

JOURNAL OF MASS COMMUNICATION

วารสารการสื่อสารมวลชน



คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ISSN: 1906-2591 (PRINT) ISSN: 2673-0545 (ONLINE)

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2563
VOL. 8 NO.1 JANUARY - JUNE 2020

Journal of Mass Communication
ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2563
Vol. 8 No. 1 January - June 2020
ISSN: 1906-2591 (print) ISSN: 2673-0545 (online)
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ที่ปรึกษา	Advisory Board
รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรณมุล	Associate Professor Terapatt Vannaruemol
คณบดีคณะกรรมการสื่อสารมวลชน	Dean of the Faculty of Mass Communication,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Chiang Mai University, Chiang Mai

บรรณาธิการ	Editor
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์	Assistant Professor Pimonpan Chainan, Ph.D.
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Faculty of Mass Communication,
	Chiang Mai University, Chiang Mai

กองบรรณาธิการ	Editorial for Academic Affairs
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล	Associate Professor Komsan Rattanasimakul,
คณะวิทยาการจัดการ	Ph.D.
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	Faculty of Management Science,
	Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai

รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ	Associate Professor Narin Numjareau, Ph.D.
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Faculty of Mass Communication,
	Chiang Mai University, Chiang Mai

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ์ พลวัน	Assistant Professor Kamolnut Pholwan, Ph.D.
คณะวิทยาการจัดการ	Faculty of Management Sciences,
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์	Assistant Professor Kwanfa Sriprapandh,
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Ph.D.
	Faculty of Mass Communication,
	Chiang Mai University, Chiang Mai

กองบรรณาธิการ	Editorial for Academic Affairs
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก	Assistant Professor Boonyou Khorpornprasert, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Krirk University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	Assistant Professor Busayagorn Teeraputtigunchai, Ph.D. Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University, Lampang
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	Assistant Professor Ladda Chittakuttanont, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Maejo University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	Assistant Professor Arishai Akraudom, Ph.D. School of Communication Arts, Bangkok University, Bangkok
อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชล้อเจริญ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Vithaya Panichlocharoen, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.วีระ สุกะ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ	Wera Supa, Ph.D. Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok, Chakrabongse Bhuvanarth Campus, Bangkok
ผู้ทรงคุณวุฒิ	Peer Reviewวารสารการสื่อสาร
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจฤ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	Associate Professor Kullatip Satararuji, Ph.D. Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, Bangkok
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต	Associate Professor Grit Thonglert, Ph.D. College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani

ผู้ทรงคุณวุฒิ**Peer Reviewerวารสารการสื่อสาร**

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา เกิดดี วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต	Associate Professor Krisada Kerddee, Ph.D. College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Associate Professor Komsan Rattanasimakul, Ph.D Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai
รองศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผกา คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง	Associate Professor Surachai Chupaka, Ph.D Faculty of Mass Communication, Ramkhamhaeng University, Bangkok
รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Associate Professor Joompol Rodcomdee Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Associate Professor Tiranan Anawushsiriwongse Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ์ พลวัน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Assistant Professor Kamolnut Pholwan, Ph.D. Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตติ ธรรมโม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Assistant Professor Tammakit Tammo, Ph.D. Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก	Assistant Professor Boonyou Khorpornprasert, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Krirk University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพุดติกุลชัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	Assistant Professor Busayagorn Teeraputtigunchai, Ph.D. Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University, Lampang
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข ประมรทัต คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร	Assistant Professor Poonsuk Pramoratat, Ph.D. Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok

ผู้ทรงคุณวุฒิ	Peer Reviewerวารสารการสื่อสารมวลชน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	Assistant Professor Ladda Chittakuttanon, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Maejo University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Assistant Professor Sermsiri Nindum, Ph.D. Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรัชย์ อรรถอุดม คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	Assistant Professor Arishai Akraudom, Ph.D. School of Communication Arts, Bangkok University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานุวงศ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	Assistant Professor Adchara Panthanuwong, Ph.D. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Pathum Thani
อาจารย์ ดร.จักรพันธ์ ชัดชุมแสง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	Jaggapan Cadchumsang, Ph.D. Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Khon Kaen
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญสรารณพ ณ อุตยา คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	Assistant Professor Chanansara Oranop Na Ayutthaya, Ph.D. Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, Bangkok
อาจารย์ ดร.พรราชสีมา กุหลาบ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Phansasiri Kularb, Ph.D. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
อาจารย์ ดร.พีรยุทธ โอরণษ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	Peerayut Oraphan, Ph.D. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Pathum Thani
อาจารย์ ดร.วิเชียร ลัทธิพิงศ์พันธ์ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	Wichian Lattipongpun, Ph.D. Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, Bangkok

ผู้ทรงคุณวุฒิ	Peer Reviewer
อาจารย์ ดร.วิโรจน์ สุธิตีสีมา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	Viroj Suttisima, Ph.D. School of Communication Arts, Bangkok University, Bangkok
อาจารย์ ดร.วีระ สุภะ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ	Wera Supa, Ph.D. Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok, Chakrabongse Bhuvanarth Campus, Bangkok
อาจารย์ ดร.ไวยวุฒิ วุฒิอรธสาร คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	Waiyawut Wuthiastarn, Ph.D. Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani
อาจารย์ ดร.โสภาค พานิชพาพิบูล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	Sopark Panichpapiboon, Ph.D. School of Communication Arts, University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok
อาจารย์ ดร.ศศิธร ยูวโกศล ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	Sasithon Yuwakosol, Ph.D. Center for Academic Services of Srinakharinwirot University, Bangkok
ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน	Peer Reviewer
รองศาสตราจารย์ ดร.กวรรณ กฤตวรภาณุจน์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Korawan Kritworakarn, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Narin Numjareun, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Kwanfa Sriprapandh, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน	Peer Reviewer
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิลิทธิ์ ศรีประเสริฐ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Pisit Sreeprasert Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันท์สิทธิ์ กิตติวารกุล คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Nantasit Kittiwarakul Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวลัย อินทจักร คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Laddawan Inthajakra Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนันtha แยมทัพบ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Sunanta Yamthap Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิกันต์ ลิ้มปิติ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Sasikarn Limpiti Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.จิระเวทย์ รักชาติ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Jirawate Rugchat, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.จิระศักดิ์ สารรัตน์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Chirasak Sararat, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.ภัทมัย อินทจักร คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Phatmai Intrajakra, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.เมริสา สกุลสุทรวงศ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Merisa Skulsuthavong, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชล้อเจริญ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Vithaya Panichlocharoen, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.ศิวพร สุกฤตตานนท์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Siwaporn Sukittanon, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน	Peer Reviewer
อาจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ โพธิไพรัตน์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Supparerk Pothipairatana, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai

ฝ่ายจัดการวารสาร	Management Division
นางสาวเกษรี ตติยะอนันต์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Kessaree Tatiya-anan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวจิตราพรณ รัตนวงษ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Jitrapan Rattanaavong Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวพิชญ์ ศรีพรหมมา คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Pitchaya Sripromma Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวธนาภา ศรีสุวรรณ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Thanapha Srisuwan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นายฉวีวัฒน์ พงศ์มัทวาน คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Mr. Makawat Pongmakawan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวอรอนงค์ ตัญแสน คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Ornanong Tuisan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai

การพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทักษะให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นสิ่งที่ผู้ใช้สื่อจำเป็นต้องมีอยู่เสมอเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้สื่อทั้งทางตรงและทางอ้อม งานศึกษาในประเด็นนี้จึงมีผู้วิจัยให้ความสนใจและศึกษาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร และเป็นรากฐานในการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้เกิดขึ้นแก่ผู้คนในสังคม บทความที่น่าสนใจในวารสารฉบับนี้เน้นไปที่การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และบุคคลใกล้ชิดที่เป็นผู้ดูแลเยาวชน ได้แก่ บทความเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร” ของ ปิยนุช ศรีสวัสดิ์เล็ก และ นนทสร วงศ์ กสิบั้ง “Digital Resiliency: The Vision of Transforming Educational Policy to Enhance Digital Literacy for Thai Children” ของ Sujittra Kaewseenual และ Udomluck Thampanya รวมถึงการใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยแก้ปัญหาในกลุ่มเด็กและเยาวชน เรื่อง “โครงการนาร่องการพัฒนาสื่อการละครดกแถลงเชิงสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์และป้องกันปัญหาการพนันในเยาวชนและชุมชนในภาคอีสาน” ของ ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ กนกวรรณ มະโนรมย์ และ วชิร ศรีคำ

สื่อมวลชนยังถือเป็นหนึ่งสถาบันที่ช่วยให้เกิดบรรยากาศของการสื่อสารที่เอื้อประโยชน์ต่อสาธารณชน และสามารถช่วยให้สังคมผ่านพ้นปัญหาและวิกฤตต่าง ๆ ได้ บนพื้นฐานของความรู้และความเข้าใจอย่างรอบด้าน กมลวรรณ โกวิทวงศา และ ชนัญสร อรณพณ อยุธยา ได้นำเสนอกระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลของสื่อมวลชนไทยในสถานการณ์วิกฤต และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทยในสถานการณ์วิกฤต โดยใช้กรณีการปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวงมาเป็นกรณีศึกษา

การสื่อสารในบริบททางด้านการตลาดยังถือเป็นอีกหนึ่งพื้นที่การศึกษาที่มีผลงานที่น่าสนใจเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง เพราะการสื่อสารถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและสร้างประสิทธิผลได้เป็นอย่างดี ดังบทความเรื่อง

“อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจธนาคาร” ของ ธิติ เกตุทัต นฤมล กิมภากรณ์ และ กิตติณัฐ ชูลีกาวิทย์ และบทความเรื่อง “การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาดการผลิตข้าวละครโทรทัศน์ไทย” ของ เพ็ญพร ณ นคร ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ และ สันหัตต์ ทองรินทร์ นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ผีที่เป็นประเภทของภาพยนตร์ที่อยู่คู่กับความเชื่อ เรื่องไสยศาสตร์ในสังคมไทยมานาน ในงานของ ธนวัฒน์ ปัญญานันท์ เรื่อง “อสุรกายรัก: การเมืองเรื่องความรักและความโศกเศร้าอาลัยของผู้ชายต่อ (ผี) ผู้หญิงใน นางนาก พี่มากพระโขนง แสงกระสือ และ ส่งต่อ” แต่นำเสนอในมุมมองที่ต่างออกไปโดยมองว่าความรักระหว่างชายหญิงมีการสลับบทบาทและอำนาจที่แฝงอยู่ในเนื้อเรื่องอย่างน่าสนใจ

วารสารการสื่อสารมวลชน ยังคงทำหน้าที่ในการเป็นพื้นที่รวบรวมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และบัณฑิตในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารให้กับผู้อ่านอย่างต่อเนื่อง และหวังว่าเนื้อหาที่น่าสนใจในวารสารฉบับนี้จะมอบความรู้ ความเข้าใจ และเปิดโลกทัศน์ทางการสื่อสารให้กับผู้อ่านได้ไม่มากนัก

พิมลพรรณ ไชยนันท์

บรรณาธิการ

สารบัญ (Table of Content)

	หน้า
อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มธุรกิจธนาคาร Impact of Corporate Image and Brand Image on Quality of Consumer-Brand Relationship in The Banking Sector » ธิติ เกตุทัต, นฤมล กิมภากรณ์ และ กิตติสุข ชูลิกาวิทย์	1
โครงการนำร่องการพัฒนาสื่อการละครถกแถลงเชิงสร้างสรรค์ เพื่อรณรงค์และป้องกันปัญหาการพนันในเยาวชนและชุมชนในภาคอีสาน Pilot Project of Dialogue Theatre Creativity: A Campaign for Gambling Problem Protection in Isan Youth and Communities » ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, กนกวรรณ มะโนรมย์ และ วชิร ศรีคำ	34
ภูมิรู้ดิจิทัล: วิสัยทัศน์ของการเปลี่ยนแปลงนโยบายการศึกษา เพื่อยกระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของเด็กและเยาวชนไทย Digital Resiliency: The Vision of Transforming Educational Policy to Enhance Digital Literacy for Thai Children » สุธิตรา แก้วสินวล และ อุดมลักษณ์ ธรรมปัญญา	75
การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาด การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย The Application of Creative Economy with Marketing Channel of Remaking Thai Television Drama » เพิ่มพร ณ นคร, ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ และ สันตต์ ทองรินทร์	100

สารบัญ (Table of Content)

	หน้า
แนวทางพัฒนาสื่อมวลชนไทยในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต กรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง Guidance on Thai Mass Media Reporting Practices in Critical Situations: A Case Study of Search and Rescue Operations in Tham Luang Cave » กมลวรรณ โกวิทวงศา และ ชนัญสร่า อรนพ ณ อยุธยา	128
อสุรกายรัก: การเมืองเรื่องความรักและความโศกเศร้าอาลัยของผู้ชาย ต่อ (ผี) ผู้หญิงใน นางนาก พี่มากพระโขนง แสงกระสือ และ ส่องต่อ Phantom Love: The Politic of Love and Grief of Males to (ghostly) females in Nang Nak, Pee Mak Phra Khanong, Sang Krasue [Inhuman Kiss] and Songtor » ธนวัฒน์ ปัญญานันท์	161
หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ ในวารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	A

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน และสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. และเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย รวมทั้งการพัฒนางานองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารในสาขาวิชาต่าง ๆ มากขึ้น

ขอบเขตเนื้อหา

วารสารการสื่อสารมวลชน (Journal of Mass Communication) มีนโยบายรับพิจารณาบทความบทความวิชาการ บทความวิจัย บทปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการด้านการสื่อสาร จะครอบคลุมเนื้อหาด้านการสื่อสารมวลชนวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่มีผลงานเกี่ยวเนื่องกับศาสตร์ทางด้านนี้ และผลงานนั้น จะต้องได้มาตรฐานตามที่วารสารการสื่อสารมวลชนได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การพิจารณาจะไม่คำนึงถึงสถานที่ทำงาน สถาบันการศึกษา หรือศาสนาของผู้เขียน

กำหนดออกตีพิมพ์เผยแพร่

วารสารการสื่อสารมวลชน มีกำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ได้แก่

- ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน กำหนดเผยแพร่ในเดือน มิถุนายน
- ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม กำหนดเผยแพร่ในเดือน ธันวาคม

วารสารการสื่อสารมวลชนเผยแพร่ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ แบบตีพิมพ์ ISSN: 1906-2591 (print) และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ISSN: 2673-0545 (online) โดยเริ่มจัดพิมพ์วารสารการสื่อสารมวลชนปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (ฉบับเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน

รูปแบบการกลั่นกรองบทความก่อนลงตีพิมพ์ (peer reviews)

รูปแบบการกลั่นกรองบทความก่อนลงตีพิมพ์ คือ ผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (double-blind peer review) โดย 1 บทความ มีผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมิน 2 ท่าน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาบทความ

1. กองบรรณาธิการ จะไม่พิจารณาบทความหรือข้อเขียนที่ได้รับการตีพิมพ์แล้ว ในที่อื่น ๆ โดยจะต้องเป็นบทความที่เขียนขึ้นมาใหม่ (original article) ไม่เคยตีพิมพ์ เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน (redundant publication) หากเป็นบทความที่เคยนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ หรืองานสัมมนาวิชาการที่เคยหนึ่งมาก่อน หรือเป็นบทความที่เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หรือการแปลงานจากภาษาอื่น จะต้องมีการอ้างอิง โดยระบุไว้ในเชิงอรรถ และบทความนั้นจะต้องมีการปรับแก้ให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาการ

2. ผู้เขียนบทความ จะต้องไม่ส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ มากกว่าหนึ่งวารสารในเวลาเดียวกัน (simultaneous submission)

3. จะต้องไม่เป็นบทความที่ละเมิด หรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น (plagiarism) รวมถึงการคัดลอกผลงานของตนเองโดยมิชอบ (self-plagiarism)

4. กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกบทความที่จะ เผยแพร่ โดยความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากภายในและภายนอกคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

5. กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดกรองต้นฉบับในด้านภาษา ตัวสะกด การันต์ เพื่อให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย

6. กองบรรณาธิการ จะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ โดยจะไม่ส่งต้นฉบับคืน

7. จะต้องเป็นบทความที่มีการจัดรูปแบบ และจัดเตรียมข้อมูลครบถ้วน ตามที่วารสารฯ ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

การพิจารณาคัดเลือกบทความ และการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. กองบรรณาธิการพิจารณากลับกรองบทความในเบื้องต้น โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหาของบทความกับขอบเขตเนื้อหาของวารสาร ความน่าสนใจ การนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ และความครบถ้วนตามมาตรฐานวิชาการและจะพิจารณาความซ้ำซ้อนของบทความ โดยการนำบทความเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบการคัดลอกผลงานการเขียนทางวิชาการผ่านโปรแกรม Turnitin

2. บทความที่ผ่านการพิจารณากลับกรองจากกองบรรณาธิการเบื้องต้นจะถูกนำส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน พิจารณา โดยใช้รูปแบบผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้เขียน และผู้เขียนไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (double-blind peer review) ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิถือเป็นที่สุด

3. กระบวนการพิจารณาบทความตามข้อ 1 และ 2 จะใช้เวลาไม่เกิน 3 เดือน โดยกองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เขียนทราบ หากกระบวนการพิจารณาล่าช้ากว่าที่กำหนด กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบ ถึงความล่าช้าดังกล่าว

4. ในกรณีที่จำเป็นต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงบทความ ให้ผู้เขียนแก้ไขบทความ และนำส่งกองบรรณาธิการภายใน 7 - 14 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับการพิจารณา

5. กองบรรณาธิการจะนำบทความที่ผ่านการพิจารณาและแก้ไขแล้วเข้าสู่กระบวนการเรียงพิมพ์ และการตีพิมพ์เผยแพร่ โดยกองบรรณาธิการจะแจ้งกำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่เบื้องต้นให้ผู้เขียนทราบ และกองบรรณาธิการจะดำเนินการจัดส่งหนังสือตอบรับการตีพิมพ์ให้ผู้เขียน

6. ผู้เขียนจะได้รับวารสารการสื่อสารมวลชน จำนวน 2 เล่ม เป็นการตอบแทน โดยกองบรรณาธิการจะจัดส่งวารสารให้แก่ผู้เขียนภายในระยะเวลา 2 เดือน นับตั้งแต่วารสารการสื่อสารมวลชนได้รับการเผยแพร่

- ทักษะและข้อคิดเห็นในวารสารการสื่อสารมวลชนฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนบทความ แต่ละท่าน ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความโดยตรง ซึ่งกองบรรณาธิการวารสารการสื่อสารมวลชน ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย หรือร่วมรับผิดชอบใด ๆ
- บทความ และข้อมูลที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารการสื่อสารมวลชน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสาร หากบุคคลหรือหน่วยงานใดต้องการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในทางวิชาการ ขอให้อ้างอิงแหล่งที่มาด้วย

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงาน (Ethics and Policies)

วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication มุ่งมั่นที่จะรักษามาตรฐานทางจริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงาน ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องปฏิบัติตามหลักการและจริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานอย่างเคร่งครัด

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. ผู้เขียนต้องรับรองว่าผลงานของผู้เขียนที่จัดส่งมานั้น เป็นผลงานใหม่ และไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
2. ผู้เขียนต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดจากการทำวิจัย ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
3. ผู้เขียนต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น และต้องมีการอ้างอิงทุกครั้ง เมื่อนำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอหรือนำมาอ้างอิงในเนื้อหาบทความของตน
4. ผู้เขียนต้องไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่น ๆ หลังจากที่ได้รับการตีพิมพ์กับวารสารการสื่อสารมวลชน
5. ชื่อผู้เขียนที่ปรากฏในบทความ ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในผลงานนี้จริง
6. ผู้เขียนต้องเปิดเผยแหล่งทุนสนับสนุนการจัดทำผลงานทางวิชาการ
7. ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบที่ วารสารการสื่อสารมวลชน ได้กำหนดไว้ใน “คำแนะนำสำหรับผู้เขียน”
8. ผู้เขียนต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาความลับ และไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับรู้ ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ (confidentiality)
2. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องคำนึงถึงคุณภาพของบทความเป็นหลัก โดยพิจารณาบทความภายใต้หลักการและเหตุผลทางวิชาการ โดยปราศจากอคติหรือความคิดเห็นส่วนตัว และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนใด ๆ ทั้งสิ้น
3. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของผลงานที่รับประเมินอย่างแท้จริง
4. หลังจากได้รับบทความจากบรรณาธิการวารสาร และผู้ทรงคุณวุฒิตระหนักว่า ตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความ เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการ หรือรู้จักผู้เขียนบทความเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระได้ ผู้ทรงคุณวุฒิ ควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารฯ ทราบ และปฏิเสธการประเมินบทความนั้น ๆ
5. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องระบุผลงานวิจัยที่สำคัญ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน แต่ผู้เขียนบทความไม่ได้อ้างถึง เข้าไปในการประเมินบทความด้วย นอกจากนี้ หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่า บทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่มีความเหมือน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่น ๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบโดยทันที
6. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. การตัดสินใจของบรรณาธิการต่อการยอมรับหรือปฏิเสธบทความวิจัยเพื่อการตีพิมพ์ ควรขึ้นอยู่กับคุณภาพของบทความ ความสำคัญ ความใหม่และความชัดเจน ของบทความวิจัย ตลอดจนความเกี่ยวข้องกับขอบเขตและนโยบายวารสาร
2. บรรณาธิการต้องใช้เหตุผลทางวิชาการในการพิจารณาบทความทุกครั้ง โดยปราศจากอคติที่มีต่อบทความและผู้นิพนธ์ในด้านเชื้อชาติ เพศ ศาสนา วัฒนธรรม การเมือง และสังกัดของผู้เขียน
3. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนบทความ และผู้ทรงคุณวุฒิแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
4. บรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง
5. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว
6. บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้าน การคัดลอกผลงานผู้อื่น (plagiarism) อย่างจริงจัง โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น
7. หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่นในกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมินและติดต่อผู้เขียนบทความหลักทันทีโดยขอคำชี้แจงเพื่อประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้น ๆ
8. บรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงไม่ปิดกั้นหรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียน
9. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด และรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพและมีความทันสมัยเสมอ
10. บรรณาธิการต้องเต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดการตีพิมพ์ การทำให้เกิดความกระจ่าง การถอดถอนบทความ และการขอภัย หากจำเป็น

รายละเอียดการจัดพิมพ์

1. การส่งบทความ ใช้โปรแกรม Microsoft Word ให้พิมพ์ลงกระดาษขนาด A4 แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point ควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า ระยะห่างจากขอบกระดาษ ทั้งด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา 2.54 เซนติเมตร และระยะห่างระหว่างบรรทัด เท่ากับ 1 (single space)
2. ควรมีความยาวตั้งแต่ 5,000 คำ แต่ไม่ควรเกินกว่า 15,000 คำ (จำนวนคำ ถือตามการนับจำนวนคำใน Microsoft Word) หรือควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า
3. รูปภาพ ที่ใช้ประกอบในบทความ นามสกุล .jpg, .jpeg หรือ RAW หรือ TIFF ความละเอียด 300 Pixel / High Resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500KB
4. การอ้างอิงให้ใช้รูปแบบ APA, 6th Edition (American Psychological Association, 6th Edition)

การส่งผลงานบทความ TCI Thai Journals Online (ThaiJO)

การส่งผลงานบทความผ่านระบบ TCI Thai Journals Online (ThaiJO) ประกอบด้วยเอกสารดังนี้

1. แบบฟอร์มนำส่งบทความ ซึ่งผู้เขียนรับรองว่าบทความที่นำส่งมานั้น เป็นผลงานของผู้เขียนเอง ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างเสนอให้วารสารอื่นพิจารณา จำนวน 1 ฉบับ (ดาวน์โหลดได้ที่ <https://bit.ly/2PiqvhE>)

2. ไฟล์ดิจิทัล 3 รูปแบบ ดังนี้

(1) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนดนามสกุล .pdf

(2) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนดนามสกุล .doc หรือ .docx

(3) รูปภาพ ที่ใช้ประกอบในบทความ (ถ้ามี) นามสกุล .jpg, .jpeg หรือ RAW หรือ TIFF ความละเอียด 300 Pixel / High Resolution ขนาดไฟล์ ไม่ต่ำกว่า 500 KB

ส่งมายังกองบรรณาธิการโดยผ่านทางระบบ TCI Thai Journals Online (ThaiJO) ของวารสารการสื่อสารมวลชนที่เว็บไซต์ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/masscomm/index>

ทั้งนี้ การส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์บทความ กับทางวารสาร ไม่มีค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความ (Free of charge)

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

หน่วยบริหารงานวิจัย คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่อยู่ 239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0-5394-2703 ต่อ 195 โทรสาร 0-5394-2704
อีเมล journalmc.cmu@gmail.com



อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ต่อคุณภาพ
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจธนาคาร
Impact of Corporate Image and Brand Image on Quality
Of Consumer-Brand Relationship in the Banking Sector

ธิติ เกตุทัต¹ Thiti Ketudat
นฤมล กิมภากรณ์² Narumon Kimpakorn
กิตตินุช ชุลิกาวีthy³ Kittinoot Chulikavit

Received: 1 April 2020, Revised: 21 June 2020, Accepted: 29 June 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research)
มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์

¹ อาจารย์ ธิติ เกตุทัต อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Thiti Ketudat, Lecturer of Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University

² รศ.ดร.นฤมล กิมภากรณ์ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Assoc. Prof. Narumon Kimpakorn, Ph.D. Lecturer of Faculty of Business Administration,
Chiang Mai University

³ ผศ.ดร.กิตตินุช ชุลิกาวีthy อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Asst. Prof. Kittinoot Chulikavit, Ph.D. Lecturer of Faculty of Business Administration,
Maejo University

คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เลขที่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ 50200

Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, 239, Huay Kaew Road,
Muang District, Chiang Mai Thailand 50200

Corresponding Author E-mail: thiti.ketthat@gmail.com

ตราผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ ในธุรกิจด้านการธนาคาร และศึกษาอิทธิพลของความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการธนาคารในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ชุด แล้ววิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ รวมทั้งทดสอบอิทธิพล ของตัวแปรกำกับ และปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อตัวแปรตามโดยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระ แบบขั้นตอน

ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพล ต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจธนาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และราคา ส่วนปัจจัย ด้านสถานที่และกระบวนการให้บริการ ซึ่งในการศึกษานี้พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ โดยความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กร และภาพลักษณ์ ตราผลิตภัณฑ์กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์องค์กร, ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์, ความสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์, ความไว้วางใจในตราผลิตภัณฑ์

Abstract

This quantitative research aims to determine the influence of the corporate image and brand image that affects relationship between consumer and the brand in banking business and to examine the influence of brand reliability and trust in the relationship between brand and consumer. The data were collected from 400 samples of bank users in Chiang Mai, then the multiple regression analysis was used as testing method.

The study found that corporate image and brand image influence the quality of the relationship between the consumer and

the brand in banking sector. Brand trust is determined as the key factor that influence relationship between corporate image and brand image while location and service factors have no effect on this relationship.

Keywords: corporate image, brand image, customer-brand relationship, brand trust

บทนำ

การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลง ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น การแข่งขันกันทางธุรกิจไม่ว่าจะในหมวดอุตสาหกรรมใดต่างก็รุนแรงมากขึ้น องค์กรไม่อาจหลีกเลี่ยงความเปลี่ยนแปลง ต้องหาหนทางพัฒนากลยุทธ์ที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ จดจำประทับใจ ในสินค้าและบริการ ปัจจุบันแนวคิดการสร้างตราผลิตภัณฑ์ (brand) ได้รับความสนใจอย่างมาก องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Hatch & Schultz, 2003) เนื่องจากตราผลิตภัณฑ์ที่แข็งแกร่ง จะนำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ (Fournier, 1998; Aaker, 1996) ทั้งนี้ตราผลิตภัณฑ์ขององค์กรเป็นหนึ่งในหนทางในการสร้างมูลค่าแก่องค์กร แทนที่จะใช้ตราผลิตภัณฑ์ของสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว (Hatch & Schultz, 2003) โดยกลุ่มของธนาคารพาณิชย์นั้น เลือกที่จะรวมตราผลิตภัณฑ์ขององค์กร (corporate brand) และตราผลิตภัณฑ์ (brand) เข้าเป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและโอกาสให้กับธุรกิจบริการซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ให้ผู้บริโภคลดความเสี่ยงในการเข้ารับบริการ และเชื่อมโยงการรับรู้คุณภาพของการบริการเข้ากับภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้ (Keller & Aaker, 1997) ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่มาของการศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในภาคธุรกิจบริการ เพื่อที่จะเข้าใจความคิดของผู้บริโภค ในการรักษาความสัมพันธ์กับ

ตราผลิตภัณฑ์องค์กร นอกจากนั้น ยังสนใจศึกษาในเรื่องความไว้วางใจในฐานะตัวแปรกับความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ โดยศึกษาว่าความไว้วางใจจะช่วยให้ความสัมพันธ์ดีขึ้น เพื่อนำไปสู่การวางแผนการตลาดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ในมิติของธุรกิจบริการ ที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ ในการเป็นตัวแปรกับความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ (brand) และภาพลักษณ์ (image) ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ (brand)

สมาคมการตลาดอเมริกัน (American Marketing Association: AMA) ให้ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ว่า หมายถึง ชื่อ คำ สัญลักษณ์ และการออกแบบที่จะบอกว่าผลิตภัณฑ์เป็นของใครและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร ซึ่งตราผลิตภัณฑ์สามารถสื่อความหมายได้จากคุณลักษณะ 4 ประการ ได้แก่ รูปร่างหน้าตาภายนอก คุณประโยชน์ คุณค่า และบุคลิกภาพ (Kotler & Keller, 2009) โดย Aaker (1991) ให้ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ (brand) ว่า ตราผลิตภัณฑ์ไม่ได้เป็นแค่ชื่อหรือสัญลักษณ์ แต่ยังเป็นทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะความแตกต่างจากคู่แข่งได้

แนวคิดเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์องค์กร (corporate brand)

Aaker (2004) กล่าวว่า ตราผลิตภัณฑ์องค์กร หมายถึง ตราผลิตภัณฑ์ที่บ่งชี้ถึงองค์กร ซึ่งเป็นผู้ส่งหรือผู้อยู่เบื้องหลังการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยตราผลิตภัณฑ์องค์กรถูกบ่งชี้โดยการเชื่อมโยงเกี่ยวกับองค์กร ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับตราผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ตราผลิตภัณฑ์องค์กรจะเน้นไปที่คุณสมบัติขององค์กร ที่นอกเหนือไปจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยคุณสมบัติของตราผลิตภัณฑ์องค์กร ประกอบด้วย นวัตกรรม คุณภาพ ความเอาใจใส่ต่อสภาพแวดล้อม ฯลฯ ถูกสร้างโดยคนในองค์กร วัฒนธรรม คุณค่า และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ (product brand)

Keller (2003) ให้คำจำกัดความของตราผลิตภัณฑ์ไว้ว่า หมายถึง สิ่งที่นักการตลาดสร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นชื่อ โลโก้ สัญลักษณ์ต่าง ๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดยที่ตราผลิตภัณฑ์อาจมีความหมายเหมือนผลิตภัณฑ์ สินค้าจะมีความแตกต่างจากสินค้าอื่นที่ไม่มีตราผลิตภัณฑ์ตรงที่คุณค่าเพิ่ม ซึ่งลักษณะดังกล่าวอาจมีลักษณะเป็นเหตุเป็นผล จำต้องได้ หรืออาจเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องด้านความรู้สึก ตลอดจนความหมายอื่น ๆ ที่ไม่สามารถจำต้องได้

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า ตราผลิตภัณฑ์องค์กร มีความแตกต่างจากตราผลิตภัณฑ์ หลายประการ (Hatch & Schultz, 2003) ได้แก่ 1) ความแตกต่างทางด้านการให้ความสนใจ ในการสร้างตราผลิตภัณฑ์องค์กรนั้น จะเน้นไปที่ตัวองค์กรและสมาชิกที่อยู่ในองค์กร ในขณะที่การสร้างตราผลิตภัณฑ์จะเน้นเฉพาะผลิตภัณฑ์หรือบริการเท่านั้น 2) ความแตกต่างทางด้านการรับผิดชอบ การบริหารงาน ในการสร้างตราผลิตภัณฑ์องค์กรนั้น ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรจะเป็นผู้รับผิดชอบ ในขณะที่การสร้างตราผลิตภัณฑ์จะถูกบริหารโดยโครงสร้างการบริหารการตลาดส่วนกลาง หรือผู้บริหารระดับกลาง 3) ความแตกต่างทางด้านบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตราผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของการดึงดูดและการสนับสนุน ตราผลิตภัณฑ์องค์กรถูกสร้างภาพลักษณ์ และบริหารจัดการโดยสมาชิกขององค์กร และชุมชน หรือที่เรียกว่า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ในขณะที่ตราผลิตภัณฑ์มีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้บริโภคเท่านั้น

ความหมายของภาพลักษณ์ (image)

Kotler and Keller (2009) อธิบายถึงคำว่า ภาพลักษณ์ ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดที่เรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันกันสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น โดย สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม (2548) ได้แบ่งประเภทของภาพลักษณ์ไว้ ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์องค์กร (corporate image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรหรือหน่วยงาน ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นครอบคลุมถึงการบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรนั้นจัดจำหน่าย 2) ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร (brand image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ โดยเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหรือบริการแต่ละตราผลิตภัณฑ์จะมาจากองค์กรเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่เหมือนกัน เนื่องจาก ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับกำหนัดตำแหน่งของตราผลิตภัณฑ์ที่องค์กรต้องการให้มีความแตกต่าง

2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร (corporate image)

Van Riel (1995) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรเป็นแนวคิดเกี่ยวกับภาพที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรมีต่อองค์กรและสะท้อนความเป็นองค์กรออกมา ซึ่ง Keller (2003) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์องค์กร คือ การเชื่อมโยงคุณสมบัติต่าง ๆ ขององค์กร กับประสบการณ์ของผู้บริโภค โดยมีการเชื่อมโยง 4 มิติ ได้แก่

1) คุณสมบัติ คุณประโยชน์หรือทัศนคติต่อสินค้า 2) พนักงานและการสร้างความสัมพันธ์ 3) คุณค่าและโปรแกรม 4) ความน่าเชื่อถือขององค์กร ดังนั้น ภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรสามารถสร้างให้ผู้บริโภครับรู้ และเกิดการเชื่อมโยงภาพลักษณ์องค์กรที่แข็งแกร่งทั้ง 4 ประการเสียก่อน ซึ่งจะส่งผลต่อความขึ้นช่อต่อองค์กรและการรับรู้คุณค่าตราผลิตภัณฑ์องค์กรในที่สุด

3. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ (brand image)

Keller (2003) ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่ได้รับข้อมูลมาจากการสื่อสารจากเจ้าของตราผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ

เสนอเอกลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์มายังผู้บริโภค ผู้บริโภคอาจมีการรับรู้ตรงหรือไม่ตรงกับ ความพยายามและความคาดหวังในการสื่อสารเอกลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ออกมาได้ ซึ่งสิ่งที่ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์นั้น จะถูกเรียกว่า “ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์”

