอย่างต่อเนื่อง

กรมควบคุมโรค (2566: 22-23) รายงานว่าในปีงบประมาณ 2566 (1 ตุลาคม 2565-30 กันยายน 2566) ประเทศไทยมีอัตราป่วยโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ 5 โรคหลัก (โรคซิฟิลิส โรคหนองใน โรคหนองในเทียม โรคแผลริมอ่อน และกามโรคของต่อมและท่อน้ำเหลือง) จำนวน 53.0 คน ต่อประชากรแสนราย สูงขึ้นกว่าในปีงบประมาณ 2561 (1 ตุลาคม 2560-30 กันยายน 2561) ที่มีจำนวนเพียง 31.6 ต่อประชากรแสนราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคซิฟิลิสที่มีอัตราสูงขึ้นอย่างชัดเจน กล่าวคือในปีงบประมาณ 2561 มีอัตราประชากรป่วยด้วยโรคดังกล่าว 11.0 คน ต่อประชากรแสนราย ในขณะที่ปีงบประมาณ 2566 มีจำนวนสูงถึง 28.1 คน ต่อประชากรแสนราย ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อพิจารณาจำแนกกลุ่มอายุของผู้ติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ระหว่างปีงบประมาณ 2561-2566 พบว่า กลุ่มเยาวชน 15-24 ปี² ยังเป็นกลุ่มที่มีอัตราป่วยเฉพาะกลุ่มอายุมากที่สุด และมีแนวโน้มไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือมีอัตราป่วย 104.7 คน ต่อประชากรแสนราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคซิฟิลิส พบว่าในปีงบประมาณ 2566 ผู้ป่วยกลุ่มอายุดังกล่าวมีอัตราป่วยถึง 91.2 คน ต่อประชากรแสนราย

สถานการณ์โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ของประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเยาวชนช่วงอายุ 15-24 ปี ซึ่งเป็นวัยกำลังศึกษา ดังที่เอกภวิ หอมขจร และคุณัสปรกรณ์ มัคคัฒนันท์ (2567: 115) พบว่า กลุ่มนักเรียนวัยรุ่นมีความรู้และทักษะด้านการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในระดับต่ำ สถานการณ์เช่นนี้เป็นวิกฤตการณ์ที่จำต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยกรมควบคุมโรคได้พยายามหลากหลายวิธีการเพื่อเผยแพร่ให้ความรู้อย่างต่อเนื่องผ่านแคมเปญประชาสัมพันธ์ภายใต้แนวคิด “เพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย (safe sex)” โดยเน้นย้ำเรื่องการใช้ถุงยางอนามัย³ ทุกครั้งเมื่อมีเพศสัมพันธ์

¹ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ (sexually transmitted infections; STIs) เกิดจากการติดต่อผ่านทางเพศสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการร่วมเพศทางช่องคลอด ทางปาก หรือทางทวารหนัก กับผู้ที่เป็นโรคหรือผู้ติดเชื้อ (สำนักโรคเอดส์ วัณโรค และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์, 2558: 3)

² ยุทธศาสตร์ด้านถุงยางอนามัย (พ.ศ. 2563-2573) กำหนดนิยาม “เยาวชน (youth)” หมายถึง ผู้ที่อายุระหว่าง 15-24 ปี (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: ฉ)

³ ยุทธศาสตร์ด้านถุงยางอนามัย (พ.ศ. 2563-2573) กำหนดนิยาม “ถุงยางอนามัย (condom)” ในที่นี้ประกอบด้วย ถุงยางอนามัย ถุงอนามัยสตรี และสารหล่อลื่น (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: ฉ)

กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของกรมควบคุมโรคได้จัดทำยุทธศาสตร์ด้านถุงยางอนามัย ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2573) ภายใต้ยุทธศาสตร์แห่งชาติว่าด้วยการยุติปัญหาเอดส์ พ.ศ. 2560-2573 เพื่อให้การดำเนินการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านถุงยางอนามัยที่เริ่มต้นตั้งแต่ พ.ศ. 2557 เกิดความต่อเนื่อง และประสบความสำเร็จ โดยกำหนดตัวชี้วัดระดับเป้าประสงค์ คือ การใช้ถุงยางอนามัยในกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ร้อยละ 100 และกำหนดตัวชี้วัดผลกระทบข้อหนึ่ง คือ อัตราป่วยด้วยโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โรคหนองในไม่เกิน 3 คน ต่อประชากรแสนราย และโรคซิฟิลิส ไม่เกิน 1 คน ต่อประชากรแสนราย (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: ข) ด้วยเหตุนี้ยุทธศาสตร์ด้านถุงยางอนามัย (พ.ศ. 2563-2573) จึงกำหนดนโยบายไว้ดังนี้ “เพื่อให้การใช้ถุงยางอนามัยเป็นวิถีชีวิตประจำวันของประชาชน (normalize condom use) ในการป้องกันโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ การตั้งครรภ์หรือลดความเสี่ยงจากโรคเมรัยที่มีสาเหตุจากเชื้อโรคที่แพร่ทางเพศสัมพันธ์” (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: 23) โดยกำหนดมาตรการประการหนึ่งของยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยเป็นวิถีชีวิตประจำวันของประชาชน ความว่า “ส่งเสริมการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารอย่างกว้างขวางเพื่อสร้างความตระหนักและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยอย่างถูกต้องทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของถุงยางอนามัยโดยมีการพัฒนานวัตกรรมและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับประชากรกลุ่มเป้าหมาย” (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: 28)

“แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” เป็นแคมเปญประชาสัมพันธ์ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ที่มุ่งรณรงค์ให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งเมื่อมีเพศสัมพันธ์ และสร้างความรู้ความเข้าใจในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อันเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการแรก ในยุทธศาสตร์การส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยเป็นวิถีชีวิตประจำวันของประชาชน แคมเปญดังกล่าวปรากฏในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์ เผยแพร่ผ่านช่องทางที่เป็นทางการต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยเผยแพร่ครั้งแรกเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) เว็บไซต์กรมควบคุมโรค <https://datariskcom-ddc.moph.go.th/download/> และ 2) สื่อสังคม (social media) เฟซบุ๊ก (facebook) ของ กรมควบคุมโรค โปสเตอร์ดังกล่าวเผยแพร่พร้อมกับชุดข้อความรณรงค์ความว่า “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย ‘ถุงยางอนามัย’ ป้องกันเชื้อได้ทั้งเข้าและออก หากพลาดครั้งเดียว ไม่เสียวนะ แต่! เสี่ยงติดโรคมามากมาย safe sex ด้วยการใช้ถุงยางอนามัยให้เป็นเรื่องปกติกับทุกคนทุกช่องทาง” โดยโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์มีลักษณะดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย”

ที่มา: กองโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค (2566)

