

บทบาทของเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยที่มีต่อสื่อโทรทัศน์และผู้รับสาร ในสปป.ลาว

Roles of Thai TV content on TV stations and audience in Lao People's Democratic Republic (PDR)

เจษฎา ศาลาทอง
Jessada Salathong

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ 10330

Department of Mass Communication, Faculty of Communication Arts,

Chulalongkorn University, Bangkok 10330 Thailand

*Corresponding author E-mail: jessada.Sa@chula.ac.th

(Received: February 25, 2021, Revised: May 26, 2021, Accepted: June 16, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องบทบาทของเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยที่มีต่อสื่อโทรทัศน์และผู้รับสารในสปป.ลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยที่มีต่อสถานีโทรทัศน์ในสปป.ลาว และศึกษาการเปิดรับและทัศนคติต่อเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยของผู้รับสารลาว ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยศึกษากลุ่มผู้ส่งสาร ได้แก่ สถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาวของรัฐและสถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ของเอกชนผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับตัวแทนของสถานีรวม 3 คน และศึกษากลุ่มผู้รับสารซึ่งได้แก่ นักศึกษาภาคสื่อสารมวลชน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาวผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

**บทความนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์อาเซียนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ASEAN Studies Center Chulalongkorn University) และคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีผู้ช่วยวิจัยซึ่งเป็นนิสิตในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ได้แก่ วีร์ วชิรอาโพ, ประวีณา พลเขตต์, นิพัทธา อินทรักษา, และ วิษณุ ศิลาน้อย

ผลการศึกษาพบว่า โทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในสปป.ลาว ในส่วนของสถานีโทรทัศน์เนื้อหาจากไทยที่ไม่ใช่ข่าวสาร (Non-News) มีบทบาทและอิทธิพลต่อสถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ ซึ่งเป็นสถานีเอกชนในรูปแบบของการเป็นแหล่งอ้างอิง (Reference) และแรงบันดาลใจในการผลิตเนื้อหาของสถานี และการเปิดให้ผู้ผลิตจากไทยมาเข้าช่วงเวลาของสถานี โดยจะต้องไม่ขัดกับอัตลักษณ์ของลาวตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งทั้ง 2 แนวทางได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ชมชาวลาว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในส่วนของผู้รับสารที่ระบุว่าชื่นชอบเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยจากการรับชมโดยตรงผ่านทางโทรทัศน์ดาวเทียมและสื่อออนไลน์ เนื่องจากเนื้อหาที่มีความหลากหลายและแตกต่างจากโทรทัศน์ของลาว ซึ่งถึงแม้ว่าผู้รับสารกลุ่มนี้จะมีความระมัดระวังในการบริโภคเนื้อหาบนพื้นฐานของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของลาวแต่ก็ยอมรับถึงอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ชีวิตและค่านิยมที่ได้รับจากการบริโภคเนื้อหาจากสื่อโทรทัศน์ไทย ซึ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการขยายพลังอ่อน (Soft Power) ของไทยอย่างสร้างสรรค์ในสปป.ลาว โดยจะต้องคำนึงถึงอัตลักษณ์และบริบทของลาวเป็นสำคัญด้วย

คำสำคัญ: โทรทัศน์, สปป.ลาว, สื่อไทย, ผู้รับสาร

Abstract

The study “Roles of Thai TV content on TV stations and audience in Lao PDR” aims to examine roles of Thai TV content on TV stations in Lao PDR as well as Lao audiences’ openness an attitude towards Thai TV content. Mixed research methodology, both qualitative and qualitative research approaches, was applied in this study through in-depth interviews, focus group and survey. For Lao TV stations, there were 3 representatives from the state-run Lao National Television and the private Lao Star TV joined the in-depth interview. For audience, there were students from the Department of Mass Communication, Faculty of Letters, National University of Laos attended a focus group and survey. The study found that TV is still influential in Lao PDR.

Non-news content from Thai TV play an important role in the private station. Lao Star TV looks at content from Thai TV as their reference and inspiration to create their homegrown content. Moreover, the private station also let a Thai producer rent a time slot to air a program that was totally created by the Thai producer. The both Thai-inspired and made-by-Thai content got a warm welcome from Lao audience. The study also found that the Lao audience in this study welcome Thai TV content very well. They are watching Thai TV content directly via satellite TV stations and the internet. The popularity of Thai TV content among Lao audience are based on the variety of content that can not be seen in Lao TVs. Although the audience still concern about the value of Lao identity and culture, they accepted that Thai content has influence on their lifestyle. This highlights the potential of Thai TV content as a strong tool to galvanize Thai soft power. However, it has to be done strategically and creatively on the respect of Lao identity.

Keywords: Television, Lao PDR, Thai Media, Receivers

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ทั้งในส่วนของเทคโนโลยีการผลิตและรูปแบบเนื้อหา ด้วยปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าและกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่หลอมรวมโลกทั้งใบให้เป็นโลกไร้พรมแดน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยทำให้รูปแบบและช่องทางการรับชมมีความหลากหลายและน่าสนใจยิ่งขึ้น ประชาชนในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ซึ่งประเทศเพื่อนบ้านที่มีการเปิดรับสื่อไทยอย่างเข้มข้น ด้วยเหตุผลด้านความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม รวมถึงความหลากหลายและเข้มข้นของ “Content” ของสื่อไทยที่มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อลาวที่ถูกควบคุมโดยรัฐบาลอย่างเข้มงวดมายาวนานและ