Aaker (1991) ได้อธิบายความหมายของภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ไว้ว่า เป็นภาพรวมของตราผลิตภัณฑ์ภายในใจของผู้บริโภค ซึ่งภาพรวมที่เกิดขึ้น เกิดจากการรับรู้ถึงคุณสมบัติที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์จึงเป็นการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับตราผลิตภัณฑ์เข้าด้วยกัน และเกิดเป็นภาพในใจที่ถูกเก็บอยู่ในระบบความทรงจำ ของผู้บริโภคเอง โดยประโยชน์ของการมีภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ที่แข็งแกร่งนั้น คือ ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์จะทำหน้าที่ช่วยให้ผู้บริโภคตระหนักถึง ความแตกต่างระหว่างตราผลิตภัณฑ์ชัดเจนขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการแข่งขัน ทางธุรกิจ ยิ่งไปกว่านั้น ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ที่ดียังทำให้เกิดทัศนคติทางบวก ต่อตราผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ความคิดเหล่านี้จะส่งเสริมให้ผู้บริโภคแต่ละคน เกิดกลุ่มทางความคิดที่เชื่อมโยงเข้ากับการรับรู้เกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดเป็นประสบการณ์ต่อตราผลิตภัณฑ์นั้นไม่ทางตรงก็ทางอ้อม โดยอาจจะเชื่อมโยงกับคุณลักษณะเชิงหน้าที่ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จึงสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลมาจากการเชื่อมโยงของข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน ความทรงจำของผู้บริโภค โดยความเชื่อมโยงที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นึกถึงร่วมกัน จะเป็นสิ่งสะท้อนถึงภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ในใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ Cheng-Hsui Chen (2001) ได้กล่าวว่า การเชื่อมโยงตราผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งได้ เป็น 2 รูปแบบ คือ 1) การเชื่อมโยงเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยรูปแบบของ การเชื่อมโยงที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติด้านหน้าที่ใช้สอย และการเชื่อมโยง ที่ไม่เกี่ยวข้อง กับคุณสมบัติด้านหน้าที่ใช้สอย 2) การเชื่อมโยงเกี่ยวกับองค์กร สามารถแบ่งย่อยได้เป็นรูปแบบของการเชื่อมโยงด้านความสามารถขององค์กร และการเชื่อมโยงเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

4. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ (customer-brand relationship)

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ หมายถึง การรับรู้คุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคในระยะยาวอย่างยั่งยืน และนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่องค์กรเจ้าของตราผลิตภัณฑ์ โดย Fournier (1998) ได้อธิบายว่า ความสัมพันธ์ หมายถึง ลักษณะที่ฝ่ายหนึ่งมีความหมายบางอย่างกับอีกฝ่ายหนึ่ง ทั้งความหมายในเชิงจิตวิทยา เชิงสังคม และเชิงวัฒนธรรม ซึ่งรูปแบบความสัมพันธ์จะเป็นการแลกเปลี่ยนกันอย่างซ้ำ ๆ ของบุคคลทั้งสองฝ่าย

Kim, Lee, and Lee (2005) ได้พัฒนามาตรวัดคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและตราผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปองค์ประกอบของคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้ 1) การเชื่อมต่อกับตัวตนของผู้บริโภค (self-connective attachment) 2) ความพึงพอใจ (satisfaction) 3) ความผูกพันเชิงพฤติกรรม (behavioral commitment) 4) ความไว้วางใจ (trust) และ 5) อารมณ์ความรู้สึก (emotional intimacy)

5. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ (brand trust)

Ballester, et al. (2004) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (reliability) และความตั้งใจ (intention)

ความน่าเชื่อถือ เป็นการรับรู้ว่าตราผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งผู้บริโภคเชื่อว่า ตราผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการทำตามคำสัญญาที่ให้ไว้ ความน่าเชื่อถือ จึงเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจในตราผลิตภัณฑ์ หากตราผลิตภัณฑ์สามารถกระทำตามคำสัญญาที่ให้ไว้ได้ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ มั่นใจ และพึงพอใจ และส่งผลให้ตราผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จ ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อตราผลิตภัณฑ์ และมีการตัดสินใจซื้อซ้ำในความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Morgan & Hunt, 1994)

ความตั้งใจ ความตั้งใจของตราผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับความเชื่อของผู้บริโภคว่า ตราผลิตภัณฑ์จะถือผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ จริงใจ ไม่เอาเปรียบ โดยไม่คำนึงถึงปัญหาและเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดูผลประโยชน์ของผู้บริโภคก่อนประโยชน์ของตนเองเสมอ และเมื่อเกิดปัญหาจะพร้อมที่จะรับผิดชอบและเปลี่ยนสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคในทันที

สมมติฐานการวิจัย

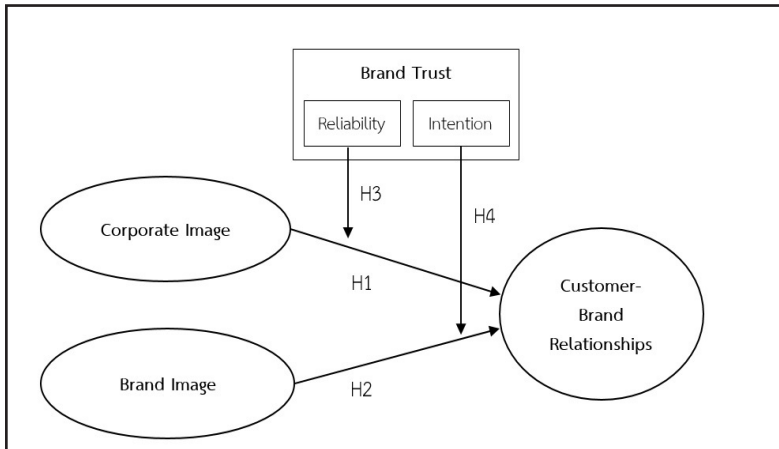
H1 ภาพลักษณ์องค์กร มีอิทธิพลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

H2 ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

H3 ความน่าเชื่อถือ เป็นตัวแปรกำกับของความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์องค์กร และภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

H4 ความตั้งใจ เป็นตัวแปรกำกับของความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์องค์กร และภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการธนาคารและเป็นเจ้าของบัญชีธนาคารในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลในช่วงเมษายน – มิถุนายน 2561 ทั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรเจ้าของบัญชีธนาคารที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย จากนั้นจึงทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยทำการคัดเลือกตัวแทนของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งพิจารณาจากการจัดอันดับธนาคารแห่งปี 2560 (การเงินธนาคาร, 2560) และเลือกเฉพาะธนาคารที่ได้อันดับ 1-4 ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงไทย โดยจะเก็บข้อมูลจากธนาคารทั้ง 4 ธนาคาร ธนาคารละ 100 ราย

จากนั้นจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) จากเจ้าของบัญชีธนาคารทั้ง 4 แห่งข้างต้น จากกลุ่มตัวอย่างที่พบตามธนาคาร สถาบันการศึกษา และแหล่งชุมชน เช่น ศูนย์การค้า อาคารสำนักงานในจังหวัดเชียงใหม่ จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน 400 คน ตามที่ได้กำหนดไว้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทำการทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรโดยใช้วิธี Factor Analysis แก่ตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ และความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ พบว่า ตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.500 ขึ้นไป จึงได้จำนวนองค์ประกอบ (factors) ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (independent variable) แบ่งได้เป็น 2 ตัวแปร ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กร และภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้

1.1 ภาพลักษณ์องค์กร (corporate image) 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) ชื่อเสียง (reputation) บุคลิกภาพ และความรู้สึก (personality)

1.2 ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ (brand image) 7 องค์ประกอบ ได้แก่ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ (product) ราคา (price) สถานที่ให้บริการ/ การเข้าถึงการใช้บริการ (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) พนักงาน/ บุคลากร (people) กระบวนการ (process) บรรยากาศและลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ (physical Evidence)

2. ตัวแปรตาม (dependent variable) คือ คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ แบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่

2.1 การเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค (self-cognitive attachment)

2.2 ความพึงพอใจ (satisfaction)

2.3 ความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึก (emotional intimacy)

2.4 ความผูกพันเชิงพฤติกรรม (behavioral commitment)

3. ตัวแปรกำกับ (moderator variable) คือ ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่ออิทธิพลของตัวแปรคู่อื่น ในการวิจัยนี้ ใช้ความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรกำกับ เพื่อความถูกต้องไม่ใช่ความสัมพันธ์ปลอม แบ่งได้เป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่

3.1 ความน่าเชื่อถือ (reliability)

3.2 ความตั้งใจ (intention)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม (questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ และส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2-4 เป็นการสร้างคำถามแบบอันตรภาค (interval scale) แบ่งการให้ระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ที่มีค่าคะแนนตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามในแต่ละส่วน จะมีรายละเอียดการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) รวมทั้งใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (stepwise regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เป็นผู้บริโภครที่ใช้บริการธนาคารเป็นระยะเวลา 1-5 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 โดยใช้บริการประเภทผลิตภัณฑ์เงินฝาก จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.75 และใช้บัญชีหลัก

ในการทำธุรกรรม คือ บัญชีธนาคารกรุงไทย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 เหตุผลในการใช้บริการธนาคารสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ต้องการออมเงินหรือใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.41 รองลงมา คือ มีจุดบริการมาก เช่น สาขาของธนาคาร เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ATM) จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.14 และเป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.35 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์องค์กร (corporate image) และภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ (brand image)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัย ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์

ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ความรับผิดชอบต่อสังคม	0.648	3.68	มาก	8
2. ชื่อเสียง	0.606	3.81	มาก	7
3. บุคลิกภาพและความรู้สึก	0.623	3.84	มาก	5
4. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ	0.609	3.88	มาก	4
5. ราคา	0.707	3.53	มาก	9
6. สถานที่ให้บริการ/การเข้าถึงการให้บริการ	0.721	3.82	มาก	6
7. การส่งเสริมการตลาด	0.698	3.52	มาก	10
8. พนักงาน/บุคลากร	0.687	3.90	มาก	3
9. กระบวนการ	0.640	3.92	มาก	1
10. บรรยากาศและลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ	0.695	3.91	มาก	2
รวม	0.502	3.78	มาก	

คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ (customer-brand relationships)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัย ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

คุณภาพความสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. การเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค	0.742	3.42	ปานกลาง	4
2. ความพึงพอใจ	0.734	3.67	มาก	1
3. ความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึก	0.673	3.64	มาก	2
4. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม	0.749	3.58	มาก	3
รวม	0.502	3.58	มาก	

ความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ (brand trust)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัย ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์

ความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ความน่าเชื่อถือ	0.644	3.88	มาก	1
2. ความตั้งใจ	0.697	3.83	มาก	2
รวม	0.634	3.86	มาก	

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีตัวแปรหลายตัวนั้น หากตัวแปร มีคุณสมบัติไม่สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะพรางลักษณะ ที่ไม่สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้น ดังนั้น ก่อนการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ จำเป็นต้องทำการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้ได้แก่ 1) การตรวจสอบ ลักษณะการแจกแจงความปกติของข้อมูล (normality) พบว่า ความเบ้ต่ำสุด เท่ากับ -0.343 และค่าสูงสุด เท่ากับ -0.314 ส่วนค่าความโด่งต่ำสุด เท่ากับ 0.011 และค่าสูงสุดเท่ากับ 0.284 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 แสดงว่า ข้อมูลมีการ แจกแจงแบบปกติ และ 2) การตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (multicollinearity) พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่เข้าใกล้ 0 (> 0.5) และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัว มีค่าน้อยกว่า 10 สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวเป็นอิสระต่อกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 และ 2

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) มาใช้ในการวัดระดับอิทธิพลของภาพลักษณ์ องค์การและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 และ 2 ซึ่งเป็นองค์ประกอบด้านภาพลักษณ์ ร่วมกัน พบว่า ภาพลักษณ์องค์การและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อคุณภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญ สามารถอธิบาย รายละเอียดได้ ดังนี้

อิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมด 10 ตัว ประกอบด้วย ภาพลักษณ์องค์การ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม (X1) ชื่อเสียง (X2) และบุคลิกภาพ และความรู้สึก (X3) และภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ 7 องค์ประกอบ ได้แก่ การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์และบริการ (X4) ราคา (X5) สถานที่ให้บริการ/การเข้าถึงการใช้บริการ (X6) การส่งเสริมการตลาด (X7) พนักงาน/บุคลากร (X8) กระบวนการ (X9) บรรยากาศ และลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ (X10) สามารถส่งผลต่อคุณภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นตัวแปรตามทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค (Y1) ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Y2)

ความสัมพันธ์ใกล้ขีดเชิงอารมณ์ความรู้สึก (Y3) ความผูกพันเชิงพฤติกรรม (Y4) ผลการทดสอบระดับอิทธิพลของตัวแปรตามที่ละองค์ประกอบ พบว่า

1) การเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y1 = b0 + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 + b7X7 + b8X8 + b9X9 + b10X10$$

ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านการเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค ร้อยละ 40.90 ($R^2 = 0.409$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.640$) เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ราคา และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2) ความพึงพอใจของผู้บริโภค สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y2 = b0 + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 + b7X7 + b8X8 + b9X9 + b10X10$$

ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค ร้อยละ 53.20 ($R^2 = 0.532$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.729$) เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บุคลิกภาพและความรู้สึก การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การส่งเสริมการตลาด พนักงาน/บุคลากร บรรยากาศ และลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) ความสัมพันธ์ใกล้ขีดเชิงอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภค สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y3 = b0 + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 + b7X7 + b8X8 + b9X9 + b10X10$$

ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภค ร้อยละ 52.10 ($R^2 = 0.521$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.722$) เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บุคลิกภาพและความรู้สึก การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การส่งเสริมการตลาด พนักงาน/บุคลากร บรรยากาศและลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ มีผลต่อ ความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4) ความผูกพันเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y_4 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10}$$

ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านความผูกพันเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค ร้อยละ 44.50 ($R^2 = 0.445$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.667$) เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชื่อเสียง และราคา มีผลต่อความผูกพันเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์
ตราผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

ภาพลักษณ์องค์กรและ ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์	คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์			
	Self-Cognitive Attachment	Satisfaction	Emotional Intimacy	Behavioral Commitment
1. ความรับผิดชอบต่อสังคม	B = 0.255 p-value = 0.000**	B = 0.167 p-value = 0.007**	B = 0.166 p-value = 0.004**	B = 0.201 p-value = 0.004**
2. ชื่อเสียง	-	-	B = 0.170 p-value = 0.007**	B = 0.175 p-value = 0.020*
3. บุคลิกภาพและความรู้สึก	-	B = 0.221 p-value = 0.002**	B = 0.183 p-value = 0.005**	-
4. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และ บริการ	-	B = -0.145 p-value = 0.026*	-	-
5. ราคา	B = 0.155 p-value = 0.004**	B = 0.177 p-value = 0.000**	B = 0.098 p-value = 0.028*	B = 0.243 p-value = 0.000**
6. สถานที่ให้บริการ/การเข้าถึง การใช้บริการ	-	-	-	-
7. การส่งเสริมการตลาด	B = 0.215 p-value = 0.000**	B = 0.210 p-value = 0.000**	B = 0.148 p-value = 0.002**	-
8. พนักงาน/บุคลากร	-	B = 0.173 p-value = 0.001**	-	-

ภาพลักษณ์องค์กรและ ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์	คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์			
	Self-Cognitive Attachment	Satisfaction	Emotional Intimacy	Behavioral Commitment
9. กระบวนการ	-	-	-	-
10. บรรยากาศและลักษณะ ทางกายภาพ	-	B = 0.156 p-value = 0.005**	-	-

หมายเหตุ: * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*, ** ยอมรับ หมายถึง เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

- ปฏิเสธ หมายถึง ไม่เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (stepwise regression analysis) เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ (R1) ในฐานตัวแปรกำกับ ที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์องค์กร และภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ ทั้ง 4 องค์ประกอบ

ทั้งนี้ การทดสอบตัวแปรกำกับจะเป็นจริงก็ต่อเมื่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรกำกับ (ตัวแปรอิสระ x ตัวแปรกำกับ) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบตัวแปรอิสระทั้งหมด (X_i) 10 ตัว ตัวแปรกำกับ (R_i) 1 ตัว และตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับ ($X_i \times R_i$) 10 ตัว ผลการศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือเป็นตัวแปรกำกับที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค พบว่า มีตัวแปร 4 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค ได้แก่

- 1) ความรับผิดชอบต่อสังคม x ความน่าเชื่อถือ ($X1 \times R1$)
- 2) บุคลิกภาพและความรู้สึก x ความน่าเชื่อถือ ($X3 \times R1$)
- 3) การส่งเสริมการตลาด x ความน่าเชื่อถือ ($X7 \times R1$)
- 4) พนักงาน/บุคลากร x ความน่าเชื่อถือ ($X8 \times R1$)

สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y1 = 1.780 - 0.038 (X2 \times R1) + 0.032 (X3 \times R1) + 0.067 (X7 \times R1) + 0.056 (X8 \times R1)$$

ความน่าเชื่อถือเมื่อเป็นตัวแปรกำกับจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านการเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อกัน ร้อยละ 43.20 ($R^2 = 0.432$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.657$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม บุคลิกภาพและความรู้สึก การส่งเสริมการตลาด และพนักงาน/บุคลากร

2. ความพึงพอใจ พบว่า มีตัวแปร 5 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่

- 1) การส่งเสริมการตลาด x ความน่าเชื่อถือ ($X7 \times R1$)
- 2) บรรยากาศและลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ x ความน่าเชื่อถือ ($X10 \times R1$)
- 3) ความรับผิดชอบต่อสังคม ($X1$)
- 4) บุคลิกภาพและความรู้สึก ($X3$)
- 5) กระบวนการ ($X9$)

สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y2 = 1.428 + 0.067 (X7 \times R1) + 0.043 (X10 \times R1) + 0.130 (X1) + 0.164 (X3) - 0.120 (X9)$$

ความน่าเชื่อถือเมื่อเป็นตัวแปรกำกับจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านความพึงพอใจ มีอิทธิพลต่อกันร้อยละ 56.40 ($R^2 = 0.564$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.751$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ มี 2 ปัจจัย ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด และบรรยากาศและลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ

3. ความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึก พบว่า มีตัวแปร 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึก ได้แก่

- 1) ความรับผิดชอบต่อสังคม $\times$ ความน่าเชื่อถือ ($X1 \times R1$)
- 2) บุคลิกภาพและความรู้สึก $\times$ ความน่าเชื่อถือ ($X3 \times R1$)
- 3) การส่งเสริมการตลาด $\times$ ความน่าเชื่อถือ ($X7 \times R1$)

สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y3 = 1.806 + 0.035 (X1 \times R1) + 0.044 (X3 \times R1) + 0.047 (X7 \times R1)$$

ความน่าเชื่อถือเมื่อเป็นตัวแปรกำกับจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึก มีอิทธิพลต่อกันร้อยละ 58.90 ($R^2 = 0.589$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.768$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึก มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม บุคลิกภาพและความรู้สึก และการส่งเสริมการตลาด

4. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม พบว่า มีตัวแปร 5 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันเชิงพฤติกรรม ได้แก่

- 1) ความรับผิดชอบต่อสังคม $\times$ ความน่าเชื่อถือ ($X1 \times R1$)
- 2) ราคา $\times$ ความน่าเชื่อถือขององค์กร ($X5 \times R1$)
- 3) การส่งเสริมการตลาด $\times$ ความน่าเชื่อถือ ($X7 \times R1$)
- 4) ความรับผิดชอบต่อสังคม ($X1$)
- 5) ความน่าเชื่อถือ ($R1$)

สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y4 = 0.700 - 0.111 (X1 \times R1) + 0.033 (X5 \times R1) + 0.036 (X7 \times R1) + 0.601 (X1) + 0.698 (R1)$$

ความน่าเชื่อถือเมื่อเป็นตัวแปรกำกับจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ ในด้านความผูกพันเชิงพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อกันร้อยละ 58.90 ($R^2 = 0.589$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.768$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันเชิงพฤติกรรม มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 5 ความน่าเชื่อถือ ในฐานะเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

ภาพลักษณ์องค์กรและ ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์	คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์			
	Self-Cognitive Attachment	Satisfaction	Emotional Intimacy	Behavioral Commitment
1. ความรับผิดชอบต่อสังคม	B = -0.038 p-value = 0.004**	-	B = 0.035 p-value = 0.003**	B = -0.111 p-value = 0.047*
2. ชื่อเสียง	-	-	-	-
3. บุคลิกภาพและความรู้สึก	B = 0.032 p-value = 0.035*	-	B = 0.044 p-value = 0.000**	-
4. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ	-	-	-	-

ภาพลักษณ์องค์กรและ ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์	คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์			
	Self-Cognitive Attachment	Satisfaction	Emotional Intimacy	Behavioral Commitment
5. ราคา	-	-	-	B = 0.033 p-value = 0.005**
6. สถานที่ให้บริการ/การเข้าถึง การใช้บริการ	-	-	-	-
7. การส่งเสริมการตลาด	B = 0.067 p-value = 0.000**	B = 0.067 p-value = 0.000**	B = 0.047 p-value = 0.000**	B = 0.036 p-value = 0.004**
8. พนักงาน/บุคลากร	B = 0.056 p-value = 0.000**	-	-	-
9. กระบวนการ	-	-	-	-
10. บรรยากาศและลักษณะ ทางกายภาพ	-	B = 0.043 p-value = 0.000**	-	-

หมายเหตุ: * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*, ** ยอมรับ หมายถึง ความน่าเชื่อถือเป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

- ปฏิเสธ หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ไม่เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบ มีขั้นตอน (stepwise regression analysis) เพื่อวิเคราะห์ความตั้งใจ (R2) ในฐานะตัวแปรกำกับ ที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์องค์กร และภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภค กับตราผลิตภัณฑ์ ทั้ง 4 องค์ประกอบ

ทั้งนี้ การทดสอบตัวแปรกำกับจะเป็นจริงก็ต่อเมื่อปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับตัวแปรกำกับ (ตัวแปรอิสระ x ตัวแปรกำกับ) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบตัวแปรอิสระทั้งหมด (X_i) 10 ตัว ตัวแปรกำกับ (R_i) 1 ตัว และตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับ ($X_i \times R_i$) 10 ตัว ผลการศึกษาพบว่า ความตั้งใจเป็นตัวแปรกำกับที่ส่งผลต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพ ความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค พบว่า มีตัวแปร 4 ตัว ที่มีอิทธิพล ได้แก่

- 1) ความรับผิดชอบต่อสังคม x ความตั้งใจ ($X_1 \times R_2$)
- 2) ชื่อเสียง (X_2)
- 3) ราคา (X_5)
- 4) การส่งเสริมการตลาด (X_7)

สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y_1 = 0.847 + 0.055(X_1 \times R_2) + 0.173(X_2) + 0.102(X_5) + 0.217(X_7)$$

ความตั้งใจเมื่อเป็นตัวแปรกำกับจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภค กับตราผลิตภัณฑ์ด้านการเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อกันร้อยละ 41.30 ($R^2 = 0.413$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.643$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภคมีเพียง 1 ปัจจัย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม

2. ความพึงพอใจ พบว่า มีตัวแปร 7 ตัว ที่มีอิทธิพล ได้แก่

1) บุคลิกภาพและความรู้สึก x ความตั้งใจ ($X3 \times R2$)

2) การส่งเสริมการตลาด x ความตั้งใจ ($X7 \times R2$)

3) พนักงาน/บุคลากร x ความตั้งใจ ($X8 \times R2$)

4) กระบวนการ x ความตั้งใจ ($X9 \times R2$)

5) ความรับผิดชอบต่อสังคม ($X1$)

6) ราคา ($X5$)

7) บรรยากาศและลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ ($X10$)

สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y2 = 0.975 + 0.045 (X3 \times R2) + 0.044 (X7 \times R2) + 0.030 (X8 \times R2) - 0.040 (X9 \times R2) + 0.158 (X1) + 0.097 (X5) + 0.167 (X10)$$

ความตั้งใจเมื่อเป็นตัวแปรกำกับจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านความพึงพอใจ มีอิทธิพลต่อกันร้อยละ 55.80 ($R^2 = 0.558$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.747$) โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ มี 4 ปัจจัย ได้แก่ บุคลิกภาพและความรู้สึก การส่งเสริมการตลาด พนักงาน/บุคลากร และกระบวนการ

3. ความสนิทสนมใกล้ชิดเชิงอารมณ์ความรู้สึก พบว่า มีตัวแปร 5 ตัว ที่มีอิทธิพล ได้แก่

1) ชื่อเสียง x ความตั้งใจ ($X2 \times R2$)

2) บุคลิกภาพและความรู้สึก x ความตั้งใจ ($X3 \times R2$)

3) ความรับผิดชอบต่อสังคม ($X1$)

4) สถานที่ให้บริการ/การเข้าถึงการให้บริการ ($X6$)

5) การส่งเสริมการตลาด ($X7$)

สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y = 1.108 + 0.036 (X2 \times R2) + 0.037 (X3 \times R2) + 0.154 (X1) + 0.086 (X6) + 0.155 (X7)$$

ความตั้งใจ เมื่อเป็นตัวแปรกำกับจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ด้านความสนิทนสมใกล้เคียงอารมณ์ความรู้สึก มีอิทธิพลต่อกันร้อยละ 55.50 ($R^2 = 0.555$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.745$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนิทนสมใกล้เคียงอารมณ์ความรู้สึก มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ชื่อเสียง และบุคลิกภาพและความรู้สึก

4. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม พบว่า มีตัวแปร 4 ตัว ที่มีอิทธิพล ได้แก่

- 1) ชื่อเสียง $\times$ ความตั้งใจ ($X2 \times R2$)
- 2) การส่งเสริมการตลาด $\times$ ความตั้งใจ ($X7 \times R2$)
- 3) ความรับผิดชอบต่อสังคม ($X1$)
- 4) ราคา ($X5$)

สามารถสร้างรูปแบบเป็นสมการถดถอย ดังนี้

$$Y4 = 1.046 + 0.056 (X2 \times R2) + 0.024 (X7 \times R2) + 0.190 (X1) + 0.189 (X5)$$

ความตั้งใจเมื่อเป็นตัวแปรกำกับจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ ในด้านความผูกพันเชิงพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อกันร้อยละ 47.90 ($R^2 = 0.479$) โดยมีความสัมพันธ์แปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.692$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันเชิงพฤติกรรม มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ชื่อเสียง และการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 6 ความตั้งใจ ในฐานะเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

ภาพลักษณ์องค์กรและ ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์	คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์			
	Self-Cognitive Attachment	Satisfaction	Emotional Intimacy	Behavioral Commitment
1. ความรับผิดชอบต่อสังคม	B = -0.055 p-value = 0.000**	-	-	-
2. ชื่อเสียง	-	-	B = 0.036 p-value = 0.010**	B = 0.056 p-value = 0.000**
3. บุคลิกภาพและความรู้สึก	-	B = -0.045 p-value = 0.001**	B = 0.037 p-value = 0.004**	-
4. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ	-	-	-	-
5. ราคา	-	-	-	-
6. สถานที่ให้บริการ/การเข้าถึง การใช้บริการ	-	-	-	-
7. การส่งเสริมการตลาด	-	B = 0.044 p-value = 0.000**	-	B = 0.024 p-value = 0.044*
8. พนักงาน/บุคลากร	-	B = 0.030 p-value = 0.019*	-	-

ภาพลักษณ์องค์กรและ ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์	คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์			
	Self-Cognitive Attachment	Satisfaction	Emotional Intimacy	Behavioral Commitment
9. กระบวนการ	-	B = -0.040 p-value = 0.003**	-	-
10. บรรยากาศและลักษณะ ทางกายภาพ	-	-	-	-

หมายเหตุ: * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*, ** ยอมรับ หมายถึง ความน่าเชื่อถือเป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

- ปฏิเสธ หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ไม่เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

อภิปรายผลการวิจัย

ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ พบว่า องค์ประกอบด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และราคา ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในทุกองค์ประกอบไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงตัวตน ความพึงพอใจ ความสนิทสนม และความผูกพันเชิงพฤติกรรม สอดคล้องกับ ลลิตทิพย์ พัฒนสาร (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรและตราผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค พบว่า การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่ง Fournier (1998) มองว่า ผู้บริโภคที่มีคุณภาพความสัมพันธ์กับตราผลิตภัณฑ์สูง จะมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าจากตราผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น รวมทั้งยังเพิ่มความถี่ในการมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมของตราผลิตภัณฑ์

เพิ่มมากขึ้นด้วย จะเห็นได้ว่าเมื่อผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อตราผลิตภัณฑ์ ย่อมส่งผลให้การตัดสินใจมีแนวโน้มสูงขึ้นนั่นเอง

ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรในทุกองค์ประกอบไม่ว่าจะเป็น ความรับผิดชอบต่อสังคม ชื่อเสียง บุคลิกภาพและความรู้สึก ส่งผลให้ทัศนคติที่สนใจซื้อสินค้าของแบรนด์เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ลิลลิตทิพย์ ชัยมโนนาถ (2556) ที่ทำการศึกษาบทบาทของคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ต่อการประเมินการขยายตราผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค พบว่า ผลการวัดคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ มีด้านความสนใจซื้อสินค้าของแบรนด์เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับชื่อสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดซึ่งเมื่อผู้บริโภคมีความสนใจซื้อสินค้าหรือแบรนด์ตราผลิตภัณฑ์ ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือการใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น

ความน่าเชื่อถือเป็นตัวแปรกำกับที่ช่วยให้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ในองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในทุกองค์ประกอบ ตามที่ Ballester (2004) ได้กล่าวถึงความน่าเชื่อถือว่า เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ ที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจในตราผลิตภัณฑ์ หากตราผลิตภัณฑ์สามารถกระทำตาม คำสัญญาที่ให้ไว้ได้ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจส่งผลให้ตราผลิตภัณฑ์ ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับการศึกษาของ สมิตรา มหาศาลสมบัติ (2555) ได้ทำการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และกลยุทธ์การตลาด ในธุรกิจบริการธนาคารไทยพาณิชย์ กรณีศึกษา: ส่วนงานบริการเงินฝากธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษา พบว่า การส่งเสริมการตลาดที่มีความสอดคล้องและต่อเนื่องให้ผู้บริโภคมีความรู้สึก ได้รับผลประโยชน์และช่วยเหลือผู้บริโภคในด้านการเงินนั้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาฝากเงินกับธนาคาร มีสาขาที่สามารถรองรับการให้บริการได้อย่างมากมาย เพราะมีสาขาที่มากที่สุดประเทศไทย และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ในทุก ๆ พื้นที่ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมพนักงานที่สามารถตอบข้อซักถามได้ ทุกปัญหา และการสร้างความแตกต่างด้านบุคลากร จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการตลาด หากตราผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือร่วมด้วย จะยิ่งส่งผลต่อความสัมพันธ์

ที่ดีกับผู้บริโภค อันจะทำให้เกิดการให้บริการธนาคารเพิ่มมากขึ้นนั่นเอง

ผลการศึกษาคความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ ทั้งสององค์ประกอบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และความตั้งใจในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์พบว่า ความเชื่อถือและความตั้งใจ เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ กับคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ อรญา มาณวพัฒน์ (2554) ได้ศึกษาประสบการณ์ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการในธุรกิจสายการบินของไทย พบว่า ผู้บริโภคมีประสบการณ์และความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงและมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์ โดย Morgan & Hunt (1994) เห็นว่า ความไว้วางใจมีความสำคัญต่อตราผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะความไว้วางใจถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนที่มีคุณค่า ซึ่งหากตราผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจก็จะนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว เมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้และมีภาพลักษณ์ต่อตราผลิตภัณฑ์ในแง่ที่ดี ก็จะเกิดความชอบความพึงพอใจในตราผลิตภัณฑ์ จนเกิดเป็นความตั้งใจซื้อหรือใช้บริการในท้ายที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยในครั้งต่อไปสามารถศึกษาลึกลงไปในกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการธนาคารที่แตกต่างกัน เช่น ศึกษาเฉพาะผู้ที่ใช้บัตรเครดิต บัตรกดเงินสด หรือศึกษาผู้ที่ใช้บริการเงินกู้ เพื่อศึกษาว่าภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ในองค์ประกอบใด ที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้บริโภค ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ในสื่อสารอย่างตรงจุด
2. เพื่อให้เกิดความครอบคลุมและมีความหลากหลาย งานวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายจากธนาคารทั้งหมด และกระจายกลุ่มเป้าหมายออกไปถึงในชนบท เนื่องจากธนาคารขนาดเล็กอาจจะมีการเข้าถึงและให้บริการกลุ่มเป้าหมายที่ต่างออกไป เช่น ธนาคารออมสินที่มีการใช้ธนาคารเคลื่อนที่ เป็นต้น

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการด้วยวิธีเชิงปริมาณ ทำให้ได้เห็นความคิด มุมมองทัศนคติในภาพกว้าง แต่ยังขาดการศึกษาในมุมมองเชิงลึก ดังนั้น งานวิจัยในครั้งหน้าสามารถที่จะทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เข้าใจความคิดและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายได้ละเอียดและลึกซึ้งมากขึ้น รวมถึงอาจได้ประเด็นและสมมุติฐานใหม่ในการวิจัย

4. จากการศึกษาค้นคว้าทำให้เห็นความน่าสนใจในการมุ่งไปสู่การศึกษาการตลาดแบบ Emotional Marketing เนื่องจากสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ คือ สิ่งที่ถูกผนวกเข้ากับสินค้าและบริการ เช่น อารมณ์ ความรู้สึก และประสบการณ์

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กัลยา วาณิชยัญญา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
การเงินการธนาคาร. (2560). *Bank of the year 2017*. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2561, จาก <http://www.moneyandbanking.co.th/new/13830/2/>
ธ-ไทยพาณิชย์-bank-of-the-year-2017

ลลิตทิพย์ ชัยมโนนาถ. (2556). *บทบาทของคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้าต่อการประเมินการขยายตราสินค้าของผู้บริโภค* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

ลลิตทิพย์ พัฒนสาร. (2555). *กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรและตราสินค้าของผู้บริโภค* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. (2548). *กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์*. ใน เอกสารประกอบการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์, หน่วยที่ 5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุมิตรา มหาศาลสมบัติ. (2555). *การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และกลยุทธ์การตลาดในธุรกิจบริการธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา: ส่วนงานบริการเงินฝากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาการตลาด.*

อรุณา มาณพพัฒน์. (2554). *ประสบการณ์ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการในธุรกิจสายการบินของไทย. (วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.*

ภาษาอังกฤษ

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.

Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. New York: Free Press.

Aaker, D. A. (2004). Leveraging the corporate brand. *California Management Review*, 46(3), 6-18.

Chen, C. H. (2001). Using free association to examine the relationship between the characteristics of brand associations and brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 10(7), 439-451.

Delgado Ballester, E. (2004). Applicability of a brand trust scale across product categories. *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 573-592.

Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343-373.

Hatch, M. J., & Schultz, M. (2003). Bringing the corporation into corporate branding. *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 1041-1064.

- Hyun Kyung Kim, Moonkyu Lee, and Yoon Won Lee. (2005). Developing a Scale for Measuring Brand Relationship Quality, in *AP-Asia Pacific Advances in Consumer Research Volume 6*, Eds. Yong-Uon Ha and Youjae Yi, Duluth, MN: Association for Consumer Research, pages 118-126.
- Keller, K. L. (1997). *Managing the corporate brand: The effects of corporate marketing activity on consumer evaluations of brand extensions*. Cambridge, Mass.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand Equity*. 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A framework for marketing management*. 4th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Van Riel, C. B. M. (1995). *Principle of corporate communication*. London: Prentice-Hall

โครงการนำร่องการพัฒนาสื่อการละครถกแถลงเชิงสร้างสรรค์ เพื่อรณรงค์และป้องกันปัญหาการพนันในเยาวชนและชุมชนในภาคอีสาน¹

Pilot Project of Dialogue Theatre Creativity: A Campaign for Gambling Problem Protection in Isan Youth and Communities

ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ² Pinwadee Srisupan

กนกวรรณ มะโนรมย์³ Kanokwan Manorom

วัชร ศรีคำ⁴ Watcharee Srikham

Received: 22 February 2020, Revised: 5 May 2020, Accepted: 21 May 2020

¹ บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย “โครงการนำร่องการพัฒนาสื่อการละครถกแถลงเชิงสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์และป้องกันปัญหาการพนันในเยาวชนและชุมชนในภาคอีสาน” สนับสนุนโดยศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

This article is a part of the research project, “Pilot Project of Dialogue Theatre Creativity: A Campaign for Gambling Problem Protection in Isan Youth and Communities”, supported by the Center for Gambling Studies, Faculty of Economics, Chulalongkorn University, under the support of the Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth).