เมื่อสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมควบคุมโรคข้างต้นได้รับการเผยแพร่ หลังจากนั้นพบว่ามีการเผยแพร่ต่อ หรือแชร์ต่อทางออนไลน์โดยบุคคลทั่วไป และนิติบุคคลอีกหลายกลุ่ม เช่น สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดพระนครศรีอยุธยา คลินิกวัยใส โรงพยาบาลปัตตานี โรงพยาบาลฝาง องค์การบริหารเทศบาลส่วนตำบลไพโรนกงูย สถานพยาบาลมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน กองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถานีตำรวจภูธรเมืองนครปฐม เครือข่ายผู้บริโภค อำเภอย้ายบุรี ฝ่ายกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยทักษิณ GAY BKK ฯลฯ นอกจากนี้พบว่าสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้นำโปสเตอร์ดังกล่าวไปสร้างสรรค์เป็นโปสเตอร์ใหม่โดยใช้ชุดภาพทรมณ์เดียวกัน และยังรักษาไว้ซึ่งแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงกัน พร้อมระบุที่มาจากกรมควบคุมโรคอย่างชัดเจน โดยเผยแพร่ผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ *The Bulletin: แหล่งรวมความรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น* ของ สสส. เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2566 อีกด้วย

นิเวศเพศศึกษาในสังคมไทย ดังนั้นบทความนี้จึงมุ่งนำเสนอ “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” ในฐานะตัวแทนหนึ่งของวาทกรรมภาครัฐที่สะท้อนการสื่อสารเรื่องการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และถ้อยคำอันมีแง่เยาะขุ่นไทยอันจะทำให้การศึกษาระบบนิเวศนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงภาษาวิธี และการวิเคราะห์สถานการณ์การสื่อสาร

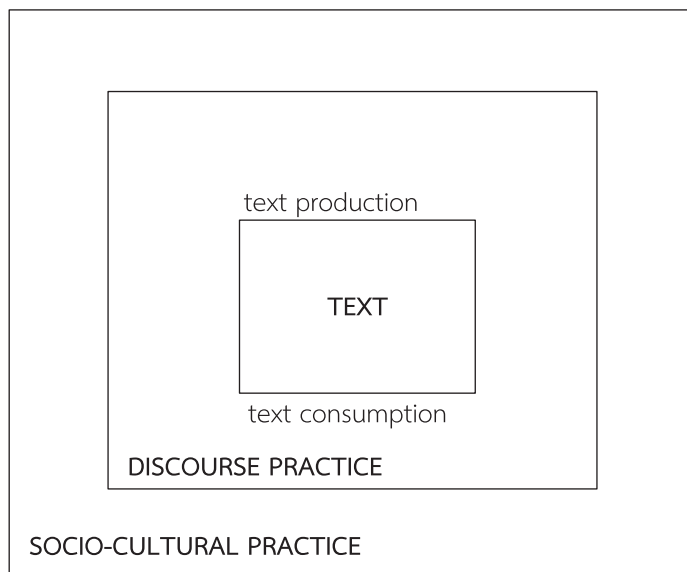
วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis (CDA) หรือ Critical Discourse Studies (CDS)) มีพื้นฐานจากภาษาศาสตร์เชิงวิพากษ์โดยนำกลวิธีทางภาษาศาสตร์มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์กระบวนทัศน์ (paradigm) เจตคติ (attitude) ตลอดจนความเชื่อ (belief) ที่สอดแทรกซ่อนเร้นในตัวบทวาทกรรมควบคู่กับการวิเคราะห์บริบททางสังคม นอร์แมน แฟร์คลัฟ (Norman Fairclough (พ.ศ. 2484 – ปัจจุบัน)) ผู้บุกเบิก และวางรากฐานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ระบุว่า “วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ผสมผสาน ‘การวิพากษ์’ วาทกรรม และ ‘การอธิบาย’ ว่าวาทกรรมนั้นมีบทบาทและส่งผลต่อความจริงทางสังคมในปัจจุบันอย่างไร โดยเป็นพื้นฐานสำหรับ ‘การกระทำ’ เพื่อเปลี่ยนแปลงความเป็นจริงที่ดำรงอยู่เพียงเฉพาะบางแง่มุม” (Fairclough, 2015: 5) อย่างไรก็ตามสิ่งที่พึงตระหนักอยู่เสมอเมื่อใช้วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ได้แก่ “ประเด็นวิจัยในงานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จะเกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจในทางมิชอบ ความไม่เท่าเทียมกัน และความอยุติธรรมที่ถูกผลิตและสื่อผ่านวาทกรรม รวมถึงการต่อต้านความไม่ถูกต้องนั้น ๆ จุดมุ่งหมายดังกล่าวทำให้งานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ต่างจากงานปริวรรตวิเคราะห์ หรืองานวิจัยภาษาศาสตร์สาขาอื่น ๆ ตรงที่ผู้วิจัยมิได้มีจุดยืนที่เป็นกลาง แต่อยู่ข้างผู้ที่ถูกครอบงำ หรือเอารัดเอาเปรียบในสังคม” (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 30)

แนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในปัจจุบันจำแนกได้ 5 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงภาษาวิธี (dialectical-relational approach) ของนอร์แมน แฟร์คลัฟ 2) แนวทางสังคม-ปริชาน (socio-cognitive approach) ของ เทน อาเดรียนัส ฟาน ไดก์ (Teun Adrianus Van Dijk) 3) แนวทางวาทกรรมเชิงประวัติศาสตร์ (discourse-historical approach) ของ รุธ วอดัก (Ruth Wodak) 4) แนวทางการวิเคราะห์โครงสร้างอำนาจและวาทกรรม (dispositive approach) ของ ซีกฟรีด แยเกอร์ และฟลอเรียน แยเกอร์ (Siegfried Jäger and Florian Jäger) และ 5) แนวภาษาศาสตร์คลังข้อมูล (corpus linguistics approach) ของ เกรลิน มาท์เนอร์ (Gerlinde Mautner)

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงภาษาวิธี ของนอร์แมน แฟร์คลัฟ นับว่าเป็นแนวทางที่มีความเก่าแก่มากที่สุดที่ได้รับการเผยแพร่ และยอมรับในแวดวงวิชาการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา โดยแนวทางนี้มีความเชื่อพื้นฐานว่าวาทกรรมและสังคมมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันประหนึ่งเหรียญสองด้าน กล่าวคือ วาทกรรมเป็นผลผลิตทางสังคม กระนั้นวาทกรรมก็ประกอบสร้างสังคมเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ตามแนวทางนี้จึงจำเป็นต้องสะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างวาทกรรมกับสังคมด้วย

ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 แฟร์คลัฟ ได้ตีพิมพ์หนังสือสำคัญว่าด้วย *วาทกรรมสื่อ (media discourse)* ซึ่งเชื่อมโยงการนำวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธีไปประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์สื่อประเภทต่าง ๆ โดยแฟร์คลัฟ ให้ความเห็นว่า สื่อเป็นตัวบทที่มีลักษณะเฉพาะเนื่องจาก “โดยพื้นฐานแล้วตัวบทการสื่อสารมวลชน (mass communication text) มีจุดของเวลาและสถานที่ในการผลิตที่แตกต่างจากเวลาและสถานที่ของผู้รับสารเมื่อได้อ่าน หรือได้ฟังสารแน่นอนว่าตัวบทการสื่อสารมวลชนย่อมได้รับการเสพหลากหลายเวลา และหลากหลายสถานที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีความแพร่หลายของการวิพากษ์ ทั้งนี้สื่อมีผลกระทบสำคัญต่อความเป็นส่วนตัวและความเป็นสาธารณะทั้งระดับบุคคล และระดับสถาบัน” (Fairclough, 1995: 36-37)