ซึ่งจะมีการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาบริหารได้เมื่อประมาณปี 2550 (ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี, 2555) คนลาวมีความผูกพันกับทีวีไทยมายาวนาน เพราะมีวัฒนธรรมและภาษาที่ใกล้เคียงกัน ยิ่งเมื่อมีการเปลี่ยนเป็นทีวีดิจิทัลยิ่งชื่นชอบมากขึ้นไปอีก เพราะคุณภาพของภาพละเอียดขึ้น ทำให้รับชมได้ดียิ่งขึ้น มีการรับข่าวไทย ดูทีวีไทย ทีวีก็ซื้อจากไทย กล่องรับ สัญญาณก็ซื้อจากไทย รายการอะไรที่ได้รับ ความนิยมอย่างมากจากคนไทยก็จะได้รับความนิยมจากคนลาวด้วยเสมอ (ไทยรัฐ, 2555) นี่ถือเป็นรากฐานที่สำคัญของการขยายอำนาจอ่อนหรือ Soft Power ของไทยเข้าไปในสปป.ลาว ซึ่งย่อมจะส่งผลดีกับประเทศไทยในมิติต่าง ๆ แต่ด้วยพฤติกรรมการรับสื่อไทยอย่างเข้มข้นในชีวิตประจำวันของคนลาวเช่นนี้ หลายภาค ส่วนในสปป.ลาวก็มีห่วงความกังวลถึงการครอบงำทางวัฒนธรรมจากสื่อไทยเช่นกัน การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะวิจัยถึงบทบาทของเนื้อหาจากไทยที่มีต่อสถานี โทรทัศน์ในสปป.ลาวและผู้รับสารในสปป.ลาว เพื่อฉายให้เห็นถึงบทบาทของ Soft Power ของไทยในสปป.ลาวผ่านสื่อโทรทัศน์ เพื่อจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้สนใจศึกษา ด้านสื่อและสังคมในสปป.ลาว ตลอดจนผู้ที่สนใจเกี่ยวกับบทบาทและอิทธิพลของ เนื้อหาจากไทยในต่างประเทศโดยเฉพาะในสปป.ลาว เพื่อเป็นสามารถนำไปกำหนด ยุทธศาสตร์และนโยบายในการขยาย Soft power ของไทยออกไปอย่างสร้างสรรค์ โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสถานีโทรทัศน์ในสปป.ลาว ทั้งที่เป็นของภาครัฐ ซึ่งในที่นี้คือ สถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาว กับสถานีของเอกชนคือสถานีโทรทัศน์ลาว สดาร์ และการเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อเนื้อหาที่จากโทรทัศน์ไทยของผู้รับสารลาว ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นนักศึกษาจากภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบทบาทของเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยที่มีต่อสถานีโทรทัศน์ในสปป.ลาว
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับและทัศนคติต่อเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยของผู้รับสารลาว

แนวคิดในการวิจัย

ภูมิทัศน์สื่อลาว

ในภาพรวมสถานการณ์เสรีภาพสื่อในสปป.ลาว ค่อนข้างนิ่ง เนื่องจากไม่มีการเปลี่ยนแปลงด้านผู้นำประเทศหรือระบอบการเมืองการปกครอง สื่อหลักในประเทศเป็นสื่อมวลชนของรัฐที่ต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากรัฐอย่างใกล้ชิด เพื่อให้แน่ใจว่าสื่อทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้รัฐอย่างสมบูรณ์ สื่อมวลชนในสปป.ลาวล้วนเป็นกิจการของรัฐแทบทั้งหมด และต้องยึดมั่นในอุดมการณ์และดำเนินการอยู่ภายใต้กรอบนโยบายของพรรคการเมือง แม้ว่าระยะหลังจะมีการเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนสามารถนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของรัฐบาลได้มากขึ้น (ซวรงค์ ลิ้มปัทมปานี, 2555) ด้วยโครงสร้างในการปกครองของสปป.ลาวดังกล่าว เมื่อมีการอันดับเสรีภาพสื่อโดยองค์กรสื่อของชาติตะวันตกสปป.ลาว ก็มักจะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศที่มีเสรีภาพสื่อน้อยอยู่เสมอ (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2557)

บทบาทหลักของสื่อมีหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างรัฐบาลและประชาชน อีกทั้งช่วยธำรงรักษาอธิปไตย และสิทธิพลเมืองของประเทศชาติ ปัจจุบันสปป.ลาว มีสื่อสารมวลชนหลายแขนง ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ในปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ทั้งหมด 5 ช่องคือ สถานีโทรทัศน์แห่งชาติแอลเอ็นทีวี 1 (LNTV1) เน้นข่าวสารจากทางการ สถานีโทรทัศน์แห่งชาติแอลเอ็นทีวี 3 (LNTV3) เน้นรายการบันเทิง ขณะเดียวกัน กระทรวงป้องกันความสงบ (ตำรวจ) ได้เปิดสถานีโทรทัศน์ลาวทีเอสทีวี (Lao PSTV) เพื่อนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของกระทรวง ส่วนสถานีโทรทัศน์ของภาคเอกชนคือ สถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ และสถานีโทรทัศน์ลาวทีวี นอกจากนี้ยังมีช่องต่างประเทศอีก 30 ช่องผ่านทางเคเบิลทีวีและเครือข่ายตามแต่ละภูมิภาค (บุญยืน เพชรจำปา, 2560)

ทางด้านสื่อวิทยุสปป.ลาว มีสถานีวิทยุทั้งหมด 63 สถานีทั่วประเทศ สถานีวิทยุแห่งชาติเป็นแม่ข่ายสำคัญในการส่งข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชน ขณะที่ในแต่ละแขวงของลาวจะมีสถานีวิทยุประจำแขวงเพื่อผลิตรายการที่เกี่ยวกับท้องถิ่นแทรกเข้าไปในผังรายการหลักจากสถานีวิทยุแห่งชาติที่เวียงจันทน์

ทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์มีหนังสือพิมพ์ทั้งหมด 27 ฉบับ ทั้งภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส ได้แก่ หนังสือพิมพ์ประชาชนและหนังสือพิมพ์

เศรษฐกิจ-สังคมของพรรคประชาชนปฏิวัติลาวหนังสือพิมพ์เวียงจันทน์ใหม่ของ
กำแพงนครเวียงจันทน์ หนังสือพิมพ์ประเทศลาว และหนังสือพิมพ์เคพีแอลนิวส์
ของสำนักข่าวสารประเทศลาว หนังสือพิมพ์ลาวพัฒนาของสมาคมนักข่าวลาว และ
หนังสือพิมพ์เวียงจันทน์ใหม่ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์
เลอเฮโนวาจัวร์ (Le Rénovateur) ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาฝรั่งเศส รวมถึงนิตยสารอีก
ทั้งหมด 102 ฉบับ นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง เช่น เศรษฐกิจ สุขภาพ
ความงาม (ซวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี, 2555)

ในส่วนของอินเทอร์เน็ตที่ลาวใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 และเทคโนโลยี 4G
(LTE) เข้าไปในสปป.ลาว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ใช้งานได้เฉพาะพื้นที่ที่เป็นเมืองใหญ่ หรือ
ที่พักอาศัยเท่านั้นมีราคาค่อนข้างสูง และพื้นที่ห่างไกลจะเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่ค่อยได้
สำหรับโซเชียลมีเดีย ชาวลาวยินยิใช้งาน 3 แพลตฟอร์มได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook)
วีแชท (We Chat) และวอตส์แอปป์ (Whatsapp) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่เข้าถึงคน
รุ่นใหม่และมีกำลังซื้อสูง นอกจากนี้เว็บไซต์ยอดนิยมของชาวลาวยังคือ Laogov.gov,
tholakhong.com และ Laopost.com (กรชนก รักษาเสรี, 2559)