² ผศ.ดร.ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ อาจารย์ประจำ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Asst. Prof. Pinwadee Srisupan, Ph.D. Lecturer of Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University

³ รศ.ดร.กนกวรรณ มะโนรมย์ อาจารย์ประจำ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Assoc. Prof. Kanokwan Manorom, Ph.D. Lecturer of Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University

⁴ ผศ.ดร.วัชร ศรีคำ อาจารย์ประจำ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Asst. Prof. Watcharee Srikham, Ph.D. Lecturer of Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ตำบลเมืองศรีไค อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190
Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University, Muang Sri Kai Sub-district, Warin Chamrap,
Ubon Ratchathani Thailand 34190

Corresponding Author Email: pinwadee.s@ubu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบทละคร ถกแถลงด้านการพนันในฐานะสื่อสร้างสรรค์ในการสร้างการเรียนรู้และความตระหนักต่อปัญหาการพนันในกลุ่มเยาวชนและชุมชน ทีมวิจัยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยทำการพัฒนาบทละครถกแถลง เครื่องมือการละครแนว “ละครถกแถลง” เพื่อแสดงและใช้รณรงค์การรู้เท่าทันปัญหาการพนัน และการถอดบทเรียนการทำงานเป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจประสิทธิภาพและประสิทธิผลของเครื่องมือที่ถูกพัฒนาขึ้น รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวปฏิบัติที่ดีในการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการพนัน และการรู้เท่าทันปัญหาการพนันในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ละครถกแถลงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการใช้รณรงค์การรู้เท่าทันปัญหาการพนัน โดยเป็นเครื่องมือเฉพาะหน้าที่สามารถทำให้ผู้เข้าร่วมได้มีปฏิสัมพันธ์ในการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการพูดคุย และเล่าเรื่องได้เป็นอย่างดี นำไปสู่การกระตุ้นความคิดให้ผู้เข้าร่วมได้รู้เท่าทันปัญหาการพนันได้ แต่การรณรงค์ที่เกิดขึ้นเพียงชั่วครั้งชั่วคราวจะไม่สามารถเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหในระยะยาวได้ อย่างไรก็ตาม ในฐานะที่ละครถกแถลง เป็นเครื่องมือที่เน้นให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของผู้เล่นเป็นสำคัญนั้น ความเปลี่ยนแปลงที่นึกแสดงได้สะท้อนจากการเข้าร่วมกระบวนการละคร คือ การเปลี่ยนมุมมองและองค์ความรู้ต่อการเล่นพนัน โดยเฉพาะความรู้และความตระหนักในมิติความถูกต้องตามหลักศีลธรรม ถูกใจกับกฎหมาย แต่อาจจะไม่ได้เปลี่ยนพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมที่ตนเองสัมพันธ์กับการพนันโดยดัดขาดอย่างสิ้นเชิงได้อย่างทั่วถึง แต่การที่ผู้ชม ซึ่งมีทั้งชาวบ้าน นักเรียน และนักศึกษา มีจินตนาการร่วมระหว่างชมละคร รวมทั้งได้เข้าร่วมถกเถียงแลกเปลี่ยนกันภายหลังการรับชมละครจบลง สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ กระตุก กระตุ้นความคิดและเกิดการแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับปัญหาจากการพนัน การรู้เท่าทันการพนันโดยเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ชมเกี่ยวกับการพนันได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: การพนัน, ละครถกแถลง, การรณรงค์และแก้ไขปัญหาการพนัน

Abstract

This qualitative research aims to develop a dialogue theater on gambling as creative media for building learning and realization of gambling problems among youth groups and their communities. The research team applies Participatory Action Research (PAR) by which the team constructs the “dialogue theater” as the research tool in order to exhibit and launch campaigns that promote gambling literacy. The team then formulates lesson learned for facilitating comprehension of efficiency and effectiveness of the constructed tools. Furthermore, the team interviews various stakeholders as to seek for proper practical guides in promoting learning about gambling and gambling problem literacy among the participants in Roi-Et, Srisaket, and Ubon Ratchathani province.

Results of the research reveal that the dialogue theater is being used as the campaign tool for gambling literacy. It is the specifically functional tool that allows the participants to interact, demonstrate thoughts as well as well contribute to the dialogues and narratives. This then leads to impulsive stimulation of thoughts in which the participants become literate on gambling problems. However, the campaign only temporarily occurs. It is thus not meant to resolve the problems in a long term. Even so, since the dialogue theater is targeted to make change upon the players. Any changes that the players have reflected from being in the process of the theater are deemed as the changes point of view and knowledge toward gambling. Especially,

knowledge and realization of moral accuracy, egoistic correction, and legal justice. The participants may not immediately decide changes their relationships towards people who are involved in gambling, but the dialogue theater has shed light on ways in which the audiences; villagers, students, and undergraduates, mutually imagine while watching the plays. The mutual imagination should have drawn upon meaningful interactions, stimulation of thoughts, and exchange of gambling problems as well as promotion of gambling literacy due to the audiences' experiences are well associated with gambling. Such lessons could be retrieved from their active discussions in the post-dialogue theater.

Keywords: gambling, dialogues theatre, campaign for gambling problem protection

บทนำ

การพนันเป็นกิจกรรมที่แทรกซึมอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมไทยตามพื้นที่ต่าง ๆ หลากหลายลักษณะ แตกต่างกันไปตามบริบทสถานการณ์ ซึ่งมีทั้งที่ถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย⁴

ปฏิเสธไม่ได้ว่าการพนันมีทั้งส่วนที่ไม่เป็นปัญหา ซึ่งมักถูกมองในเชิงของการเล่นเพื่อผ่อนคลายและความบันเทิง ในขณะเดียวกัน การพนันที่ก่อให้เกิดปัญหาก็มีจำนวนไม่น้อย ซึ่งส่งผลกระทบในระดับปัจเจกและในเชิงโครงสร้าง

⁴ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 ไม่ได้มีการนิยามความหมายของการพนันไว้อย่างชัดเจน แต่ได้มีการระบุประเภทของการพนันที่ต้องห้าม และประเภทที่ต้องขออนุญาตไว้ อย่างไรก็ตาม พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้นิยามคำว่า “พนัน” หมายถึง เล่นเอาเงินหรือสิ่งอื่นโดยอาศัยความฉลาด ความชำนาญ เล่ห์เหลี่ยม ไหวพริบ และฝีมือ รวมทั้งโชคด้วย

นักพนันหลายคนไม่ได้มองการเล่นพนันของตนว่ามีส่วนในการสร้างปัญหา หรือส่งผลกระทบต่อผู้อื่น แต่มักมองเป็นปัญหาส่วนตัว สำหรับหลายชุมชน ในประเทศไทย การเล่นพนันเป็นเรื่องปกติที่พบเห็นได้ทั่วไป แต่สิ่งที่น่าสนใจ คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจต่อการเล่นพนัน การให้ภูมิคุ้มกันที่ทำให้ผู้ที่อยู่ใน สภาพแวดล้อมที่มีการพนันมีความสามารถในการยับยั้งชั่งใจ การตระหนักรู้ หรือรู้เท่าทันต่อปัญหาการพนันกลายเป็นเรื่องที่ถูกมองข้าม ซึ่งเป็นความเสี่ยง ที่ทำให้การพนันก่อให้เกิดปัญหาในสังคมมากขึ้น

ปัญหาหนึ่งที่สำคัญ คือ การพนันในกลุ่มเด็กและเยาวชนกลายเป็นปัญหา ที่ขยายใหญ่ขึ้นในสังคมไทย และมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (2561) เผยแพร่ผลสำรวจสถานการณ์การพนันกลุ่มเยาวชนปี พ.ศ. 2560 บ่งชี้ว่า เยาวชนไทยกำลังใช้ชีวิตอยู่ท่ามกลางความเสี่ยงที่จะถูกชักจูงเข้าสู่ วงจรการพนัน โดยผลสำรวจพบว่า เยาวชนที่มีประสบการณ์เล่นการพนันจะเริ่มด้น เล่นการพนันจากห่วยใต้ดิน ไพ่ และสลาकिनแบ่งรัฐบาล ซึ่งล้วนเป็นการพนันยอด นิยมอันดับต้น ๆ เยาวชนร้อยละ 95.6 มีบุคคลแวดล้อมเล่นพนัน ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นคนในชุมชน ส่วนเหตุผลที่ชักนำเยาวชนเข้าสู่การพนัน คือ อยากเสี่ยงโชค อยากลองเป็นสาเหตุหลัก ซึ่งผลสำรวจสะท้อนให้เห็นว่า เยาวชนไทยเป็นกลุ่ม ที่เปราะบางต่อปัญหาการพนัน เมื่อเข้าสู่วงจรการพนันแล้ว เยาวชนมีแนวโน้ม “ถลำตัว” เพราะเมื่อเริ่มเล่นแล้ว ยากที่จะเลิกเล่น และยิ่งเล่นการพนันไปเรื่อย ๆ ก็ยิ่งใช้เงินเล่นการพนันมากขึ้น ๆ สัญญาณอันตรายที่ปรากฏให้เห็นชัดเจนก็คือ เยาวชนไทยที่เล่นการพนัน จะขาดความยับยั้งชั่งใจ ไม่สามารถควบคุมตนเองได้ เล่นการพนันจนนำไปสู่ผลกระทบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาหนี้สิน สูญเสียศักยภาพ ในการเรียน และปัญหาครอบครัว เยาวชนส่วนหนึ่งถลำลึกจนถึงขั้น “ถอนตัวไม่ขึ้น” ดังข้อมูลที่ประมาณการได้ว่า เยาวชนที่เล่นพนัน 406,387 คน คิดว่าตนเอง กำลังติดการพนัน ยิ่งเริ่มเล่นตั้งแต่อายุน้อยยิ่งติดการพนันมาก ความเปราะบาง ต่อการพนันของเยาวชนไทยอาจเป็นสัญญาณเตือนว่า เยาวชนของไทยอยู่ในภาวะ ภูมิคุ้มกันต่อการพนันบกพร่อง ซึ่งยังไม่สามารถสร้างเยาวชนที่เข้มแข็งพอ ที่จะรับมือกับสภาพแวดล้อมการพนันที่อยู่รายรอบตัวเยาวชน จำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องหาวิธีการ และสร้างกลไกที่เป็นระบบในการปกป้องเยาวชนไทยจากปัญหา

การพนัน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง รู้เท่าทัน และไม่กล้าตัวเข้าสู่วังวนปัญหาจากการพนัน

จากงานวิจัยของ กนกวรรณ มะโนรมย์, ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, และ วชิร ศรีคำ (2561) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาส่วนหนึ่งถูกจับกุมด้วยคดีการพนันในขณะที่เล่นพนันในโรงเรียน โดยพบว่า สภาพแวดล้อมของโรงเรียนมีส่วนที่เอื้อให้เกิดการเล่นพนันได้ง่าย การเล่นพนันยังส่งผลต่อชีวิตของวัยรุ่นเนื่องจากหากถูกจับกุมในโรงเรียนก็อาจจะต้องถูกลงโทษ และมีบางกรณีที่ถูกกักขังแล้วไม่กลับเข้าไปในระบบการศึกษา ในบางกรณีวัยรุ่นถูกจับกุมนอกพื้นที่โรงเรียนแต่ก็ยังเป็นผู้เรียนในระบบ ก็มีความกังวลว่า การถูกจับกุมจะส่งผลต่อการประกอบอาชีพในอนาคตหรือไม่ กลุ่มวัยรุ่นส่วนหนึ่งไม่รู้ว่าเมื่อถูกจับกุมจะมีมาตรการที่ต้องถูกลงโทษอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ ในระดับชุมชนยังพบว่า มีการเล่นพนันโดยทั่วไปโดยเฉพาะในงานศพ พ่อแม่ ผู้ปกครองบางคนเห็นว่าการเล่นพนันไม่ได้เป็นเรื่องที่ผิดขั้นร้ายแรงแต่อย่างใด และบางคนขาดความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาในข้อกฎหมายเมื่อเยาวชนถูกจับกุมในคดีการพนัน ดังนั้น การสร้างความเข้าใจ สร้างการรู้เท่าทัน และสร้างการตระหนักรู้ให้กับเยาวชนและชุมชน จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นหนทางหนึ่งในการป้องกันปัญหาการพนัน

การณรงค์หยุดพนันเป็นโจทย์ที่ซับซ้อน ลุงป๊อป (2561) ซึ่งเป็นหนึ่งในคนทำงานสำคัญด้านการณรงค์เพื่อเกิดการรู้เท่าทันการพนันเห็นว่า สื่อที่ใช้ณรงค์ต่อต้านการพนันแบบทิศทางเดียวอาจจะได้ผลสำหรับคนที่ไม่เห็นด้วยกับการพนันอยู่แล้ว แต่อาจจะไม่เพียงพอสำหรับคนที่คิดต่าง ซึ่งมักจะมีแรงต่อต้านต่อการณรงค์หรือการสื่อสารนั้น จึงต้องหาทางอื่นที่หลีกเลี่ยงการ “หักดิบ” ความคิดความเชื่อของผู้คน แต่ต้อง “ค่อย ๆ ปรับ” ให้เขาเปลี่ยนใจมาเห็นคล้อยตามกับเรา การณรงค์ คือ การช่วยสร้างกระแสให้เกิดความสนใจและตื่นตัว แต่การสร้างการเรียนรู้จะเป็นสิ่งทะลุทะลวงไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานณรงค์จึงต้องทำงานในสองระดับ คือ ในเชิงกว้างต้องสร้างการณรงค์ให้เกิดการรับรู้ และในเชิงลึก ต้องสร้างการเรียนรู้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในที่นี้ผู้วิจัยจึงได้นำการละครมาใช้ในการณรงค์ของกระบวนการในการสร้างการเรียนรู้

ปาริชาติ จึงวิวัฒนาภรณ์ (2546) กล่าวถึงการใช้ละครสร้างสรรค์ในการพัฒนาผู้เรียน โดยมองว่าระบบการศึกษาของไทยที่ผ่านมามองข้ามความสำคัญของการใช้ “กระบวนการ” ของการละครในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้แก่ผู้เรียน ละครถูกใช้เป็นเพียง “สื่อ” (media) ใน “กิจกรรมเสริม” มากกว่าที่จะเป็น “วิธีการเรียนรู้” (learning methodology) โดยแท้จริงแล้ว ละครสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการเรียนการสอน อีกทั้งยังเกิดผลพลอยได้แก่ตัวผู้เรียนมากมายหลายทาง สามารถช่วยให้ผู้เรียนเป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์” ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสติปัญญาได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ยังช่วยให้ผู้เรียนได้เชื่อมโยงกับผู้อื่น อันหมายถึงสังคมและโลกได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

Boal (1975 อ้างถึงใน ภินท์ ภาวตาม, 2561) เขียนไว้ในบทนำหนังสือ การละครของผู้ถูกกดขี่ (Theatre of the Oppressed) ฉบับปี ค.ศ. 1974 ไว้ว่า การละครทุกชนิดล้วนแยกไม่ออกจากการเมือง เพราะในทุก ๆ การกระทำของมนุษย์หนีไม่พ้นความเป็นการเมือง และละครก็คือผลงานสร้างสรรค์ของมนุษย์ ละคร คือ อาวุธชนิดหนึ่งซึ่งมีประสิทธิภาพสูง และชนชั้นปกครองไม่เคยลดละความพยายามที่จะครอบครองศิลปะการละครเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการครอบงำมวลชน เมื่อละครตกอยู่ในมือของพวกเขา พวกเขาขูดรากถอนโคนและเปลี่ยนความหมายของศิลปะการละครไปเสียสิ้น แต่ละครสามารถเป็นอาวุธเพื่อการปลดแอกได้อีกด้วย จึงจำเป็นที่จะต้องสร้างรูปแบบการละครที่เหมาะสมขึ้นมา

ในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อการพินิจในสังคมร่วมสมัย และการรู้เท่าทันปัญหาการพินิจที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน โดยการส่งเสริมการนำเสนอเนื้อหา (content) ร่วมสมัยมาใช้ในกระบวนการรณรงค์เพื่อการตระหนักรู้ปัญหาดังกล่าว การผลิตสื่อด้านการละครจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นกระบวนการทำงานเชิงปฏิบัติการร่วมสมัย ที่เหมาะสำหรับการประยุกต์ใช้ในการสร้างความสนใจในกลุ่มวัยรุ่นและบุคคลทั่วไปได้ง่าย แม้ว่าละครจะถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการรณรงค์ แต่ทว่าก็ยังเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวโดยส่วนใหญ่ ทั้งนี้ การนำกระบวนการละครมาใช้ในการสร้างข้อถกเถียงในประเด็นใดประเด็นหนึ่งในสังคมไทยยังมีสื่อในรูปแบบดังกล่าวค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะในปัญหา

ด้านการพนัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนาละครที่สะท้อนปัญหาด้านการพนัน ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการทำงานเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านกระบวนการละคร ถกเถียง

งานวิจัยชิ้นนี้ให้ความสนใจในการพัฒนาเครื่องมือด้านการละครที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและเยาวชน ที่ไม่เป็นการสื่อสารทางเดียว แต่ผู้ชมจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างการตระหนักรู้และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเครื่องมือด้วย โดยผู้แสดงเป็นเยาวชนในฐานะที่เป็นกลไกสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศ รวมทั้งศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างการเรียนรู้ การรู้เท่าทันการพนันดังกล่าว

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาบทละครถกเถียงด้านการพนันในฐานะสื่อสร้างสรรค์ ในการสร้างการเรียนรู้และความตระหนักต่อปัญหาการพนันในกลุ่มเยาวชน และชุมชน

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แนวทางการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยทำการพัฒนาบทละครถกเถียง เครื่องมือการละครแนว “ละครถกเถียง” เพื่อใช้รณรงค์การรู้เท่าทันปัญหาการพนัน โดยการใช้การถอดบทเรียนการทำงาน เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจประสิทธิภาพและประสิทธิผลของเครื่องมือที่ถูกพัฒนาขึ้น รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวปฏิบัติที่ดี ในการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการพนันและการรู้เท่าทันปัญหาการพนันในชุมชน และกลุ่มเยาวชน

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1) การพัฒนากระบวนการละคร โดยพัฒนาบทละครร่วมกับผู้แสดง ซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักแสดงสมัครใจเข้าร่วมโครงการโดยเห็นว่า

เป็นความท้าทายในการเรียนรู้กระบวนการพัฒนาสังคมในรูปแบบใหม่ จากนั้นนำไปแสดงให้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 4 รอบ ประกอบด้วย ผู้ชมจากคนในชุมชน จำนวน 3 ชุมชน นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาจำนวน 1 โรงเรียน นักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 1 แห่ง โดยผู้ชมในฐานะผู้ร่วมอภิปราย เป็นบุคคลทั่วไป และเยาวชน สำหรับในการแสดงแต่ละครั้ง มีผู้เข้าร่วมชมจำนวนไม่เกิน 50 คน ซึ่งจะเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญว่า ละครดังกล่าวมีประสิทธิภาพประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด

2) การพัฒนาเครื่องมือวัดผล ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ชมที่มีส่วนร่วมในกระบวนการละคร ซึ่งทีมวิจัยพัฒนาเครื่องมือโดยการใช้แบบสอบถามอย่างง่าย สอบถามผู้ที่มีส่วนร่วม รวมถึงมีการสัมภาษณ์ผู้ที่พัฒนาเครื่องมือประกอบ

พื้นที่การศึกษา

คณะผู้วิจัยทำการพัฒนาละครในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และนำไปสื่อสารในพื้นที่ภาคอีสาน โดยเลือกพื้นที่การทำงานของเครือข่ายวิจัย ที่ศึกษาปัญหาการพนัน ประกอบด้วย

1) จังหวัดอุบลราชธานี โดยเลือกพื้นที่โรงเรียนมัธยมศึกษาแห่งหนึ่ง ซึ่งอยู่ในพื้นที่ชายแดนที่มีความเสี่ยงต่อการเล่นคาสโน และเป็นที่ชุมชนแออัด

2) จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นพื้นที่การดำเนินงานวิจัยเกี่ยวกับพนันในพื้นที่ดำเนินการธรรมนูญสุขภาพ โดยหนึ่งในกิจกรรมเด่นของธรรมนูญสุขภาพ คือ การงดการพนัน

3) จังหวัดศรีสะเกษ เป็นพื้นที่การดำเนินงานวิจัยโครงการวิจัย เรื่องการสร้างเสริมกระบวนการกลุ่มเรียนรู้การพนันในมุมมองของเด็กและเยาวชนในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นชายแดนไทย-กัมพูชา

การพัฒนาละครทดลอง

การพัฒนาบทละครและฝึกซ้อมบท ในขั้นตอนนี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 4 เดือน เพื่อคัดเลือกนักแสดง พัฒนาบทละคร และฝึกซ้อมบท โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) การศึกษาตัวละครที่เกี่ยวข้องในการพนันในชุมชนอีสานและในบริบทสถานศึกษา ผู้วิจัยใช้แนวทางการศึกษาเอกสารและฐานความรู้เดิมในการพัฒนาบทละคร และศึกษาสถานการณ์หรือการประยุกต์ใช้บทละครที่ใกล้เคียงในการสื่อสารด้านการพนัน

2) การวางแผนเค้าโครงเรื่องและเขียนบท ผู้วิจัยและผู้แสดงได้ร่วมกันวางแผนเค้าโครงเรื่องและเขียนบทละครร่วมกัน เพื่อพัฒนาให้เกิดบทละครสั้นที่ใช้ระยะเวลาการเล่นไม่เกิน 15 นาที ประกอบด้วยบทละคร 1 เรื่อง

3) การคัดเลือกนักแสดงและการพัฒนาศักยภาพผู้แสดง ผู้วิจัยและผู้แสดงร่วมคัดเลือกและวางตัวนักแสดงตามความสมัครใจและความเหมาะสมกับบทละคร โดยผู้แสดงเป็นนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยที่มีความสนใจเป็นหลัก และอาจจะมียุคคลทั่วไปร่วมด้วยตามความเหมาะสม จากนั้น นักแสดงจะได้รับการฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญและเข้ารับการอบรมจากแหล่งฝึกเฉพาะ เช่น จากกลุ่มละครมะขามป้อม

4) การฝึกซ้อมการแสดงการทดลองแสดงละคร นักแสดงจะต้องศึกษาตัวละครและทำความเข้าใจตัวละครและฝึกซ้อม และทำการแสดงรอบแรก โดยมีผู้ชมเป็นนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยเพื่อนำไปปรับปรุงบทละครและการแสดงก่อนการแสดงจริง

5) การแสดงละครในพื้นที่เป้าหมาย หลังจากได้ทดสอบการแสดงและปรับปรุงการทำงานแล้ว ทีมจะนำละครไปแสดงในพื้นที่เป้าหมายต่อไป

6) การศึกษามุมมองของผู้รับสารและการถอดบทเรียน ผู้วิจัยทำการสังเกตพฤติกรรมของผู้รับสาร ปฏิกริยาสะท้อนมุมมองต่อปัญหาการพนัน และหลังการแสดงแต่ละครั้งจะมีการถอดบทเรียน (after action review) ร่วมกันระหว่างทีมนักแสดง ผู้ฝึกสอน และทีมนักวิจัย หลังจากการแสดงทั้งหมดเสร็จสิ้น ได้ทำการถอดบทเรียนเพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเครื่องมือการเรียนรู้ร่วมกัน

ละครถกแถลง (dialogue theatre)

ละครถกแถลง (dialogue theatre) เป็นรูปแบบการแสดงที่มุ่งนำเสนอปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ในสังคมผ่านการแสดงละคร โดยแบ่งโครงสร้างออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 อาจเรียกว่า ส่วนเนื้อเรื่อง หรือส่วนแสดงละคร ส่วนที่ 2 เป็นช่วงถกแถลง คือ การเปิดเวทีหลังการแสดง กระตุ้นให้ผู้ชมแลกเปลี่ยนถกเถียงกับตัวละครหลักในเรื่อง เพื่อทำความเข้าใจและหาทางคลี่คลายปัญหาความขัดแย้งร่วมกัน แนวคิดของละครถกแถลง คือ การนำเสนอปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจริงบนโลกเสมือน ตัวละครถอดแบบมาจากคนจริง ๆ แต่ไม่มีตัวตนอยู่จริง การถกแถลง

หลังละคร จึงเป็นพื้นที่ปลอดภัยในการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่าง เนื่องจาก การโต้แย้งกันในเรื่องของบุคคลที่สาม ให้ความรู้สึกปลอดภัยมากกว่าการเผชิญหน้า กับคู่ขัดแย้งโดยตรง เมื่อผู้ชมรู้สึกปลอดภัย จะลดกำแพงในใจลง สามารถรับฟัง ทำความเข้าใจผู้อื่นได้ นำไปสู่การคลี่คลายความขัดแย้งในที่สุด (มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (กลุ่มมะขามป้อม), ม.ป.ป.) ละครถกแถลงจึงไม่ใช่การดูเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่ผู้พัฒนากระบวนการละครจะต้องฝึกวิธีคิด วิธีการสื่อสาร เพื่อให้ผู้รับสาร ได้รับสาระและได้ตระหนักถึงปัญหาร่วมกัน นอกจากนี้ กระบวนการดังกล่าว ยังสามารถส่งต่อถ่ายทอดให้กับกลุ่มเยาวชนได้พัฒนากระบวนการในการณรงค์ และสร้างการตระหนักรู้ในปัญหาการพนัน

กระบวนการละครเพื่อการพัฒนา คือ กระบวนการที่มุ่งพัฒนาผู้เล่น เป็นลำดับสำคัญ รองลงมา คือ สื่อที่ละครจะสื่อออกไปที่สื่อเป็นปลายทางของ การทำงาน กระบวนการละครที่คณะผู้วิจัยนำมาใช้ คือ แนวทางการละครที่เรียกว่า ละครถกแถลง (dialogue theatre) ที่พัฒนาตามแนวทางของกลุ่มมะขามป้อม โดยการประยุกต์กระบวนการละครมาใช้สอนให้ผู้แสดงได้คิดวิเคราะห์ปัญหา การพนันชุมชนและนำสื่อละครไปเป็นเครื่องมือในการเสนอทางออกให้กับสังคม โดยหัวใจสำคัญ คือ การเรียนรู้ที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมกันสร้างสรรค์สังคม

วัตถุประสงค์ของการแสดง คือ

1. ตระหนักถึงความแตกต่าง ขยายขอบเขตเพื่อทำความเข้าใจในความ ซับซ้อนของปัญหา รวมถึงพื้นฐานของความขัดแย้งและมุมมองของ “คู่ตรงข้าม” ผ่านการสนทนาระหว่างตัวละครในฐานะผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในปัญหาและผู้รับชม การแสดง

2. ร่วมสร้างบทสนทนา เปิดพื้นที่ให้เกิดการสนทนาอย่างมีส่วนร่วม ระหว่างตัวละครและผู้ชม ผ่านการทำทลายความคิดความเชื่อเดิม ๆ นำไปสู่การเปิด ทศนคติสู่ความคิดความเชื่อใหม่ ฟัง “เสียงใหม่” ที่อยู่นอกพื้นที่ปลอดภัยของตนเอง

3. เปลี่ยนตัวละครเพื่อเปลี่ยนแปลงตัวเอง การแลกเปลี่ยนวิธีการ แก้ไขปัญหาให้กับตัวละคร ทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม จะสะท้อนกลับ สู่กระบวนการทางความคิดของผู้ชม ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิธีคิดของผู้ชม

4. การเปลี่ยนแปลงที่จับต้องได้ นำข้อเสนอจากวงสนทนาไปปรับใช้

นอกเหนือขอบเขตของเวทีละคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ชมที่เกี่ยวข้องในประเด็นปัญหา ข้อเสนอจากวงสนทนาจะยังเป็นประโยชน์ในการสร้างการเปลี่ยนแปลงในบริบทจริง (มูลนิธิสื่อชาวบ้าน, 2562)

พฤษ หลุลบุตร (2558) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับละครทดลองว่า ละครทดลองพัฒนาขึ้นโดย ดร.ริชาร์ด บาร์เบอร์ ปองจิต สรรพคุณ และกลุ่มละครมะขามป้อม เป็นรูปแบบละครเพื่อสร้างการสนทนาสู่การจัดการความขัดแย้ง โดยมีความเชื่อว่า ความขัดแย้งจะบรรเทาลงได้ด้วยการเปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับปัญหา ได้มีโอกาสสร้างบทสนทนา (dialogue) กระบวนการละครจะพาให้ผู้ชมและผู้เข้าร่วมกระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมในการแสวงหาทางออกจากปัญหาร่วมกัน ด้วยการคิดอย่างใคร่ครวญ วิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหา และก้าวข้ามมายาคติบางอย่างที่ถูกสร้างขึ้น ด้วยการเข้าไปเป็นตัวละคร จนทำให้เกิดความเข้าใจถึงฐานคิดและพฤติกรรมของตัวละครบางตัวที่เคยมีอคติ จนอาจนำไปสู่ความเข้าใจใหม่ พฤติกรรมใหม่ หรือร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเปลี่ยนแปลงร่วมกัน

ขั้นตอนกระบวนการสร้างละครทดลอง

1. เริ่มต้นที่ร่วมกันค้นหาสถานการณ์ “กระอักกระอ่วนใจ” (dilemma) ผู้ร่วมกระบวนการเคยมีประสบการณ์ด้วยตัวเอง เป็นเหตุการณ์ที่ตัดสินใจลำบาก กลืนไม่เข้าคายไม่ออก แล้วเลือกสถานการณ์ที่กลุ่มมีความสนใจร่วมกันนั้น มาพัฒนาเป็นบทละครต่อไป

2. หาปมความขัดแย้งของสถานการณ์นั้น และตัวละครที่เป็นคู่ขัดแย้งหลัก รวมทั้งตัวละครที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสร้างประโยคหลัก 1 ประโยค ที่เป็นการต้องการ (need) ของตัวละครแต่ละตัว ในสถานการณ์นั้น ๆ

3. พัฒนาโครงเรื่องและบทละครด้วยการค้นหาความสัมพันธ์ของตัวละครแต่ละตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสัมพันธ์เชิงอำนาจว่า ตัวละครรักเกลียด เป็นที่พึ่งหรือปกป้องตัวละครตัวใด แล้วพัฒนาบุคลิกตัวละคร (characters development) ด้วยคำถามเชิงลึก 20 คำถาม เช่น เขาเป็นใคร อายุ เพศ การศึกษา ชอบหรือไม่ชอบอะไร มีความหวังอะไรในชีวิต กลัวอะไร มีความใฝ่ฝัน หรือเป็นห่วงกังวลอะไร เป็นต้น

4. พัฒนาเส้นเรื่อง (storyline) โดยการกำหนดลำดับการเข้าออกของตัวละคร จัดลำดับเหตุการณ์ในเรื่องไปสู่ปมขัดแย้งสูงสุดของเรื่อง (climax)

5. ฝึกทักษะการแสดง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถมีทักษะในการสื่อสาร ถ่ายทอดบุคลิกลักษณะนิสัยของตัวเองได้ เช่น การฝึกกระโดดการเคลื่อนไหวบนเวที อย่างมีสมาธิ ฝึกแสดงอารมณ์ ฝึกออกเสียงและการหายใจ ฝึกแสดงเป็นตัวละคร เป็นต้น แล้วทดลองฝึกซ้อมซ้ำ ๆ โดยให้ผู้เข้าร่วมกระบวนการสร้างบทสนทนา ด้วยการฝึกการแสดงแบบด้นสด (improvisation) โดยละครไม่จำเป็นต้องมีเรื่องยาว หรือเสร็จสมบูรณ์ แต่ให้เน้นเหตุการณ์ความขัดแย้งหรืออุปสรรคที่ชัดเจน เห็นความต้องการของตัวเองตรงข้าม และตัวละครที่มีส่วนร่วมตัวอื่น ๆ กระตุ้นความคิดหรืออารมณ์ของผู้ชมให้เกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมถกเถียงโต้แย้ง หรือแสดงความคิดเห็นจากการชมละคร และที่สำคัญคือ ตัวละครควรมีจุด ประนีประนอมที่จะปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อร่วมแก้ปัญหาด้วย ไม่ควรยืนกราน อยู่บนเหตุผลของตัวเองแต่เพียงอย่างเดียว

6. ฝึกซ้อมกระบวนการสนทนาหลังละคร (dialogue process) การสนทนาหลังละคร โดยแบ่งขั้นตอนออกเป็น 2 ส่วน คือ

6.1 Dialogue กระบวนการหลักในการสนทนาหลังละคร โดยมี ผู้ดำเนินการสนทนา (moderator) เป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการสนทนาของตัวละคร กับผู้ชม เริ่มด้วยการให้ตัวละครแต่ละตัวได้กล่าวถึงจุดยืนหรือความต้องการ ของตนเองต่อสถานการณ์นั้น (statement) อีกครั้งหนึ่ง แล้วถามผู้ชมด้วยคำถาม สำคัญ “ถ้าเราจะสามารถแก้ปัญหาที่มีอยู่ในละคร ท่านผู้ชมคิดว่าตัวละครตัวไหน ต้องเปลี่ยนแปลง เพราะเหตุใด” แล้วจึงเริ่มการสนทนาความคิดเห็นของผู้ชม โดยที่ตัวละครอาจร่วมถกเถียงหรือยอมรับคำแนะนำของผู้ชม บนจุดที่ตัวละคร สามารถประนีประนอมได้

6.2 กระบวนการสนทนาย่อย 4 รูปแบบ เพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงตัวละคร และปัญหาได้อย่างรอบด้านมากยิ่งขึ้น ได้แก่

1) Hot Seat เก้าอี้ร้อน คือ ให้เลือกตัวละครที่ผู้ชมเห็นว่า ต้องเปลี่ยนแปลงมากที่สุดเพียงคนเดียว เพื่อสนทนาเชิงลึก เจาะประเด็นที่มีความสงสัยให้รอบด้านมากยิ่งขึ้น เทคนิคการถกเถียง คือ การเลือกตัวละครที่ผู้ชม เห็นว่าต้องเปลี่ยนแปลงมากที่สุดเพียงคนเดียวมาสนทนาเชิงลึก เจาะประเด็นที่มีความสงสัยให้รอบด้านมากยิ่งขึ้น และให้เห็นความเป็นมนุษย์ของคนทุกคน

อยากปะทะด้วยมากที่สุด การพูดคุยสามารถแสดงความรู้สึกได้ โดยมีการตั้งขอบเขตของการแสดงอารมณ์ร่วมกันก่อนเริ่มพูดคุย

2) Missing Voice เสียงที่หายไป จากการแสดงละครอาจยังไม่ครอบคลุมประเด็นปัญหาของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างรอบด้านพอ อาจมีตัวละครบางตัวที่หายไป และน่าจะเข้ามามีส่วนร่วมในการสนทนา แล้วเชิญผู้ชมที่สามารถเป็นตัวแทนของตัวละครที่หายไปบนเวที เพื่อเติมเต็มบทสนทนาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3) Stage Debated การโต้ว่าที่ ถึงเหตุผลที่ผู้ชมสนับสนุนตัวละครคู่ขัดแย้งแต่ละฝ่าย โดยเชิญผู้ชมขึ้นบนเวทีเพื่อสนทนาหาเหตุผลของตัวละครที่ตนเองสนับสนุนฝ่ายละ 2 - 3 คน เทคนิคการถกหาที่คล้ายกับการโต้ว่าที่เหมาะสมกับเรื่องที่มีคู่ตรงข้ามที่ชัดเจน แต่ละฝ่ายจะเชิญตัวแทนผู้ชมมาร่วมทีมด้วย กระบวนการโต้แย้งเป็นไปตามขั้นตอนของการโต้ว่าที่ โดยมีผู้ชมอีกท่านหนึ่งเป็นผู้สังเกตการณ์และสรุปประเด็นในการโต้แย้ง

4) Chat Circle สนทนากลุ่มย่อย โดยให้ตัวละครแต่ละตัวลงไปสนทนากับผู้ชมในกลุ่มย่อยเพื่อทำความเข้าใจตัวละครอย่างใกล้ชิดและรอบด้านมากยิ่งขึ้น

7. ปิดวงสนทนา (closing) ให้ตัวละครแต่ละตัวกลับขึ้นบนเวทีเพื่อหาข้อสรุปจากการสนทนาว่า จากการสนทนาร่วมกันของทุกฝ่ายตัวละครเกิดความคิดใหม่ ๆ อย่างไร หรืออาจมีแนวทางในการปรับเปลี่ยน แสวงหาทางออกจากปัญหาร่วมกัน จากการเสนอความคิดในการสนทนาร่วมกับผู้ชม (พฤษี พหลกุลบุตร, 2558)