แฟร์คลัฟได้นำเสนอแนวทางการใช้วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างมิติต่าง ๆ ในสถานการณ์การสื่อสารโดยเรียกว่า “มิติทั้งสามของเหตุการณ์การสื่อสาร (three dimensions of communicative events)” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท ปฏิสัมพันธ์ และบริบท ซึ่งจำแนกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ตัวบท (text) วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) และวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (socio-cultural practice) ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ของเหตุการณ์การสื่อสาร
(A framework for critical discourse analysis of a communicative event)

ที่มา: Fairclough (1995: 59)

ตัวบท (text) อาจเป็นได้ทั้งตัวบทลายลักษณ์อักษร (written text) หรือตัวบทมุขปาฐะ (oral text) ซึ่งการวิเคราะห์ตัวบทนั้นเป็นการวิเคราะห์ทางภาษาศาสตร์ในมิติต่าง ๆ ตั้งแต่สัทศาสตร์ อรรถศาสตร์ คลังศัพท์ ไวยากรณ์ การเชื่อมโยง การจัดเรียงลำดับประโยค ข้อความ และองค์ประกอบต่าง ๆ ฯลฯ การวิเคราะห์ตัวบทครอบคลุมทั้งด้านรูปแบบ (form) และความหมาย (meaning) ทั้งนี้ในตัวบทหนึ่ง ๆ จึงควรพิจารณาแง่มุมต่าง ๆ ได้แก่

1) หน้าที่เชิงความคิด (ideational) หมายถึง การแทนความหมาย การสร้างบริบท หรือการสะท้อนอุดมการณ์บางประการผ่านตัวบท

2) หน้าที่เชิงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interpersonal) หมายถึง การสร้างอัตลักษณ์ของผู้เขียนและผู้อ่าน

3) หน้าที่เชิงการเรียบเรียงความ (text) หมายถึง การเชื่อมโยงสารัตถะอย่างมีเอกภาพ

อย่างไรก็ตาม แฟร์คลัฟ (Fairclough, 2015: 59) ได้ขยายนิยามของตัวบทว่าไม่ได้จำกัดเฉพาะวจนภาษา (verbal language) เท่านั้น แต่หมายรวมถึงภาษาภาพ (visual language) เช่น องค์ประกอบศิลป์ สีเส้น การเว้นวรรค ขนาดตัวอักษร รูปภาพ ฯลฯ ทั้งนี้สิ่งที่ปรากฏผ่านตัวบทล้วนเป็นผลผลิตของการเลือกสรรของผู้ส่งสารซึ่งมีความหมายสอดแทรกอยู่ในทุก ๆ องค์ประกอบ

วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) หมายถึง กระบวนการผลิตตัวบท และกระบวนการบริโภคตัวบท แต่เดิมวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของตัวบทในเหตุการณ์การสื่อสารจำแนกประเภทตัวบทตามจุดมุ่งหมายของการสื่อสาร ได้แก่ การให้ข้อมูล (informing) การโน้มน้าวใจ (persuading) และความบันเทิง (entertaining) โดยจุดมุ่งหมายแต่ละประการย่อมมีไวยากรณ์การสื่อสารของตัวเอง หากแต่ในปัจจุบันตัวบทหนึ่ง ๆ อาจได้รับการผสมผสานอย่างซับซ้อนกระทั่งเส้นแบ่งประเภทของตัวบทข้างต้นย่อมเลื่อนรางไป ทั้งนี้ในมิติทางนิเทศศาสตร์ กระบวนการผลิตตัวบทอาจพิจารณากระบวนการสร้างตัวบทหนึ่ง ๆ อันสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสาร (channel) และประเภทสื่อ (media) ซึ่งมีลักษณะ และธรรมชาติเฉพาะ รวมทั้งสัมพันธ์ (intertextuality) และการดัดแปลง (adaptation) ในขณะที่กระบวนการบริโภคตัวบทอาจพิจารณาการเสพ หรือการรับสารผ่านสื่ออื่น ๆ โดยครอบคลุมถึงการเข้าถึง (reach) การมีส่วนร่วม (engagement) และความคิดเห็น (comment) อันสะท้อนปฏิสัมพันธ์ต่อตัวบทนั้น ๆ รวมถึงการกระจาย เผยแพร่ หรือผลิตซ้ำตัวบทด้วย ทั้งนี้วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมนับเป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงอิทธิพลจากวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรมสู่ตัวบท

วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (socio-cultural practice) จำแนกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับสถานการณ์ (situation) ระดับสถาบัน (institution) และระดับสังคมวัฒนธรรม (society and culture) ทั้งสามระดับนี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน รวมถึงมีส่วนช่วยให้เข้าใจสถานการณ์การสื่อสารแต่ละสถานการณ์ ทั้งนี้การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรมยังประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ และวัฒนธรรม

สรุปได้ว่าวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธีของแฟร์คลัฟ ให้ความสนใจวิเคราะห์สถานการณ์การสื่อสาร และสื่อหลากหลายประเภท การวิเคราะห์ตามแนวทางนี้

มีมติการวิเคราะห์ครอบคลุมตัวบท วิธีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิธีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม โดยจะเปิดเผยให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทของสื่อกับสังคมวัฒนธรรมที่มีผลกระทบซึ่งกันและกัน

“แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” จริงหรือ!? การวิเคราะห์ผ่านมุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธี

การวิเคราะห์วาทกรรม “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” ที่ได้รับการนำเสนอด้วยสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของกรมควบคุมโรค โดยใช้มุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธีของแฟร์คลัฟ จะจำแนกการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ตัวบท วิธีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิธีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม ดังนี้

1) ตัวบท

การวิเคราะห์ตัวบทจะประกอบด้วยการวิเคราะห์วัจนภาษา และการวิเคราะห์ภาษาภาพ มีรายละเอียดกล่าวคือ

1.1) วัจนภาษา

ในสื่อประชาสัมพันธ์เมื่อพิจารณาวัจนภาษาจะพบลักษณะที่โดดเด่น 2 ประการ ได้แก่ การใช้วิภาษหน้าที และการเลือกใช้คำศัพท์ความหมายนัยตรงเชิงบวก

1.1.1) การใช้วิภาษหน้าที (language register)

ธนสิน ชูตินธรรนธ์ (2567: 36) ระบุว่า วิภาษหน้าที หมายถึง “ความแตกต่างของภาษาที่เกิดขึ้นจากการใช้อย่างมีวัตถุประสงค์ หรือความตั้งใจของผู้ส่งสาร” สอดคล้องกับ อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548: 8) ระบุว่า “วิภาษหน้าทีแตกต่างจากวิภาษอื่น ๆ โดยการใช้” ทั้งนี้วิภาษหน้าทีที่ปรากฏชัดเจนในสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วิภาษหน้าทีทางการสาธารณสุขโดยปรากฏในลักษณะชื่อโรคที่สามารถติดต่อผ่านทางเพศสัมพันธ์ได้จำนวน 11 โรค ได้แก่ โรคเอดส์ (HIV) หนองในเทียม เริ่มอวัยวะเพศ หูดข้าวสุก หนองใน ซิฟิลิส แผลริมอ่อน กามโรคของต่อมและท่อน้ำเหลือง เชื้อราในช่องคลอด หูดหงอนไก่ และโรคไวรัสตับอักเสบบี และซี สอดคล้องกับที่ปรากฏในหลักฐานของกรมควบคุมโรค (2566) อย่างไรก็ดีแม้ว่าโรคเอดส์ และโรคไวรัสตับอักเสบบี จะสามารถติดต่อทางช่องทางอื่นนอกจากเพศสัมพันธ์ได้ ทว่าเพศสัมพันธ์ก็นับเป็นปัจจัยหลักของการติดต่อของโรคทั้งสองอยู่ดี