โลกาภิวัตน์ (Globalization)

“โลกาภิวัตน์” เป็นคำที่เริ่มใช้กันมาตั้งแต่ในปี ค.ศ. 1960 เป็นต้นมา
ซึ่งมาถูกใช้อย่างแพร่หลายในช่วงปี ค.ศ. 1990 สำหรับคำว่า โลกาภิวัตน์ นี้ Ludger
Pries (2001) ได้ให้ความหมายแก่คำว่า “โลกาภิวัตน์” ว่า ประกอบด้วยนิยามจำกัด
ความ 2 ประการด้วยกัน ประการแรก โลกาภิวัตน์ หมายถึง การหายไปของมิติทาง
ภูมิศาสตร์ เมื่อภูมิศาสตร์ของโลกแคบลง ผู้คนจึงสำนึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของโลก
มากยิ่งขึ้น เหตุการณ์จากมุมหนึ่งของโลกถูกบอกเล่าสู่อีกมุมหนึ่งของโลกได้อย่าง
รวดเร็ว และประการที่สอง โลกาภิวัตน์ คือ ยุคความสัมพันธ์ทางสังคมขยายใหญ่
ความสัมพันธ์ของผู้คนมีได้จำกัดอยู่แต่ในหมู่บ้านของตน แต่ขยายความสัมพันธ์กลายเป็น
ระดับโลก ความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของโลกนี้เอง ที่นำพามานุษยชาติเข้าสู่
โลกสมัยใหม่ คนรุ่นใหม่ไม่เพียงแต่ได้รู้แสวงหาข่าวรอบ ๆ ตัวเท่านั้น แต่กระหายที่จะ
ใคร่รู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ต่างแดนอันไกลโพ้น สำนึกของความเป็นพลเมืองโลก
ได้ถูกปลูกถ่ายลงสู่ชีวิตจิตใจของคนรุ่นใหม่ให้ใส่ใจความเป็นไปของโลกในฐานะส่วนหนึ่ง
ของโลกใบนี้ รวมถึงการนับตนเองในฐานะมนุษย์คนหนึ่ง เป็น “พลเมืองโลก” (Global Citizen)

ด้าน Scholte (2005) อธิบายความหมายของโลกาภิวัตน์ไว้ ดังนี้

1) โลกาภิวัตน์ในแง่การที่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น (Internationalization) ซึ่งจะเป็นการพูดถึงโลกาภิวัตน์ในแง่ของความสัมพันธ์ข้ามพรมแดนระหว่างประเทศ (Cross-Border Relations) ที่กล่าวถึงการเจริญเติบโตของการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศและการพึ่งพากันระหว่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น

2) โลกาภิวัตน์ในแง่การทำให้เป็นเสรีมากขึ้น (Liberalization) ตามอุดมการณ์เสรีนิยม ซึ่งเป็นการอธิบายถึงกระบวนการผนวกรวมเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่เป็นการลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรค อาทิ กฎระเบียบที่การลดอัตราภาษีสินค้านำเข้า และส่งออกระหว่างประเทศ การลดความเข้มงวดเพื่อให้สามารถเดินทางระหว่างประเทศได้สะดวกยิ่งขึ้น

3) โลกาภิวัตน์ในแง่ของการทำให้เป็นตะวันตก (Westernization) หรือ การทำให้ทันสมัย (Modernization) เป็นการอธิบายในแง่โลกาภิวัตน์ที่ทำให้เกิดรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความทันสมัยมากขึ้น โดยเป็นการแพร่กระจายรูปแบบของตะวันตกในด้านต่าง ๆ เช่น ระบบทุนนิยม เหตุผลนิยม อุดสาหกรรมนิยม การบริหารงานแบบระบบตะวันตก หรือความเป็นปัจเจกชนนิยมได้แพร่ขยายไปทั่วโลก และส่งผลให้วัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมของชุมชนหรือท้องถิ่นสูญหายไป เพราะมีการรับวัฒนธรรมใหม่แบบตะวันตกเข้ามาทดแทน

4) โลกาภิวัตน์ในแง่ของการแบ่งเขตพื้นที่ใหม่ (Respatialization) ในทัศนะด้านนี้โลกาภิวัตน์จะเป็นการจัดรูปแบบภูมิศาสตร์ทางสังคมใหม่ (Social Geography) โดยเป็นการเพิ่มความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลในส่วนต่าง ๆ ของโลกมากยิ่งขึ้นด้วย การเชื่อมโยงจากข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม การอพยพ เคลื่อนย้าย และปฏิสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ของมนุษย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ หรือ ทวิตเตอร์

สังคมยุคโลกาภิวัตน์จึงเป็นโลกที่มนุษย์สามารถข้ามพรมแดนของประเทศ และสามารถทะลุกาลเวลาได้โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร ในลักษณะที่ไร้พรมแดนโลกในสายตาของผู้ที่อาศัยเทคโนโลยี จึงเป็นโลกใบเล็กที่สามารถติดต่อถึงกันได้ง่ายและรวดเร็ว การเข้ามาของสื่อใหม่ (New Media) อย่าง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบก็ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนโลกให้เข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ โดยสิ่งสำคัญที่ทำให้สื่อใหม่เข้าถึงกลุ่มคนได้มากขึ้น ก็คืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมีราคาถูกลง โทรศัพท์มือถือที่มีคุณสมบัติที่หลากหลาย ทั้งการจัดเก็บไฟล์

ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ไฟล์เสียง การให้บริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงมีการแข่งขันกันมากขึ้นทำให้ราคาลดลง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้สื่อใหม่เข้าถึงประชาชนได้ง่ายและทั่วถึงยิ่งขึ้น

จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม (Cultural Imperialism)

จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม หมายถึง ปฏิบัติการเกี่ยวกับการส่งเสริม สนับสนุนวัฒนธรรม หรือ ภาษาของประเทศหนึ่งให้เข้าไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ซึ่งเป็นลักษณะของประเทศที่ใหญ่กว่ามีกำลังทางทหาร และเศรษฐกิจที่เข้มแข็งกว่า ได้กระทำกับประเทศที่เล็กกว่าและร่ำรวยน้อยกว่า โดยทั่วไปแล้ว จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมอาจจะเข้ามาในรูปแบบของการยึดครองรูปแบบกิจกรรม (สมเกียรติ ตั้งมโน, 2544)

จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมเริ่มต้นขึ้นจากความจริงทางประวัติศาสตร์ทางการเมืองของโลกที่ได้ผ่านการล่าอาณานิคมมาแล้วมากมาย (Colonization) ซึ่งจักรวรรดินิยมในศตวรรษที่ 19 จะเป็นรูปแบบของจักรวรรดินิยมทางการเมือง (Political Imperialism) ที่ใช้กองทหาร การเมือง และกฎหมายเข้ายึดครองพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ต่อมาในศตวรรษที่ 20 ได้ปรับเปลี่ยนเป็นยุคของจักรวรรดินิยมทางเศรษฐกิจ (Economic Imperialism) ที่ใช้กลไกต่าง ๆ ในการครอบงำทางเศรษฐกิจ โดยนักคิดด้านจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมเห็นว่าลัทธิล่าอาณานิคม และ ลัทธิจักรวรรดินิยมยังคงอยู่ เพียงแต่ได้เปลี่ยนรูปแบบไปเท่านั้น

โดย เจมส์ ทัด พิตธนาบรรพ์ (2551) ได้จำแนกกลไกในการครอบงำไว้ด้วยกัน 2 ประการคือ

1) กลไกการครอบงำด้านเศรษฐกิจ (Economic Imperialism) เป็นการครอบงำด้านเศรษฐกิจของประเทศอาณานิคม โดยเข้าไปมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของประเทศอื่นทั้งในด้านการลงทุน ธุรกิจ และการเงินระหว่างประเทศ

2) การครอบงำทางวัฒนธรรม (Cultural Dominance) ที่เป็นการใช้อำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจเพื่อแพร่กระจายค่านิยม (Value) การปฏิบัติ (Habit) ของวัฒนธรรมจากภายนอกสังคมนั้น ๆ เพื่อเข้าไปแทนที่ค่านิยมและการปฏิบัติ

อำนาจอ่อน (Soft Power)

อย่างไรก็ดี มีนักคิดหลายคนมองว่า ในปัจจุบันโลกไม่ค่อยยอมรับอำนาจแบบขู่บังคับอีกต่อไป ผู้ผลิตหรือประเทศต่าง ๆ อาจจะไม่มีความตั้งใจหรือไม่ได้ทำการ “ครอบงำ” แบบเข้มข้นหรือเปิดเผยหากแต่เป็นการขยายอำนาจอ่อนหรือ Soft Power ซึ่งอาจมองได้ว่าเป็นการครอบงำทางวัฒนธรรมอย่างละมุนละม่อม Soft Power เป็นคำที่ Joseph Nye ตั้งขึ้นเพื่ออธิบายถึงความสามารถในการดึงดูดให้เกิดความร่วมมือ แทนที่จะเป็นการบังคับ การใช้กำลัง หรือการใช้เงินซื้อ ซึ่งมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความเห็น สาธารณะ รวมถึงค่านิยมต่างๆ ในสังคมได้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ อำนาจทางวัฒนธรรม อำนาจทางการเมือง และอำนาจทางนโยบายต่างประเทศ (โตมร ศุขปรีชา, 2557)

จากการวิจัยเกี่ยวกับการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน โดย อัมพร จิรฐติกร พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ความนิยมละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้นในประเทศเพื่อนบ้าน มาจากความเปลี่ยนแปลงในทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศในภูมิภาค ความเปลี่ยนแปลง ทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม รวมถึงพัฒนาการทางด้านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งในประเทศไทย และประเทศปลายทาง ความรู้สึกใกล้ชิดทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ชมในสามประเทศเพื่อนละครไทย นอกเหนือจากความชอบในเนื้อหาที่หลากหลาย พล็อตเรื่องที่เข้มข้นและการแสดงที่เน้นการแสดงออกทางอารมณ์อย่างชัดเจน ในภาพย่อยของแต่ละประเทศ พบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในแต่ละประเทศมีรสนิยมที่แตกต่างกันในระดับของปัจเจกบุคคล การรับรู้และตีความละครไทยขึ้นอยู่กับเพศ วัย การศึกษา สถานะทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ทั้งนี้ การเผยแพร่การรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยผ่านละครถือเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนคนในประเทศเพื่อนบ้านจะเข้ามาประเทศไทย รวมถึงการสร้างการท่องเที่ยวให้ประเทศ เพื่อนบ้านรู้จัก ทำให้สินค้าในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น (โครงการจับตาอาเซียน, 2560)

กิตติ ประเสริฐสุข หัวหน้าโครงการจับตาอาเซียน ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับการรับมือ Soft Power สำหรับประเทศไทย ว่าจำเป็นต้องมี “ยุทธศาสตร์เชิงรุกและเชิงรับ” ไทยควรรับมือการไหลบ่าของวัฒนธรรมด้วยการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสนับสนุนให้เยาวชนไทยได้ศึกษาวัฒนธรรมเกี่ยวกับประเทศผู้ส่งออกเนื้อหา เช่น

เกาหลี ญี่ปุ่นในเชิงลึก มากกว่าความชื่นชอบแบบฉาบฉวย ควรให้ความสำคัญกับ กรอบความร่วมมือที่ผลักดันโดยประเทศ เหล่านี้อย่างเท่าเทียม เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีไว้ และควรบูรณาการกลไกของหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ (โครงการจับตาอาเซียน, 2560)

อัตลักษณ์ (Identity)

อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นการหล่อหลอมที่มีมายาวนาน เป็นความรู้สึกร่วมกันในสายเลือด เช่น ภาษาที่สมาชิกในกลุ่มใช้สื่อสารกันทางประวัติศาสตร์ ที่สมาชิกในกลุ่มประสบมาด้วยกัน อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ว่าเราเป็นใครและคนอื่นเป็นใคร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่น ๆ ด้วย จึงสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ความนึกคิดเกี่ยวกับบทบาทเฉพาะตนของบุคคลในการแสดงออกเพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นตามโครงสร้างสังคม และวัฒนธรรม (Berger and Luckmann, 1989) การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ของลาวจากวรรณกรรมแบบเรียนโดย สุภาพร คงศิริรัตน์ เมื่อปี พ.ศ. 2548 พบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่กฎในแบบเรียนภาษาลาว ศึกษา 3 ประการด้วยกัน ได้แก่ ความสามัคคี ความรักชาติ และการมีสุขภาพที่ดี โดยความสามัคคีนั่น แบบเรียนจะเน้นย้ำเป็นพิเศษ เนื่องจากประเทศลาวประกอบไปด้วยหลายชนเผ่า ความ เป็นเอกภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งบทบาทหลักของสื่อมีหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างรัฐบาล และประชาชน อีกทั้ง ช่วยธำรงรักษาอธิปไตยและสิทธิพลเมืองของประเทศชาติ