ผลการวิจัย

1. การเตรียมและกระบวนการพัฒนาละครของทีมวิจัย

ในการพัฒนาละครทดลอง ประกอบด้วยผู้แสดงและทีมสนับสนุน รวม 10 คน โดยในเบื้องต้นยังไม่มีกำหนดชัดเจนว่าใครจะมีบทบาทอะไร ทีมวิจัยเริ่มต้นด้วยการปูพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการและการพัฒนาพื้นฐานการละครโดยทีมผู้ฝึกสอน พัฒนาบทละครพร้อมกับผู้แสดง และเชิญวิทยากรจากกลุ่มมะขามป้อม⁶ เพื่อพัฒนาบทละคร

ทีมงานผู้แสดงหลักประกอบด้วย นักศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน และระดับปริญญาโท จำนวน 2 คน รวม 10 คน โดยแต่ละคนจะทำหน้าที่แตกต่างกันไป ทั้งเบื้องหน้า และเบื้องหลังการแสดง โดยมีนักศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นผู้แสดงสมทบ อีก 1 คน ในการแสดง 2 รอบหลัง ซึ่งทีมนักแสดงเกือบทั้งหมดไม่เคยมีประสบการณ์ในการเล่นละครมาก่อน มีเพียง 1 คน ที่เคยเล่นละครเวที มีบทบาทเป็นตัวประกอบ ในระดับมัธยมศึกษา ผู้วิจัยคัดเลือกนักแสดงจากความสนใจและสมัครใจเข้าร่วม กิจกรรม พิจารณาจากความสมัครใจจะช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัว และผู้แสดง มีความสนใจพัฒนาการแสดงตนเองได้ดี

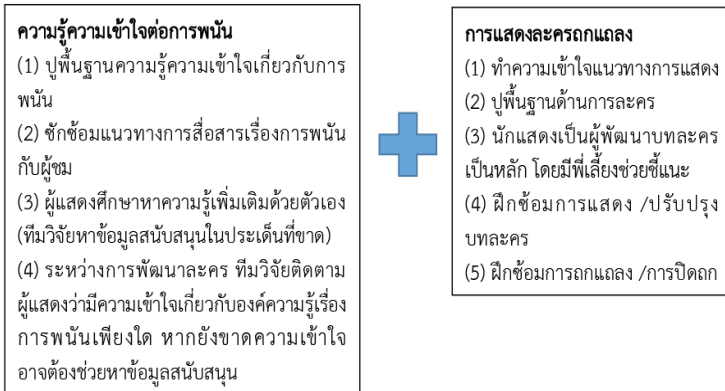
2. ประเด็นที่ทีมใช้ในการสื่อสาร (key message)

ทีมวิจัยได้อธิบายความเป็นมาของโครงการ ขอบเขต เป้าหมาย และความคาดหวังของโครงการที่คิดว่าจะได้รับ โดยทำความเข้าใจร่วมกัน ในการทำละครเพื่อการรณรงค์ว่า ละครดังกล่าวไม่ได้เน้นเพื่อให้ผู้ชมเลิกเล่น การพนันโดยสิ้นเชิง แต่ละครมีความมุ่งหวังให้ผู้ชม “รู้เท่าทันตนเอง รู้เท่าทันการพนันและสังคมในแวดวงของการพนัน” เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการพนัน

⁶ “กลุ่มละครมะขามป้อม” เป็นองค์กรพัฒนาเอกชนกลุ่มแรก ๆ ในประเทศไทย ที่ใช้ละคร เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำงานพัฒนาบุคคลและสังคม สามารถศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่ม ได้ที่ <https://makhampom.org/>

จากนั้น ได้ดำเนินการพัฒนาทีมนักแสดงประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ
1) การพัฒนาความรู้ ความเข้าใจต่อการพ่น และ 2) การพัฒนาด้านการแสดงละคร

ภาพที่ 1 แนวทางการพัฒนาบทธละคร



2.1 การเตรียมความพร้อม การดำเนินกิจกรรมมี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาแนวทางการแสดงละคร

1) ให้ทีมนักแสดงที่เป็นอาสาสมัคร นักศึกษาสาขาการพัฒนาสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ได้รู้จักการแสดงละครทดถลก โดยมีตัวอย่างการแสดงละครทดถลกของกลุ่มมะขามป้อมที่มีการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ยูทูบ คือ เรื่อง “กอดเวลา” ซึ่งมีเนื้อหาเชิงการเมืองให้ทีมนักแสดงได้ดู และสังเกตการดูละคร

2) ให้ผู้เข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็น หลังจากที่ได้ดูละครทดถลก ถึงความเข้าใจและสิ่งที่ละครทดถลกต้องการสื่อสารให้คนดูทราบ

ข้อสรุปจากผู้เข้าร่วมประชุมที่ได้จากการดูละครทดถลก คือ ช่วงแรกที่ดูละครทีมนักแสดงยังไม่ค่อยเข้าใจเนื้อหาและยังจับประเด็นไม่ได้ว่าละครต้องการจะสื่อสารอะไร เนื่องจากมีเนื้อหาเชิงเปรียบเทียบ แต่หลังจากที่ดูไปได้สักระยะหนึ่งก็จะทราบว่า ตัวละครต้องจะสื่ออะไรให้คนดู และตัวละครคนหนึ่งสามารถแสดงได้หลายบทบาท แม้นักแสดงจะไม่ได้แต่งตัว หรือมีอุปกรณ์

ในการแสดงมาก มีตัวละครที่หลากหลายและมีความคิดเห็นที่ต่างกัน เป็นละครที่นำตัวละครที่มีเหตุผลต่างกันมากกันเป็นละครให้คนดูได้คิดตาม เมื่อคนดูละครจบจะมีการเก็บข้อมูลจากคนดูว่าเขามีความคิดเห็นอย่างไร

ขั้นตอนที่ 2 การปูพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพนัน

ทีมนักแสดงได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเล่าประสบการณ์การเล่นการพนันของตนเองว่า เคยเล่นการพนันประเภทไหนบ้าง โดยพบว่าภายในทีมมีทั้งผู้ที่ไม่เคยเล่นการพนันเลย และมีผู้ที่เคยเล่นการพนันเกือบทุกอย่าง ซึ่งเป็นการเปิดโลกทัศน์และมุมมองต่อการพนันของทีมนักแสดง โดยจากการสะท้อนมุมมองต่อการพนันของทีม ผู้วิจัยพบว่า ความเข้าใจต่อมุมมองในเรื่องของการพนันของทีมผู้แสดงนั้น ในภาพรวมต่างมองว่าการพนันไม่ได้เป็นเรื่องที่ผิดร้ายแรงจากทั้งผู้ที่ไม่เคยเล่นการพนันเลยและผู้ที่เล่นการพนัน

จากนั้น ให้ทีมนักแสดงเล่นเกมแพนพังก์กับการพนัน ซึ่งเป็นเกมที่มูลนิธิธรรมาภรณ์ใช้ในการจัดกิจกรรมกับกลุ่มเยาวชน เป็นเกมที่มีคำใบ้ที่บอกถึงลักษณะวิธีเล่นของการพนันนั้น ๆ และให้ทายว่า เป็นการพนันประเภทไหน โดยมีคำใบ้ทั้งหมด 14 ข้อ เพื่อทดสอบว่าผู้เข้าร่วมประชุมรู้จักการพนันนั้น ๆ ในระดับใด จากกิจกรรมนี้ ผู้ที่ตอบคำถามถูกมากที่สุด ตอบถูก 10 ข้อ และตอบได้น้อยที่สุด 3 ข้อ โดยส่วนใหญ่ตอบถูกที่ประมาณ 6-7 ข้อ อย่างไรก็ตาม พบว่าคนที่เล่นการพนันมากที่สุดไม่ได้เป็นคนที่ตอบได้มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ทีมที่จะแสดงละครยังไม่ได้รู้จักการพนันทุกประเภท

หลังจากการประเมินความรู้ความเข้าใจ และมุมมองต่อการพนันเบื้องต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ชี้แจงจุดยืนหรือมุมมองให้กับผู้แสดงสำหรับการแสดงละครเพื่อใช้ในการรณรงค์ในเรื่องการพนันว่า โครงการละครการพนันผ่านการใช้ละครถกเถียงนั้น ภายหลังจากชมละครถกเถียงแล้ว ไม่ได้เน้นในการ “ห้ามผู้ชมและผู้ร่วมการถกเถียง” ไม่ให้เล่นพนันโดยเด็ดขาด แต่ละครถกเถียงเน้นสร้างความตระหนักเพื่อให้รู้เท่าทันการพนันโดยไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการพนัน

ทีมนักแสดงจะมีหน้าที่ศึกษาข้อมูลจากการพนันเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้อง เช่น การพนันชนิดใดเล่นอย่างไร เกิดปัญหาอะไรขึ้น และมีประเด็นอะไรที่ต้องถกเถียงพูดคุยอย่างมีนัยสำคัญ

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาพื้นฐานการละคร

ผู้วิจัยให้ผู้ฝึกสอนจากกลุ่มสื่อสวายทิน ซึ่งเป็นวิทยากรที่มีประสบการณ์สูงในการทำละครดลกกับกลุ่มเยาวชน และได้รับการฝึกซ้อมจากทีมมะขามป้อม ซึ่งเป็นกลุ่มที่พัฒนาละครดังกล่าวเป็นผู้ปูพื้นฐานการละครประกอบด้วย 8 กิจกรรมหลัก เพื่อเป็นการเตรียมร่างกายให้พร้อมมีพลังในการแสดง ประกอบด้วย 1) การฝึกการใช้ท่าทาง 2) การฝึกการออกเสียง 3) การใช้ลมหายใจ 4) การใช้สมาธิ 5) การใช้จินตนาการ 6) การแสดงบทบาทสมมุติ 7) กิจกรรมเชื่อมโยงประเด็นการพินัน และ 8) การทำงานเป็นทีม

จากการพัฒนาทักษะพื้นฐานการละคร ผู้แสดงได้เรียนรู้ทักษะต่าง ๆ การหายใจที่ถูกวิธี การแสดงที่ไม่แสดงแต่ใช้ความรู้สึก การใช้จินตนาการ การแก้ปัญหา การมีสมาธิจดจ่อ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และได้เรียนรู้วิธีการทำโครงเรื่อง เทคนิคต่าง ๆ ที่ช่วยลดความกังวล เทคนิคเบื้องต้นในการจัดฉากละคร รวมถึงได้รับความสนุกสนาน

โดยมีสิ่งให้ผู้เข้าอบรมกลัวหรือกังวล คือ เรื่องการออกเสียง เช่น ออกเสียงไม่ชัด การลืมบท กลัวทำได้ไม่ดีเพราะเขินอายยังไม่เชื่อมั่นในตัวเองเนื่องจากผู้แสดงไม่ใช่นักแสดงมืออาชีพ กลัวทำไม่ได้ กลัวแสดงไปแล้วเกิดความผิดพลาด และกลัวแสดงออกมาแล้วคนไม่สนุก อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ฝึกสอนมีความเชี่ยวชาญและมีทักษะเชิงกระบวนการในการฝึกสอน ทำให้นักแสดงมีความเชื่อมั่นในการแสดงมากขึ้น

2.2 การพัฒนาบทละคร

ทีมวิจัยได้ร่วมกับวิทยากรจากกลุ่มมะขามป้อม ซึ่งเป็นทีมพัฒนาละครดลกดลก มาให้ความรู้และแนวทางการทำละครเพิ่มเติม โดยลักษณะของบทละครจะนำไปสู่ข้อถกเถียงที่ทำให้เกิดการแก้ไขปัญหาาร่วมกันในท้ายที่สุด ก่อนจะให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ระดมความคิดในการพัฒนาบทละคร ได้มีการเตรียมร่างกายเพื่อกระตุ้นการสร้างจินตนาการในการแสดง ประกอบด้วย

2.2.1) การพัฒนาด้านการแสดง ประกอบด้วย (1) การเปลี่ยนท่าทางตามจังหวะปรบมือ โดยให้ทีมนักแสดงเปลี่ยนท่าเป็นท่าที่แปลกที่สุดที่ไม่เคยทำ และ (2) การใช้จินตนาการในการแสดง โดยฝึกการใช้จินตนาการเฉพาะบุคคล

และจินตนาการร่วมของทีม โดยให้แต่ละคนทำท่าทางเป็นคน สิ่งของ สัตว์ ตามที่ตนเองคิด เช่น โด๊ะ โก้ และให้เพื่อนทายการแสดงว่า แสดงเป็นตัวละครใด จากนั้น จับกลุ่มรวมท่าทางของแต่ละคนเป็นสิ่งของต่าง ๆ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ให้กลุ่มหนึ่งแสดง และอีกกลุ่มทายว่าเพื่อนต้องการสื่อถึงอะไร

2.2.2) การพัฒนาบทละครถกแถลง เรื่อง “โคกนี้มีหยัง?” ประกอบ ด้วยขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1) การค้นหาสถานการณ์ โดยการผสมผสานแนวคิดเรื่องการพนัน ในการแสดง โดยให้ตัวละครนึกถึงเรื่องของการพนัน และทำเป็นภาพนิ่ง โดยการ เข้าฉากทีละคน จากนั้น รวมกลุ่มโดยการแบ่งกลุ่มทำภาพนิ่งเกี่ยวกับการพนัน และเปลี่ยนเป็นภาพนิ่งต่อเนื่อง และให้เพื่อนทาย ซึ่งทีมผู้แสดงได้ทำภาพนิ่ง ซึ่งเป็นการตอบทด้วยการเข้าไปทีละคนโดยใช้จินตนาการจากเพื่อน จากนั้น ให้ผู้แสดงในฉากนิ่งสุดท้ายมีบทบาทคนละหนึ่งประโยค โดยใช้ทักษะของตนเอง เชื่อมจินตนาการจากเพื่อนคนก่อนหน้า จากการทำกิจกรรมนี้มีฉากที่น่าสนใจ คือ เกี่ยวกับการพนันชนไก่ และการพนันหอย

ทีมได้มีการพูดคุยเกี่ยวกับประเด็นเรื่องพนันที่เป็นที่ถกเถียง การพนันที่น่าสนใจ ประเด็นที่จะสามารถนำมาถกเถียงกันได้ เช่น การถกเถียง ในเรื่องของการเล่นการพนันผิดศีลธรรม การพนันที่ผิดกฎหมายและไม่ผิดกฎหมาย ผลกระทบจากการเล่นการพนัน เช่น ผลกระทบด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต ประเด็นคนที่เล่นการพนันเพื่อผ่อนคลาย หรือติดพนัน เน้นการสร้างตระหนักรู้ ของการพนัน ตั้งประเด็นการพนันที่ต้องการสื่อสารให้กลุ่มเด็ก เยาวชน และกลุ่มผู้ใหญ่ ในชุมชน มีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง และทดลองสร้างบทละครจากภาพนิ่ง และภาพนิ่งต่อเนื่อง เพื่อหาประเด็นร่วมในการทำบทละครเกี่ยวกับการพนัน

2) หาปมความขัดแย้งของสถานการณ์ โดยมีการพัฒนาโจทย์ เป็น 6 ประเด็น ได้แก่ (1) การพาเด็กเข้าไปอยู่ในวงพนัน ไม่ดีจริงหรือ? (2) “การพนันเป็นทางออกในการหารายได้ที่ดีจริงหรือ? (ทุนระยะสั้น)” (3) ระหว่างความสัมพันธ์กับเพื่อน และความถูกต้องจะเลือกอะไร (4) จะยึดมั่น ในหน้าที่หรือจะหาประโยชน์จากหน้าที่ (5) จะรักดีกับหน้าที่หรือจะรักดีกับชุมชน (6) จะทำถูกกฎหรือแหกกฎเพื่อผลประโยชน์ที่มากกว่า โดยให้ทีมเลือกลำดับ

ประเด็นที่สำคัญ ด้วยการให้คะแนนจากเหตุผล 3 อย่าง คือ (1) ตัวเรามีความรู้สึกร่วม (2) คนดูชอบ (3) ตนเองมีข้อมูล/หาข้อมูลได้

จากกิจกรรมดังกล่าว ทีมละครมีข้อสรุปโจทย์สำคัญ ดังนี้

- โจทย์หลัก “การพนันเป็นทางออกในการหารายได้จริงหรือ?”

- โจทย์รอง “จะยึดมั่นในหน้าที่หรือจะหาประโยชน์จากหน้าที่”

และ “จะกัดติดกับหน้าที่หรือจะกัดติดกับชุมชน”

3) พัฒนาโครงเรื่องและเส้นละคร โครงเรื่องของละครถกแถลง จะมีความแตกต่างจากละครปกติ โดยละครถกแถลงให้ความสำคัญกับเนื้อหาเพียง 30% ส่วนอีก 70% เป็นการเปิดถกแถลงกับผู้ชม โดยจะไม่มีตอนจบแต่จะมีจุดที่ตัวละครต้องตัดสินใจเลือกในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง

จากที่ได้โจทย์หลักแล้ว ทีมได้วางกราฟโครงเรื่อง หาจุดที่ละคร มีความเร้าใจมากที่สุด และเลือกตัวละครออกมาโดยการวางตัวละครที่เป็น สีขาว เทา ดำ เป็นการ Dilemma โดยในเบื้องต้น ทีมละครได้พัฒนาบทละคร สำหรับตัวละครหลัก 5 ตัว ตัวละครหนึ่งอยู่ระหว่างทางเลือกว่า จะตัดสินใจ ดำเนินการอย่างไรอย่างหนึ่ง และมีคู่ขัดแย้ง 2 คู่ นำไปสู่การหาข้อสรุปร่วมกัน

บทละครประกอบด้วยตัวละครหลัก ดังนี้

(1) สมพร ตัวละครเดินเรื่องกำลังเผชิญกับปัญหาทางการเงิน ต้องการเงินด่วนเพื่อนำไปรักษาสามีที่ป่วยและค่าเล่าเรียนลูก ที่จะนำไปสู่ข้อถกเถียง ที่ว่า “การพนันเป็นทางออกในการหารายได้จริงหรือ?”

(2) เจ๊นีนายจ้างของสมพร เศรษฐินีในหมู่บ้าน เจ้าของรีสอร์ท ที่มีเวลารว่างเมื่อใด ต้องไปคาสิโนเป็นประจำ โดยเห็นว่าการเล่นพนันของตนเอง ไม่ได้เป็นเรื่องที่ผิด ไม่ทำให้ใครเดือดร้อน และไม่ผิดกฎหมาย

(3) อากง เจ้ามือไฮโลประจำหมู่บ้าน เล่นไฮโลอยู่เป็นประจำ ทำมาหากินอย่างอื่นไม่ค่อยได้เงินแต่เล่นพนันแล้วมีโชคในการเล่น แต่ก็รู้อยู่แก่ใจว่า การพนันเป็นสิ่งไม่ดี และมักไม่ให้เด็กเข้าไปยุ่งเกี่ยวในวงไฮโลของตน

(4) นายดาบชูชาติ ตำรวจสายตรวจในหมู่บ้าน โดยพื้นเดิม เป็นลูกหลานในหมู่บ้าน เล่นการพนันเป็น ไม่มีจุดยืนในการทำงานวิชาชีพ ขึ้นอยู่กับว่า นายสั่งให้ทำอะไร

(5)ครูหญิง ครูประจำโรงเรียนประถมศึกษาไม่เห็นด้วยกับการเล่นการพนันอย่างมาก เนื่องจากบิดาติดการพนันและเกือบทำให้สถานการณ์ที่บ้านเข้าสู่ภาวะวิกฤติ

สำหรับตัวละครประกอบเป็นชาวบ้าน คือ นางแดง และ นางตุ้ย ที่เป็นชาวบ้านทั่วไป ไม่ได้มีความคิดเห็นอย่างสุดโต่งเกี่ยวกับการเล่นหวย

4) สร้างคาแรคเตอร์ของตัวละคร

ในการพัฒนาบทละคร ผู้แสดงจะต้องไปศึกษาตัวละครเพิ่มเติม ด้วยการใส่คาแรคเตอร์ให้กับตัวละคร โดยการเขียนคาแรคเตอร์ตัวละครด้วย 20 คำถาม เพื่อให้เข้าใจภูมิหลังของตัวละครด้วยตนเอง จากนั้น ตัวละครแต่ละตัวจะต้องแลกเปลี่ยนพูดคุยเพื่อเชื่อมโยงตัวละครแต่ละตัว เพื่อให้เห็นภาพความสัมพันธ์ระหว่างกัน และเห็นภาพประเด็นปัญหา ความขัดแย้ง และแนวทางการพัฒนาในระดับชุมชนด้วย

ในการพัฒนาบทละคร ไม่เพียงแต่การคำนึงถึงประเด็นหลักที่ต้องการสื่อในละครเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงบทละครในฐานะที่เป็นความบันเทิงเพื่อดึงดูดผู้ชมด้วย ผู้ฝึกสอนได้ชักชวนทีมให้สร้างฉากที่เป็นการดึงดูดความสนใจของผู้ชมในการเชื่อมโยงองค์ความรู้เกี่ยวกับการพนัน จึงได้ฉากในการจัดงานบุญบั้งไฟเป็นการเปิดเรื่อง และการใส่เนื้อหาเรื่องการพนันในชีวิตประจำวัน เช่น การซื้อหวยใต้ดินเข้ามาในบทละครด้วย ทั้งนี้ ในการตั้งชื่อสถานที่ ทีมงานคำนึงถึงความรู้สึกของพื้นที่ และพยายามไม่ตั้งชื่อสถานที่ให้ใกล้เคียงกับพื้นที่ที่ไปแสดงชื่อเรื่องเป็นส่วนสุดท้ายที่ทีมคิดร่วมกันจากการพัฒนาการแสดง จนในที่สุดจึงได้ละครเรื่อง “โคกนี้มีหยัง?”⁷

⁷ สามารถเข้าชมตัวอย่างการแสดงจริงรอบที่ 2 ได้ที่ https://www.youtube.com/watch?v=rx_9W--aGuM

เค้าโครง บทละคร

ลูกจ้างรายหนึ่ง (สมพร) ประสบปัญหาทางการเงิน และต้องการเงินด่วน เพื่อนำไปรักษาสามีที่ป่วยและจ่ายค่าเล่าเรียนลูก เมื่อไปขอเบิกเงินล่วงหน้ากับนายจ้าง (เจ๊นี) นายจ้างก็แนะนำให้ไปหาเงินทางลัดโดยการลองเล่นพนันที่คาสิโนที่ฝั่งชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน

นายจ้างได้ให้ลูกจ้างติดรถไปกับตัวเองเพื่อไปรับลูกของลูกจ้างที่หน้าโรงเรียน ลูกจ้างได้พบกับเจ้ามือไฮโล (อาคง) และถูกชักชวนให้หาเงินในบ่อนตัวเอง ครูที่ส่งนักเรียนอยู่บริเวณดังกล่าว (ครูหญิง) จึงห้ามโดยให้เหตุผลด้านลบที่จะเกิดขึ้น นายตำรวจท้องถิ่นที่มาตรวจในบริเวณดังกล่าว (ดาบชูชาติ) ได้ยินเข้าจึงห้ามปรามเนื่องจากนายมินโยบาย “ชุมชนปลอดภัย”

ระหว่างนั้น นายจ้างที่รออยู่นานจึงลงมาดู และได้ยินเสียงการโต้เถียงและเข้าร่วมวงสนทนาโดยไม่เห็นด้วยที่ห้ามในเรื่องของการเล่นพนัน เนื่องจากโลกพัฒนาไปไกลแล้ว

การโต้แย้งของสองฝ่ายทำให้ลูกจ้างตัดสินใจไม่ได้ว่าจะทำอย่างไรดี....
(ต่อด้วยการถกเถียง)

5) บทบาทของนักแสดง สำหรับบทบาทของทีมนักแสดงในละครนั้น ผู้แสดงจะมีบทบาทที่แตกต่างกันไป โดยในการแสดงมีบทบาท 2 ส่วน คือ บทบาทของตัวละคร และบทบาทของผู้ดำเนินรายการ หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า MOD บทบาทของผู้ดำเนินการสนทนาหรือ MOD หรือ Moderator ซึ่งทำหน้าที่ในการสร้างข้อถกเถียงเชื่อมโยงระหว่างนักแสดงกับผู้ชม โดยมีหน้าที่หลักในการทบทวนบริบทเรื่องที่จะทำการถกเถียงและเปิดพื้นที่สนทนาให้กับผู้ชมชี้แจงกติกา ข้อกำหนดต่าง ๆ กระตุ้น ยั่วเย้า และควบคุมการถกเถียง ทั้งในส่วนของประเด็นในวงคุยและบรรยากาศในการคุย ยกประเด็นที่มีความสำคัญ เช่น เป็นประเด็นที่คนพูดถึงบ่อย ๆ เป็นเรื่องใหญ่ เป็นโครงสร้างที่ครอบคลุมในสังคมเพื่อนำมากระตุ้นให้เกิดการพูดคุย ดำเนินกระบวนการไปให้ถึงจุดที่เกิดการเปิดพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจระหว่างฝ่ายที่คิดเห็นต่างกัน ปิดการถกเถียงอย่างมีความหวัง

(มูลนิธิสื่อชาวบ้าน, 2562) สำหรับในบทละครเรื่องนี้มี MOD 2 คน โดยทั้ง 2 คน มีบทบาทเป็นนักข่าวที่มาทำข่าว และเปิดการถกแถลงหลังการแสดงละคร

6) การเลือกเทคนิคการถกแถลงและฝึกซ้อมกระบวนการ

ถกแถลง สำหรับการเลือกเทคนิคการถกแถลงในการแสดงละคร ทีมวิจัยได้ปรึกษาหารือกับผู้ฝึกสอนในการเลือกเทคนิคที่เหมาะสมสำหรับการถก และได้เลือกเทคนิคการถกวงใหญ่ ซึ่งเป็นการพูดคุยในประเด็นรวมที่ช่วยให้เห็นสถานการณ์และปฏิกริยาในภาพรวมของผู้ชม และการถกวงย่อย ซึ่งทำให้ตัวละครได้ใกล้ชิดกับผู้ชม และเป็นเทคนิคที่เหมาะสมกับระยะเวลา และความสามารถของตัวละคร

การถกแถลงถือเป็นขั้นตอนที่ยากที่สุดในการแสดง เพราะผู้แสดงไม่เพียงแค่แสดงละครตามบทบาทเพียงเท่านั้น แต่จะต้องมีความเข้าใจภูมิหลังของตัวละครทั้งหมด ซึ่งนักแสดงต้องทำความเข้าใจด้วยตัวเองในการถกวง ทีมวิจัยและผู้ฝึกซ้อมจะเป็นคนตั้งคำถามให้กับผู้แสดง โดยสิ่งที่ท้าทายในการถกแถลงเริ่มจากผู้นำถกหรือ MOD ซึ่งยังไม่มีประสบการณ์ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนในวง

สำหรับการถกวง คำถามที่ MOD จะชวนผู้ชมถก คือ สร้างกติกาอย่างง่ายเพื่อไม่ให้ผู้ชมใช้คำหยาบในการพูดคุย เนื่องจาก ภายในละครมีความเห็นต่างของตัวละคร โดยมีการกล่าว เช่น “ในที่นี่ ใครควรจะเปลี่ยนแปลงให้ยกมือ” แล้วให้ผู้ชมยกมือทีละคนและเลือกผู้แสดงที่มีผู้ชมยกมือน้อยที่สุดให้แสดงความคิดเห็น จากนั้นเป็นการถกวงย่อย ในการถกวงย่อย จะให้ทีมนักแสดงล้อมวงและถามไปที่ละคน

ในการถกวงย่อย จะมีผู้แสดงเป็นนักข่าวซึ่งทำหน้าที่ MOD เป็นคนจับเวลาในการพูดคุยจะมีเวลาในการพูดคุยประมาณ 5-7 นาที ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ซึ่ง MOD จะต้องทำหน้าที่สังเกตว่า ใครจะมีเวลามากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใด ซึ่งตัวละครแต่ละคนจะได้รับคำแนะนำในการสร้างข้อถกเถียงในวงคุย ตัวละครแต่ละตัวจะสนทนากับผู้ชมในกลุ่มย่อยเพื่อให้ผู้ชมได้ทำความเข้าใจตัวละครอย่างใกล้ชิด และร่วมแสดงความคิดเห็นถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาของตัวละครนั้น ๆ ในการเข้าไปในวงถก ตัวละครแต่ละตัวจะแนะนำตัวเองสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมได้รู้จักตัวละครเพิ่มขึ้น และรู้สึกเป็นกันเองในการซักถามพูดคุย โดยตัวละครเป็นผู้กระตุ้นให้ผู้ชมอยากพูดคุย โน้มน้าวให้ผู้ชมรู้สึกว่าจะต้องมีส่วนร่วม

ในการแก้ไขปัญหา และมีความรับผิดชอบร่วม โดยคำถามหลักที่ตัวละครแต่ละตัว จะชวนคนในวงถกเถียงกันประยุกต์ตามสถานการณ์ โดยมีประเด็นหลักร่วมกัน ดังนี้

(1) การเล่นพนันดีหรือไม่ (ดี หรือไม่ดีอย่างไร)

(2) เราจะสร้างภูมิคุ้มกันให้กับคนในหมู่บ้านอย่างไร ให้รู้เท่าทันปัญหา ไม่ตกเป็นเหยื่อของการพนัน จะมีแนวทางพัฒนาหมู่บ้านโคกสูง (ชื่อหมู่บ้านในบทละคร) ให้เป็นชุมชนต้นแบบได้อย่างไร

(3) ข้อเสนอแนะสำหรับตัวละคร ตัวละครจะต้องเปลี่ยนแปลง ตนเองอย่างไร

สำหรับการปิดวงถก ทีมได้ให้ผู้แสดงสรุปสิ่งที่มีการพูดคุย โดยทีมได้แนะนำให้แต่ละคนสรุปข้อมูลที่ได้จากวงถกตามความเป็นจริง ผู้แสดง จะสรุปประเด็นสั้น ๆ เพื่อสื่อสารประเด็นที่ชัดเจน โดยสมพรจะเป็นตัวละครสุดท้าย ที่สรุปปิด โดยทีมวางแนวทางที่ตัวละครแต่ละตัวสรุปประเด็นเพื่อใช้ในการรณรงค์ เรื่องการพนัน ดังนี้

(1) สมพร มีสติในการดำเนินชีวิต นำข้อแนะนำที่ดี จากวงคุยไปใช้ ค่อย ๆ คิด น่าจะมีทางออก

(2) ชาวบ้าน สรุปสถานการณ์ภาพรวมของชุมชนที่มีการ สะท้อนในวงถก

(3) เจนี่ ไม่ชวนสมพรไปเล่นพนัน เน้นให้คนที่เล่น เล่นอย่างมีสติ แต่ก็ไม่ได้รับปากว่าตนเองจะเลิก

(4) อากง ทราบว่าการพนันเป็นสิ่งไม่ดี และแนะนำไม่ให้เด็ก เข้าไปเล่นในวงพนัน

(5) นายดาบชูชาติ นำข้อคิดเห็นของผู้ชมไปปรับใช้ โดยเฉพาะการทำให้หมู่บ้านปลอดการพนัน ปรับใช้ในเรื่องของนโยบายและสิ่งที่ ดำรงจรรยาบรรณปฏิบัติ

(6) ครูหญิง นำเรื่องการรณรงค์ภายในโรงเรียน มาเน้นย้ำ ให้เห็นโทษของการพนัน

ปัญหาจากการซ้อมการถลกแสง

(1) การตอบปัญหานอกบท ไขว้เขวตามคำถาม ได้กลับไม่ได้ เนื่องจากไม่มีประสบการณ์การตอบคำถาม และตอบคำถามติดขัด

(2) ตอบคำถามไม่ตรงประเด็น เนื่องจากผู้แสดงเข้าใจไม่ถึง หรือไม่อินกับตัวละคร หลังจากมีการซ้อมบ่อย ๆ ทำให้การตอบคำถามดีขึ้น

7) การพัฒนาความรู้ความเข้าใจต่อบทบาทของตัวละคร

เนื่องจาก พื้นฐานความรู้ความเข้าใจต่อการพนันของผู้แสดงแต่ละคนมีไม่เท่ากัน ดังที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยได้พัฒนาความรู้ความเข้าใจต่อบทบาทของตัวละครแต่ละตัว ด้วยการให้กรณีศึกษาจากงานวิจัยที่ผ่านมาให้แต่ละคนไปศึกษาเพิ่มเติม และได้นำนักศึกษาไปทัศนศึกษาที่คาสิโนช่องสะง่า และการเล่นพนันที่ช่องอานม้า ด่านชายแดนกัมพูชา เพื่อให้เข้าใจว่าเป็นอย่างไร รวมถึงการแลกเปลี่ยนเพิ่มเติมกับนักแสดงภายในทีม เพื่อให้พัฒนาบุคลิกท่าทางที่ใช้ในการแสดง ซึ่งช่วยทำให้บทบาทมีความสมจริงมากขึ้น

8) การทดสอบก่อนการแสดงจริง หลังจากการซ้อมการแสดง เป็นการภายในจนนักแสดงมีความมั่นใจ มีจังหวะการแสดงที่ลงตัวแล้ว ทีมวิจัยได้ทำการแสดงรอบแรกให้กับผู้ชมซึ่งเป็นนักศึกษาในชั้นเรียนรายวิชา “วรรณกรรม ภาพยนตร์ และสังคม” ของหลักสูตรสาขาวิชาการพัฒนาสังคม จำนวนนักศึกษาประมาณ 50 คน โดยให้ผู้ชมได้สะท้อนการแสดงทั้งกระบวนการเพื่อทำไปปรับปรุงก่อนทำการแสดงในพื้นที่เป้าหมาย ผลจากการแสดงพบประเด็นสำคัญ ดังนี้

(1) **การแสดงเรื่องราว ในระหว่างการแสดง** ทีมผู้แสดงบางคนจำบทไม่ได้ และทำให้บทในส่วนที่เป็นจุดไคลแมกซ์ของเรื่อง (climax) หลุดไป 1 บท อย่างไรก็ดี นักแสดงได้ใช้ปฏิภาณไหวพริบในการแสดงตามที่ได้ฝึกซ้อมไว้ คือ ให้ผู้แสดงกลมกลืนไปกับบท ทำให้การแสดงผ่านไประบราบรื่น ซึ่งเกิดจากการฝึกซ้อมร่วมกันทำให้รับบท-ส่งบทได้อย่างต่อเนื่อง

(2) **การถลกแสง** จากการถกรวม คำถามที่ MOD จะชวนผู้ชมร่วมถลก คือ “ในที่นี่ ใครควรจะเปลี่ยนแปลง (ให้ยกมือ)” แล้วให้ผู้ชมยกมือทีละคน และเลือกผู้แสดงที่มีผู้ชมยกมือน้อยที่สุด ให้แสดงความคิดเห็นพบว่า ผู้ชมแม้จะมีความสนิทสนมกับผู้แสดงแต่กลับไม่กล้ายกมือถามคำถาม

แต่การถกถอยย่ำทำให้แต่ละคนกล้าถามคำถามมากยิ่งขึ้น

(3) **ทีมผู้แสดง** ต่างมีความรู้สึกกระคนกันไป คือ ทั้งตื่นเต้นและกังวล แต่ต่างก็ได้เห็นข้อบกพร่องที่ตนเองเห็นว่าจะต้องนำไปพัฒนาให้ดีขึ้นได้อย่างไร เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร และข้อมูลเพื่อใช้ในการถกถอยย่ำที่ทำได้ไม่ดีนัก

3. ผลจากการใช้ละครในการรณรงค์และแก้ไขปัญหาการพนัน

3.1 ละครกับการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาการพนัน

จากบทละครที่พัฒนา พบว่า บทละครสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องปัญหาการพนันให้กับกลุ่มเป้าหมายแต่ละแห่งแตกต่างกันไป จากการสะท้อนผ่านวงพูดคุย ช่วงถกถอยย่ำและถอดบทเรียนหลังการแสดงแต่ละครั้ง สิ่งที่น่าสนใจ คือ การถกถอยย่ำช่วยเปิดเผยข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ ที่ทำให้รู้ว่าการพนันยังไม่หมดไปจากสังคมในระดับหมู่บ้าน ชาวบ้านและนักเรียนนักศึกษาที่ชมการแสดงในแต่ละแห่งเผยให้เห็นพฤติกรรมการเล่น และช่วยสะท้อนความเป็นจริงในพื้นที่ที่มีลักษณะเทียบเคียงกับการแสดงในละคร โดยการมีส่วนร่วมของผู้ชมจะมีความแตกต่างกันไป ขึ้นกับว่าผู้ชมมีความคุ้นเคยกับการพนันประเภทใด โดยผู้วิจัยพบความสัมพันธ์ในเรื่องการพนันของผู้ชมดังนี้