1.1.2) การเลือกใช้คำศัพท์ความหมายนัยตรงเชิงบวก (positive denotation)

สถาบันภาษาไทยสิรินธร (2564: 1) ให้นิยาม ความหมายนัยตรงหรือความหมายตรง (denotation) ว่า “เป็นความหมายพื้นฐานที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็นความคิดที่คำคำนั้นสื่อ” อีกทั้ง โรมาร์ และราตีฟาห์ (Rohmah & Latifah, 2022: 163) ระบุว่า “ความหมายนัยตรงมีความชัดเจนและถูกต้องตามที่ระบุในพจนานุกรม” ดังนั้นกล่าวได้ว่า ความหมายนัยตรงเป็นความหมายของคำที่ได้รับการยอมรับและกำหนดไว้ในพจนานุกรม ทั้งนี้พบว่าจากสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมีการใช้เลือกใช้คำศัพท์ (lexical selection) ที่มีความหมายนัยตรงเชิงบวก 2 คำ ได้แก่ 1) “ปลอดภัย” ซึ่งมีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ว่า “พ้นภัย” (ราชบัณฑิตยสถาน,

2556: 722) หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า ให้ประโยชน์รอดพ้นจากสิ่งเป็นโทษ ซึ่งเป็นความหมายเชิงบวก 2) “ปกติ” ซึ่งมีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ว่า “ธรรมดา ไม่แปลกไปจากธรรมดา” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556: 693) ซึ่งในบริบทนี้คำว่า “ปกติ” เป็นความหมายเชิงบวก หมายถึง สิ่งที่เป็นที่ยอมรับกว้างขวาง สิ่งที่มีใช้ข้อห้าม หรือเรื่องผิด ดังนั้นการใช้คำศัพท์ความหมายเชิงบวก จึงเป็นความตั้งใจของผู้ส่งสารที่มุ่งโน้มน้าวใจผู้รับสารบนพื้นฐานของประโยชน์ที่จะได้รับทั้งในมิติต่อสุขภาพ และมิติการยอมรับทางสังคม

อย่างไรก็ดีพบว่าข้อความสำคัญที่ปรากฏในตอนล่างของโปสเตอร์ซึ่งมีทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย กล่าวคือ “Normalise condom use” มีลักษณะประโยคคำสั่ง (imperative sentence) ส่วนข้อความ “การใช้ถุงยางอนามัยเป็นเรื่องปกติ” มีลักษณะเป็นประโยคบอกเล่า (declarative sentence) จะเห็นได้ว่าประโยคภาษาอังกฤษ และภาษานี้แสดงจุดมุ่งหมายในการสื่อสารแตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้นทั้งสองประโยคมิได้เป็นประโยคโน้มน้าวใจ (persuasive sentence) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ หรือสื่อรณรงค์ ดังที่ Christinawati et al. (2023: 81) ได้ศึกษาการใช้ประโยคโน้มน้าวใจในข้อความโฆษณาภาษาอังกฤษที่ปรากฏบนสื่อโปสเตอร์ สรุปได้ว่าคำภาษาอังกฤษที่แสดงการโน้มน้าวใจในสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ “Come on, Let, Must, Required, Get it, Quick, Now, Should not, Do not, Prohibited, If, Should, Beware, Important” ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่าคำภาษาอังกฤษที่ปรากฏในโปสเตอร์ คือ “Normalise condom use” ไม่มีคำใดที่ตรงกับคำแสดงการโน้มน้าวใจข้างต้น

นอกจากนี้ประโยคทั้งสองประโยคมิใช่อำนาจในการเชื่อมโยงคุณประโยชน์ที่เกิดขึ้นหากผู้รับสารกระทำตามที่ระบุไว้ในโปสเตอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีที่ได้รับสารเข้าใจเฉพาะภาษาอังกฤษก็จะไม่สามารถเข้าใจได้ว่าเมื่อทำตามข้อความที่ระบุในโปสเตอร์นี้แล้วจะเกิดประโยชน์อะไร รู้แต่เพียงว่าสั่งให้ทำ ในทางกลับกันหากผู้รับสารเข้าใจเฉพาะภาษาไทย ก็อาจจะเข้าใจได้ว่า “การใช้ถุงยางอนามัยเป็นเรื่องปกติ” จะช่วยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ เพราะไม่มีข้อความระบุถึงประโยชน์อย่างชัดเจนในโปสเตอร์ มีหน้าซ้ำยังพบคำแสดงชื่อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ทั้งบริเวณด้านใน และด้านนอกถุงยางอนามัยเต็มไปหมดอีกด้วย ดังนั้นข้อความที่ปรากฏนี้จึงไม่อาจโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารอยากปฏิบัติตามได้ กรณีผู้รับสารที่เข้าใจทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษย่อมไม่เกิดข้อแตกต่างในการตีความเพราะความหมายของข้อความทั้งสองประโยคเหมือนกัน ทว่าอาจทำให้เกิดความสับสนยิ่งขึ้น เพราะประโยคภาษาไทยเป็นประโยคบอกเล่า ในขณะที่ประโยคภาษาอังกฤษเป็นประโยคคำสั่ง ทั้งหมดที่กล่าวมานี้สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดของงานวิจัยที่ปรากฏในโปสเตอร์ดังกล่าว

1.2) ภาษาภาพ

ภาพที่ปรากฏเด่นชัดกลางหน้ากระดาษเป็นเอกลักษณ์สะดุดตาของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นี้ ได้แก่ ภาพจำลองถุงยางอนามัยสำหรับสุภาพบุรุษ สิ่งนี้ถุงยางอนามัยครอบอยู่นั้นเต็มไปด้วยชื่อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ในขณะที่บริเวณรอบข้างถุงยางอนามัยทั้ง สองฝั่งก็ปรากฏชื่อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์เช่นเดียวกัน โดยพบว่าชื่อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์บริเวณนอกถุงยางอนามัย

ที่ปรากฏซ้ำ 2 ครั้ง ได้แก่ HIV หูดข้าวสุก ซิฟิลิส หนองในเทียม และแผลริมอ่อน ทั้งนี้หากพิจารณาโดยละเอียดจะพบว่าตำแหน่งบริเวณใต้ถุงยางอนามัยกลับไม่มีเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ใดปรากฏอยู่ ซึ่งอาจอนุมานได้ว่าการแพร่เชื้อ หรือการติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์จะไม่เกิดขึ้นหากมีการสวมใส่ถุงยางอนามัย นอกจากนี้เมื่อพิจารณาสีตัวอักษรที่ใช้จะพบว่าคำสำคัญ ได้แก่ “ใส่” และ “ปลอดภัย” ได้รับการเน้นย้ำด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่สีขาว ซึ่งสร้างความแตกต่างจากคำอื่น ๆ พร้อมทั้งมีการใช้อัญประกาศในคำสำคัญ “ใส่” อีกด้วย ทั้งนี้ขนาดตัวอักษร และตำแหน่งการเรียงลำดับเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ทั้งภายใน และภายนอกถุงยางอนามัยไม่สัมพันธ์กับลำดับโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ที่มีอัตราการติดต่อสูง 5 อันดับแรกตามข้อมูลของกรมควบคุมโรค