ขอบเขตการวิจัย

1. สื่อโทรทัศน์ในสปป.ลาว ที่ทำการศึกษา 2 สถานี สถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาว ซึ่งเป็นตัวแทนสถานีโทรทัศน์ของรัฐบาล และสถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ ซึ่งเป็นตัวแทนสถานีโทรทัศน์ของเอกชนสถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาว (Lao National Television)

สถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาว (Lao National Television, TNL หรือ LNTV) เป็นสถานีโทรทัศน์แห่งชาติ ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐ ขึ้นตรงกับกระทรวงแถลง

ข่าวและวัฒนธรรมแห่งสปป.ลาว เริ่มแพร่ภาพเป็นครั้งแรกเมื่อวันศุกร์ที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2526 ด้วยระบบวีเอชเอฟ จากสถานีแม่ข่ายนครหลวงเวียงจันทน์ ปัจจุบันมีการแพร่ภาพออกอากาศ จำนวน 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง **สทว. 1** หรือ **ທວ. 1** และ ช่อง **ສທວ. 3** หรือ **ທວ. 3**

สถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ (Lao Star Television) เป็นสถานีโทรทัศน์เอกชนเพียงแห่งเดียวที่เอกชนเป็นผู้ถือหุ้น 100% วิสัยทัศน์ คือ ให้ข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงในทางที่พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนลาวให้ดียิ่งขึ้น สถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์มีช่องทางการแพร่ภาพ 2 ช่องทาง ได้แก่ Channel Distribution Platform (C-Band) และ Direct-to-Home Broadcast Platform (Ku-Band) ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์มีรายการทั้งหมด 49 รายการ โดย 29 รายการเป็นรายการที่สถานีฯ เป็นผู้ผลิตเอง (ปี 2559)

2. ผู้รับสารในการวิจัยนี้ นักศึกษาภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว จำนวน 69 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาทั้งหมดของภาควิชาสื่อสารมวลชนในปี 2559 ที่ทำการศึกษา

มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว (National University of Laos หรือ NUOL) เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของสปป.ลาว ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2539 โดยมีคณะเรียนทั้งหมด 7 คณะและสถาบันการเรียนรู้ 1 แห่ง และพัฒนามาจนถึงปัจจุบัน (ปี 2560) มีคณะทั้งหมด 12 คณะ โดยเปิดสอนในระดับประกาศนียบัตรระดับปริญญาตรี และ ระดับปริญญาโท ตั้งอยู่ที่นครหลวงเวียงจันทน์ มีทั้งสิ้น 5 วิทยาเขต ได้แก่ วิทยาเขตดงโคก วิทยาเขตโสภะปาหลวง วิทยาเขตดอนนกขุม วิทยาเขตนาบง และวิทยาเขตตาดทอง

คณะอักษรศาสตร์ (Faculty of Letters) เป็นหนึ่งใน 12 คณะของมหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว มุ่งเน้นเนื้อหาต่าง ๆ ทางด้านภาษาศาสตร์และการสื่อสาร โดยภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว (Mass Communication-Department (MCD), Faculty of Letters (FLE)) ก่อตั้งขึ้นโดยเป็นส่วนหนึ่งของภาควิชาภาษาลาวและการสื่อสารมวลชนลาว กระทั่งในปี 2559 เป็นต้นมา จึงแยกตัวออกมาเป็นภาควิชาสื่อสารมวลชน (Mass Communication Department (MCD)) เปิดสอนในระดับปริญญาตรี มีจำนวนนักศึกษามีทั้งหมด 69 คน (ปี 2559)

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาค้างนี้ใช้วิธีการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยศึกษาสื่อโทรทัศน์ลาวที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหาด้วยวิธีศึกษาเชิงคุณภาพผ่านการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาว คือ บุญยืน เพชรจำปา ตำแหน่งหัวหน้าแผนกข่าว และตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ คือ เหมยญทอง มาพันทะวง ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป และคุณวุฒิ ทวีโรดม ตำแหน่งที่ปรึกษาและประธานอำนวยการฝ่ายสารสนเทศและพัฒนาธุรกิจ และศึกษากลุ่มผู้รับสารผ่านการเก็บข้อมูลด้วยวิธีศึกษาเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 69 ชุด เท่ากับจำนวนทั้งหมดของนักศึกษาภาคสื่อสารมวลชน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติ (ปี2559) และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากนักศึกษาในภาคเดียวกันนี้ จำนวน 17 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่สถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาว และสถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ ถานเกี่ยวกับการทำงาน โดยเน้นการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับไทย ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตผลงาน แผนการพัฒนารายการ รวมถึงการปรับตัวทางธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. แบบสอบถามสำหรับนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว เรื่องความต้องการในการรับข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร การเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความต้องการทางด้านเนื้อหา

3. แบบสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม ในการสัมภาษณ์นักศึกษาภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว เกี่ยวกับการรับชมข่าวสาร และรายการที่เกี่ยวกับไทย

ผลการศึกษา

1. บทบาทของเนื้อหาจากไทยที่มีต่อสถานีโทรทัศน์ในสปป.ลาว
สื่อรัฐ (สถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาว)

เนื้อหาจากไทยไม่ได้มีบทบาทและอิทธิพลต่อการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาวมากนัก เนื่องจากเนื้อหาหลักของสถานีคือ การให้ข้อมูลข่าวสารจากทางรัฐบาล รวมถึงส่งเสริมอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเพื่อเอกภาพ ความสงบ และมั่นคงของประเทศ เนื้อหาทั้งหมดถูกควบคุมดูแลอย่างเข้มงวด และไม่เน้นเนื้อหาด้านบันเทิง ในส่วนของเนื้อหาข่าวในสปป.ลาว นั้น ทางสถานีจะเป็นผู้ผลิตเอง แต่ในส่วนของเนื้อหาข่าวต่างประเทศนั้น จะรับมาจากสื่อของสองประเทศคือ จีนและเวียดนาม ซึ่งมีระบอบการเมืองใกล้เคียงกันผ่านข้อตกลงร่วมกันที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารในลักษณะให้เปล่า (บุญยืน เพชรจำปา, 2560)

- สื่อเอกชน (สถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์)