1) ผู้ชมทุกที่จะมีความคุ้นเคยกับการพนันห่วยได้ดินมากที่สุด โดยพบการซื้อขายมากกว่าการซื้อหวยรัฐบาล เช่น หวยหุ้น หวยฮานอย ที่มีการซื้อขายถึงวันละ 4 ครั้ง

2) ไพ่ ไฮโล เป็นการพนันที่นิยมเล่นในหมู่เยาวชน โดยเฉพาะมีการใช้เครื่องมือออนไลน์เป็นอุปกรณ์ในการเล่น เช่น การขายไฮโลโดยใช้มือถือ เป็นต้น

3) การเล่นพนันบั้งไฟ พบเฉพาะบางพื้นที่ ในพื้นที่เมืองจะไม่คุ้นเคยกับการเล่นประเภทดังกล่าวแม้ว่าจะรู้จักประเพณีนี้ก็ตาม

4) การเล่นพนันในคาสิโน พบว่า ในแต่ละพื้นที่ที่มีการอำนวยความสะดวกในการพานักพนันไปเล่นที่คาสิโน หรือรับจ้างเป็นผู้เล่นพนันด้วย

ผู้ชมละครส่วนใหญ่เห็นว่า มีความเป็นไปได้ในการทำชุมชนให้เป็นชุมชนปลอดการพนัน แม้จะมีบางส่วนเห็นว่าเป็นไป得太ยาก หรือเป็นไปไม่ได้ แต่ส่วนใหญ่เห็นว่าทำได้ สำหรับผู้ชมที่เห็นว่าเป็นไป得太ยากที่จะทำให้ชุมชนปลอดการพนัน

เห็นว่า คนในชุมชนยังขาดความร่วมมือในสังคม คนส่วนใหญ่ยังเล่นกันอยู่ การทำให้หมดไปทำได้ยาก บางครั้งเป็นเรื่องส่วนบุคคล ทำได้แค่คอยดูแลให้มีน้อยที่สุด ส่วนผู้ชมที่เห็นว่าเป็นไปได้เลยที่จะทำให้ชุมชนปลอดการพนัน เนื่องจากคนส่วนใหญ่ชุมชนยังเล่นพนันอยู่ ตำรวจรับสินบน หากตำรวจมาจับลูกหลานชาวบ้านก็จะรู้สึกเกลียด คนเล่นการพนันไม่ถูกจับ หรือถูกจับแล้วเมื่อปล่อยตัวออกมา ก็กลับมาเล่นใหม่ อีกทั้งในชุมชนบางชุมชนยังมีอบายมุขเป็นจำนวนมาก

จากกิจกรรมสะท้อนการเรียนรู้หลังการแสดงในแต่ละครั้ง ผู้รับชมต่างมีความสุข สนุกสนาน และเห็นว่าละครสร้างการมีส่วนร่วมและการแสดงความคิดเห็นได้อย่างมาก โดยผู้ชมต่างเห็นว่าละครเป็นประโยชน์ และได้ให้เหตุผลหลายประการ ดังนี้

1) ด้านเนื้อหา คือ ชุมชนมีความตระหนัก รู้ป้องกันดีกว่าแก้ไข ได้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา ได้เห็นวิถีชีวิตของชุมชนและการพนันเป็นสิ่งไม่ดี ทำให้คนร่ำรวยกลายเป็นคนจนได้จริง ๆ

2) ด้านการมีส่วนร่วม คือ เป็นกิจกรรมที่ทำให้ได้แสดงความคิดเห็นของตนเองโดยมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ จากการถอดบทเรียนร่วมกับนักแสดง นักแสดงให้ข้อสังเกตว่า กิจกรรมที่ส่วนใหญ่ที่นักแสดงชื่นชอบมากที่สุด คือ การแสดงในรอบที่ 4 เนื่องจากผู้ชมมีความเป็นกันเอง อาจจะเป็นเพราะผู้ชมมีจำนวนไม่มาก จึงทำให้ผู้ชมเข้าถึงตัวละครได้ง่ายและเข้าใจว่านักแสดงคือตัวละครนั้นจริง ๆ แต่ก็ยังมีนักแสดงบางคนเลือกที่จะตอบว่า การแสดงในรอบที่ 2 เป็นการแสดงที่ผู้ชมชื่นชอบมากที่สุด เนื่องจากผู้ชมมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือและช่วยกันแสดงความคิดเห็นในช่วงถกเถียง

3) ด้านการสร้างความรู้ คือ ทำให้รู้โทษของการพนัน รู้วิธีว่าควรทำอะไร และปรับปรุงตัวเองอย่างไร เพื่อหลีกเลี่ยงตนเองจากการพนัน เป็นแนวทางปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้น

4) ด้านการสร้างความเป็นกันเอง ถือเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ มีประโยชน์ สนุกสนานเพลิดเพลิน

3.2 พัฒนาการของผู้แสดงละครกับความเปลี่ยนแปลงต่อตนเอง

1) พัฒนาการด้านการแสดงละคร และการพัฒนาศักยภาพผ่านกระบวนการละคร เมื่อคู่พัฒนาการการแสดงละครของนักแสดง แม้ว่าในรอบแรกและรอบที่ 2 จะห่างกันไม่มากนัก แต่พัฒนาการด้านปฏิภาณไหวพริบในการโต้ตอบและการแสดงละครดีขึ้น เป็นไปตามที่ทีมนักวิจัยคาดไว้ แม้ว่าจะมีตัวละครหลักที่มีความกังวลแตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น ตัวละครสมพรซึ่งพูดภาษาอีสานไม่ค่อยถนัด แต่เมื่อเปลี่ยนบริบทให้เป็นคนภาคกลาง แต่อยู่ในพื้นที่นาน ก็ทำให้มีความมั่นใจในการพูดคุยนมากขึ้น ตัวละครครูหญิงมีความไม่มั่นใจในเรื่องบุคลิกของตนเอง แต่ท้ายที่สุดก็ผ่านไปได้ด้วยดี ดาบชูชาติที่มีความกังวลจากรอบแรกที่ตอบคำถามไม่ได้ แต่เมื่อมีข้อคิดเห็นเชิงบวก ไม่ลดทอนกำลังใจ ทำให้ในรอบที่สองทำได้ดี เป็นต้น

สิ่งที่เกิดขึ้นจากกระบวนการละครที่เห็นได้ชัดคือ การพัฒนาศักยภาพของผู้แสดง ผู้แสดงได้สะท้อนสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการดำเนินงาน ดังนี้

- กระบวนการละครในรูปแบบละครถกแถลง ทำให้ผู้แสดงมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น มีทักษะในการแสดงเพิ่มขึ้น ได้ความรู้ใหม่ ๆ ในการเตรียมความพร้อม เกมสนทนาการต่าง ๆ สามารถเพิ่มสติและสมาธิก่อนการแสดง ได้เรียนรู้ถึงกระบวนการ ทักษะต่าง ๆ ในการใช้สมาธิ และวิธีการควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

- การเรียนรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการสามารถพัฒนาศักยภาพ และทักษะการเรียนรู้ได้ ตัวอย่างเช่น การสื่อสารในชีวิตประจำวัน ในเรื่องของการสบตากับผู้ที่ต้องจะสื่อสารด้วย ทำให้ผู้ที่ต้องสื่อสารด้วยมั่นใจในคำพูดของผู้สื่อสารมากขึ้น และอาจส่งผลให้เกิดการส่งต่อกระบวนการเรียนรู้ได้ในอนาคตการทำงาน ที่จะต้องมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งได้กระบวนการการเป็นวิทยากร

นอกจากนี้ การถกแถลงทำให้ผู้แสดงได้รู้จักวิธีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และฝึกความกล้าในการตอบคำถาม เกิดการคิดเป็นระบบมากขึ้น สามารถเรียงลำดับความคิดของตนเองได้ดีขึ้น

2) ความเปลี่ยนแปลงต่อตนเอง

2.1) ความเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติต่อการพนัน จากที่ได้กล่าวไว้ถึงการที่ทีมได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเล่าประสบการณ์การเล่นการพนันของตนเองว่า เคยเล่นการพนันประเภทไหนบ้าง โดยพบว่า ภายในทีมมีทั้งผู้ที่ไม่เคยเล่นการพนันเลย และมีผู้ที่เคยเล่นการพนันที่บ้านเกือบทุกชนิด ซึ่งเป็นการเปิดโลกทัศน์และมุมมองต่อการพนันของทีม ทำให้ผู้เล่นหลายคนมีความเข้าใจต่อการพนันเปลี่ยนไป ได้แก่

- ความรู้เรื่องการพนัน บางคนเห็นว่าการเล่นหวยเป็นเรื่องปกติ จึงทำให้เข้าใจว่าการเล่นหวยเป็นการพนันอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ ผู้แสดงได้เรียนรู้เกี่ยวกับความคิด ทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการพนัน ซึ่งแต่ละคนจะมองว่าการพนันนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ดี ไม่ควรเข้าไปเกี่ยวข้อง เพราะเมื่อเข้าไปยุ่งเกี่ยวแล้วจะไม่สามารถออกจากวงจรการพนันนั้นได้

- ทัศนคติต่อการพนัน หลายคนมีมุมมองที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องเด็กหรือนักเรียนเกี่ยวกับการพนัน ตัวอย่างเช่น ผู้แสดงคนหนึ่งกล่าวว่า เดิมทีในช่วงวัยเด็กเห็นการพนันเป็นเรื่องปกติและสนุกสนาน ไม่ได้คิดว่ามันเป็นเรื่องผิด แต่ตอนนี้มีมุมมองที่เปลี่ยนไปและรู้ว่าต้องเท่าทันอีกคนหนึ่งเห็นว่า การพนันสามารถทำให้ผู้เล่นติดได้โดยง่าย และมีโอกาสที่จะทำให้เข้าไปเล่นอีกหากตนเองมีโชคจากการพนัน ซึ่งต้องควบคุมตนเองให้ได้ เป็นต้น

- การนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน สามารถนำเอาคำแนะนำจากผู้ชมละครมาปรับใช้ การใช้สติในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การใช้สติในการยับยั้งชั่งใจตนเองในการเล่นการพนัน

3.3 **ถอดบทเรียนและสะท้อนความคิดของผู้วิจัย** จากการนำแนวทางการแสดงละครถกแถลง มาใช้ในการรณรงค์ด้านการรู้เท่าทันการพนัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็น ดังนี้

ประการที่หนึ่ง ความคาดหวังของผู้ชมกับการแสดงละครเวที กับความไม่สมบูรณ์แบบ (imperfect) ในตัวเอง ของละครถกแถลง ทีมวิจัยค่อนข้างเผชิญกับความคาดหวังของผู้ชมชาวเมืองที่คาดหวังกับละครเวทีตามแบบละครของชนชั้นกลาง ที่ละครจะต้องมีความสมจริง สนุกสนาน หรือแม้กระทั่ง

สมบูรณ์แบบในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามก็ดี ภายใต้ข้อจำกัดของนักแสดงที่แตกต่างกัน คือ ละครเวทีที่เราคุ้นเคยโดยทั่วไปเกิดจากการคัดเลือกนักแสดงที่มีความพร้อม สมบูรณ์ ผ่านการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี ซึ่งแตกต่างจากการแสดงของดกแกลงในชุดนี้ ที่ทีมงานเป็นมือสมัครเล่น ใช้ความสนใจอยากเรียนรู้เป็นหลัก และนักแสดง เกือบทั้งหมดไม่เคยเล่นละครเวทีมาก่อน เพราะฉะนั้น จึงไม่ควรคาดหวังกับการแสดง ของผู้แสดงมากจนเกินไป โดยเฉพาะหากจะต้องนำแนวทางการทำละคร ในลักษณะดังกล่าวไปแนะนำส่งต่อในกลุ่มเยาวชนมือสมัครเล่น นอกจากนี้ ทีมวิจัยเห็นว่า ละครดกแกลงไม่มีความสมบูรณ์แบบในตัวเอง ทีมงานควรต้องใช้ ทรัพยากรให้น้อยลงและสมจริง และประยุกต์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ในแต่ละครั้ง

ประการที่สอง การทำละครดกแกลงมีระดับความยาก โดยเฉพาะหากผู้แสดงไม่มีความสนใจในเรื่องการรณรงค์อย่างชัดเจน จากการทำงานทีมวิจัยพบว่า เนื่องจากระดับความสามารถในการสื่อสาร ความมั่นใจ ปฏิภาณไหวพริบของผู้แสดงมีความแตกต่างกัน ทีมนักแสดงส่วนหนึ่งซึ่งเป็นส่วนใหญ่ มีความกังวลในการสื่อสาร เพราะต้องทั้งแสดง และมีความรู้ในเรื่องของการพินิจ อย่างลึกซึ้งเฉพาะด้าน ความรอบรู้ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง และต้องเป็นผู้นำวงคุย ที่ดีด้วย ดังนั้น ผู้แสดงจะต้องมีวินัยในการหาความรู้อย่างสม่ำเสมอ และต้องเป็น ผู้ที่มีปฏิภาณไหวพริบในการตอบข้อซักถาม ซึ่งในระดับขั้นของการฝึกฝนดังกล่าว ต้องอาศัยการบ่มเพาะความรู้ด้านวิชาการและประสบการณ์การแสดงด้วย ในหลายครั้ง เมื่อมีการซักถามในประเด็นที่ง่าย ทีมวิจัยก็อยากจะเข้าไปตอบคำถาม นั้นเอง แต่ก็ต้องปล่อยให้การแสดงดำเนินไป และให้ผู้แสดงฝึกการแก้ไขปัญหา

ประการที่สาม ละครดกแกลงสามารถสร้างการมีส่วนร่วม และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมได้สูง ผู้วิจัยสังเกตว่า การแสดงละครดกแกลงได้สร้าง การมีส่วนร่วมกับผู้ชมได้สูง โดยเฉพาะในช่วงของการถกถวญย่อยที่ผู้แสดงได้เข้าไป ถกเถียงพูดคุยกับผู้ชมอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ ปัจจัยเรื่องของเนื้อหา บทละครที่มีความ ใกล้เคียงกับประสบการณ์ของผู้ชม ก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน ซึ่งกันและกัน เกิดการแลกเปลี่ยนทั้งระหว่างผู้ชมกับผู้ชม และผู้ชมกับนักแสดง บนฐานของความเป็นจริง เพราะมีการให้ความเห็นทั้งในสิ่งที่ทำได้และทำไม่ได้

พร้อมกับเหตุผลที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง ทำให้มองเห็นปัญหา และร่วมหาทางแก้ไข ปัญหาของแต่ละตัวละครได้จริง

4. การประยุกต์ใช้ละครถกแถลงสำหรับการรณรงค์ด้านการพนัน ในอนาคต

ละครถกแถลงมีความเหมาะสมในระดับหนึ่งในการสร้างการรณรงค์ในเรื่องปัญหาการพนัน แต่มีข้อจำกัดในหลายด้าน ซึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับการดำเนินงานของทีมงานที่เป็นทีมงานเฉพาะกิจที่มีเวลาดำเนินงานสั้น ได้แก่

1) ความสามารถของนักแสดงที่ต้องมีทั้งทักษะและความรอบรู้ในประเด็นเฉพาะ เพื่อสร้างข้อถกเถียงและสร้างบรรยากาศการพูดคุยในวงสนทนา ในการพัฒนาละครเพื่อการรณรงค์ในลักษณะของละครถกแถลง ผู้แสดงจำเป็นต้องมีองค์ความรู้เชิงลึกในเรื่องนั้น ๆ เป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดของตัวละคร และนำไปสู่การกระตุ้นและตระหนักต่อประเด็นปัญหานั้น

2) ในการทำละคร หากนักแสดงไม่ใช่มืออาชีพ ต้องใช้เวลานานในการฝึกฝนด้านการแสดง การกระตุ้นให้ผู้แสดงมีพลังและความพร้อมในการแสดง เพื่อให้การแสดงออกมาดีที่สุดอยู่ตลอด จำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนเป็นอย่างดี รวมถึงต้องมีผู้ฝึกซ้อมมืออาชีพในการฝึกซ้อมโดยเฉพาะ

3) วินัยและเวลาของผู้แสดงเป็นสิ่งท้าทายสำหรับละครที่ใช้ผู้แสดงจำนวนหนึ่ง และผู้แสดงที่มีเวลาวางไม่ตรงกัน ซึ่งหากผู้แสดงมีเวลาวางไม่ตรงกัน ก็จะทำให้เกิดความล่าช้าและจังหวะในการแสดงอาจจะทำได้ไม่ดี

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบข้อดีและข้อจำกัดของการแสดง

ประเด็น	ข้อดี	ข้อจำกัด
นักแสดง	ใช้ผู้แสดงจำนวนน้อยได้	ผู้แสดงที่มีจำนวนน้อย อาจจะ ไม่ครอบคลุมตัวละครสำคัญ ในชีวิตจริง ทีมผู้แสดงต้องเลือกว่า จะให้ใครมีบทบาทนำในบทละคร นั้น ๆ
ระยะเวลา/ ต้นทุน	ใช้เวลาแสดงน้อย ลงทุนด้าน การแต่งกายน้อย ประหยัด	ผู้แสดงต้องเปลี่ยนท่าทาง ในการสื่อสารสถานการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละฉาก ภายใต้เวลาจำกัด รวมถึงต้องใช้ระยะเวลาในการ ฝึกซ้อมนานสำหรับผู้ที่ไม่มีความ เชี่ยวชาญเฉพาะ
บทละคร	นักแสดงต้องเป็นผู้พัฒนาบท เอง ทำให้เข้าใจตัวละครได้ดี	บทละครต้องพัฒนาให้สัมพันธ์ กับพื้นที่ ต้องเป็นประเด็นที่ผู้ชม คุ้นเคย
การแสดง	ไม่ต้องมีบทตายตัว	ผู้แสดงต้องมีปฏิภาณไหวพริบ ในการแสดงสูง
การถกแถลง	สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม สูง	ผู้แสดงต้องมีความรู้ มีสมาธิ ในการแสดง ไม่ตกใจกับคำถาม จนเกินไป และมีปฏิภาณไหวพริบ ในการตั้งคำถาม ตอบคำถาม และสรุปประเด็นในช่วงท้าย

อย่างไรก็ดี ในการประยุกต์ใช้ละครในพื้นที่อื่น ควรคำนึงถึงประเด็นดังต่อไปนี้

1) การสร้างบทละครที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ ทีมนักแสดงต้องมีความเข้าใจประเด็นการพบนในพื้นที่เพื่อสร้างบทละครที่สร้างการมีส่วนร่วม ผู้ชมจะได้เข้าใจประเด็นที่ต้องการสื่อสาร อย่างไรก็ตามก็พึงระมัดระวังการใช้ชื่อสถานที่ที่มีความใกล้เคียงกับพื้นที่ ควรคำนึงถึงอารมณ์และจิตใจของผู้ชมด้วย

2) บทละคร จะต้องไม่ใช่บทละครที่มีความเครียดมากเกินไป จะต้องไม่จืดชืดและความพอดีของเรื่องราว และมีจุดที่สร้างข้อถกเถียงที่เหมาะสม ไม่สุดโต่งเกินไป เช่น หากบทละครทำให้การพบนเป็นเรื่องเลวร้าย ให้เลิกเล่นก็จะทำให้รณรงคในพบนที่ได้ยาก และบทละครควรช่วยในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งอาจจะดึงดูดชุมชนมาร่วมพัฒนาบทละครถกเถียงไปด้วย

3) การวางบทบาทของตัวละครต้องมีความสมดุล ต้องมีตัวละครที่เป็นตัวกลางที่ไม่รู้จะไปทิศทางใด มีตัวละครในเชิงลบและบวก ด้วยจำนวนที่สมดุล เพื่อไม่ให้เกิดข้อถกเถียงที่เอียงข้าง

4) ผู้ดำเนินรายการและผู้แสดงต้องมีทักษะในการสร้างการมีส่วนร่วม และต้องมีความรู้ในประเด็นนั้นพอสมควรเพื่อให้เกิดการถกเถียงอย่างเป็นธรรมชาติ

5) สำหรับกลุ่มที่ไม่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ การพัฒนาบทละคร ต้องใช้เวลาในการฝึกฝน และทำความเข้าใจประเด็นเฉพาะเป็นเวลานาน ซึ่งอาจไม่เหมาะในการทำงานรณรงคระยะสั้นที่มีงบประมาณจำกัด

อภิปรายผลการวิจัย

ละครถกเถียง ถือเป็นละครสร้างสรรค์ประเภทหนึ่ง ซึ่ง Bailin (2011) กล่าวว่า ละครสร้างสรรค์เน้นการสร้างจินตนาการและช่วยพัฒนาวิสัยทัศน์เพื่อนำมาสู่การสร้างจินตนาการ เพราะทำให้เกิดความคิดสะท้อนย้อนทวนเกี่ยวกับตัวละคร บทละคร ผลลัพธ์ของการเล่นละคร เพราะละครที่เป็นละครสร้างสรรค์มักถูกผลิตผ่านกระบวนการเพื่อแก้ไขปัญหาบางอย่างในสังคมและช่วยเสริมทักษะการแก้ไขปัญหาสังคม นอกจากนี้ ละครสร้างสรรค์ยังพัฒนาขึ้นเพื่อนำการมีส่วนร่วม

ของผู้แสดงละครในการพัฒนาบท พัฒนาทักษะการแสดง ผลงานละครเวที การสร้างชิ้นของบทบาท การตัดสินใจหาทางออกของปัญหาด้วยการคิดวิเคราะห์ ดังนั้น ในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาละครสร้างสรรค์ จึงต้องมีความคิด วิเคราะห์และการตัดสินใจอย่างจริงจัง เช่น การตีความหมายบทละคร การคาดการณ์ ปฏิกริยาของผู้ชมละคร การตัดสินใจจบของละคร เป็นต้น ละครประเภทนี้ เน้นนำมาใช้เสริมความรู้เกี่ยวกับปัญหาสังคมและความรู้ความเข้าใจในการ แก้ไขปัญหาสังคม ดังที่ เครือข่ายละครกรุงเทพ (2558 อ้างถึงใน กฤตณัฐ์ ดิลกศิริธนภัทร์ และ ปราบธนา คงสำราญ, 2562) กล่าวว่า “ศิลปะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้น พร้อมกับการที่มนุษย์อยู่ร่วมกันเป็นสังคม” ดังนั้น กลุ่มผู้สร้างศิลปะการละคร จึงอยู่กันอย่างโดดเดี่ยวไม่ได้ แต่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ มีความร่วมมือ ซ้ำกันและกันอยู่ตลอดเวลา ทั้งในกลุ่มคนผลิต (กระบวนการ) และกลุ่มคนดู

ในทำนองเดียวกัน Prendergast and Saxt (2009) กล่าวว่า การประยุกต์ ละครเพื่อการศึกษา มีทั่วโลกและหลายประเทศให้ความสำคัญกับละครแนวนี้ เช่น การแสดงเกี่ยวกับผู้ลี้ภัยในอังกฤษ ที่เต็มไปด้วยความขัดแย้ง และท้ายสุด เมื่อละครจบลงได้นำมาสู่การถกเถียงระหว่างนักแสดงและผู้ชมละครและ แสดงความเห็นอย่างกว้างขวาง ทั้งความหมายของบทและข้อเสนอทางออก ของปัญหา นอกจากนี้ ละครแนวยังนำไปใช้กับการทำความเข้าใจปัญหาของ คนชายขอบ หรือกลุ่มคนรากหญ้าในสังคมหรือชุมชนเล็ก ๆ ในมิติสุขภาพ จิตใจ หรือความยากจน โดยผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) จะต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ ประสบการณ์สูงเกี่ยวกับปัญหาโครงสร้างของสังคมและบริบทของพื้นที่ ในการแสดง เพราะต้องมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและเรียนรู้ประเด็น การนำเสนอ พร้อมกับเชิญชวนผู้ดูละครมาร่วมพูดคุยได้ ผู้อำนวยความสะดวก ต้องทำหน้าที่ในฐานะการนำการแลกเปลี่ยนอย่างมีพลัง แทรกแซงการนำเสนอ จับประเด็นระหว่างการพูดคุย และสร้างบรรยากาศของการผ่อนคลายระหว่างการ แลกเปลี่ยนความเห็นอยู่เสมอ ๆ

ละครถกแถลงของทิมวิจัย สอดคล้องกับแนวคิดละครเพื่อการศึกษา และแนวทางละครเพื่อการพัฒนาเป็นอย่างมาก ซึ่ง Prentki (2015) ได้กล่าวถึง ละครเพื่อการพัฒนา (Theatre for Development -TFD) ว่า เป็นการประยุกต์

ละครเพื่อสนับสนุนการพัฒนาและเรียนรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงการพัฒนา เนื่องจากละครมักนำเสนอเรื่องราวของความย้อนแย้งในสังคม ความทุกข์ยาก และความโศกสลดของผู้คนในสังคม เพื่อหวังให้ละครเป็นสื่อการทบทวนหรือปรับปรุงฟื้นฟูสังคมเพื่อกลุ่มคนทุกกลุ่มในสังคม การพัฒนาบทละครเรื่องนี้เกิดจากนักแสดงได้ร่วมกันพัฒนา โดยใช้ความรู้ประสบการณ์ของการมองเห็นปัญหาการพัฒนาและปรากฏการณ์การเล่นการพนันของคนในสังคมในภาคอีสาน ซึ่งผลการศึกษาจำนวนมากพบว่า การเล่นการพนัน คือ ความเสี่ยง ได้ไม่คุ้มเสีย และหลาย ๆ กรณีสามารถนำมาสู่ปัญหาทางสังคมและโรคติดการพนันได้ การนำละครถกแถลงไปใช้ในการรณรงค์เพื่อลดปัญหาการพนันมีความเป็นไปได้ เพราะบทละครพัฒนามาจากปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสังคม เป็นสิ่งที่คนในสังคมมีความคุ้นเคยอยู่แล้ว และตัวละครเป็นเสมือนจริงแต่ไม่มีตัวตนในพื้นที่ที่ละครถูกนำไปแสดง และร่วมถกเถียงเพื่อให้ทุกคนร่วมหาทางออกให้กับตัวละคร ซึ่งกระบวนการของละครถกแถลงเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ชมการแสดง ทั้งด้านการร่วมแสดงหากมีความสนใจ เช่น ฉากเปิดเรื่อง การจินตนาการจากการแสดงที่แสดงออกทางท่าทาง ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ไม่เน้นใช้อุปกรณ์มาก เพราะเน้นความสนใจของผู้ชมละครไปที่บทพูดและการแสดงของนักแสดง และไม่ใช้ไมโครโฟน เพื่อให้ผู้ชมตั้งใจฟังอย่างจดจ่อ และใช้เวลาการแสดงไม่นาน แต่เน้นการใช้เวลาในการถกและแลกเปลี่ยนความเห็นต่อตัวละครมากกว่า ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าละครถกแถลงเป็นละครที่สร้างการศึกษาและการพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน

ละครถกแถลงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการใช้รณรงค์การรู้เท่าทันปัญหาการพนัน เป็นเครื่องมือเฉพาะหน้าที่สามารถทำให้ผู้เข้าร่วมได้มีปฏิสัมพันธ์ในการแสดงความคิดและมีส่วนร่วมในการพูดคุยและเล่าเรื่องได้เป็นอย่างดี และนำไปสู่การกระตุ้นความคิดให้ผู้เข้าร่วมได้รู้เท่าทันปัญหาการพนันสอดคล้องกับที่ วิจิตร พานิช (2558) เสนอว่า ละครเป็นตัวการสื่อความเข้าใจประสบการณ์ชีวิตผ่านสู่สาธารณะ ประสบการณ์ของผู้ชมจะผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการแสดง ผู้ชมก็จะเกิดการสะท้อนคิดจากการแสดงละคร การแสดงละครจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยนำเอาความรู้สึกส่วนที่ซ่อนเร้นอยู่นั้นออกมาสู่พื้นที่เปิดเผย สู่กระบวนการเกิดการเปิดใจต่อกัน ได้ทำความเข้าใจ

จนกระทั่งเกิดปัญหาและการเปลี่ยนแปลง และละครถกแถลงยังเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการแสวงหาคำตอบ ตามที่ ศิริพร ยอดกมลศาสตร์ (2555) ให้ความเห็นว่า ละครถกแถลงทำให้ผู้ชมมีการอภิปรายประเด็นการพนันอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้คนในชุมชนพูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องการพนัน รวมถึงสร้างข้อถกเถียงกัน ตั้งแต่ระดับชุมชน เพื่อให้ผู้สังคมรู้เท่าทัน มีภูมิคุ้มกันและสามารถจัดการตนเองในทุกระดับ

แม้ว่าละครถกแถลงจะเป็นการรณรงค์เกี่ยวกับปัญหาการพนันชั่วคราวชั่วคราว ไม่สามารถเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาระยะยาวได้ แต่ผู้ชมต่างเห็นว่าละครเป็นประโยชน์ ทั้งในด้านเนื้อหาที่ทำให้ผู้ชมมีความตระหนักรู้ป้องกันดีกว่าแก้ไข ได้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาก็ได้เห็นวิถีชีวิตของชุมชนและการพนันเป็นสิ่งไม่ดีทำให้คนร่ำรวยกลายเป็นคนจนได้จริง ๆ นอกจากนี้ ผู้ชมยังมีส่วนร่วมในกิจกรรมละครโดยการแสดงความคิดเห็นของตนสอดคล้องกับแนวคิดของ สุระชัย ชูผกา (2561) ที่ระบุว่า การรณรงค์เป็นการสื่อสารที่มุ่งให้เกิดการตอบสนองต่อเป้าหมายของการรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมเป็นสำคัญ ไม่ใช่การสื่อสารทางเดียว การรณรงค์ผ่านการละครถกแถลงเกี่ยวกับปัญหาการพนัน จึงเป็นกลยุทธ์การรณรงค์หนึ่งที่ใช้แนวการใช้เรื่องเล่าสมมติที่เคยเกิดขึ้นจริงหรือเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในสังคมมาแล้ว การชักชวนคนใกล้ชิดเล่นพนันไฮโล หรือไปคาสิโน เป็นสถานการณ์ที่ผู้ชมมีประสบการณ์หรือเคยพบในชุมชนมาก่อน ผู้ชมสัมผัสได้หรือมีความรู้สึกร่วม สร้างความตระหนักรู้ทำให้รู้โทษของการพนัน รู้วิธีควรทำอย่างไร และปรับปรุงตนเองอย่างไร เพื่อหลีกเลี่ยงตนเองจากการพนัน เป็นแนวทางปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้น การแสดงที่ผู้ชมมีส่วนร่วมให้ความร่วมมือและช่วยกันแสดงความคิดเห็นในช่วงถกแถลงเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้สนทนากับตัวละคร และร่วมกันเสนอทางออกให้กับตัวละครที่นำไปใช้ได้ ในชีวิตประจำวัน การแสดงละครถกแถลงไม่เพียงแต่สามารถใช้ในการสนทนาปัญหาเกี่ยวกับการพนัน แต่สามารถนำไปเปิดวงสนทนาปัญหาอย่างอื่นได้ด้วย

ละครถกแถลงเป็นเครื่องมือที่เน้นให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของผู้เล่นเป็นสำคัญ เน้นการเปลี่ยนแปลงผู้เล่นก่อนเป็นลำดับแรก แล้วพัฒนาไปสู่การเปลี่ยนแปลงผู้ชมในลำดับถัดไป เน้นผู้เข้าร่วมกระบวนการให้มีบทบาทเป็น

ผู้กระทำมากกว่าการเป็นผู้ถูกกระทำ ความเปลี่ยนแปลงของนักแสดงที่ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี นักแสดงได้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่ได้จากการเข้าร่วมกระบวนการละคร คือ การเปลี่ยนมุมมองและองค์ความรู้ต่อการเล่นพินัน โดยเฉพาะความรู้และความตระหนักรู้ในมิติความถูกต้องตามหลักศีลธรรม สอดคล้องกับแนวคิดการละครเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ใช้ในการรณรงค์การรู้เท่าทันการพนันของมูลนิธิสื่อชาวบ้าน (2562) ที่ระบุว่า ละครเป็นกระบวนการเรียนรู้ (learning process) ในลักษณะกระบวนการทางปัญญา มุ่งให้เกิดการรับรู้ความจริง รู้เหตุ รู้ผล มีความเข้าใจเท่าทันต่อตนเองและเท่าทันต่อสถานการณ์ ด้วยสติ และวิจารณ์ญาณของตนเอง เป็นการพัฒนาการเรียนรู้ของเยาวชนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากภายในของตัวเยาวชนเอง เกิดการรับรู้ (reception) เข้าใจ (comprehension) และการเปลี่ยนแปลง (transformation) ทักษะคิดทางปัญญานอกจากนี้ นักแสดงยังมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการพนัน หลายคนมีมุมมองที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องเด็กหรือนักเรียนเกี่ยวกับการพนัน นักแสดงคนหนึ่งกล่าวว่า ในช่วงวัยเด็กตนเห็นว่าการพนันเป็นเรื่องปกติและสนุกสนาน ไม่ได้คิดว่าเป็นเรื่องผิด แต่ตอนนี้มีมุมมองที่เปลี่ยนไปและรู้ว่าต้องเท่าทันการพนัน เพราะทำให้ติดได้ง่าย และมีโอกาสที่จะทำให้เข้าไปเล่นอีกหากตนเองมีโชคจากการพนัน ซึ่งต้องควบคุมตนเองให้ได้ นักแสดงมีพัฒนาการในการแสดงละคร มีปฏิภาณไหวพริบในการโต้ตอบและการแสดงละคร มีความมั่นใจในการแสดง มีบุคลิกภาพ มีความมั่นใจในตัวเองมากขึ้น สอดคล้องกับ Shu (2018) ที่พบว่าทั้งนักแสดงและผู้ชมแสดงความรู้สึกที่เข้มแข็ง ซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจและการก่อตัวของบุคลิกภาพส่วนบุคคลและสังคม การละครเป็นโครงร่างทางสังคมที่สำคัญในการพัฒนาความรู้และความมั่นใจในการร่วมสนทนา ประเด็นทางสังคม การเป็นนักแสดงเป็นภาพสะท้อนที่ทำให้เห็นการเสริมพลังและการกำหนดภาพลักษณ์ของตนเองของนักแสดง

นอกจากนี้ ละครถกแถลงช่วยเปิดเผยข้อมูลเชิงเปรียบเทียบที่ทำให้รู้ว่าการพนันยังไม่หมดไปจากสังคมในระดับหมู่บ้านและในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา การแสดงในแต่ละแห่งเผยให้เห็นพฤติกรรมการเล่น และช่วยสะท้อนความเป็นจริงที่มีลักษณะเทียบเคียงกับการแสดงในละคร โดยการมีส่วนร่วมของผู้ชมจะมีความ

แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าผู้ชมมีความคุ้นเคยกับการพนันประเภทใด ผู้ชมเสนอแนะให้มีการรณรงค์เกี่ยวกับปัญหาการพนันโดยส่งเสริมกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในชุมชน ในด้านคุณธรรม จริยธรรม โดยเฉพาะเยาวชนที่เป็นกำลังสำคัญของชุมชนเล็งเห็นปัญหาที่เกิดขึ้น ให้เยาวชนและชาวบ้านรู้เท่าทันโทษของการพนัน เพื่อเป็นการปลูกฝังให้คนรุ่นหลังไม่เล่นการพนัน มีการรณรงค์แนะนำผลกระทบของการพนัน ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ชุมชน แสดงให้เห็นว่าการพนันเป็นสิ่งไม่ดี ทำให้ชุมชนเห็นสภาพปัญหา ผลกระทบของการพนันให้ชุมชนรู้ผลดีผลเสีย เปิดให้มีผู้ให้ข้อมูล ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จัดการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพนัน ในหมู่บ้านว่ามีโทษเพียงใด ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแก่ชาวบ้าน ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ชุมชนเห็นข้อเสียจากการพนัน ซึ่งสอดคล้องกับที่ ธีรรัตน์ วงศ์ชนะเอนก (2559) สรุปว่า มาตรการการป้องกันและแก้ไขปัญหาการพนัน ต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติของสังคมที่มีต่อปัญหาการพนัน และสร้างทัศนคติที่ถูกต้องแก่ชุมชน และสังคม โดยต้องบูรณาการความร่วมมือจากโรงเรียน ผู้ปกครอง ครอบครัว และชุมชน ทำงานร่วมกันเพื่อให้สังคมโดยรวมตระหนักถึงอันตรายจากการพนัน ในกลุ่มเด็กและเยาวชน การจัดการปัญหาเรื่องการพนันอย่างมีความรับผิดชอบร่วมกัน และลดผลกระทบจากปัญหาการพนันให้เหลือน้อยที่สุด ในการรณรงค์เกี่ยวกับปัญหาการพนันในเยาวชน การใช้เรื่องจริงในการสื่อสารข้อความการป้องกันปัญหาการพนันกับเยาวชน ให้ผู้เข้าร่วมการสนทนาผ่านวงกลมกลองสามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์หรือปัญหาของตนเองและเพื่อน ทำให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนในการสะท้อน และตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวในตัวเองได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. เนื้อหาและการออกแบบบทละคร ควรออกแบบให้มีความเหมาะสมกับผู้ชม ผู้ชมสามารถมีส่วนในการออกแบบบทละครได้ สำหรับการกลอง เนื่องจากวงกลมกลองมีหลายแบบ วงกลมที่เหมาะสมที่สุด คือ วงกลอย ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วม