ส่วนมูลบท (presupposition) ที่ปรากฏชัดเจนในตัวบทนี้ ประการแรก ได้แก่ การยอมรับไว้ก่อนว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่ใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นเรื่องที่จำต้องได้รับการแก้ไข ประการที่สอง คือ การไม่ใส่ถุงยางอนามัยเป็นเรื่องผิดปกติ ดังนั้นจึงต้องทำให้เป็น “ปกติ” หรือ “normalize” และประการที่สาม คือ การเข้าถึงถุงยางอนามัยเป็นเรื่องง่าย ๆ ดังปรากฏทัศนคติที่สะท้อนด้วยคำว่า “แค่” ซึ่งอาจเป็นความจริงเพียงส่วนเดียว เนื่องจากแม้จะหาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อ และร้านขายยา แต่ถุงยางอนามัยมีราคาที่ต้องจ่าย ซึ่งทำให้ประชาชนเฉพาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อเท่านั้นจึงจะสามารถเข้าถึงได้

สำหรับภาพตราสัญลักษณ์ (logo) ของกรมควบคุมโรคที่ปรากฏมุมบนซ้ายมือนั้น นอกจากจะแสดงถึงความเป็นเจ้าของวาทกรรม และเจ้าของโปสเตอร์ดังกล่าว ยังสะท้อนความพยายามเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่สื่อประชาสัมพันธ์อีกด้วย โดยแสดงให้เห็นถึงความชอบธรรมของภาครัฐผู้มีหน้าที่สื่อสารให้ความรู้เรื่องเพศศึกษาแก่เยาวชน และประชาชน นอกจากนี้การระบุตราสัญลักษณ์ของเพชฌกูฏโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์บริเวณมุมขวากลาง ยังมุ่งแสดงให้เห็นถึงความทันสมัยของภาครัฐในการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารท่ามกลางยุคสื่อใหม่นิยมในปัจจุบัน

2) วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม

2.1) การผลิตตัวบทโปสเตอร์ “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” ของกรมควบคุมโรค มีลักษณะประเภทตัวบทเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งหมายถึง “สิ่งที่ได้สร้างขึ้นมา หรือได้เลือกมาใช้งานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์จะนำข่าวสารความรู้จากองค์การไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย” (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553: 11) ตัวบทนี้มีเนื้อหาจัดอยู่ในประเภทการประชาสัมพันธ์ประเด็นสังคม หมายถึง “ประเด็นที่องค์กรและนักประชาสัมพันธ์กำหนดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสังคมที่องค์กรนั้น ๆ อยู่ เช่น ประเด็นปัญหาวัยรุ่น ประเด็นปัญหาการล่วงละเมิดทางเพศ ประเด็นปัญหาการทำแท้ง” (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2560: 130) ซึ่งประเด็นที่ตัวบทนี้นำเสนอ ได้แก่ ประเด็นปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และการใช้ถุงยางอนามัย

ตัวบทนี้นำเสนอครั้งแรกผ่านทางเว็บไซต์ <https://datariskcom-ddc.moph.go.th> ของสำนักสื่อสารความเสี่ยงและพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ (สสพ.) ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกรมควบคุมโรค เว็บไซต์ดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยผู้เข้าชม 737 ครั้งต่อวัน และมียอดรวมผู้เข้าชมรวมทั้งสิ้น 773,537 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2568) การเผยแพร่ผ่านทางดังกล่าวมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว โดยมีได้เปิดโอกาสสำหรับการสื่อสารตอบโต้ระหว่างผู้เข้าชมกับหน่วยงาน เพียงแต่เปิดให้ผู้เข้าชมสามารถดาวน์โหลดโปสเตอร์ดังกล่าวได้เท่านั้น ต่อมาจึงนำเสนอครั้งที่สองทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข อย่างไรก็ตามแม้ว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต หรือสื่อสังคมออนไลน์จะมีข้อดี ดังที่ อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553: 323) ระบุว่า “การให้บริการข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย และสามารถเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ในเวลาพร้อม ๆ กันทั่วประเทศและทั่วโลกด้วยความสะดวกรวดเร็ว” กระนั้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตก็นับเป็นดาบสองคมหากมีความคลาดเคลื่อนของข้อมูล เพราะมีอาจจำกัดผู้รับสาร และความรับผิดชอบได้อย่างทันทีทันใดเนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้การส่งและเข้าถึงข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังอาจฝากรอยเท้าดิจิทัล (digital footprint) ไว้ด้วย ทั้งนี้สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2562: 117) ได้ระบุถึงอีกมุมมองหนึ่งของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสุขภาพ และสุขภาพะของประเทศไทยไว้ว่า “สำหรับการสาธารณสุขแล้ว สิ่งที่น่าเป็นห่วงและยังมีการเฝ้าระวังไม่มากเท่าที่ควร คือ การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลต่าง ๆ ที่ผลิตผ่านแอปพลิเคชันเหล่านี้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นทางข้อมูลทางวิทยาศาสตร์สุขภาพที่มีความซับซ้อน ทำให้ผู้รับข่าวสารถูกล่อลวงและหลงเชื่อได้ง่ายเนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจ”

หากพิจารณาสัมพันธ์บท เมื่อตรวจสอบวาทกรรมภาครัฐที่ปรากฏผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยระหว่างปีพุทธศักราช 2557-2566 พบว่า วาทกรรม “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” ที่กรมควบคุมโรคนำมาใช้กับประเด็นโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และถูกยงอนามยนั้นมิใช่วาทกรรมใหม่ หากแต่เป็นวาทกรรมที่เคยปรากฏ และได้รับการสื่อสารแล้วตั้งแต่ พ.ศ. 2564 เพื่อรณรงค์ให้ผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สวมใส่หมวกนิรภัย ดังจะเห็นได้จากสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบขององค์กรต่าง ๆ อาทิ คลิปวิดีโอโฆษณา “แค่ใส่ก็ปลอดภัย” ความยาว 48 วินาที ของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ที่เผยแพร่ทางยูทูบ (Youtube) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการสวมใส่หมวกนิรภัย เป็นต้น

การใช้วาทกรรมที่ประชาชนคุ้นเคยอยู่แล้วมียอมทำให้ “ติดหู” และกระจายแพร่หลายได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสะท้อนถึงสัมพันธ์ระหว่างตัวบทสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมควบคุมโรค กับตัวบทวาทกรรมต้นทางที่มีมาก่อนหน้า กระนั้นการใช้วาทกรรมที่ซ้ำซ้อนอาจก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี เพราะทำให้ขาดเอกภาพความชัดเจนในการสื่อสาร และผู้รับสารอาจไม่สามารถจดจำ หรือเชื่อมโยงกับบริบทใหม่ที่กำลังสร้างขึ้นมาได้ทัดเทียมกับบริบทเดิมอันส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของวาทกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อระยะเวลาของวาทกรรมทั้งสองนี้เผยแพร่ไล่เลี่ยกัน กล่าวคือ พ.ศ. 2564 และ พ.ศ. 2566