เนื้อหาจากไทยมีบทบาทและอิทธิพลต่อการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์มากกว่าสื่อของรัฐ ทั้งนี้ สถานีมีพื้นที่เวลาสำหรับรายการบันเทิงมากกว่านอกเหนือไปจากช่วงข่าวที่ต้องรับมาจากสถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาว ซึ่งจะเป็นช่วงเวลาทางสถานีจะมีอิสระมากขึ้นทางด้านเนื้อหา และการที่สถานีมีที่ปรึกษาและประธานอำนวยการฝ่ายสารสนเทศและพัฒนาธุรกิจ (คุณวุฒิ ทวีโรตม) เป็นคนไทย จึงมีการนำการอ้างอิง (Reference) หรือแรงบันดาลใจในเชิงเนื้อหาจากประเทศไทยด้วย เจริญทอง มาพันทะวง (2560) ผู้บริหารสถานียอมรับว่า เนื้อหารายการโทรทัศน์ไทยได้รับความนิยมอย่างมากด้วยความหลากหลายของเนื้อหา แต่ก็รู้สึกเสี่ยงต่อการขัดกับอัตลักษณ์ของลาวเป็นอย่างมาก เนื่องจากบางรายการมีการแต่งกายและกิริยาท่าทางของผู้ร่วมรายการที่อาจขัดกับภาพลักษณ์และวัฒนธรรมของลาว ดังนั้น การผลิตเนื้อหาเองโดยสถานี ถึงแม้จะได้รับแรงบันดาลใจและการอ้างอิงมาจากเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ไทย ก็ต้องมีความพยายาม Contextualize หรือปรับให้เข้ากับบริบทและไม่ละทิ้งอัตลักษณ์ของลาว เช่น ละคร ชิตคอมเรื่อง “ข้าวหลามπίงโก” ที่ได้รับกระแสตอบรับจากผู้ชมในสปป.ลาว เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีการผลิตเนื้อหาอีกรูปแบบที่น่าสนใจ ทั้งนี้ สถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ให้ความสนใจกับการขยายธุรกิจในรูปแบบของการเปิดให้เช่าช่วง

เวลาแก่ผู้ผลิตสื่อที่มีศักยภาพเข้าซื้อไปผลิต เพราะเป็นรูปแบบธุรกิจที่ได้ประโยชน์แบบไม่เสียเงินทุน เช่น รายการเดอะว้าว (The Wow) รายการที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ซึ่งผลิตโดยคนไทยที่อาศัยการเข้าช่วงเวลาผลิตและนำมาออกอากาศในช่องลาวสตาร์ นับเป็นรายการที่ผลิตขึ้นบนความเสี่ยงกับวัฒนธรรมลาวเป็นอย่างมาก เนื่องจากการแต่งกายและกิริยาท่าทางของผู้ร่วมรายการที่สวนทางกับภาพลักษณ์และวัฒนธรรมของลาว แต่สุดท้ายก็ได้ออกอากาศและได้รับความนิยมอย่างมากจนผู้บริหารของสถานีมองว่า เป็นการยกระดับวงการบันเทิงลาวที่เปิดกว้างไปอีกขั้นหนึ่ง และมีความพอใจต่อรายได้ที่ได้รับโดยไม่ต้องเสียลงทุนเอง โดยอนาคตสถานีโทรทัศน์ลาวสตาร์ยังสนใจขยายธุรกิจในรูปแบบของการเปิดช่วงเวลาให้ผู้ผลิตที่มีศักยภาพมาเข้าซื้อไปผลิตมากขึ้น และยังมีแผนขยายสตูดิโอให้ใหญ่ขึ้น โดยผู้บริหารสถานีมองว่า เขาต้องแก้ไขปรับปรุงรายการให้น่าสนใจขึ้นในเรื่องของเนื้อหา ความสร้างสรรค์ของการผลิต และความสามารถของพิธีกรนักแสดง ซึ่งก็ยังคงต้องมองเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยเป็นอ้างอิง (Reference) และแรงบันดาลใจอยู่ (คุณวุฒิ ทวีโรดม, 2560)

2. การเปิดรับและทัศนคติต่อเนื้อหาจากไทยของผู้รับสารลาว

ข้อมูลทั่วไป: ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 69 คน (นักศึกษาระดับปริญญาตรี มวลชน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว) แบ่งเป็น เพศชายจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และเพศหญิงจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 74 โดยมีอายุระหว่าง 19 - 24 ปี

ด้านการเปิดรับด้านเนื้อหาจากโทรทัศน์ไทยเป็นการรับชมโดยตรงผ่านทางโทรทัศน์ดาวเทียมและสื่อออนไลน์ โดยผู้รับสารที่เปิดรับสื่อจากไทยมีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 61 เปิดรับสื่อประเภทข่าวบันเทิง ละคร และซีรีส์ ผ่านทางช่อง 3, 5, 7, ช่องเวิร์คพอยท์ (Workpoint) ช่องวัน (One) และเฟซบุ๊กไลฟ์ สำหรับผู้รับสารที่ไม่ได้ดูสื่อไทยมีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 39

ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อ ผู้รับสารส่วนมากเลือกรับจากสื่อดั้งเดิมคือ ดูรายการผ่านโทรทัศน์เพราะนิยมดูรายการสด สามารถดูพร้อมกันได้หลายคนมีขนาดของจอที่ใหญ่กว่า และไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการรับชม เนื่องจากมีราคาแพง และสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ค่อยเสถียร โดยส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ของสปป.ลาวแต่บางพื้นที่ของลาวยังสามารถรับสัญญาณจากทีวีไทยโดยตรงผ่าน

ดาวเทียมได้ ส่วนการเลือกเปิดรับสื่อออนไลน์โดยใช้โทรศัพท์มือถือนั้น เพราะมีความสะดวกและสามารถดูรายการโทรทัศน์ย้อนหลังได้ ทั้งนี้ผู้รับสารมีความเชื่อว่าเนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นสิ่งที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่อออนไลน์

ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงร้อยละของผู้รับสารในสปป.ลาวที่เปิดรับสื่อจากไทย