2. ผู้แสดงต้องยืดหยุ่นพร้อมรับสถานการณ์ และแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ในการถกเถียง ผู้ชมอาจจะถามคำถามในประเด็นอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง หรือมีคำถามที่ไม่สามารถตอบได้ ทีมผู้ฝึกซ้อมและผู้แสดงต้องเตรียมการรับมือ และสามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ โดยไม่จำเป็นจะต้องสมบูรณ์แบบ รวมถึงต้องคำนึงถึงความสามารถของผู้แสดงที่แตกต่างกัน หากไม่ใช่นักแสดงมืออาชีพ การปรับบททันทีทำได้ยาก

3. การแสดงถกแถลงไม่ใช่การแสดงละครเวที จึงไม่จำเป็นต้องสมบูรณ์แบบ ผู้ประยุกต์ใช้ต้องทำความเข้าใจหลักการของการแสดง โดยไม่เอาความคาดหวังทั้งหมดไว้ที่ผู้แสดง แต่ต้องช่วยพัฒนาในเชิงบวกเพื่อให้การถกแถลงได้ผลจริง และต้องไม่คาดหวังเรื่องของการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้ชมมากเกินไป เพราะผู้แสดงไม่ได้เข้าไปผูกพันกับชุมชนเป้าหมายในระยะยาวจนสามารถเห็นผลการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน แต่เน้นการกระตุ้นให้เกิดความคิดต่อประเด็นนั้น และเกิดการแลกเปลี่ยนความเห็นอย่างกว้างขวางจนเห็นแนวทางที่จะนำไปต่อยอดได้

4. การประเมินผล ต้องมีการพูดคุยหลังการแสดงทุกครั้ง (after action review) การทบทวนหลังจัดกิจกรรมเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในการแสดง และต้องทำทันที (หรือหากมีปัญหาด้านเวลา ไม่ควรเกิน 1 วัน) เพื่อให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

5. การใช้ละครเป็นตัวนำในการสร้างการมีส่วนร่วมการถกแถลง เรื่องการพนันมีความเหมาะสม เพราะละครช่วยสร้างความบันเทิงและทำให้ผู้เข้าร่วมไม่รู้สึกเบื่อ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถประยุกต์ใช้ในการถกแถลงได้ในทุกระดับ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกวรรณ มะโนรมย์, ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, และ วชิรี ศรีคำ. (2561). *วิถีพนันวัยใส: กรณีศึกษาเด็กและเยาวชนที่ถูกจับกุมด้วยคดีพนันในภาคอีสาน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- กฤษณ์ภูฏี ดิลกศิริธนภัทร์, และ ปรรารถนา คงสำราญ. (2562). การวิเคราะห์กระบวนการในการทำละครของกลุ่มทำละครเพื่อการศึกษา. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 20(2), 152-161.
- ธีรารัตน์ วงศ์ธนะเอนก. (2559). *การวิจัยเพื่อสร้างชุดการเรียนรู้ต้นแบบเกี่ยวกับการพนันสำหรับเด็กในวัยเรียน* (รายงานการวิจัย). สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2562, จาก http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/research_file/2559-Teerarut.pdf
- ปาริชาติ จีรังวัฒนาภรณ์. (2546). *การใช้ละครสร้างสรรค์ในการพัฒนาผู้เรียน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- พลหัทธ พลหลุลบุตร. (2558). *Dialogue Theatre ละครถกแถลง*. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2562, จาก https://www.facebook.com/notes/10152789044800172/?__tn__=H-R
- มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม). (2562). *ละครถกแถลง*. เอกสารประกอบการบรรยาย. เชียงใหม่: มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม).
- มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม). (ม.ป.ป.). *ละครถกแถลง*. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2562, จาก <https://makhampom.org/our-work/theatre-program/>
- ลุงป๊อป. (2561). รมรงค์หยุดพนันแต่ไม่หยุดเรื่องพนัน. *จุลสารทันเกม*, 7(19), 8-11.
- วิจารณ์ พานิช. (2558). *เรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- ศิริพร ยอดกมลศาสตร์. (2555). การพนันในสังคมไทย. *จุลสารทันเกม*, 1(1), 6-11.
- ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. (2561). *ผลสำรวจสถานการณ์การพนันกลุ่มเยาวชน ปี 2560*. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2562, จาก [http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/book_file/\[ebook\]-factsheet-youth.pdf](http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/book_file/[ebook]-factsheet-youth.pdf)
- สุระชัย ชูผกา. (2561). *สื่อสู่จริยะ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ กู๊ดเฮด พรินต์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรู๊ป.
- Boal, A., & ภินท์ ภารตาม. (2018). *การละครของผู้ถูกกดขี่* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สวนเงินมีมา.

ภาษาอังกฤษ

- Bailin, S. (2011). “Creativity and Drama Education”. in S. Schonmann (ed.), *Key Concepts in Theatre/Drama Education*, (pp. 209–213). Rotterdam: Sense.
- Prendergast, M. and Juliana Saxt. (2009). *Applied Theatre: International Case Studies and Challenges for Practice*. Bristol. Intellect.
- Prentki, A. (2015). *Applied Theatre: Development*. London: Bloomsbury.
- Shu, Jack. (2018). Forum theatre by ex-gambling addicts – the Chinese family. *NJ Drama Australia Journal*, 42 (1), 26 -36.

ภูมิรัฐดิจิทัล: วิสัยทัศน์ของการเปลี่ยนแปลงนโยบายการศึกษา
เพื่อยกระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของเด็กและเยาวชนไทย
Digital Resiliency: The Vision of Transforming Educational Policy
to Enhance Digital Literacy for Thai Children

สุจิตรา แก้วสีนวล¹ Sujittra Kaewseenual
อุดมลักษณ์ ธรรมปัญญา² Udomluck Thampanya

Received: 16 April 2020, Revised: 21 June 2020, Accepted: 29 June 2020

Abstract

The objectives of this study are to explore situations of digital experiences in online risks in child perception, implementation barrier of digital literacy in school in Thailand, and the vision of transformation “digital literacy” policy in Thailand. The study reviewed relevant

¹ อาจารย์ ดร.สุจิตรา แก้วสีนวล อาจารย์ประจำ คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Sujittra Kaewseenual, Ph.D. Lecturer of Faculty of Information and Communication,
Maejo University

² อาจารย์ ดร.อุดมลักษณ์ ธรรมปัญญา อาจารย์ประจำ คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Udomluck Thampanya, Ph.D. Lecturer of Faculty of Information and Communication,
Maejo University

คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เลขที่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย
จ.เชียงใหม่ 50290

Faculty of Information and Communication, Maejo University, 63 Sansai-Phrao Road,
Nongharn, Sansai District, Chiang Mai Thailand 50290

Corresponding Author E-mail: sujitracrystal@gmail.com

research articles both in Thailand and other countries. The results of this study revealed that digital experiences in online risks in child perception are violence, cyber bullying, fake information and sexual encounter. Thai children were often restricted by adults to homogeneous categories designed to be protective in the context of digital literacy education. Regulation and safety technologies were put in place to restrict children's vulnerability to harm and children were seen as passive recipients that adults attempted to control and manipulate. Meanwhile, in the online world many Thai children regularly take responsible risks and build resilience for themselves. This article argues that digital literacy which is either framed only by discourses derived from traditional culture or by practices derived from global standardization, deprives children of the opportunity to develop strong competencies, and literacies in relation to digital media use. Instead, we suggest that Thai children should be given opportunities, via an elaborated and context-specific code of digital literacy, which can expand their coping capacity to be truly resilient.

Keywords: digital literacy, digital resilience, risky opportunities, educational policy, children

Introduction

The provision of Digital Literacy skills has been considered as a core competency for improving the lifelong learning quality of Thai students. According to the most recent policy initiative “Thailand Digital Economy and Society Development Plan”, there is a 20 year-long strategy goal that all Thais will be digitally literate

and become digitally competent, as evaluated by international standards. In addition, the Basic Education Core Curriculum 2008 aims to inculcate learners with five key competencies: communication capacity, thinking capacity, problem-solving capacity, capacity for applying life skills, and capacity for technological application (The Ministry of Education Thailand, n.d.). These are considered the core skills necessary to achieve the established goal that Thai people function as global citizens. The most recent scheme is Thailand 4.0. that aims to transform Thais into “Competent human beings in the 21st Century”. Thai government pushed Thailand 4.0 initiatives which was driven by the philosophy of ‘education for all and all for education’ and it has been promoting through Thailand’s national agenda (Jones & Pimdee, 2017).

However, several studies have argued that digital literacy is not just the acquisition of a skill-set and that digital literacy is more than a set of specific internet competencies a child may or may not possess. It is rather a combination of knowledge, competencies and attitudes (Buckingham, 2007; Livingstone, 2009). These differences have challenging implications in terms of how we teach, particularly in settings that are culturally and socially diverse. Further, the concept of literacy is not neutral. It is used as a tool of social judgment (Green , 2014; Bjørger & Erstad, 2015). Even though media education is typically regarded as a solution to a problem, the central concern is about the media’s apparent lack of cultural value, and indeed, the risks might possibly pose to established cultural values (Stakrude, 2013). Consequently, even though literacy might increase in a superficial sense, children in societies, where there is an underlying fear of digital media engagement, cannot practice critical thinking abilities in their real lives.

Therefore, the achievement of literacy comprises a set of culturally regulated competencies that specify not only what is known but also what is normatively valued, disapproved of and approved of, by adults' perceptions in a particular context. (Kewseenual, 2018).

According to thinkers in most modern democracies, digital literacy is needed to transform technological practices to support an understanding of political and social justice (Emejulu & McGregor, 2019). However, it is a problem that digital literacy in education is often narrowly defined as merely a matter of the acquisition of technical skills (Buckingham, 2010; Buckingham, 2015). Cappello (2017) has also pointed out the limitations of digital literacy education as developed by public authorities and private companies according to their own policy agendas. Consequently, digital literacy is a social construction within specific educational settings, so that children may be defined as having good digital literacy in the context of different cultures. The ability to access, analyse, evaluate and create as a cultural competence implies learning within, and being part of, a digital culture (Buckingham, 2006).

The recent research undertaken by EU Kids Online project argued that 'risks' and 'opportunities' are not entirely separate ways of thinking about ICT, but instead are interconnected as a way of interpreting the complicated situations of actual ICT use (Livingstone et al, 2011 as cited in Kaewseenual, 2018). Thus, the discussion of online risk should not only revolve around where and how often children are exposed to risk, but also how well they cope with risk experiences and their practical and emotional ability to cope with these risks. In this approach, children are positioned as competent learners who must encounter some degree of risk, though not risk which exceeds their capacity to cope, in order for them to become resilient in their specific life context

(d'Haenens, Vandoninck, & Donoso, 2013; Livingstone & Smith, 2014; Third, Forrest-Lawrence, & Collier, 2014; Wojniak & Majorek, 2016). Children have to be positioned as competent citizens so they have to be treated by the social institutions as if they have the competence to be digitally resilient. Therefore, we emphasize the importance of design solutions that foster teen resilience and strength building, as opposed to solutions targeted toward parents that often focus on restriction and risk prevention (Wisniewski P. et al, 2015). The promise is that this will better ground policy developments that advance both child protection, and also positive provisions as well as opportunities for children's participation in the digital culture. However, it is a challenge for Thailand to conceptualize educational philosophy, policy, and practice to enhance digital resiliency for children in Thai context.

Children as incompetent citizens in relation to risk in digital environment

Internationally, there have been an increasing number of questions regarding the consequence of Internet use leading to complex arguments over the 'effect' of children's Internet use. Thus, the perception of online risk is relative to how risk is approached in the public perception among policy makers, researchers, parent and teachers, etc). Particularly, the study of Stakrude (2016) who argued that online risk is contextualization. The translation from online risks to online harm has framed by national 'system' (left) of socioeconomic, technological, educational and cultural factors.

Kaewseenual (2018) has demonstrated that Thai children were often restricted by adults to homogeneous categories designed to be protective in the context of digital literacy education. Regulation and

safety technologies were put in place to restrict children's vulnerability to harm but at the same time their opportunities for exercising active participation, exploration, and creativity were also restricted. Typically, children were positioned as incompetent persons who need to be protected from harm. In relation to online media, children were seen as passive recipients that online adults attempted to control and manipulate. To change this position, they need to either struggle for autonomy or to resist adult authority, which Thai children in particular find difficult to do. This finding clearly demonstrated schooling digital literacy in state school.

A study by Warat (2016) found that the negative effects of digital media on youngsters could be divided into 8 categories as follows: (1) Deceptions; (2) Inappropriate Content; (3) Online Mischief; (4) Dissatisfaction caused by digital media usage; (5) Misunderstanding or being misled caused by digital media usage; (6) Unconstructive use of time; (7) Violation of laws; and (8) Inappropriate behavior caused by digital media. He also identified a further 30 sub-categories of possible negative effects. In the short term, he argued that there should be laws to regulate and reduce the risks of digital media usage. In the long term, all relevant parties must hurry to build "media literacy" and "digital literacy" for youngsters (Warat, 2016) so that, in effect, they become self-policing in regard to digital media use. Cyberbullying and hate speech are other recent topics with likely negative effects that are the concerns of the policy makers and researchers. For example Samoh, et al (2019) claimed that youth defined cyberbullying as harming others through mobile phones or the Internet. Thus, to count as cyberbullying, such actions had to cause real harm or annoyance and be committed with malicious intent (Samoh et al, 2019).

The moral panic and a perception of children as incompetent are the key barriers to implementing media literacy that goes beyond policing into the realm of personal and social development in Thailand. This is the fear of media risks, actually.

However, this protective attitude is not unique to Thai society. Anxiety about negative media effects can cause adults in many territories to position children as passive and vulnerable. For instance, the study of Facer (2012) which examined the initial ‘moral panic’ surrounding children’s access to the Internet on the British context, at the end of the last century by analysing more than 900 media articles and key government documents from 1997 to 2001. She questioned whether it should be time to reframe the debate about children’s occupation of online public space, such as less in terms of ‘care’ for children’s needs - that tends to result in exclusionary and surveillance strategies - and more in terms of children’s rights and capacities to engage in democratic debates over the nature of an online public space in which they have been already participated. Such question also involves recognizing children as having potential to be competent, and active participants in media use (Buckingham, 2013).

Since the existence of risk is automatically equated with harm, therefore, adult perceptions of children’s Internet use will focus on danger and restrict them in the service of morality and safety as defined by adults. The opinion of risk always mean harm inhibits children from encountering risks and deprives them of their capacities of assessment the difference between risks and hazards. Facer pointed out that children’s rights and capacities to engage in democratic practices are stunted if they are deprived of their capacity to assess risks themselves (Facer, 2012). While these adult tendencies to delimit children’s

experiences may be found anywhere, there is also the case that online risks are contextualized by particular ideologies about childhood in different cultures.

From an approbatory viewpoint, digital media are seen as democratic rather than authoritarian, diverse rather than homogeneous, and participatory rather than passive (Buckingham, 2013). They enable young people to interpret and make informed judgments as consumers of media and also provide the opportunity for them to become producers of media in their own right. Buckingham (2000) mentioned that when children go online, they are more autonomous and critical as audience members and active participants than they are passive victims of what they may encounter. When children use the internet, they become critical users of information. They can develop a strong sense of their own autonomy and authority as competent learners in online (adult) world. Ideally, media education is about developing young people's critical and creative abilities as both consumers and producers. Therefore, it can be said that if they are prepared to exercise their power in the digital media, they are learning (and often teaching themselves) to become 'active citizens' and capable of exercising thoughtful choice in political matters.

Hence, digital literacy needs to connect with learners' identities, including social and cultural practices, providing the possibility of integrating new with established practices. Considering national and social mediations and those of children themselves are therefore important in developing children's digital literacies.

The contestation of childhood ideologies around digital literacy education

National, social, and children's mediations themselves are shaped by teachers' values (Devine, 2000) and take a defining role in developing children's digital literacy. If we look carefully into the national curriculum, we will notice that there is a contrast between the identities that global and local constructions offer for Thai children. The Basic Education Core Curriculum is aimed at enhancing the capacity of all learners to have competency of digital citizenship. More importantly, it also attempts to mould young Thai people to have desirable characteristics such as love of the nation, religion and the king, honesty and integrity, cherishing Thai-ness and public-mindedness.

"[...] Thai children and youth in the 21st century. Emphases have been placed on morality, preference for Thai-ness, skills in analytical and creative thinking, technological know-how, capacity for teamwork and ability to live in peace and harmony in the world community (Ministry of Education, 2008).

It was found that not only Thai children are expected to be 'good children' according to the mores of the seniority culture, they are also expected to be competent citizens in the 21st century context. The study of Kaewseenual (2018) demonstrated that even though the digital literacy module developed by the researcher used broadly similar techniques in both state and private schools, the different assumptions in each environment resulted in children engaging in different digital media practices, and the teaching schemes of digital literacy were different between public and private school environments. In public schools, digital literacy teaching scheme was framed by seniority values where the children were positioned

as passive recipients of the teacher's superior knowledge, while in private schools, due to the greater cosmopolitan mobility that parents desire for their offspring, the children were positioned as competent learners who can be active citizens for the 21st century.

“Both schools idealize the child in similar way. The proscriptive orientation seeks to protect this idealized child. The proactive orientation seeks to encourage this idealized child. The children in the public school are constructed to be ‘dek dee’ for seniority culture, while the students of the private school are produced to be good citizen for international policy” (as cited in Kaewseenual, 2018).

In these conditions, it was found that digital literacy is not seen merely as a kind of cognitive proficiency that enables people to understand and use media. The ability to evaluate and use information critically and transform it into knowledge is framed again, by Thai childhood ideologies relating to the online-risk definition of adults. In state schools, Thai children are constructed by the seniority value embedded in Thai culture where adult assessments of situations prevail. The children are taught to enhance more morally healthy forms of behaviour, or in a more intellectual context, to develop politically correct beliefs about the meaning of being a ‘good citizen’ for the 21st century. In the digital literacy class in the state school, a seniority orientation in classroom teaching is explicit. These results revealed that the teacher positions themselves as the central authority of knowledge in digital literacy schooling. The moral quality of ‘appropriate behaviour’, shaped according to the teacher's perception, is the hidden curriculum that can be observed in the classroom.

On the contrary, the study confirmed that the digital literacy in the Thai private school system has been framed by 21st century

concepts. Children who show their competence and independence as autonomous citizens are the successful production from this style of schooling. Accordingly, the teacher played the role of allowing children to realize their own power. Questions from the teacher were not asked for the purposes of judging but to encourage children to think about all possibilities. In private schools, the independent learner is a pedagogic achievement, while in public schools, obedient children are the successful outcome of learning.

The study's finding was that both types of school functions according to singular ideologies in digital literacy schooling, although from different cultural perspectives. In the private school, the students are framed by a 21st century citizen discourse adopted from global agencies that values independence, while the 'good child' for Thai society is shaped by the seniority culture in traditional state school classrooms. This is in line with Tesar (2014) who stated that Children are governed by hegemonic and resistant discourses in any ideological setting (Tesar, 2014).

For the broader context, the research of De Neve (2015) which studied how variety of childhood experiences may have a differential effect on subsequent political positioning or allied with a respondent's personality profile. He assumed that differences in political ideology are deeply intertwined with variation in the nature and nurture of individual personalities. This was in accord with the research of Yang and Li (2018) who studied cultural ideology in the School-based Curriculum (SCB) in Hong Kong and Shenzhen kindergartens. They found that the unique characteristics of SBC practices in each society were shaped by different social contexts in different ways (Yang & Li, 2018). Edward and Cutter-Mackenzie (2011), who studied the concept

of child-centred learning, reported that the role of environmental education in an early childhood curriculum, for example, was framed in relation to the national framework of education.

The changing view of media education

It is interesting to find out that in the offline world children are framed in terms of singular ideologies from local and international agencies. However, as noted previously, the online world is seen as democratic rather than authoritarian, diverse rather than homogeneous, participatory rather than passive (Buckingham, 2013). Therefore young people are able to interpret and make informed judgments as consumers of media and also able to become producers of media in their own right.

Some Thai children have created their own definitions of risk from their own experiences and contexts. This is evident from the research result of Kaewseenual (2018) which investigated whether online media raises the public's perception about online risks through the diffusion of moral panic around violence and sexual content, as an agenda in public policy in Thailand. In an online world some children can discover their own critical abilities to realize the signs of potential harm from online strangers and another child can learn to deal with online violence using their coping capacities and growing digital resilience. When children exploring things on the internet, they are learning to have strong sense of their own autonomy and authority as competent learners in an online (adult) world, where they are producers as well as consumers. Therefore, media education is the process of developing young people's critical and creative abilities as consumers and producers.

Children are likely to become ‘active citizens’, capable of exercising thoughtful choice in political matters if they are enabled to exercise their power in the digital media. Some of them enact competent digital citizenship in their own way that fits with their own circumstances.

While in the offline world Thai governmental and education authorities develop measures to protect children from harm. It is evident that Thai authorities have imposed laws and policies to protect children from being vulnerable to online harm. For example, in 2008, there were news reports about children killed by a taxi driver. A reporter claimed that the cause of this murder came from the effect of GTA (Grand Theft Auto) game. Subsequently, the Film and Video Act 2008 was enacted such as youth under 15 could only remain in gaming cafés until 8 p.m. In 2016, after the Pokémon Go launched in Thailand, Thai adults such as policy makers, lawyers, polices, teachers, employers and doctors expressed anxieties about the negative consequences of playing this Augmented Reality game. Thai authorities then imposed a ‘No-go Zone’ policy to protect citizens from dangers and negative effects from playing the game in some educational setting (Kaewseenual, 2018).

If children are deprived of their opportunities to encounter some degree of risk, this might limit their ability to expand their coping capacity to become digitally resilient (Livingstone et al., 2011; Vandoninck et al., 2013; Garista & Pocetta, 2014; Vissenberg & d'Haenens, 2020). The risks and benefits of digital participation go hand in hand. But in the first instance, digital participation is required. The challenge, therefore, is to support users to minimize the risks without limiting their digital participation and their capacity to derive the full benefits of connectivity (Third et al., 2014). These recommendations are in accordance with the studies

of children as participant designers in online activities, which revealed that not only can they contribute effectively to design and participation in itself, but also can achieve significant benefits in developing resilience for the young designers (Zelenko & Hamilton, 2008). An approach that acknowledges children's rights to participation seems to be the foundation for resilience (Przybylski et al., 2014; Hammond & Cooper, 2015; Kaewseenual, 2018).

Thus, risk does not automatically mean harm, instead risk means encountering challenging situations that they can use to build the foundation of resilience.

Independent policy and practice of digital literacy for Thai children

We argue that children need the opportunity to engage in exploration, adventure and to encounter online challenges (Tesar, 2017; Kaewseenual, 2018). Particularly, they need the freedom to explore risky opportunities on an individual level in order to build digital resilience, which is a necessary skill for digital citizens. Adults have the responsibility to care for children but it is also important to support children's capacity to cope with the adult world by themselves, thereby building resilience for digital (and democratic) citizens. Parental mediation and digital literacy schooling are important to build up digital resilience, however there is a need to keep balance between protection and participation.

The EU Kids Online network examined how children use the Internet and mobile technologies. The findings demonstrated that: First, the chance of a child's gaining benefits depends on age, gender, and socioeconomic status, on how parents support that child,

and on the positive content available to a child; Second, the chance of a child's being harmed by online experiences depends on the same demographic factors, plus that children's resilience and resources to cope and the parental mediation they receive, their socio-demographic, culture, behavioral, and psychological factors (Li, 2010; Görzig, 2019; Livingstone, 2019).

Fejes et al (2013) argued that there are two major difficulties in current discourses of citizenship education. The first is a relative masking of student discourses of citizenship by positioning students as lacking citizenship and as outside the community that acts. The second is in failing to understand the discursive and material support for citizenship activity. We, thus, argue that it is not a lack of citizenship that education research might address, but identification and exploration of the different forms of citizenship that students have already engaged in (Nicoll et al., 2013; Smith et al., 2016; Tesar, 2016). Encountering some degree of online risks provides children with opportunities to discover and refine their own abilities and methods in dealing with risks, whereas in offline teaching, children in private school are typically shaped by one standard of digital literacy as defined by the OECD-UNESCO.

Biesta (2015) argued that standardization provides to narrow a framing for education. Thus, what is a quality and what is a good standard for children are determined by international agencies. The international agencies' discourse, however, is often based on universalist assumptions. As a result, one-size-fits-all model is often promoted, which may not fit with all contexts because they are based on universalist thinking about development, human capacities and productivity (Kaewseenual, 2018).

Moreover, Thailand has added the idea and practice of digital citizenship to the model of digital literacy which is called MIDL (Media Information Digital Literacy) and is aimed at helping Thai children to think critically as democratic citizens. However, Nicoll et al. (2013) argued that there are two major difficulties in current discourses of citizenship education. The first is a relative masking of student discourses of citizenship by positioning students as lacking citizenship and as outside the community that acts. The second is in failing to understand the discursive and material support for citizenship activity. We, thus, argue that it is not a lack of citizenship that education research might address, but identification and exploration of the different forms of citizenship that students have already engaged in (Nicoll et al., 2013; Smith et al., 2016; Tesar 2016).

Instead, education should be a liberated space that lets children encounter risks to discover their own identity - that is 'the beautiful risk of education' (Biesta, 2015). He stated that the space for teacher judgement is being threatened by recent developments in educational policy and practice which are too concerned with the status of the student, the impact of accountability, and the role of evidence (Biesta, 2015).

We propose a more fully social account of the relationship between children and the media, which situates our analysis of the audience within a broader understanding of social, institutional and historical change. We should expect that children will have different 'media literacies' – or different modalities of literacy – which are required by the different social situations they encounter, and that will in turn have different social function and consequences. We should acknowledge that individuals have 'histories' of media experiences that may be activated in particular ways in particular social contexts, or by particular

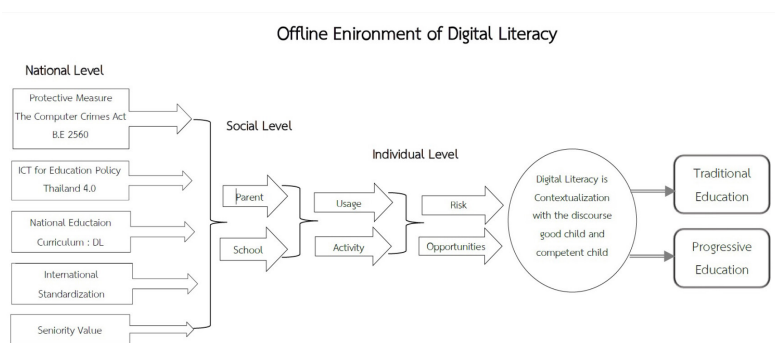
literacy events. Thailand, will need to position itself within local contexts while deriving critically assessed conceptual insights – rather than universal truths – from international research that serves the development agenda

Conclusion

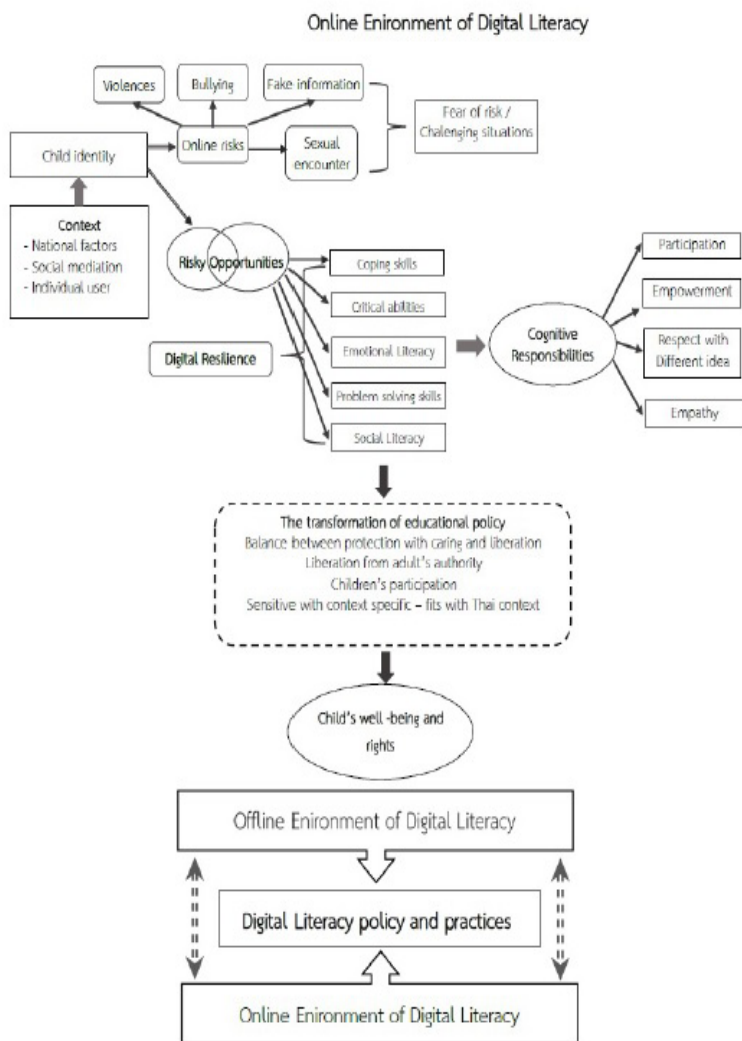
Thailand brings into sharp focus the question of adult perception of the child and these perceptions affect educational attitudes, practices from national education policy, towards the extension of digital literacy education in school setting. In addition, the concept of protectionist from top down policy has an impact on the perception of online risks relating from mediation and media literacy in Thailand. The tension of digital literacy between universalization and localization from national curriculum, educational practices and the international evaluation of digital literacy in Thailand has been disputed. The international standard has brought out a unique set of concerns and considerations for the policy makers at the state level to impose a digital literacy program in Thai schooling that is not made sensitive with cultural differences and national interests. Thus, the digital literacy practices demonstrate the contest of childhood ideology in Thailand.

However, it was found that risk does not mean harm in the children's perception. When children encounter some degree of online risks, most of them are continuously testing themselves about how to know about their level of competence and acceptable risks that they can cope with. Engaging children to encounter risky opportunities will enhance the children's critical thinking abilities and their capacity to cope for themselves with resilience. This depends on the digital ecology

support or deprive resilient citizen. The study suggested that Digital literacy educational policy needs to be transformed to liberate children from overly rigid, and risk-adverse, classroom practice, thus contributing to the development of responsible digital citizenship. However, Digital Literacy is not seen here merely as a kind of cognitive proficiency that enables people to understand and use media. We should expect that children will have different ‘media literacies’ – or different modalities of literacy – that are required by the different social situations they encounter, and that will in turn have different social functions and consequences. Adults such as policy makers need to listen to their voices that impact on children’s learning, development and well-being in online uses as well as how to decide digital ecology that empower children for the responsibility of coping themselves and grown them up with cognitive responsibilities. However, it is a challenge for Thailand to conceptualize educational philosophy, policy, and practice to enhance digital literacy to fit with Thai context. Further research is needed, on how these things might be achieved. As show in the model below,



Adapted from Analytical model of factors shaping children's experiences of online activity of Staksrud (2016)



Suggestion

1. Digital Schooling: Digital literacy is more than simply a matter of protecting children from the dangers of digital media, but children need to be empowered to make informed choices on their own behalf, and to cope themselves, thereby building resilience with cognitive responsibilities as digital citizens. This study suggests that Thailand should have educational practices such as actual classroom and educational tools that allow children encountering some degree of online risks by designing as problem-based learning or case studies to learn to be digital resilience. However, there are several factors that link harm with personality indicators (sensation-seeking, low self-esteem, psychological difficulties), social factors (lack of parental support, peer norms), and digital factors (kind of sites, apps, etc.). It is noted that when children encounter online risks, the translation of risk to harm or resilience, the social and individual users are needed to study and identify.

2. Educators: The teachers need to understand the concept of digital media as well as the concept of digital resilience consisting with risky opportunities and recognize children as competence learner and participation, etc. More importantly, they should be trained about digital resilience for young children and be able to identify and prioritize the barriers of building digital resilience as well as be able to design teaching and learning activities to overcome those barriers.

3. Policy makers

3.1 The policy maker needs to bring children's voices into consideration in imposing any policy of digital media uses. It is important to take into account the children's requirement in relation to their involvement in policy making.

3.2 Not one size fits for scaling digital literacy and digital resilience competencies. Thus, the effective of digital literacy is different according to particular context. The study suggests that there should be further researches in order to understand digital environment of such area to decide policy module to fit with the context. In addition, context-specific and socio-cultural dynamics should be prioritized in development. Moreover, Thailand, need to position itself within local contexts while deriving critically assessed conceptual insights – rather than universal truths. The digital literacy and digital resilience based on Thai wisdom is recommended for further study.

References

- Biesta, G. (2015). What is education for? On good education, teacher judgement, and educational professionalism. *European Journal of Education*, 50(1), 75-87.
- Biesta, G. J. (2015). *Beautiful risk of education*. New York, USA: Routledge.
- Bjørger, A. M., & O. Erstad (2015). The connected child: tracing digital literacy from school to leisure. *Pedagogies: An International Journal*, 10(2), 113-127.
- Buckingham, D. (2007). Media education goes digital: an introduction. *Learning, Media and technology*, 32(2), 111-119.
- Buckingham, D. (2010). Defining digital literacy. In: *Bachmair B. (Eds), Medienbildung in neuen Kulturräumen* (pp. 59-71). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Buckingham, D. (2013). *After the death of childhood*. Cambridge, UK: Polity Press.