2.2) การบริโภคด้วยบท พบว่าการเผยแพร่ช่องทางแรก กล่าวคือ ทางเว็บไซต์ของกรมควบคุมโรค มีได้แสดงจำนวนการเข้าถึง (reach) แต่พบว่ามีกราดาวโหลดสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจำนวน 136 ครั้ง ในขณะที่ช่องทางที่สอง กล่าวคือ เฟซบุ๊กกรมควบคุมโรค มียอดการกดไลค์ จำนวน 160 ครั้ง และยอดแชร์ 118 ครั้ง โดยผู้ที่แชร์ส่วนใหญ่ ประกอบด้วย บุคคล หรือกลุ่มบุคคล จำนวน 22 ครั้ง หน่วยงานราชการ 25 ครั้ง โรงพยาบาลรัฐและเอกชน 34 ครั้ง คลินิกหรือร้านขายยา 11 ครั้ง สถาบันอุดมศึกษา 2 ครั้ง และไม่ปรากฏข้อมูลเนื่องจากการปิดกั้นการมองเห็น 24 ครั้ง สื่อส่วนใหญ่ที่แชร์สื่อประชาสัมพันธ์นี้ล้วนมีผู้ที่เข้าไปกดไลค์ และแชร์ต่ออีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้หากค้นหาด้วยคำสำคัญ “แค่ใส่ก็ปลอดภัย” ในช่องทางสืบค้น (search engine) จะพบว่าข้อมูลที่ปรากฏ 3 อันดับแรกล้วนเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับภาครัฐ ได้แก่ เว็บไซต์ของกรมควบคุมโรค เฟซบุ๊กของกรมควบคุมโรค และเว็บไซต์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งเป็นผู้นำวาทกรรมดังกล่าวไปสร้างสรรค์เป็นโปสเตอร์ใหม่ตามที่น่าเสนอแล้วข้างต้น

3) วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม

3.1) ระดับสถานการณ์ พบว่าสื่อประชาสัมพันธ์นี้ได้รับการเผยแพร่ท่ามกลางสถานการณ์อัตราผู้ติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์สูงขึ้นอย่างมากโดยเฉพาะ 5 โรคหลัก ซึ่งนับว่าเป็นสถานการณ์ที่พึงเฝ้าระวัง และต้องการการแก้ไขอย่างเร่งด่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเป้าหมายอายุ 15-24 ปี สถานการณ์เช่นนี้แสดงให้เห็นถึงช่องว่างของการสร้างความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติแก่ประชาชนของหน่วยงานด้านการศึกษา และหน่วยงานด้านสาธารณสุข อย่างไรก็ตามปัจจุบันจะมีการรณรงค์จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เรื่องโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และมีการขับเคลื่อนวาทกรรม “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” อย่างต่อเนื่อง แต่สถานการณ์กลับทวีความรุนแรงขึ้น ดังที่ อพัชชา ทองสนิท และกัญญาณัฐ อาศัย (2568) ระบุว่า “สถานการณ์โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์พบว่าเป็นปัญหาสำคัญของกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ป่วยเพิ่มสูงขึ้นเป็นเท่าตัวจากปี 2559 ที่พบอัตราป่วย 47.35 คน ต่อประชากรแสนราย เป็น 96.87 คน ต่อประชากรแสนรายในปี 2567 ซึ่งสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับระดับประเทศ 57.12 คน ต่อประชากรแสนราย โดยมีสถิติโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ซิฟิลิส หนองใน หูดหงอนไก่ หนองในเทียม และเริม ตามลำดับ”

3.2) ระดับสถาบัน สื่อประชาสัมพันธ์ “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” แสดงให้เห็นว่าภาครัฐมุ่งปฏิบัติการให้ความรู้แก่ประชาชน โดยถืออำนาจการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนให้บรรลุผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ระบุในยุทธศาสตร์สุขภาพอนามัยแห่งชาติ ปฏิเสธมิได้ว่าการใส่ถุงยางอนามัยเป็นเรื่องจำเป็นและเป็นสิ่งที่พึงกระทำทุกครั้งในการมีเพศสัมพันธ์ เนื่องจากถุงยางอนามัยมีคุณประโยชน์ในการป้องกันหลากหลายประการ ทว่าวาทกรรม “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” ขาดความถูกต้อง และขาดความครบถ้วนของข้อมูลอันบั่นทอนความน่าเชื่อถือของรัฐ ขณะเดียวกันวัจนภาษา และภาพที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์นี้ คือตาบสองคมที่อาจทำให้ผู้รับสารเข้าใจคลาดเคลื่อนว่า เพียงใส่ถุงยางอนามัยก็สามารถป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้ครบถ้วน 100% ดังนั้น “แค่ ‘ใส่’ จึง “ไม่” ปลอดภัย” หากแต่การใส่ถุงยางอนามัยอย่างถูกวิธี มีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงข้อจำกัดของถุงยางอนามัย

ต่างหากจึงจะปลอดภัยอย่างแท้จริง เนื่องจากตามข้อเท็จจริงแล้วถุงยางอนามัยมีประสิทธิภาพในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ต่าง ๆ แตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้

ตาราง 1 ประสิทธิภาพของถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

โรคทางเพศสัมพันธ์	ประสิทธิภาพการป้องกันโรค
เอดส์	มากกว่าร้อยละ 90
ไวรัสตับอักเสบบี	มากกว่าร้อยละ 90
พยาธิในช่องคลอด	มากกว่าร้อยละ 90
หนองในแท้	มากกว่าร้อยละ 90
หนองในเทียม	ร้อยละ 50 - 90
ซิฟิลิส	ร้อยละ 50 - 90
เริม	ร้อยละ 10 - 50
แผลริมอ่อน	ร้อยละ 10 - 50
หูดหงอนไก่	ไม่สามารถป้องกันได้ หรือน้อยกว่าร้อยละ 10

ที่มา: คนุช ปัญจพรผล (2565: 3)

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าถุงยางอนามัยไม่สามารถป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ทุกโรคได้ร้อยละ 100 ดังนั้นวาทกรรมนี้จึงมีข้อบกพร่อง และอาจก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้างแก่สังคมยิ่งไปกว่านั้นวาทกรรมนี้แสดงให้เห็นว่าภาครัฐยังคงติดอยู่ในกับดัก “safe sex” ในขณะที่แนวโน้มของการรณรงค์เรื่องโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ของโลกได้ก้าวข้ามไปสู่ “safer sex” เพราะโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์หลายโรคมิได้จำกัดการติดต่อเพียงเฉพาะการมีเพศสัมพันธ์เท่านั้น หากแต่สามารถติดต่อได้ผ่านช่องทางอื่นด้วย เช่น เริม อยู่เจริญ (2555: 27) ระบุว่า ควร “หลีกเลี่ยงการจูบหรือการใช้แก้วนํ้าร่วมกันในกรณีผู้ติดเชื้อเริมบริเวณมือ” หรือกรณีโรคหูดหงอนไก่ เจนจิต พิชัยลักษณ์ (2565) ระบุว่า “การใส่ถุงยางอนามัยจะไม่สามารถป้องกันการถ่ายทอดเชื้อได้ทั้งหมด เนื่องจากมีบริเวณที่ติดเชื้ออยู่นอกบริเวณที่สวมใส่ถุงยาง” เป็นต้น นอกจากนี้ เจนจิต ฉายะจินดา และ ชนาภานต์ เกิดกลิ่นหอม (2558: 85) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอัตราการแพร่กระจายของโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ สรุปได้ว่าขึ้นอยู่กับอีก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) อัตราการเปลี่ยนคู่นอน (contact rate) 2) ความสามารถในการแพร่เชื้อแต่ละชนิด (transmissibility) และ 3) ระยะเวลาในการแพร่เชื้อ (duration of infectiousness) ดังนั้นปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ คือ แนวทางป้องกันที่ภาครัฐควรสื่อสารคู่ขนาน กระตุ้นการตระหนักรู้ของประชาชนควบคู่ไปกับการรณรงค์ เพราะการโน้มน้าวให้ประชาชนใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ถือเป็นฉาบทันทีเพียงมิติเดียว และไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