การติดตามข่าวสารผ่านทางออนไลน์นิยมติดตามเฉพาะเพจของข่าวหรือเว็บไซต์ของข่าวโดยตรง เพราะมีความละเอียดมากกว่า และสำหรับกลุ่มผู้ชมบางกลุ่มที่ติดตามสื่อออนไลน์จำพวกเน็ตไอดอล (Net Idol) หรือ บล็อกเกอร์ (Blogger) ที่ไม่ได้นำเสนอผ่านทางทีวีแต่นำเสนอผ่านเฉพาะสื่อออนไลน์อย่างยูทูบ เช่น รายการสอนแต่งหน้า รายการท่องเที่ยว รายการโคฟเวอร์ (Cover) เพลงของนักร้อง โดยสื่อต่างประเทศที่ผู้รับสารติดตามมากที่สุดคือ สื่อไทย เนื่องจากปัจจัยทางภาษา เนื้อหาสนุกสนาน มีความหลากหลายมากกว่าสื่อลาว แต่ก็มีทัศนคติว่าสื่อลาวยังคงทำหน้าที่รักษาวินัยธรรมที่ดีอยู่ โดยเฉพาะเนื้อหาจากสื่อไทยที่บางครั้งไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมลาว เช่น การแต่งกายล่อแหลมและการใช้ภาษาหยาบคาย ผู้รับสารลาวส่วนใหญ่เลือกรับสื่อไทยในประเภทรายการบันเทิงมากกว่า เนื่องจากยังนิยมดูรายการข่าวจากสื่อหลักของลาวอยู่ โดยรายการบันเทิงไทยในขณะนี้ที่ผู้รับสารนิยมติดตาม ได้แก่ รายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) เดอะเฟซไทยแลนด์ (The Face Thailand) ไอแคนซีววอยซ์ (I Can See Your Voice) เทคมีเอาท์ไทยแลนด์ (Take Me Out Thailand) คลับฟรายเดย์เดอะซีรีส์ (Club Friday The Series) และปริศนาฟ้าแลบ ซึ่งการการทำ Focus Group

ผู้ที่เข้าร่วมการศึกษามองว่า ผลกระทบจากการรับชมสื่อไทยทำให้วัยรุ่นลาวซื้อสินค้าทางวัฒนธรรมของไทยที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ เช่น การบริโภคสินค้า กระเป๋าแบรนด์เนม การแต่งกายตามแฟชั่นแบบไทยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมการวิจัยเห็นว่า แม้ผู้บริโภคชาวลาวยังมีความนิยมชมชอบในดารไทย รายการบันเทิงของไทย เนื่องจากมีรูปแบบที่สนุก และทันสมัย แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เข้าไปกระทบภายในอัตลักษณ์ของความเป็นคนลาว หนุ่มสาวลาวยังคงมีความคิดว่า อัตลักษณ์ความเป็นชาติลาวของพวกเขาเป็นสิ่งที่น่าภาคภูมิใจ มีเอกลักษณ์ โดยไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งที่รับมา แก่นหลักของความเป็นอัตลักษณ์ยังคงอยู่ สิ่งที่เข้ามาจากต่างประเทศเป็นเพียงสิ่งที่เข้ามาแต่งเติมให้มีความสุข ซึ่งสิ่งเหล่านี้กลับเป็นผลดีให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่ความทันสมัยควบคู่ไปกับอัตลักษณ์ความเป็นลาว ไม่ได้เข้ามามีครอบงำหรือครอบงำแต่อย่างใด แต่ในส่วนของพัฒนาสื่อของลาวในอนาคตผู้รับสารก็ต้องการให้พัฒนาในด้านรูปแบบและความหลากหลายของเนื้อหาเพื่อให้คนลาวบริโภคเนื้อหาในประเทศมากขึ้น

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ถึงแม้ความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม รวมถึงพัฒนาการทางด้านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ทั้งในประเทศไทยและสปป.ลาว จะทำให้เกิดการไหลเวียนแลกเปลี่ยนเนื้อหาระหว่างกันง่ายขึ้นตามพลวัตของกระแสโลกาภิวัตน์ การรับชมเนื้อหาผ่านทางโทรทัศน์ก็ยังคงได้รับความนิยมในสปป.ลาว แม้จะเป็นกลุ่มของผู้รับสารรุ่นใหม่ เพราะยังมีวัฒนธรรมดูรายการสดและดูพร้อมกันได้หลายคน ตลอดจนมีขนาดของจอที่ใหญ่กว่า รวมถึงข้อจำกัดของการใช้อินเทอร์เน็ตในการรับชม เนื่องจากมีราคาแพงและสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ค่อยเสถียร นอกจากคนลาวจะยังรับชมเนื้อหาจากสถานีของลาวเองแล้ว คนลาวส่วนหนึ่งสามารถรับชมทีวีไทยโดยตรงผ่านดาวเทียมด้วย โทรทัศน์จึงยังถือเป็นช่องทางสำคัญสำหรับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาในสปป.ลาว

เนื้อหาในรูปแบบข่าวสารจากไทยไม่ได้มีบทบาทมากนักในสปป.ลาว เนื่องด้วยการกำกับดูแลข้อมูลข่าวสารอย่างเข้มงวดโดยรัฐบาลสปป.ลาว ดังจะเห็นได้จาก กรณีของสถานีโทรทัศน์แห่งชาติลาวซึ่งเป็นของรัฐ แต่สำหรับเนื้อหาที่ไม่ใช่ข้อมูลข่าวสาร (Non - News) นั้นไทยมีบทบาทอย่างมากกับสถานี

ของเอกชนทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ด้วยความหลากหลายและเข้มข้นทำให้เนื้อหาจากไทยทั้งละครและรายการบันเทิงได้รับความนิยมอย่างมากในสปป.ลาว แต่กำแพงไว้ด้วยความหวังกังวลต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมและลดทอนอัตลักษณ์ของลาวด้วยเหตุนี้ ทางสถานีจึงมองเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์ไทยเป็นแนวทางอ้างอิงและแรงบันดาลใจ แล้วปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของลาว และอีกแนวทางคือการให้ผู้ผลิตไทยเช่าช่วงเวลาไปผลิตเนื้อหาเองเพื่อสร้างเนื้อหาที่มีความหลากหลายและแปลกออกไปจากเนื้อหาที่ผลิตในสปป.ลาว แต่ก็ต้องอยู่บนพื้นฐานที่ไม่ขัดกับอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของลาวจนเกินขอบเขตที่รัฐบาลวางไว้ ทั้งสองแนวทางสะท้อนถึงบทบาทและอิทธิพลในการสร้างสรรค์เนื้อหาจากไทยต่อการผลิตเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์เอกชนลาวและยังไม่รวมถึงการแต่งตั้งที่ปรึกษาของสถานีที่เป็นคนไทยซึ่งก็ย่อมส่งผลต่อทิศทางเนื้อหาด้วยเช่นกัน