- Buckingham, D. (2015). Defining digital literacy-What do young people need to know about digital media?. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 10(Jubileumsnummer), 21-35.
- Cappello, G. (2017). Literacy, Media Literacy and Social Change. Where Do We Go From Now?. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1).
- D'Haenens, L., Vandoninck, S., & Donoso, V. (2013). *How to cope and build online resilience*. Retrieved from [http://eprints.lse.ac.uk/48115/1/How%20to%20cope%20and%20build%20online%20resilience%20\(lsero\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/48115/1/How%20to%20cope%20and%20build%20online%20resilience%20(lsero).pdf)
- De Neve, J. E. (2015). Personality, childhood experience, and political ideology. *Political Psychology*, 36(1), 55-73.
- Devine, D. (2000). Constructions of childhood in school: Power, policy and practice in Irish education. *International Studies in Sociology of Education*, 10(1), 23-41.
- Emejulu, A., & C. McGregor (2019). Towards a radical digital citizenship in digital education. *Critical Studies in Education*, 60(1), 131-147.
- Facer, K. (2012). After the moral panic? Reframing the debate about child safety online. *Discourse: Studies in the cultural politics of education*, 33(3), 397-413.
- Garista, P., & G. Pocetta (2014). *Digital Resilience: meanings, epistemologies and methodologies for lifelong learning*. Retrieved from <https://is.gd/OtpPPd>
- Görzig, A. (2019). *A socio-ecological perspective of adolescents' risk and resilience online*. Retrieved from <http://repository.uwl.ac.uk/id/eprint/6409/>
- Green, L. R. (2014). *Childrens' digital literacies: A contested space*. Retrieved from <https://ro.ecu.edu.au/ecuworkspost2013/685/>

- Jones, C., & Pimdee, P. (2017). Innovative ideas: Thailand 4.0 and the fourth industrial revolution. *Asian International Journal of Social Sciences*, 17(1), 4-35.
- Hammond, S. P., & N. J. Cooper (2015). Embracing powerlessness in pursuit of digital resilience: Managing cyber-literacy in professional talk. *Youth & Society*, 47(6), 769-788.
- Kaewseenual, S. (2018). *Risky Opportunities: Developing Children's Resilience through Digital Literacy in Thailand* (Doctoral Dissertation). The University of Waikato, Hamilton, New Zealand.
- Li, Q. (2010). Cyberbullying in high schools: A study of students' behaviors and beliefs about this new phenomenon. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 19(4), 372-392.
- Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet*. Cambridge, UK: Polity. Press.
- Livingstone, S., et al. (2011). *EU kids online II: Final report 2011*. Retrieved from <http://eprints.lse.ac.uk/39351/>.
- Livingstone, S. (2014). Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39(3), 283-303.
- Livingstone, S., & Smith, P. K. (2014). Annual research review: Harms experienced by child users of online and mobile technologies: The nature, prevalence and management of sexual and aggressive risks in the digital age. *Journal of child Psychology and Psychiatry*, 55(6), 635-654.
- Livingstone, S. (2019). *EU kids online: The international encyclopedia of media literacy*. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118978238.ieml0065>

- Nicoll, K., et al. (2013). Opening discourses of citizenship education: A theorization with Foucault. *Journal of education policy*, 28(6), 828-846.
- Przybylski, A., et al. (2014). *A Shared Responsibility: Building Children's Online Resilience* (research paper). Virgin Media, University of Oxford and The Parent Zone, Oxford, England.
- Smith, K., et al. (2016). *Edu-capitalism and the governing of early childhood education and care in Australia, New Zealand and the United States*. *Global Studies of Childhood*, 6(1): 123-135.
- Samoh, N., Boonmongkon, P., Ojanen, T. T., Samakkeekarom, R., Jonas, K. J., & Guadamuz, T. E. (2019). 'It's an ordinary matter': perceptions of cyberbullying in Thai youth culture. *Journal of Youth Studies*, 22(2), 240-255.
- Staksrud, E. (2016). *Children in the online world: Risk, regulation, rights*. New York, USA: Routledge.
- Tesar, M. (2014). Reconceptualising the Child: Power and Resistance within Early Childhood Settings. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 15(4), 360-367.
- Tesar, M. (2016). Childhood studies, an overview of. In M.A. Peters (ed.), *Encyclopedia of Educational Philosophy and Theory* (1-6). New York: Springer.
- Tesar, M. (2017). Childhood undergrounds: Power, resistance, secrets, objects and subversion in early childhood education. *Early Childhood Folio*, 21(1), 22-26.
- The Ministry of Education Thailand (n.d.) *The Basic Education Core Curriculum B.E. 2551 (A.D. 2008)*. Retrieved from <http://www.act.ac.th/document/1741.pdf>

- Third, A., et al. (2014). *Addressing the Cyber Safety Challenge: from risk to resilience*. Retrieved from <https://researchdirect.westernsydney.edu.au/islandora/object/uws:28267/>.
- Vandoninck, S., et al. (2013). Online risks: Coping strategies of less resilient children and teenagers across Europe. *Journal of Children and Media*, 7(1), 60-78.
- Vissenberg, J., and L. d'Haenens (2020). *Online risks, harm, and resilience. Flemish findings from the 2020 EU Kids Online survey*. Retrieved from file:///C:/Users/Admin/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/RisksHarmResilienceEUKO%20(3).pdf.
- Warat, K. (2016). Negative effects of digital media on Thai youngsters: case studies from Thailand and Abroad. *International Journal of Media and Information Literacy*, 1(2).
- Wojniak, J., & Majorek, M. (2016). Children in internet space – the European Union policies on children’s safety online. *Social Sciences and Humanities Web of Conferences*, 26, 01048.
- Zelenko, O. & Hamilton, J. (2008). *Empowering Children as Participants in Designing Resilience Strengthening Online Tools*. In J. Luca & E. Weippl (Eds.), *Proceedings of ED-MEDIA 2008--World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia & Telecommunications* (pp. 574-584). Vienna, Austria: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). Retrieved May 22, 2020 from <https://www.learntechlib.org/primary/p/28452/>.

การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาด
การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย

The Application of Creative Economy with Marketing Channel
of Remaking Thai Television Drama

เพิ่มพร ณ นคร¹ Permporn Na Nakorn
ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์² Titipat Imniran
สันทัต ทองรินทร์³ Santat Thongrin

Received: 20 March 2020, Revised: 1 May 2020, Accepted: 18 May 2020

¹ อาจารย์ เพิ่มพร ณ นคร อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
Permporn Na Nakorn, Lecturer of Faculty of Management Science, Chandrakasem
Rajabhat University

² รศ.ดร.ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
Assoc. Prof. Titipat Imniran, Ph.D. Lecturer of School of Communication Arts,
Sukhothai Thammathirat Open University

³ รศ.ดร.สันทัต ทองรินทร์ อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
Assoc. Prof. Santat Thongrin, Ph.D. Lecturer of School of Communication Arts,
Sukhothai Thammathirat Open University

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม เลขที่ 39/1 ถนนรัชดาภิเษก
แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University, 39/1
Ratchadaphisek Road, Khwaeng Chantharakasem, Chatuchak District, Bangkok
Thailand 10900

Corresponding Author E-mail: permporn89@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาดการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารทางสถานีโทรทัศน์ไทย ผู้จัดละครโทรทัศน์ และผู้กำกับการแสดง โดยคัดเลือกตามเกณฑ์ และความสะดวกในการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มละ 3 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 9 คน และการวิจัยเอกสารเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับการใช้สื่อ รูปแบบและเส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย เพื่อการส่งออก พบว่า ช่องสถานีที่มีการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ได้แก่ ช่อง 7HD ช่อง 33HD ช่อง One31 ช่อง 8 และช่อง True4U และมีการใช้สื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัลเป็นช่องทางหลักในประเทศ และสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางไปต่างประเทศ รูปแบบการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย พบว่า มี 4 รูปแบบ ได้แก่ การผลิตซ้ำละครไทย การผลิตซ้ำจากซีรีส์ต่างประเทศ การผลิตซ้ำเค้าโครงละครไทย และการผลิตซ้ำแบบเปลี่ยนชื่อ ส่วนเส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์เพื่อการส่งออก ได้แก่ ผู้ผลิตมีฝ่ายขายโดยตรง ผู้ผลิตพึ่งพาบริษัทบริหารการส่งออก การตกลงฉายละครพร้อมกัน และเส้นทางไม่เป็นทางการ ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ผลิตและหน่วยงานภาครัฐ ที่ต้องการส่งเสริมด้านช่องทางการตลาด การส่งออกให้แก่สินค้าเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ให้มีความคล่องตัวในการส่งออกมากขึ้น

คำสำคัญ: เศรษฐกิจสร้างสรรค์, การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์, ช่องทางการตลาด

Abstract

This research aims to study the application of creative economy with marketing channel of remaking Thai television drama. This qualitative research by in-depth interview with population was

3 groups included; the managers of the TV station, Producer and Directors. The selection criteria and facilitate the provision of information to the essentials. The 3 participants had been selected from each group. Total 9 key informants. Document research is an analysis of content about media of remaking Thai TV drama format and route for export. The result show that channels are reproduced Thailand TV drama including; 33HD channels, 7HD, One31, 8 and True4U. There are digital TV in domestic and internet for international channels. The model remaking Thai TV drama has four variations; reproduction drama Thailand, reproduction of the international series, format reproduction and reproduction in disguise. The export routes; the manufacturer has direct sales, simultaneous broadcasting and manufacturers rely on export management companies. This data to benefit manufacturers and government agencies who want to promote export marketing channels to creative products in the form of remaking Thai television drama.

Keywords: creative economy, remaking Thai television drama, marketing channel

บทนำ

เมื่อเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมวลชนพัฒนาเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ สถาบันสื่อมวลชน เป็นสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่มากกว่าเป็นตัวแทนจำหน่ายความบันเทิง (agency of entertainment) (กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้เกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นในแต่ละสังคม และยังช่วยถ่ายทอดวัฒนธรรมให้แก่คนในสังคม จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง ทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน (วิภา อุตมฉันท, 2544) ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่า สื่อมวลชนรูปแบบ

“ละครโทรทัศน์” เป็นสื่อที่สามารถสร้างรูปแบบวัฒนธรรมใหม่ ๆ ให้เกิดการซึมซับผ่านเนื้อหาได้

ละครโทรทัศน์ เป็นรายการสื่อสารมวลชนที่ถูกจัดให้เป็นสินค้าประเภทสื่อ (media) ในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ในการนำวัฒนธรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศมาทำให้เกิดคุณค่าเชิงพาณิชย์กับสินค้าและบริการ ละครโทรทัศน์เป็นสินค้าเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์หากผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยม (rating) แพร่หลาย ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพและความสนุกสนาน และยังสามารถถ่ายทอดความคิด ความเชื่อและวัฒนธรรมด้วย ตรงกับแนวคิดของ Siwaraksa (1992, อ้างถึงใน ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2540) ที่กล่าวว่า วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการฉายภาพลักษณ์ของประเทศตนต่อประเทศอื่น ยิ่งผ่านการเลือกสรรในการผลิตผ่านสื่อทำให้เป็นที่รู้จัก และยังสอดคล้องกับ McQuail (1994) กล่าวว่า กิจกรรมหลักของสถาบันสื่อสารมวลชน นอกจากการผลิตแล้วยังมีการเผยแพร่ (distribution) ข่าวสารและความรู้ไปสู่ประชาชนทั่วไปด้วย เมื่อละครโทรทัศน์กลายเป็นสินค้าและเป็นสื่อเผยแพร่วัฒนธรรม ทำให้เกิดความพยายามในการส่งออกละครโทรทัศน์ไทย แต่การผลิตละครโทรทัศน์หนึ่งเรื่องมีการลงทุนสูงมาก เมื่อต้องคำนึงถึงภาวะความกดดันด้านการแข่งขันเพื่อช่วงชิงความนิยม (rating) ดังนั้น การผลิตจึงมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพราะความนิยมจากผู้ชมส่งผลต่อรายได้ที่จะเข้ามา ดังนั้น การปรับตัวในการผลิตละครโทรทัศน์ที่พบเห็นเสมอ คือ การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ มีลักษณะการทำซ้ำ หรือทำให้เหมือนต้นฉบับ (Raymond William, 1981 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551) จากละครโทรทัศน์เวอร์ชันเดิมที่เคยได้รับการยอมรับมาแล้ว สอดคล้องกับแนวคิดของ Verevise (2004) ผู้เขียนบทความเรื่อง Remaking Film กล่าวว่า การผลิตซ้ำมักเกิดขึ้นในวงการภาพยนตร์อยู่บ่อย ๆ เช่นกัน ซึ่งเป็นการนำเรื่องราวที่ผู้ชมมีการรับรู้อยู่แล้ว มาวางโครงเรื่องใหม่ที่หยิบยืมจากเวอร์ชันเดิมเพื่อเป็นการลดความเสี่ยง โดยเน้นความคุ้นเคยของผู้ชมมานำเสนอ ให้น่าสนใจและแปลกใหม่ที่ไม่ใช่ทางด้านเอฟเฟกต์เท่านั้น แต่เป็นการนำเสนอถึงความทันสมัยในการผลิตที่มีการวางลักษณะตัวละครใหม่ (characterise)

วางโครงเรื่องเพื่อเล่าเรื่องใหม่ (narrative structure) สร้างสรรค์ให้เรื่องนั้นมีความแปลกใหม่ เหมือนกับว่าผู้ชมยังไม่รู้และยังไม่เคยถูกผลิตซ้ำมาก่อน ด้วยเหตุนี้จึงพบว่าการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยมักมีแหล่งต้นน้ำมาจากบทประพันธ์และนวนิยาย สอดคล้องกับแนวคิดของ แซ มังกรวงษ์ (2560) กล่าวว่า “ยิ่งละครเรื่องใดหรือบทประพันธ์ใดที่มีชื่อเสียงมาก ย่อมจะถูกนำมาผลิตซ้ำแล้วซ้ำอีก เนื่องจากโครงเรื่องมีความแข็งแรงและเข้าถึงผู้ชมได้ง่าย”

ในปัจจุบันพบว่าการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์เกิดขึ้นจำนวนหลายเรื่องในแต่ละปี และมีรูปแบบการผลิตซ้ำที่แตกต่างจากอดีตไปมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ รพีพรรณ เพชรอนันต์กุล (2557). กล่าวว่า ที่ผ่านมาวงการละครโทรทัศน์ไทยทำการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์มากขึ้นหลากหลายรูปแบบตามความเหมาะสมกับบริบททางสังคม บางเรื่องถูกผลิตซ้ำถึง 4 ครั้ง เช่น เรื่องปัญญาชนก้นครัว จำเลยรัก คู่กรรม สวรรค์เบี่ยง ดาวพระศุกร์ และบ้านทรายทอง และยังกล่าวอีกว่า การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ให้คุณค่าต่อสังคมในด้านอารมณ์ ปัญญา ศิลธรรม วัฒนธรรม จินตนาการ และการใช้ภาษา

ในเมื่อปัจจุบัน การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ได้รับความนิยมในการผลิตและการรับชมไม่น้อย ผู้วิจัยสนใจว่า การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์สามารถเป็นสินค้าส่งออกได้หรือไม่ และหากเป็นไปได้จะมีรูปแบบอย่างไร ช่องทางการตลาดและเส้นทางการส่งออกอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางที่เป็นไปได้ต่อการพัฒนารูปแบบการผลิตและการสนับสนุนส่งเสริมได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ได้รับการพัฒนาเป็นสินค้าส่งออกเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาดการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการตลาดละครโทรทัศน์

นักการตลาดจะต้องวางแผนและจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อที่ธุรกิจจะได้จัดจำหน่ายได้อย่างทั่วถึง โดยให้เกิดต้นทุนต่ำที่สุด และสามารถขายสินค้าได้มากที่สุด ซึ่งช่องทางการตลาดมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างคุณค่าของลูกค้านี่จะต้องอาศัยทักษะและความชำนาญในการจัดการช่องทางการตลาดเพื่อสามารถขยายจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่งได้ (ฟิลลิป คอตเลอร์, 2552) ภาวะปัจจุบันที่การตลาดระหว่างประเทศมีการแข่งขันสูงขึ้น ทำให้นักการตลาดต้องคิดหาวิธีการที่จะได้ประโยชน์ในการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภควิธีการต่าง ๆ ให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการคิดสร้างสรรค์

เป็นการศึกษาการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์อย่างเป็นระบบโดยศึกษาจากแนวคิดของ Guilford (1959) ซึ่งได้กล่าวว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองของมนุษย์ที่จะคิดได้หลายทิศทางและสร้างความแตกต่างได้ และแนวคิดของ Torrance. (1962) กล่าวว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่รู้จักมาก่อนหรือเปลี่ยนสิ่งเดิมให้เป็นสิ่งใหม่ซึ่งอาจเกิดจากการรวมความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับจากประสบการณ์แล้วเชื่อมโยงกับสถานการณ์ใหม่ ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตละครโทรทัศน์

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เป็นการคิดออกแบบและวางแผนอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ดำเนินการสอดคล้องประสานกันเป็นเอกภาพเพื่อประสิทธิภาพอันเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ได้แก่ การวางแผน (planning) ขึ้นก่อนการผลิต (pre-production) ขึ้นการผลิต (production) และขึ้นหลังการผลิต (post-production) (ปนัดดา จนสถิตย์, 2531)

แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตซ้ำ

William (1981 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551) นักคิดสำนักวัฒนธรรมศึกษาชาวอังกฤษ ได้นิยามการผลิตซ้ำว่า เป็นการทำซ้ำ

หรือการทำให้เหมือนต้นฉบับ (copy or marking a copy) ซึ่งการทำซ้ำสามารถใช้เทคนิคหรือวิธีการต่าง ๆ เข้ามาช่วยได้ ในการศึกษาวิจัยฉบับที่เน้นการศึกษาในลักษณะการผลิตซ้ำจากโครงเรื่องเดิมทั้งเรื่อง (reproduction) การผลิตแบบต้นฉบับ (rerun หรือ representation)

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เป็นศึกษาถึงการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี ทุนวัฒนธรรม ในการผลิตสินค้าและบริการต่อยอดให้กับสินค้า นำไปสู่การสร้าง “ความแตกต่าง” ซึ่งจะส่งผลต่อการ “สร้างมูลค่า” และท้ายที่สุดเป็นการ “สร้างคุณค่า” ซึ่งความหมายของคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ สอดคล้องกับการเกิดใหม่ของนวัตกรรม (innovation) สร้างสรรค์ประโยชน์จากความคิดใหม่ ๆ (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative) รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลัก 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน ได้แก่ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้จัดละครโทรทัศน์ และผู้กำกับการแสดงที่เคยสร้างสรรค์การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ทางสื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัลในช่วง พ.ศ. 2557-2562 และมีผลงานการผลิตซ้ำมาแล้วอย่างน้อย 3 เรื่อง และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากการวิจัยเอกสาร การค้นพบจากแหล่งสารสนเทศที่ได้เผยแพร่และเกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ เส้นทาง การเผยแพร่และรูปแบบการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยในการส่งออก อีกทั้งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาเครื่องมือวิจัยและสนับสนุนการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาดในการผลิตข้าละครโทรทัศน์ไทย พบว่า การผลิตข้าละครโทรทัศน์ไทยเป็นสินค้าเชิงสร้างสรรค์ประเภทสื่อในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีในการสร้างคุณค่าเชิงพาณิชย์ โดยการประยุกต์ใช้ดังนี้

1. การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ผลิตไม่มีความเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชัดเจนนัก แต่ด้วยการผลิตข้าละครโทรทัศน์เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในการผลิตทุกขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (planning) การเตรียมก่อนการผลิต (pre-production) การผลิต (production) และขั้นหลังการผลิต (post-production) ดังนั้น ทำให้เห็นชัดเจนในการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ด้านความคิดสร้างสรรค์ พบว่า พยายามคิดวิเคราะห์และค้นหาข้อมูล เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ แตกต่างจากเวอร์ชันเดิม อีกทั้งแก้ปัญหาสิ่งที่เกิดขึ้นหรือไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ด้วย

1.2 ด้านเทคโนโลยี พบว่า พยายามนำเทคโนโลยี วิธีการใช้เทคโนโลยีการผลิต เช่น การใช้เครื่องมือช่วยในการผลิตให้เกิดคุณค่าที่แตกต่างจากอดีต อาทิ การใช้กล้องบันทึกภาพ HD การใช้เครื่องบันทึกเสียงที่มีความคมชัดในการถ่ายทำทั้งระบบสัญญาณไร้เลส ฉากหรือสถานที่สมจริงขึ้น สวยมากขึ้น เสื้อผ้าและอุปกรณ์ประกอบฉากที่ทันสมัย ระบบเสียงอาจต้องใช้มีโออาซิฟในการตัดต่อ และการแต่งเพลงประกอบละคร

1.3 ด้านทุนวัฒนธรรม พบว่า มีการนำวัฒนธรรมไทย สถานที่ต่าง ๆ ของไทย เป็นส่วนหนึ่งในละครโทรทัศน์มากขึ้น การใช้ภาษา เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นไปตามยุคสมัยของละคร เช่น ละครย้อนยุคเรื่องบางระจัน จำเป็นต้องออกแบบเสื้อผ้าให้ตรงตามยุคสมัย อาหาร ภาษา และสถานที่เพื่อความสมจริง และละครยุคปัจจุบันเป็นการผสมผสานของวัฒนธรรมไทยกับตะวันตก เช่น อาหาร เสื้อผ้า

อุปกรณ์ประกอบฉาก เพื่อต้องการยกระดับของละครให้น่าสนใจ

2. ช่องทางการตลาด เส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ได้แก่ ช่องทางการตลาดภายในประเทศ และช่องทางการตลาดไปต่างประเทศ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิต ได้แก่ 1) วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด 2) วิเคราะห์ช่องทางการตลาด เพื่อทำความรู้จักสื่อ/ช่องทาง 3) วางแผนและออกแบบ และ 4) เลือกช่องทางการตลาดที่เหมาะสม นอกจากนั้น การใช้ความคิดสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาดการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย เพื่อต้องการปรับตัวสำหรับสภาพการแข่งขันที่ดุเดือดและสร้างรายได้ใหม่จากทรัพยากรที่มี ด้วยการขายลิขสิทธิ์ละครออกไปยังตลาดต่างประเทศ

2.1 ช่องทางการตลาดภายในประเทศ เส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยไปยังผู้ชมที่อยู่ในประเทศไทย ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัล และสื่ออินเทอร์เน็ต

1) สื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัลในประเทศไทย พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่มีการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยมี 5 ช่องสถานี ได้แก่ ช่อง 7HD ช่อง 33HD ช่อง One31 ช่อง 8 และช่อง True4U

2) สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสัญญาณสื่อกลางในการสื่อสารในการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยไปสู่สายตาผู้ชม ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นโปรแกรมที่อำนวยความสะดวก (application) ใช้งานบนสัญญาณอินเทอร์เน็ตในการทำหน้าที่สื่อกลางในการถ่ายทอดละครโทรทัศน์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สำหรับความนิยมและสื่อสารการตลาดข้อมูลข่าวสารการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) การเผยแพร่แบบถ่ายทอดสดออนไลน์ (VDO streaming) ได้แก่ ช่องทางที่สร้างขึ้นของตนเอง ได้แก่ บัคกานู ทั้งในประเทศไทยและแบบสมาชิก (Bugaboo.com, Bugaboo Inter) ของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 7 และ Mello, CH3THAILAND ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 33HD และช่องทางของออนไลน์สัญชาติต่างประเทศ ได้แก่ ช่องวีว (Viu) ช่องวีทีวี (WeTV) ช่องไลน์ทีวี (Line TV) และช่องเน็ตฟลิกซ์ (Netflix)

ตารางที่ 1 แสดงการใช้สื่อในการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยทั้งในและต่างประเทศ

สถานีโทรทัศน์	ช่องสถานี	สังคมออนไลน์				เว็บไซต์	VDO Streaming				หมายเหตุ	
		YT	FB	TW	Ins		ช่องของตัวเอง	สื่อต่างประเทศ				Line TV
								Viu	WeTV	Netflix		
ช่อง 7HD	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	ช่องทางของตนเอง: Bugaboo.com, Bugaboo Inter	
ช่อง 33HD	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ช่องทางของตนเอง: ,Mello CH3THAILAND	
ช่อง One31	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
ช่อง 8	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓		
ช่อง True4U	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	True4U	

YT: YouTube, TW: Twitter, FB: Facebook, Ins: Instagram

จากตารางที่ 1 เป็นการแสดงการใช้สื่อในการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ที่ปรากฏในช่วง พ.ศ. 2557-2562 พบว่า ทุกช่องสถานีโทรทัศน์มีช่องทางหลักในการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ของแต่ละช่องสถานี และสื่อถ่ายทอดสดออนไลน์ (VDO streaming) ทั้งแบบจัดตัวเอง และพึ่งพาของต่างประเทศ

2.2 ช่องทางการตลาดไปต่างประเทศ เป็นเส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยไปยังผู้ชมที่อยู่ต่างประเทศ พบว่า การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยมีการส่งออกไปต่างประเทศด้วยเส้นทาง ดังนี้

1) ฝ่ายขายระหว่างประเทศ หมายถึง หน่วยงานภายในสถานีโทรทัศน์ที่มีบทบาทหน้าที่ในการติดต่อซื้อขายลิขสิทธิ์การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยกับต่างประเทศ

2) บริษัทจัดจำหน่าย หมายถึง องค์กรที่ทำหน้าที่ในการรับจัดจำหน่ายละครโทรทัศน์ไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยไปสู่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ บริษัทเจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด

3) ตกลงฉายพร้อมกัน หมายถึง การตกลงออกอากาศคู่ขนานกับประเทศไทย เช่น ประเทศไทยออกอากาศเวลา 20.15 น. ทางสื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัล ประเทศจีนออกอากาศเวลาและวันเดียวกันในสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงเป็นการตกลงฉายพร้อมกันแบบคู่ขนานกับประเทศไทย

4) เส้นทางไม่เป็นทางการ เป็นเส้นทางที่ควบคุมยากมากในยุคปัจจุบัน เป็นวิธีการทำซ้ำผลงานไปเผยแพร่ เป็นการลักลอบเผยแพร่งานโดยไม่ขอลิขสิทธิ์จากสถานีโทรทัศน์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น การลักลอบจับสัญญาณระบบโทรทัศน์ของไทยบริเวณชายแดนที่ระบบสัญญาณอาจเข้าถึงได้ แล้วทำการทำซ้ำได้โดยการใส่เสียงบรรยายเอง และการพากย์เสียงใส่เองโดยไม่ได้ขอลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย

ตารางที่ 2 แสดงเส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ

เส้นทางการส่งออก	33HD	7HD	One31	8	True4U
ผู้ผลิตมีฝ่ายขายโดยตรง	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ผลิตพึ่งพาบริษัทบริหาร การส่งออก	✓	-	-	-	-
ตกลงร่วมกันฉายพร้อมกัน	✓	-	-	-	✓
เส้นทางไม่เป็นทางการ	✓	✓	✓	✓	-

จากตารางที่ 2 แสดงเส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ ปรากฏในช่วง พ.ศ. 2557-2562 พบว่า มี 4 รูปแบบ ได้แก่ ผู้ผลิตมีฝ่ายขายโดยตรง ผู้ผลิตพึ่งพาบริษัทบริหารการส่งออก ตกลงร่วมกันฉายพร้อมกัน เหล่านี้เรียกว่า ช่องทางที่เป็นทางการ เนื่องจากเป็นเส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องทำตามเงื่อนไขของกฎหมายลิขสิทธิ์รายการละครโทรทัศน์เรื่องนั้น และอีกเส้นทางที่การผลิตซ้ำได้เผยแพร่ไปต่างประเทศ คือ เส้นทางไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นเส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยที่ไม่ถูกต้องตามเงื่อนไขของกฎหมายลิขสิทธิ์ เป็นรูปแบบการลักลอบเผยแพร่หรือเป็นการเผยแพร่โดยการละเมิดลิขสิทธิ์

ดังนั้น เส้นทางการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ ปรากฏในช่วง พ.ศ. 2557-2562 พบว่า มี 2 เส้นทาง คือ เส้นทางที่เป็นทางการ ด้วยวิธีการ 3 รูปแบบ คือ ผู้ผลิตมีฝ่ายขายโดยตรง ผู้ผลิตพึ่งพาบริษัทบริหารการส่งออก ตกลงร่วมกันฉายพร้อมกัน และเส้นทางไม่เป็นทางการ

2.3 รูปแบบการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการส่งออก พบว่า การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยมี 4 รูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงรูปแบบการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยช่วงปี พ.ศ. 2557-2562

ช่องสถานี	ช่อง 33HD	ช่อง 7HD	ช่อง One31	ช่อง 8	ช่อง True4U	รวม
ผลิตซ้ำละครไทย	42	39	21	17	6	125
ผลิตซ้ำซีรีส์ ต่างประเทศ	2	-	3	-	3	8
เปลี่ยนชื่อ	2	5	2	1	-	10
ภาคต่อ	3	-	7	-	1	11
รวม	49	44	33	18	10	154

จากตารางที่ 3 เป็นการแสดงรูปแบบการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ที่ปรากฏในช่วง พ.ศ. 2557-2562 พบว่า มี 4 รูปแบบ ได้แก่ การผลิตซ้ำ ละครไทย จำนวน 125 เรื่อง การผลิตซ้ำละครแบบมีภาคต่อ จำนวน 11 เรื่อง การผลิตซ้ำละครไทยโดยการเปลี่ยนชื่อ จำนวน 10 เรื่อง และการผลิตซ้ำจากซีรีส์ ต่างประเทศ จำนวน 8 เรื่อง ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ผลิตขาดความความเข้าใจ และการรับรู้การประยุกต์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการผลิตอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน แต่ด้วยธรรมชาติในการผลิตละครโทรทัศน์เป็นการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีในการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน (planning) การเตรียมก่อนการผลิต (pre-production) การผลิต (production) และหลังการผลิต

(post-production) ทำให้กลายเป็นสินค้าประเภทสื่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ด้วยเหตุนี้ ทำให้เห็นการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านความคิดสร้างสรรค์ โดยเริ่มที่ 1) วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด 2) วิเคราะห์ช่องทางการตลาด เพื่อทำความรู้จักสื่อ/ช่องทาง 3) วางแผนและออกแบบ และ 4) เลือกช่องทางการตลาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ ยุพิน พิทยาวัฒนชัย (2550) กล่าวว่า การจัดการช่องทางการตลาดต้องอาศัยการวิเคราะห์สถานการณ์ (situation analysis) เพื่อจะได้เข้าใจลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ในการออกแบบช่องทางการตลาดให้เหมาะสม นอกจากนั้น การใช้ความคิดสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาดการผลิตข่าวละครโทรทัศน์ไทย เพื่อต้องการปรับตัวสำหรับสภาพการแข่งขันที่ดุเดือดและสร้างรายได้ใหม่ จากทรัพยากรที่มี ด้วยการขายลิขสิทธิ์ละครออกไปยังตลาดต่างประเทศ สอดคล้องกับแนวคิดของ พิลิป คอตเลอร์ (2552) กล่าวว่า ภาวะปัจจุบันที่ การตลาดระหว่างประเทศมีการแข่งขันสูงขึ้นนั้น ทำให้เกิดการตลาดต้องค้นหาวิธีการที่จะได้ประโยชน์จากการเข้าถึงช่องทางและจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค ด้วยวิธีต่าง ๆ ให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

ด้านเทคโนโลยี เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อขับเคลื่อนทางด้านอุปทาน ในการผลิตด้วยนวัตกรรมที่หลากหลายให้กับธุรกิจ สร้างความแตกต่างและน่าสนใจ ที่สำคัญเทคโนโลยีช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ ในการสร้างความต้องการภายในประเทศให้กับการผลิตข่าวละครโทรทัศน์ไทยด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) กล่าวว่า บทบาทสำคัญในการใช้เทคโนโลยีในการผลิตสินค้าเพื่อการขับเคลื่อนด้านอุปทานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความต้องการหรืออุปสงค์ภายในประเทศด้วย เนื่องจากการพึ่งพาแต่ภาคการส่งออกเพียงอย่างเดียวอาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากความผันผวนทางเศรษฐกิจของโลกได้ง่าย

ด้านทุนวัฒนธรรม เป็นการนำวัฒนธรรมที่เป็นทั้งนามธรรมและรูปธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในเนื้อเรื่อง และสามารถเผยแพร่ไปพร้อมกับการออกอากาศของละครเรื่องนั้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นันทินี สันติธรรม (2560) กล่าวว่า การนำเสนอศิลปวัฒนธรรมผ่านองค์ประกอบของละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาส

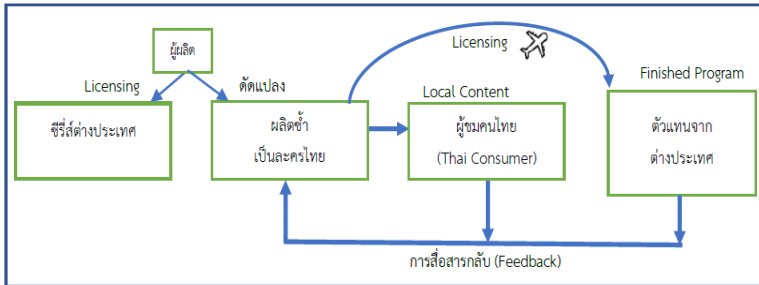
และพิชชาท มีการสอดแทรกแตกต่างกัน ละครบุพเพสันนิวาสมุ่งนำเสนอสังคมและวัฒนธรรมสมัยกรุงศรีอยุธยาที่สงบสุข เจริญรุ่งเรือง นำเสนอประวัติศาสตร์ไทย ที่สร้างความน่าสนใจ เกิดความสนุกในการรับชม ส่วนละครเรื่องพิชชาท นำเสนอ เรื่องราวทรภะสุวรรค์ กฎแห่งกรรม ผลลัพธ์การทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว การระลึกคำสอน ของพระพุทธเจ้า ผ่านภาพความน่ากลัวต่อตัวละครคุณอุบลในชุดนางรำหลวง ซึ่งเป็นการนำเสนอวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย อาหาร การใช้ภาษา ขนบธรรมเนียม และกิจกรรมายาท ผ่านองค์ประกอบของละคร ด้วยภาพ (spectacle) หรือฉาก ในละคร (scene) ซึ่งมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทย ผ่านละครที่เป็นกระแส นอกจากความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือในการผลิต ละครโทรทัศน์รวมถึงการแสดงของนักแสดงแล้ว ยังสามารถเผยแพร่เชิญชวน ให้คนต่างชาติได้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ ประเทศไทยต่อสายตานานาชาติ

วิธีการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการส่งออก พบว่า มีวิธีการผลิตซ้ำ ของละครในประเทศไทย 4 วิธี ดังนี้

1) ผลิตซ้ำละครไทย (reproduction Thai TV drama) ซึ่งเป็นละคร สายพันธุ์ไทยที่มีโครงเรื่องและนักแสดงไทย ดังนั้น กลิ่นอายของเรื่องจะเป็นแบบ ไทย ๆ (local content) แต่ละปีมีการผลิตละครออกมาจำนวนมาก ซึ่งต่างประเทศ เลือกซื้อไปนำเสนอซ้ำ (representation) ได้แก่ ละครเรื่องคมแฝก คลื่นชีวิต บ่วงบรรจถรณ์ หมอยาทำโหลง นาคี รากนครา และลิขิตรัก สอดคล้องกับแนวคิด ของ องอาจ สิงห์ลำพอง (2560) กล่าวว่า รายการโทรทัศน์ภายในประเทศ (local content) เมื่อได้รับความสนใจจากต่างประเทศ รายการนั้นอาจจะกลายเป็นสินค้า ส่งออกในลักษณะของรายการโทรทัศน์แบบสำเร็จรูปได้เช่นกัน

2) ผลิตซ้ำละครซีรีส์ต่างประเทศ (reproduction foreign series) การผลิตซ้ำจากซีรีส์ต่างประเทศมาเป็นละครโทรทัศน์ไทย พบว่า เป็นการผลิตซ้ำ ซีรีส์ต่างประเทศด้วยทีมงานไทยและนักแสดงไทยให้คนไทยรับชมก่อน ซึ่งเป็นการ ผสมผสานวัฒนธรรมของไทยและวัฒนธรรมของประเทศเจ้าของเรื่องนั้น แต่ทำการ ดัดแปลงเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทไทย แล้วนำส่งไปออกอากาศต่างประเทศอีกทอด ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แสดงการส่งออกละครไทยที่ผลิตซ้ำซีรีส์ต่างประเทศ