3.3) ระดับสังคมและวัฒนธรรม สิ่งที่น่าชื่นชมประการหนึ่งของวาทกรรมนี้ คือ การนำเอาเรื่องเพศศึกษา (sex education) มาพูดเป็นปกติวิสัยในสาธารณะ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเปิดพื้นที่ให้เรื่องเพศศึกษามีใช้เรื่องที่ต้องอธิบายตามขนบสังคมประเพณีแบบไทย ซึ่งแต่เดิมเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ต้องปกปิด กระทบกระเทือน และนับว่าเสียมารยาทเมื่อพูดในพื้นที่สาธารณะ อย่างไรก็ตามเมื่อนิยาม “ถุงยางอนามัย” ของกรมควบคุมโรคจะครอบคลุมทั้งถุงยางอนามัยสำหรับบุรุษ และถุงอนามัยสตรี แต่สังคมไทยกลับคุ้นเคยเฉพาะถุงยางอนามัยสำหรับบุรุษเท่านั้น ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าภาครัฐอาจซ่อนเร้นข้อเท็จจริงทางการสาธารณสุขบางประการอันเป็นข้อจำกัดของตน ดังที่ปรากฏว่า “สำหรับประเทศไทย ถุงอนามัยสตรีไม่มีการวางขายทั่วไปในท้องตลาด มีเพียงที่กระทรวงสาธารณสุขได้รับบริจาคจากองค์กรระหว่างประเทศเป็นครั้งคราว... ถุงอนามัยสตรีก็นับเป็นทางเลือกในการช่วยให้ประชาชนมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย” (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: 2) จะเห็นได้ว่าปัญหาสำคัญประการหนึ่ง คือ ภาครัฐมีอาจสามารถจัดหาเพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึง “ถุงอนามัยสตรี” ได้ ย้อนแย้งกับยุทธศาสตร์ที่กำหนดให้มีการ “สนับสนุน และเพิ่มการเข้าถึงถุงยางอนามัย ถุงอนามัยสตรี และสารหล่อลื่น เป็นมาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2” (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: 1) ด้วยเหตุนี้สังคมวัฒนธรรมไทยจึงไม่ค่อยรู้จัก และมีข้อจำกัดในการเข้าถึงถุงอนามัยสตรีซึ่งควรเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ประชาชนผู้ปรารถนาจะมีเพศสัมพันธ์ย่อมควรได้รับสิทธิในการเลือกวิธีการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และสามารถเข้าถึงทางเลือกต่าง ๆ เหล่านั้นได้โดยง่ายดังเช่นในประเทศอื่น ดังนั้นในอนาคตภาครัฐควรดำเนินการตามยุทธศาสตร์ และนิยามที่ตนเองกำหนดไว้ โดยถุงอนามัยสตรีควรเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่าย ปราศจากค่าใช้จ่าย หรือหากจำหน่ายก็ควรมีราคาย่อมเยา และเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง สะดวกสบายเช่นเดียวกับถุงยางอนามัยของบุรุษ โดยเป็นทางเลือกที่เท่าเทียม และเป็นสิทธิพื้นฐานของประชาชนในการเลือกป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อันเป็นภัยคุกคามต่อทั้งตนเองและคู่ครอง อีกทั้งสังคมไทยควรเปิดใจยอมรับ และไม่ผูกขาดให้ “ถุงยางอนามัย” สำหรับบุรุษเป็นทางเลือกเดียวที่เข้าถึงได้ 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการมีเพศสัมพันธ์

สรุป

การศึกษาวาทกรรม “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” ในสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมควบคุมโรค ผ่านมุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แนวทางวาทกรรมสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธี ช่วยกระตุ้นความคิด กระตุ้นความตื่นรู้ให้ประชาชนตั้งคำถามกับชุดวาทกรรมการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ที่ภาครัฐส่งผ่านสู่ประชาชน รวมถึงสะท้อนระบบนิเวศเพศศึกษาของประเทศไทยที่มีช่องว่าง และข้อพิพาทพัฒนาอีกหลายประการ การเกิดขึ้นของวาทกรรมนี้ย่อมสัมพันธ์กับจำนวนประชาชนผู้ติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ของภาครัฐที่กำหนดไว้ กระนั้นวาทกรรมนี้ก็ชวนให้ตั้งคำถามต่อประสิทธิผล และประสิทธิภาพในการรณรงค์แก่กลุ่มเป้าหมายอันนำไปสู่การตระหนัก และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการมีเพศสัมพันธ์อย่างปลอดภัย

การใส่ถุงยางอนามัยยังคงเป็นเรื่องจำเป็น และถุงยางอนามัยก็มีส่วนป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ แต่มีใช้ว่าจะสามารถป้องกันได้สมบูรณ์ กระนั้นเพศศึกษาจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยผลักดัน “safe sex” สู่ “safer sex” อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์วาทกรรม “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” ผ่านมุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ผนวกกับผลลัพธ์จำนวนสถิติผู้ติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ชวนให้ตั้งข้อสังเกตว่าการสื่อสารสาธารณสุข หรือการสื่อสารเรื่องเพศศึกษามีควรถูกผูกขาดโดยภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว สถาบันอุดมศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันที่มีโรงเรียนแพทย์ควรมีบทบาทหลักในการร่วมสนับสนุน และถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ถูกต้องแก่สังคม อีกทั้งสถาบันครอบครัวก็พึงเป็นหน่วยแรกที่สร้างพื้นที่ปลอดภัยเพื่อสื่อสารเรื่อง “safer sex” แก่บุตรธิดา และเตรียมทักษะชีวิตให้พร้อมเมื่อเข้าศึกษาในระบบโรงเรียนด้วย ทั้งนี้เพศศึกษาเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับองค์กร ประการสำคัญ คือ ถึงเวลาแล้วที่ควรมีการรื้อสร้างกระบวนทัศน์ว่าด้วยระบบนิเวศเพศศึกษาในประเทศไทยให้เป็นระบบ มีการทบทวนความถูกต้องครบถ้วนรอบด้านของสาระเพศศึกษาให้ทันสมัย และลดช่องว่างการสื่อสารเรื่องเพศศึกษาให้สอดคล้องกับการสื่อสารยุคกึ่งวิวัฒนาการ