ในส่วนของผู้รับสารนั้น เนื้อหาจากไทยเป็นที่นิยมชมชอบของคนลาวอย่างมาก แต่การรับรู้และอิทธิพลก็ขึ้นอยู่กับเพศ วัย การศึกษา สถานะทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคลด้วย จากกลุ่มของคนรุ่นใหม่ที่กำลังศึกษาจากนักศึกษาภาคสื่อสารมวลชน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว จะเห็นได้ว่า แม้จะมีการเปิดรับและชื่นชอบเนื้อหาจากไทยแต่พวกเขาก็ยังมองว่าไม่ได้ถูกครอบงำทางวัฒนธรรม เพราะยังคงเห็นความสำคัญของการธำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของลาวซึ่งก็สอดคล้องกับการเฝ้าระวังเชิงวัฒนธรรมอย่างเข้มงวดในสื่อของรัฐบาลลาวด้วย แต่ถึงกระนั้นก็คงปฏิเสธไม่ได้ถึง Soft Power จากประเทศไทยที่ผ่านมาทางเนื้อหาในโทรทัศน์ ดังเช่นที่ผู้บริหารจากสถานีโทรทัศน์เอกชนและผู้รับสารที่เข้าร่วมการวิจัยต่างยอมรับถึงความนิยมและค่านิยม เช่น การแต่งกาย วัฒนธรรมการบริโภค ที่ได้รับอิทธิพลจากไทย ซึ่งนี่ถือเป็นการเพิ่มความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลตามแนวคิดโลกาภิวัตน์และเผยแพร่การรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยผ่าน ซึ่งถือเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนคนในประเทศเพื่อนบ้านจะเข้ามาประเทศไทย รวมถึงการสร้างการท่องเที่ยวให้ประเทศเพื่อนบ้านรู้จัก ทำให้สินค้าในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นตามที่ อัมพร จิรัฐติกโร ได้กล่าวไว้ (โครงการจับตาอาเซียน, 2560)

เนื้อหาของโทรทัศน์ไทยที่ไม่ข่าว (Non - News) ไม่ว่าจะเป็นละครหรือรายการต่าง ๆ สามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์เสน่ห์และความนิยมชมชอบต่อไทยในสายตาของประเทศอื่นได้ และสามารถที่จะเสริมสร้าง Soft Power ของไทยได้ จึงควรมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสมจริงจัง ในกรณีของสปป.ลาว ควรเพิ่มความร่วมมือในการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อแบ่งปัน แลกเปลี่ยน องค์ความรู้ เทคนิค และประสบการณ์ระหว่างกันบนพื้นฐานที่เหมาะสมกับบริบทและอัตลักษณ์ของลาว เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาเนื้อหาโดยผู้ผลิตเนื้อหาในท้องถิ่นและสร้างความสัมพันธ์และทัศนคติที่ดีระหว่างประชาชนสองประเทศไปพร้อม ๆ กัน

ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษาค้างนี้ เป็นเพียงกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและกำลังศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัยเท่านั้น ทำให้ผู้ศึกษาไม่ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสารกลุ่มอื่น ดังนั้น ควรเพิ่มขนาดของกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายครอบคลุม และใช้กลุ่มเป้าหมายในหลายลักษณะทั้งวัยเด็ก วัยทำงาน วัยสูงอายุ และกลุ่มนักศึกษาที่มีวิถีชีวิตแตกต่างกันออกไป
2. การศึกษาในครั้งนี้ ทำในพื้นที่ใจกลางเมืองหลวงซึ่งเป็นศูนย์รวมความเจริญทั้งทางด้านเทคโนโลยีและการศึกษาของประชาชน ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษได้เปรียบกว่าพื้นที่อื่น ดังนั้น หากจะทำการศึกษาเพิ่มเติมครั้งหน้าควรเลือกพื้นที่ในการศึกษาที่อยู่ในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย ทั้งพื้นที่นอกเขตนครหลวงเวียงจันทน์ และพื้นที่ชนบทเพื่อศึกษาผู้รับสารในภูมิภาคต่าง ๆ
3. ควรใช้กลุ่มเป้าหมายสำหรับการศึกษามากกว่านี้ เพื่อให้ผลจากการทำแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลัก สถิติการวิจัยมากยิ่งขึ้น
4. นอกเหนือจากการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม การทำโฟกัสกรุ๊ป และการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ควรเพิ่มการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากเนื้อหารายการ การอัปโหลดคลิป ผลตอบรับจากผู้ติดตามในเพจสื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊กของสถานีเพิ่มเติมด้วย
5. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาสื่อมวลชนของลาวในรูปแบบอื่น นอกเหนือจากสถานีโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ด้วย โดยควรครอบคลุมไปถึงสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสารและอื่น ๆ

รายการอ้างอิง

- กรชนก รักษาเสรี. (2559). *กฎหมายดิจิทัล ความมั่นคงและสงบเรียบร้อย เหตุผลหลักควบคุมอินเทอร์เน็ตในประเทศอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2560, จาก http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content
- เขมทัต พิพิธนาบรพ. (2551). *การแต่งคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย กับการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อย และบทบาทของสื่อ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โครงการจับตาอาเซียน. (2560). *ข้อเสนอเชิงนโยบายยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย*. กรุงเทพฯ: ชุดโครงการ “จับตาอาเซียน” (ASEAN Watch) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี. (2555). *ส่งระบบสื่อมวลชนในลาว - เด็บโตแต่ไม่ทำตาม*. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2560, จาก <http://www.thairath.co.th>
- โตมร ศุขปรีชา. (2557). *กระแสการต่อต้านนักท่องเที่ยวน*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2564, จาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal?catid=0&id=598>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2555). *ส่งระบบสื่อมวลชนในลาว เด็บโตแต่ไม่ทำตาม*. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2560, จาก <http://www.thairath.co.th/>
- สมเกียรติ ตั้งมโน. (2544). *ผลงานศิลปะในยุคการผลิตซ้ำเชิงกลไก*. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2560, จาก <http://www.reocities.com/mid-night2545/newpage4.html>.
- สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (2557). *สื่อมวลชนยุคประชาคมอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2560, จาก www.tja.or.th/index.php?option=com_rokdownloads&view=file...Id...
- สุภาพร คงศิริรัตน์. (2548). *การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ของลาวจากวรรณกรรมแบบเรียน*. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2560, จาก http://www.human.nu.ac.th/jhnu/file/journal/2011_02_01_11_35_26-02-02-07.pdf
- Berger PL and Luckmann T. (1989). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.

- Pries, L. (2001). *"The Disruption of Social and Geographic Space: Mexican-US Migration and the Emergence of Transnational Social Spaces"* in *International Sociology*. 16 (1). 55-74.
- Scholte, J. A. (2005). *Globalization: A Critical Introduction (2nd ed.)*. New York: Macmillan.