ยิ่งไปกว่านั้นรัฐควรเร่งดำเนินการตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้โดยบริหารจัดการให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้าถึง “ถุงอนามัยสตรี” อย่างเร่งด่วน และเสมอภาค เพื่อคืนสิทธิขั้นพื้นฐาน ของการมีเพศสัมพันธ์อย่างปลอดภัยให้แก่สตรี โดยมีป্লอยให้บุรุษเป็นผู้มีบทบาทหลักในการเข้าถึง และตัดสินใจใช้ถุงยางอนามัยเพียงฝ่ายเดียวนับเป็นการผลิตซ้ำระบบคุณค่าทางสังคมที่ให้อำนาจผู้ชายเป็นใหญ่ กล่าวได้ว่า “แค่ ‘ใส่’ ก็ปลอดภัย” เป็นวาทกรรมที่อาจสร้างความเข้าใจคลาดเคลื่อนแก่สังคมไทย ผลิตซ้ำชุดความรู้ และความเชื่อที่มีได้ช่วยยับยั้งปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้อย่างแท้จริง เพราะ “แค่ ‘ใส่’ ถุงยางอนามัย ก็ ‘ไม่’ ปลอดภัย” เสมอไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการกระทรวงสาธารณสุข. (20 มิถุนายน 2562). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136, ตอนที่ 78 ก, หน้า 1-12.
- กรมควบคุมโรค. (2566). *รายงานประจำปี กองโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ พ.ศ. 2566*. กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *ยุทธศาสตร์ด้านถุงยางอนามัย (พ.ศ. 2563-2573) ภายใต้ยุทธศาสตร์แห่งชาติว่าด้วยการยุติปัญหาเอดส์ พ.ศ. 2560-2573*. บอริณ ทุ ปี พับลิชชิง.
- กองโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค. (2566, 19 พฤษภาคม). *ถุงยางอนามัย แค่ “ใส่” ก็ ปลอดภัย*. <https://datariskcom-ddc.moph.go.th/download/แค่-ใส่-ก็-ปลอดภัย-ถุงยาง/>.

- จักรกฤษณ์ พิญาพวงษ์. (2563). ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยไม่สม่ำเสมอของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในเขตภาคเหนือ. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*, 15(1), 81-98.
- เจนจิต ฉายะจินดา และชนากานต์ เกิดกลิ่นหอม. (2558). การติดตามผู้สัมผัสโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ที่สามารถรักษาให้หายขาดได้. *เวชบันทึกศิริราช*, 8(2), 83-88.
- เจนจิต พิชัยลักษณ์. (2565, 28 มิถุนายน). หูดหงอนไก่ “เรื่องใหญ่” กว่าที่คิด. คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1510>
- ฉัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร. (2546). พฤติกรรมการบริโภคถุงยางอนามัยกรณีศึกษา: นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. <http://ir.stou.ac.th/handle/123456789/7960>
- ณรงค์ ใจเที่ยง และปฏิพัทธ์ วงศ์เรือง. (2563). พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มวัยเจริญพันธุ์ในจังหวัดพะเยา. *วารสารกฎหมายและนโยบายสาธารณสุข*, 6(1), 21-32.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดนุช ปัญจพรผล. (2565, 1 เมษายน). ถุงยางอนามัย ถุงอนามัยสตรีและสารหล่อลื่น. ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องทางเภสัชศาสตร์ สภาเภสัชกรรม. https://ccpe.pharmacycouncil.org/index.php?option=article_detail&subpage=article_detail&id=1186
- ณอม นามวงศ์, สุกัญญา คำพัฒน์ และปัญหาน์ ปรัชญคุปต์. (2562). อัตราความชุกและปัจจัยที่สัมพันธ์กับโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในกลุ่มเยาวชน จังหวัดยโสธร. *วารสารโรคเอดส์*, 31(3), 116-124.
- ณสิน ชุตินธรานนท์. (2567). วิภาษานาที่ในภาพยนตร์เรื่องเงียบให้รอด. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 16(1), 32-56.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2553). การประเมินสถานการณ์อย่างรวดเร็ว (rapid appraisal) โครงการพัฒนาการสื่อสารสาธารณะและขับเคลื่อนสังคมเพื่อป้องกันเอดส์. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ราชบัณฑิตยสถาน.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2560). พลังแห่งการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). บริษัท 21 เซ็นจูรี จำกัด.
- รุ่งรัตน์ ศรีสุริยเวศน์ และพรนภา หอมสินธุ์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารเรื่องเพศและพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยในกลุ่มเยาวชนไทยชายรักชาย จังหวัดชลบุรี. *วารสารพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 29(2), 62-75.
- เรณู อยู่เจริญ. (2555). เริ่ม...ภัยเงียบจากไวรัส. *วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 4(4), 23-30.

- วรวรรณ ทัพย์วาริรัมย์, อุมพร ห่านรุ่งชโรทร และอัญชลี ทองเสน. (2563). ทักษะคิดเกี่ยวกับอุปสรรคและข้อผิดพลาดในการใช้ถุงยางอนามัยของนักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนปลาย. *พยาบาลสาร*, 47(4), 242-251.
- วรพร กระทบความ. (2545). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีต่อการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์นิตยสารศาสตรมหาบัณฑิต] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/64600>
- ไศรดา สุทนต์มิตร และสุนันทา ศรีศิริ. (2565). การพัฒนาโปรแกรมการจัดการเรียนรู้ความสามารถของตนเองในการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีของเยาวชนกลุ่มเสี่ยงกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 8(1), 82-98.
- สถาบันภาษาไทยสิรินธร. (2564). *อ่านอย่างตีความ (1) ตีความด้วยความรู้ในตัวภาษา*. สถาบันภาษาไทยสิรินธร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. https://www.sti.chula.ac.th/wp-content/uploads/2021/04/reading_08_doc.pdf
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2562). *สุขภาพคนไทย 2562: สื่อสังคมสองคม สุขภาวะคนไทยในโลกโซเชียล*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สำนักโรคเอดส์ วัณโรค และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์. (2558). *แนวทางการดูแลรักษาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ พ.ศ. 2558*. อักษรกราฟฟิกแอนด์ดีไซน์.
- สำนักงานส่งเสริมสุขภาพสุขภาพ. (2566). *แค่ “ใส่” ก็ปลอดภัย ถุงยางอนามัยเป็นเรื่องปกติ normalize condom use. The bulletin: แหล่งรวมความรู้เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น*. [Facebook Page]. Facebook. Retrieved May 15, 2025, from <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=689779993170731&id=100064162089857&set=a.479028137579252>.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). *ภาษาในสังคมไทย: ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาพัชชา ทองสนธิ และกัญญาณัฐ อาศัย. (2568, 5 กุมภาพันธ์). *รักตัวเองก่อนใคร! หยุดพฤติกรรมเสี่ยงโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์*. ข่าวเวิร์คพอยท์. <https://today.line.me/th/v2/article/aGo0yYG>.
- อุไรวรรณ นิลเต่า, ชนัญญา จิระพรกุล และเนาวรัตน์ มณีนิล. (2564). พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง. *วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน*, 7(1), 47-59.
- เอกกวี หอมขจร และคุณสปรณ มีคัคปณานนท์. (2567). โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และวิธีการป้องกันของวัยรุ่น. *วารสารกองพยาบาล*, 51(2), 103-117.

ภาษาอังกฤษ

- Christinawati, S., Trimatuti, W., Latifah, A., Alpina, B., Angelika, E. (2023). The use of persuasive sentences in copywriting. *Issues in Applied Linguistics and Language Teaching*, 5(2), 80-83. <https://doi.org/10.37253/iallteach.v5i2.7267>
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2015). *Language and Power*. (3rd ed.). Routledge.
- Rohmah, A.R.N. & Latifah, N. (2022). Replacement of ‘delicious’ expression: Denotative - connotative meaning analysis. *Journal of Language and Literature*, 10(2), 163-180.