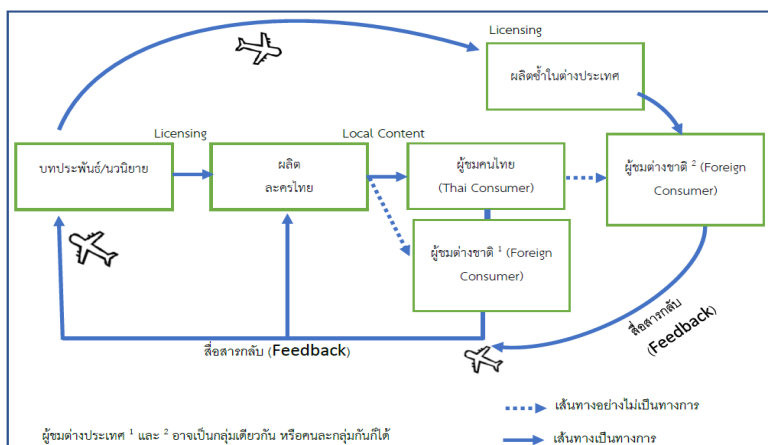


จากภาพที่ 1 อธิบายได้ว่า ผู้ผลิตได้ซื้อลิขสิทธิ์ซีรีส์ต่างประเทศมาผลิตเป็นละครโทรทัศน์ไทยด้วยทีมงานไทยและนักแสดงไทย ในการสร้างสรรค์การผลิตจำเป็นต้องดัดแปลงบทละครให้เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย เช่น ประเทศไทยไม่มีหิมะ และไม่ใช้ประเทศเมืองหนาว จึงต้องมีการปรับบท สถานที่ และเสื้อผ้าให้เหมาะสม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชวพร ธรรมนิตยกุล (2550) กล่าวว่า การผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ประเทศไทย ของบริษัท กันตนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นการผลิตซ้ำรายการที่มีต้นฉบับจากต่างประเทศ มีเป้าหมายเพื่อต้องการแสวงหาสิ่งใหม่ให้แก่ผู้ชม ด้วยการนำเสนอรายการรูปแบบใหม่ให้แก่วงการสื่อสารมวลชนไทย ในการซื้อลิขสิทธิ์รายการมาจากต่างประเทศที่มีลักษณะค่านิยมและวัฒนธรรมต่างกับกับผู้ชมชาวนั้น ผู้ผลิตไม่สามารถผลิตซ้ำรายการแบบต้นฉบับได้ในทุกส่วนประกอบของรายการ เนื่องจากมีเนื้อหาบางประการที่ไม่เหมาะสมต่อค่านิยม วัฒนธรรมไทย จึงต้องทำการดัดแปลงและนำเผยแพร่ให้กับคนไทยได้รับชม นอกจากนี้ ทางผู้ผลิตมีการทำการตลาดขายลิขสิทธิ์ (licensing) ไปยังตัวแทนต่างประเทศ จนการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยจากซีรีส์ต่างประเทศเป็นสินค้าส่งออกในรูปแบบสำเร็จ (finished program) อีกทอดหนึ่ง

3) ผลิตซ้ำเค้าโครงละครไทย (format program) เมื่อต่างประเทศให้ความสนใจละครโทรทัศน์ไทย แต่เนื้อหาละครอาจเข้าใจยาก และไม่ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาของประเทศนั้น ๆ แต่ด้วยโครงเรื่องที่ได้รับการยอมรับจึงซื้อลิขสิทธิ์

ต้นฉบับ ในที่นี้หมายถึงบทประพันธ์หรือนวนิยายไทยซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำ ถูกนำไปดัดแปลงเพื่อผลิตเป็นละครโทรทัศน์ตามบริบทของสังคม (local content) ของประเทศปลายทาง สอดคล้องกับแนวคิดของ ชล อุดมพานิช (2555) กล่าวว่า การขายลิขสิทธิ์ เป็นการอนุญาตให้นำผลงานไปเผยแพร่ในประเทศผู้ซื้อหรือประเทศอื่นแล้วแต่จะตกลง ได้แก่ เรื่องบุพเพสันนิวาส (2561) เป็นเรื่องที่ได้รับการยอมรับจากหลายประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีนที่ซื้อลิขสิทธิ์บทประพันธ์เรื่องบุพเพสันนิวาสไปผลิตซ้ำเป็นหนังสือแปล ซีรีส์ละคร ภาพยนตร์ และเกมที่ประเทศจีนระยะเวลาของลิขสิทธิ์ 5 ปี ทำการดัดแปลงให้เหมาะสมกับประเทศจีนเพื่อเผยแพร่ สอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (2552) กล่าวว่า เจ้าของธุรกิจอนุญาตให้ทำการผลิตภายใต้ตราสินค้า สิทธิบัตร หรือกระบวนการผลิตที่เป็นลักษณะเฉพาะของเจ้าของธุรกิจผู้ให้ใบอนุญาต เรียกว่า การให้ลิขสิทธิ์ (licensing) ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 แสดงรูปแบบการผลิตซ้ำเค้าโครงละครไทย (format program)



จากภาพที่ 2 อธิบายได้ว่า เมื่อบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ไทยโดยออกอากาศผ่านทางสื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีให้กับผู้ชมคนไทยและผ่านช่องทางที่ไม่เป็นทางการเมื่อละครเรื่องนั้นได้รับความนิยมสูง (rating) จนเป็นกระแสบนสื่อสังคมออนไลน์

ได้แก่ พันทิป ทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊ก จึงได้รับความสนใจจากผู้ชมต่างประเทศ ทำให้ละครเรื่องดังกล่าวได้รับการยอมรับมากมายจากหลายประเทศ จนกระทั่งประเทศจีนขอซื้อลิขสิทธิ์บทประพันธ์ เพื่อผลิตเป็นซีรีส์ เกมส์ และนิยายแปลในประเทศของตน จึงเรียกว่าเป็นการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยอีกรูปแบบหนึ่ง ถึงแม้ว่าทางประเทศจีนจะต้องนำไปดัดแปลงบทเพื่อให้สอดคล้องกับประเทศตนก็ตาม แต่โครงเรื่อง เนื้อหาบางส่วนก็ยังคงถูกรักษาหรือให้คงเดิม เนื่องจากผ่านความประทับใจจากผู้ชมมาแล้ว กล่าวได้ว่า มีการผสมผสานวัฒนธรรมไทยและจีนด้วยกันจากการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์

4) การผลิตซ้ำแบบภาคต่อ (sequel) ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของแฟนละครหลังจากที่ได้รับกระแสการตอบรับเป็นอย่างดี ในภาคแรก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Achouche (2017) กล่าวว่า การผลิตหนึ่งในลักษณะภาคต่อ (sequel) เป็นการดำเนินเรื่องจากภาคแรกที่ถูกทิ้งช่วงไว้ โดยบางส่วนของภาคแรกยังคงเดิม หรือดำเนินเรื่องบนเส้นเรื่องจากภาคแรกหรือต่างออกไป โดยเป็นการนำบางส่วนจากภาคแรกดำเนินในภาคต่อโดยไม่ต้องวางโครงเรื่องใหม่ แต่สามารถสร้างการเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกันได้ อีกทั้งยังทำให้ระลึกถึงภาคแรกด้วย จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า มีละครไทยที่ผลิตซ้ำในลักษณะนี้ทั้งสิ้น 5 เรื่อง (แสดงในตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 แสดงการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์แบบภาคต่อ

เรื่อง	ภาคต่อของเรื่อง
บ่วงหงส์ (ช่อง 3)	ตามรักคืนใจ (ช่อง 3)
(แรงเงา 2 (ช่อง 3	แรงเงา (ช่อง 3)
คมแฝก (ช่อง 3)	คมแฝก (ช่อง 7)
กรงกรรม (ช่อง 3)	สุดแค้นแสนรัก (ช่อง 3)
ดอกส้มสีทอง (ช่อง 3)	มงกุฎดอกส้ม (ช่อง 3)

การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ในรูปแบบของภาคต่อ ว่าจะมีเนื้อหาบางส่วน
ของภาคแรกเพื่อสร้างการระลึกถึงเรื่องเดิมกับผู้ชมที่เคยรับชมภาคแรกมาก่อน
เช่น คิดถึงตัวละครตัวนั้น สถานที่ที่เดิมนั้น หรือสิ่งของบางอย่าง ถึงแม้ว่าการผลิตซ้ำ
ละครโทรทัศน์รูปแบบนี้จะมีเรื่องราวของภาคแรกน้อยมาก แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่า
เป็นรูปแบบที่เล่นต่ออารมณ์ความรู้สึกของคนดูไม่น้อยเช่นกัน

5) การผลิตซ้ำแบบเปลี่ยนชื่อ พบว่า เป็นการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย
เรื่องเดิมที่เคยออกอากาศแล้วในอดีต เมื่อมาผลิตซ้ำใหม่อีกครั้งได้ทำการ
เปลี่ยนชื่อเรื่อง ทั้งนี้ จะต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของบทประพันธ์
เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จากการศึกษาพบการเปลี่ยนชื่อการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย
จำนวน 9 เรื่อง (แสดงในตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์โดยการเปลี่ยนชื่อ

ชื่อเดิม	เปลี่ยนชื่อเป็น
คมพยาบาท	เลือดหงส์
สามีเงินผ่อน	เพียงชายคนนี้ไม่ใช่ผู้วิเศษ
เพชรตาแมว	พชรมนต์ตรา
มายาพิศवास	เนตรนาคนิน
เล่ห์ร้ายอุบายรัก	เพลิงนรี
สะใภ้ทอร์นาโด	สะใภ้ TKO
แม่ย่านาง	นางนางพราย
เปรต	เงาบุญ
สาปสังคีต	พรายสังคีต

จะเห็นว่าชื่อที่เปลี่ยนนั้นมีความทันสมัยยิ่งขึ้น และชื่อที่เปลี่ยนใหม่
ทำให้ไม่มีเค้าโครงของเรื่องเดิมจนกว่าจะได้รับการชมถึงจะรู้ว่าเป็นโครงเรื่อง

ของนวนิยายหรือละครเรื่องใดมาก่อน สอดคล้องกับแนวคิดของ Verevise (2004) กล่าวว่า รูปแบบการรีเมคหรือทำซ้ำลักษณะนี้ เป็นการปลอมตัวให้กับละครเรื่องเดิม (The Disguised Remake) โดยเนื้อเรื่องมีการดัดแปลงให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม แต่ไม่ได้ตั้งใจซ่อนเร้นว่าเป็นเรื่องใหม่ เพียงแต่ต้องการให้ผู้ชมไม่ยึดติดกับเวอร์ชันเก่าในขณะรับชม ซึ่งยังคงยึดโครงเรื่องเดิม เนื่องจากมีความแข็งแรงและเข้าถึงผู้ชมได้

2. ช่องทางการตลาด เป็นการนำเทคโนโลยีในการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ขับเคลื่อนด้านอุปสงค์ คือ การเชื่อมโยง ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้า ณ ที่นี้ หมายถึง การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ ดังนั้น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศเป็นสื่อ และเป็นเส้นทางของการเผยแพร่ในรูปแบบใหม่ มีดังต่อไปนี้

2.1 การใช้สื่อในการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย
จากการศึกษาพบว่า การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยอาศัยสื่อเทคโนโลยี 2 ช่องทาง ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัล และสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนี้

2.1.1 สื่อโทรทัศน์ช่องฟรีทีวีระบบดิจิทัล เป็นช่องทางหลักของการเผยแพร่การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย ซึ่งช่วงเวลาในการออกอากาศเป็นไปตามการจัดผังรายการที่กำหนดและนโยบายของแต่ละช่องสถานี แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบการฉายซ้ำ (rerun) และอีกรูปแบบ คือ รูปแบบการออกอากาศสด

1) รูปแบบฉายซ้ำ หรือการรีรันละครเก่าได้เพิ่มช่วงเวลามากขึ้น Stuart Hall เรียกว่า การนำเสนอซ้ำ (representation) (1997 อ้างถึงใน ขวพรธรรมนิตยกุล, 2550) เป็นวิธีการผลิตซ้ำที่รักษารูปแบบเนื้อหาและความหมายดั้งเดิมไว้ทั้งหมด หรือบางส่วน Blum and Lindheim (1987) และ รัฐดิพงษ์ ชูนาค (2545) กล่าวว่า การนำเสนอรายการเก่ามาออกอากาศซ้ำเป็นกลยุทธ์ช่วยลดค่าใช้จ่ายให้แก่สถานีโทรทัศน์ โดยเฉพาะออกอากาศซ้ำในช่วงที่ไม่คุ้มเวลาและไม่คุ้มค่าการลงทุนผลิตหรือจัดซื้อรายการ เรียกว่า กลยุทธ์การจัดผังรายการโดยนำเสนอรายการซ้ำ (re-running) ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การผลิตฉายซ้ำหรือนำเสนอรายการซ้ำเป็นกลยุทธ์การวางผังรายการซึ่งเป็นช่องทางการตลาด

วิธีหนึ่งในการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ภายในประเทศ แต่ถ้าวางในแง่ของเนื้อหา (content) เป็นการผลิตซ้ำเนื้อหาในรูปแบบทำซ้ำ กล่าวซ้ำ สอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน (2551) กล่าวว่า ละครโทรทัศน์เป็นวัฒนธรรมหนึ่งที่ถูกผลิตซ้ำอยู่ตลอดเวลา เมื่อละครโทรทัศน์ได้รับความนิยมจากการผลิตซ้ำเพื่อการทำซ้ำและสืบทอดให้คงอยู่ต่อไป เป็นการรองรับถึงความต้องการในการผลิตซ้ำละครเรื่องนั้น และช่วยสร้างการจดจำต่อละครและเนื้อหานั้นด้วย

2) รูปแบบการออกอากาศสด หรือละครหลังข่าวของทุกสถานีจะมีละครหลังข่าว และเป็นละครผลิตใหม่เพื่อสร้างเรตติ้งหรือความนิยม ดังที่ วิจิตโชค อินทร์เอียด (2560) กล่าวว่า เป็นช่วงเวลาที่ได้รับความนิยมในการรับชมอย่างมาก โดยเฉพาะรายการละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นจุดขายสำคัญของบางสถานี อันนำมาสู่การสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตละคร หรือเจ้าของสถานีโทรทัศน์ รวมทั้งผู้สนับสนุนการโฆษณาเป็นจำนวนมาก

2.1.2 สื่ออินเทอร์เน็ต (internet) ในการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการเผยแพร่และส่งเสริมการตลาดให้เกิดการเข้าถึงทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

1) เว็บไซต์ เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถค้นหาข้อมูลได้ตลอดเวลาของสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ ช่อง 33HD ช่อง 7HD ช่อง One31 ช่อง 8 และช่อง True4U

2) สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และไลน์แอต (Line@)

3) สื่อถ่ายทอดสดออนไลน์ (VDO streaming) ได้แก่ บัคกาบูทีวี (Bugaboo TV) และบัคกาบู อินเตอร์ (Bugaboo Inter) ซึ่งเป็นของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD เมลโล (Mello) ของทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 33HD ไลน์ทีวี (Line TV) เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) เป็นบริษัทข้ามชาติ วีทีวี (WeTV) เป็นช่องบันเทิงจากประเทศจีน และ วิว (Viu) เป็นช่องบันเทิงจากประเทศเกาหลี

สื่ออินเทอร์เน็ต ช่วยในการเผยแพร่และเป็นเครื่องมือในการทำสื่อสารการตลาดให้กับละครไทยได้มากขึ้น จะเห็นว่ามีช่องทางต่าง ๆ มากมาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดวงใจ ธรรมนิยานนท์ (2557) กล่าวว่า

ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการตลาดออนไลน์ (online marketing) ถือว่าเป็นช่องทางทางการตลาดที่ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นสอดคล้องกับการดำเนินชีวิต (life style) ของคนในยุคปัจจุบัน ที่นิยมความสะดวก รวดเร็ว ใช้เวลาผ่านคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต มือถือมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจัยที่ผู้ประกอบการเลือกใช้การตลาดออนไลน์ ได้แก่ สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ สามารถตรวจสอบประสิทธิภาพได้ และสามารถให้ผลตอบแทนจากการลงทุนสูง

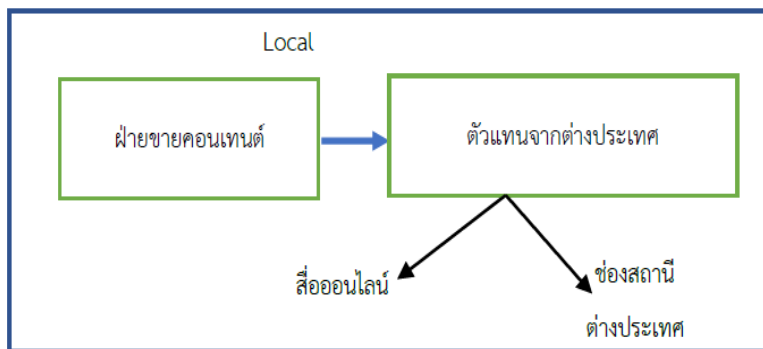
2.2 เส้นทางการเผยแพร่การผลิตชิ้นละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ

จากการศึกษาพบว่า การผลิตชิ้นละครโทรทัศน์มีเส้นทางการส่งออก ดังนี้

2.2.1 ผู้ผลิตมีฝ่ายขายโดยตรงไปต่างประเทศ

เป็นการขายคอนเทนต์ละครไทยจากฝ่ายขาย ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ ได้อนุญาตให้ฝ่ายขายคอนเทนต์ละครของบริษัทนำละครโทรทัศน์ออกจำหน่ายกับตัวแทนต่างประเทศ อาจจะเป็นตัวแทนซื้อจากต่างประเทศเพื่อนำละครโทรทัศน์ไปออกอากาศหรือเผยแพร่ผ่านช่องทางใด ๆ เช่น สื่อออนไลน์ หรือช่องสถานีโทรทัศน์ต่างประเทศของตนอีกระดับหนึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (2552) กล่าวว่า องค์การธุรกิจมักจะมีแผนขายระหว่างประเทศ (export department) รับผิดชอบในการทำหน้าที่หาลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ ซึ่งเรียกได้ว่า เป็นวิธีการเจาะตลาดต่างประเทศโดยการส่งออกทางตรง (direct exporting) ดังภาพที่ 3

ภาพที่ 3 แสดงเส้นทางการขายคอนเทนต์ละครไทย โดยฝ่ายขายโดยตรงไปต่างประเทศ

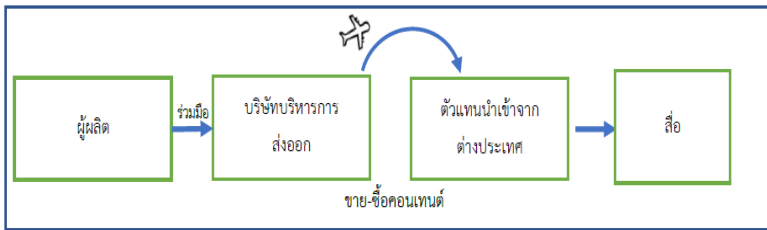


รูปแบบการขายรายการโทรทัศน์ในลักษณะนี้ มักเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์แบบสำเร็จ (finished program) โดยประเทศปลายทางจะนำไปพากย์เสียงหรือใส่คำบรรยายใต้ภาพเป็นภาษาของตนสำหรับผู้ชมในประเทศปลายทาง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุธีรา อินทรวงศ์ (2542) กล่าวว่า การซื้อลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์มาจากต่างประเทศแบบสำเร็จ ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับลิขสิทธิ์สามารถนำไปพากย์เสียงใส่คำบรรยาย หรือใส่เสียงลงไป ซึ่งเรียกว่า “Localized” ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ หรือประเทศเป็นผู้ขายลิขสิทธิ์ออกไปย่อมมีกฎหมายคุ้มครองที่เรียกว่า กฎหมายลิขสิทธิ์

2.2.2 ผู้ผลิตพึ่งพาบริษัทบริหารการส่งออก การร่วมมือกับบริษัทจัดจำหน่ายคอนเทนต์ช่วยในการบริหารการส่งออก อย่างที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 33 HD ร่วมมือกับ บริษัท เจเคเอ็น โกลเบิล มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายคอนเทนต์ในการนำไปจัดจำหน่ายกับตัวแทนนำเข้าของต่างประเทศ ซึ่งเป็นวิธีการส่งออกทางอ้อม (indirect exporting) สอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (2552) กล่าวว่า เป็นการขยายตลาดผ่านคนกลาง หรือตัวแทนจัดจำหน่าย ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนทั้งทางด้านบุคลากรและทรัพยากรอื่น ๆ รวมทั้งลดความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดที่ผู้ผลิตขาดความรู้และความเข้าใจลักษณะตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค

สภาพเศรษฐกิจ กฎหมายและการเมือง วิธีนี้ทำให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 33HD ขยายสินค้าไปต่างประเทศอื่น ๆ ได้เพิ่มขึ้น ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 เส้นทางจำหน่ายการผลิตละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศโดยพึ่งพาบริษัทการส่งออก



2.2.3 ตกลงร่วมกันฉายพร้อมกัน (simultaneous broadcasting)

ซึ่งเป็นการออกอากาศพร้อมกันอย่างน้อยตั้งแต่สองช่องทางขึ้นไป ได้แก่ ละครเรื่อง Princess House, เกมมายา, ลิขิตรัก, เธอคือพรหมลิขิต, และลิขิตรักข้ามดวงดาว ออกอากาศแบบฉายพร้อมกัน (simultaneous broadcasting) กับประเทศจีน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัมพร จิรัฐติกร (2559) กล่าวว่า การฉายพร้อมกันอย่างน้อยสองสื่อ เป็นวิธีการที่ซับซ้อนในการทำงานมากขึ้น เพราะต้องติดต่อให้เสร็จทั้งหมดก่อนเพื่อที่จะส่งไปเซ็นเซอร์ประเทศปลายทาง เมื่อผ่านการเซ็นเซอร์แล้ว ถึงจะออกอากาศพร้อมกันในสองประเทศได้

2.2.4 ช่องทางแบบไม่เป็นทางการ เป็นการเผยแพร่ละครโทรทัศน์

ไปต่างประเทศแบบไม่ถูกกฎหมาย ผ่านช่องทางที่ผู้ผลิตไม่ได้ตั้งใจนำเสนอ ละครโทรทัศน์แต่เป็นการลักลอบทำซ้ำ ละเมิดลิขสิทธิ์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัมพร จิรัฐติกร (2559) กล่าวว่า ละครโทรทัศน์ไทยถูกเผยแพร่ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เป็นวงกว้าง มักเกิดจากช่องทางที่ไม่เป็นทางการหรือรูปแบบการละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น การบันทึกลงแผ่น หรือลักลอบใส่เสียงพากย์กันเอง แต่ช่องทางดังกล่าว มีบทบาทต่อการเข้าถึงละครโทรทัศน์ไทยอย่างมาก และเป็นลักษณะนี้มาหลายปี จนปัจจุบันมีเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศอำนวยความสะดวกและ

รวดเร็วขึ้น ทำให้การเข้าถึงละครโทรทัศน์ไทยด้วยวิธีการละเมิดลิขสิทธิ์ยิ่งง่ายขึ้น ละครโทรทัศน์ไม่น้อยที่โด่งดังในต่างแดนเกิดจากช่องทางนี้

กล่าวได้ว่า การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยได้รับความนิยมในการผลิต และการรับชม จนเกิดรูปแบบการผลิตซ้ำและรูปแบบการส่งออกที่หลากหลาย เพราะเหตุนี้ ละครโทรทัศน์ฯ ถูกนับเป็นสินค้าเชิงสร้างสรรค์ประเภทสื่อ (media) ที่ประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในการผลิต วางแผนการส่งออก และรูปแบบการเผยแพร่ ซึ่งกล่าวได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีการสื่อสาร และสารสนเทศเป็นปัจจัยหนึ่งของแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนา สินค้าเชิงสร้างสรรค์ ที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรผู้ที่มีความรู้ และมีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด การขาย เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ การบริหารจัดการสื่อสารมวลชน เพื่อจะได้ออกแบบช่องทางการตลาดให้กับ การผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศได้อย่างคุ้มค่าและสร้างกำไรมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาดของการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย ทำให้ได้ข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมในหลักสูตรการเรียนด้านการสื่อสารมวลชน นิเทศศาสตร์ และการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผลิตละครโทรทัศน์ไทย เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเพื่อรองรับตลาดแรงงานทางธุรกิจละครโทรทัศน์ เพื่อการส่งออก

2. สถานีโทรทัศน์และผู้จัดละครโทรทัศน์ ควรให้ความสำคัญในการนำทุนวัฒนธรรมของไทยในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านสถานที่ อาหาร แฟชั่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี การใช้ภาษา และกิจกรรมยาทเป็นองค์ประกอบในละคร นอกจากสืบทอด และสามารถสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้ ยังสามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ให้กับประเทศไทยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

3. ผู้กำกับแสดง ควรพัฒนาตนเองอยู่เสมอทั้งด้านการผลิตและความต้องการของตลาดผู้ชมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยมีความเห็นว่ามียังหลายประการที่ยังคงเป็นจุดน่าสนใจ ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาในมุมมองของการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นมุ่งเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกโดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ผลิตเท่านั้น ดังนั้น

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้านความต้องการเนื้อหาละครไทยของผู้ชมต่างประเทศเป้าหมาย เพื่อศึกษามุมมอง ทศนคติที่เขามองละครไทยเพื่อนำมาเป็นข้อมูลให้กับผู้ผลิตในการสร้างสรรค์ผลงานให้ตรงใจผู้ชมมากที่สุด

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านการสื่อสารการตลาดละครโทรทัศน์ไทยในต่างแดนว่า มีวิธีการใด และมีการร่วมมือกับตัวแทนต่างประเทศอย่างไรบ้าง เพื่อให้งานสมบูรณ์และมีมิติทางด้านการผลิตมากขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *เมื่อสื่อล่องและสร้างวัฒนธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศาลาแดง.

กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

แฉะ มังกรวงษ์. (2560). แนวทางการสร้างสรรค์โทรทัศน์ไทยที่ผลิตซ้ำโครงเรื่องเดิม.

วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล., 1(24), 121-130.

คอตเลอร์, ฟิลลิป. (2552). *หลักการตลาดฉบับมาตรฐานและนิยามศัพท์การตลาด*.

(วารุณี ดันติวงศ์วานิช, นิภา นีรุตติกุล, สุนทรี เหล่าพัฒน์, พรพรหม พรหมเพศ, นิตยา งามแดน, และ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์, ผู้แปล).

กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.

- ชล อุดมพาณิชย์. (2555). *การเลือกซื้อลิขสิทธิ์รายการจากต่างประเทศเพื่อมาผลิตในประเทศไทย* (สารนิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์.
- ชวพร ธรรมนิยกุล. (2550). *การผลิตซ้ำรายการบี๊กบราเธอร์ในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2540). *วัฒนธรรมคือทุน*. กรุงเทพฯ: พี.เพรส.
- ดวงใจ ธรรมนิทานนท์. (2557). *กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางการค้าแบบดิจิทัล* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเนชั่น, คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์.
- นันทินี สันติธรรม. (2560). *การนำเสนอภาพของศิลปินวัฒนธรรมไทยผ่านละครโทรทัศน์* (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- ปนัดดา ธนสถิตย์. (2531). *ละครโทรทัศน์ไทย*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์*. 7(1). 1-69.
- ยุพิน พิตยาวัฒน์ชัย. (2007). *การจัดการช่องทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซี.วี.แอล.
- รพีพรรณ เพชรอนันต์กุล. (2557). *บทละครโทรทัศน์ที่ผลิตซ้ำ: ศึกษาการใช้ภาษาและคุณค่าที่มีต่อสังคม* (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย.
- รัฐติพงษ์ ชูนาค. (2545). *พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.
- วิจิตโชค อินทร์เอียด. (2560). *แนวทางการกำกับการนำเสนอเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสมต่อเด็กและเยาวชน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

- วิภา อุดมฉันท. (2544). *การผลิตสื่อโทรทัศน์และสื่อคอมพิวเตอร์: กระบวนการสร้างสรรค์และเทคนิคการผลิต* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บุ๊คส์ พอยท์.
- สุธีรา อินทรวงศ์. (2542). *กระบวนการผลิตซ้ำข้ามวัฒนธรรมของรายการที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของสถานีโทรทัศน์ยูบีซี*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องอาจ สิงห์ลำพอง. (2560). การบริหารจัดการรายการโทรทัศน์ในยุคไทยแลนด์ 4.0. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*. 11(2). 209-245.
- อัมพร จิรัฐติกร. (2559). *ละครไทยกับผู้ชมอาเซียนวัฒนธรรมศึกษาของสื่อข้ามพรมแดนในอาเซียน*. เชียงใหม่: วนิตการพิมพ์.

ภาษาอังกฤษ

- Blum, Richard A. and Lindheim, Richard D. (1987). *Primetime: Network Television Programming*. Massachusetts: Butterworth-Heinemann.
- Guilford, J.P. (1959). *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. New York: McGraw-Hill.
- McQuail, D. (1994). *McQuail's Mass Communication Theory: An introduction* (3th ed). London: SAGE Publications.
- Mehdi Achouche. (2017). *TV Remakes, Revivals, Updates, and Continuations: Making Sense of the Reboot on Television*. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Revivals-%2C-Updates-%2C-and-Continuations-%3A-Making-of-Achouche/e355505ac697613d12b1c15c9e206dd1990aab32>
- Torrance, E. P. (1962). *Guiding creative talent*. New Jersey: Prentice Hall.
- Verevise. C. (2004). *Remaking Film*. In *Film Study: ReserchGate*. 4(Summer 2004). 86-103.

แนวทางรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤต กรณีศึกษา
ปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง
Guidance on Thai Mass Media Reporting Practices
in Critical Situations: A Case Study of Search
and Rescue Operations in Tham Luang Cave

กมลวรรณ โกวิทวงศ์¹ Kamonwan Kowitwongsa
ชญัสรา อรนพ ณ อยุธยา² Chanansara Oranop Na Ayutthaya

Received: 15 April 2020, Revised: 30 May 2020, Accepted: 8 June 2020

¹กมลวรรณ โกวิทวงศ์ (นศ.ม. สาขาการสื่อสารการตลาดและแบรนด์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2563)
Kamonwan Kowitwongsa (M.A. in Marketing and Brand Communication, Dhurakij Pundit
University, 2020)

² ผศ.ดร.ชญัสรา อรนพ ณ อยุธยา อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Asst. Prof. Chanansara Oranop Na Ayutthaya, Ph.D. Lecturer of Graduate School of
Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development
Administration

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เลขที่ 110/1-4 ถนนประชาชื่น แขวงทุ่งสองห้อง
เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, 110/1-4 Prachachuen
Road, Thung Song Hong Sub-district, Laksi District, Bangkok Thailand 10210

Corresponding Author E-mail: kamonwan.noufaii@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลของนักข่าวไทยในสถานการณ์วิกฤต และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวของนักข่าวไทยในสถานการณ์วิกฤต โดยศึกษาจากกรณีปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มนักข่าวที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ และรายการข่าวค่ำมิติใหม่ทั่วไทยไทยพีบีเอส กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มองค์กรวิชาชีพสื่อ กลุ่มสื่อออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า ในกระบวนการรวบรวมข้อมูล นักข่าวใช้วิธีการแสวงหาข้อมูลที่หลากหลาย จากทั้งสื่อดั้งเดิมประเภทโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ ความสนใจของประชาชน และข้อมูลจากแหล่งข่าวมาผสมผสานกับความรู้ที่มีของนักข่าว ส่วนกระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอมีความละเอียดอ่อน และมีการตรวจสอบมากขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาที่จะเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ สุดท้ายกระบวนการเผยแพร่ บรรณาธิการได้ตรวจสอบความสนใจของผู้รับข่าวสารที่ติดตามผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อกำหนดประเด็นข่าวให้นักข่าวได้รายงานข่าวที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

ผลการศึกษาสนับสนุนกรอบแนวคิดของงานวิจัยว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลของนักข่าวในสถานการณ์วิกฤต ประกอบด้วย 1) นโยบายและกรอบจริยธรรมในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต ทำให้นักข่าวมีอิสระในการนำเสนอประเด็นที่แตกต่างและเน้นการตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนนำเสนอ 2) ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์รายงานข่าวของนักข่าว ทำให้ได้ประเด็นข่าวที่น่าสนใจและสร้างความแตกต่าง 3) ความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีช่วยทำให้ประสิทธิภาพการทำงานมีความโดดเด่น 4) ภายใต้งานกดดันทางเศรษฐกิจ นักข่าวจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาและเข้าใจ

ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม และ 5) ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่สะท้อนกลับทำให้นักข่าวได้คิดวางแผนรูปแบบและการทำงาน ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

คำสำคัญ: การรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต, นักข่าว, กระบวนการรวบรวมข้อมูล, กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ, กระบวนการเผยแพร่

Abstract

The objectives of this study are to analyze the process of news reporting in digital context of Thai Mass Media in crisis coverage and to investigate the factors affecting development in crisis news reporting of Thai Mass Media. The case of this study is Tham Luang Cave Rescue. This study is a qualitative research using in-depth interview with the samples: the press from Thairath News Show and Thai PBS's Evening News (Khao Kham), academics, mass media professional organizations and online media.

The result of the study showed that the press from mass media gathers information from various sources: traditional media, online media, audience interest and informed sources combining with the press's knowledge and information. Then, the press deliberately examines in the process of news selection and verification, more particularly in contents which will be published via online media. The process of publication, lastly, the editor will check the interest of target audiences on social media to match the news topics with their interest.

The result supports the conceptual framework of the study that the factors affecting development in crisis news reporting of

Thai mass media in digital context composed of 1) policy and ethical framework in crisis news reporting allow mass media to have freedom in news presentation on different aspects, and to emphasize on fact-checking before broadcasting; 2) Knowledge, creativity, and experience in news report of the journalists lead to interesting and distinctive news points; 3) Readiness in technology helped in outstanding work efficiency; 4) The press pays attention to target group in each platform under economic pressure; 5) Opinion of target audience reflects what mass media presents and plans to hit the audience interest.

Keywords: crisis news reporting of Thai mass media, journalist, data collection process, news screening process before presenting, dissemination process

บทนำ

การปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง หรือที่รู้จักโดยทั่วไปว่า “กรณี 13 หมูป่าติดถ้ำหลวง” ถือว่าเป็นสถานการณ์วิกฤตที่จำเป็นต้องแก้ไขตามหลักการการจัดการวิกฤต ทั้งในด้านการแก้ไขให้หลุดพ้นจากภาวะวิกฤต (operation) และส่วนของการสื่อสาร (communication) สำหรับการแก้ไขสภาวะวิกฤตนี้ หมายถึง มีระบบการจัดการที่ดี เริ่มต้นด้วยการมีฝ่ายบัญชาการทำหน้าที่ควบคุมและพิจารณาแนวทางการแก้ไขให้ผู้รับผลกระทบจากวิกฤตหลุดพ้นจากอันตราย หรือได้รับการช่วยเหลือด้วยวิธีการที่ดีที่สุด (เสรี วงษ์มณฑา, 2561) ในที่สุด คณะทำงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องก็สามารถช่วยเหลือผู้ประสบภัยได้สำเร็จและปลอดภัย หลังประสบเหตุติดในวนอุทยานถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน อ.แม่สาย จ.เชียงราย ช่วงระหว่างวันที่ 23 มิถุนายน จนถึงวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ภายใต้งานร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน

โดยให้นายณรงค์ศักดิ์ โอสถธนากร ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงรายในขณะนั้น เป็นผู้บัญชาการเหตุการณ์ศูนย์อำนวยการร่วมค้นหาผู้สูญหาย

สำหรับการจัดการวิกฤตในส่วนการสื่อสารนั้น นักข่าวเป็นอีกหนึ่งกลไกที่สำคัญ และเหตุการณ์นี้ก็เป็นความท้าทายของผู้สื่อข่าวที่ต้องทำหน้าที่รายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นอย่างใกล้ชิดและรอบด้าน และต้องแสดงศักยภาพความเป็นนักข่าวมืออาชีพภายใต้สถานการณ์ที่กดดัน เผชิญกับความยากลำบากในการรวบรวมและทำความเข้าใจข้อมูลข้อเท็จจริงที่ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ เพื่อรายงานให้ประชาชนที่สนใจทราบข่าวสาร เพราะในสถานการณ์วิกฤตนั้น หากประชาชนสับสนกับข้อมูลข่าวสารจะกลายเป็นช่องว่างสร้างความตื่นตระหนกจากจินตนาการแต่ละคน เกิดการแพร่สะพัดข้อมูลที่เป็นเท็จ จนเป็นเหตุให้การแก้ไขสถานการณ์วิกฤตยากลำบากยิ่งขึ้น ดังนั้น การทำหน้าที่นักข่าวจึงต้องเพิ่มความเข้มงวดมากขึ้นเพื่อลดช่องว่างดังกล่าว ทำให้เกิดการรายงานข่าวอย่างมีประสิทธิภาพ ทันเหตุการณ์ รอบด้าน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่ได้รับผลกระทบ สามารถประเมินสถานการณ์เพื่อเตรียมการป้องกันช่วยเหลือตนเองได้ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2555)

กระบวนการรายงานข่าวและการไหลของข้อมูลข่าวสารในกรณีนี้ แตกต่างจากเดิมที่ประชาชนเสพข่าวผ่านสื่อดั้งเดิมประเภทโทรทัศน์ เนื่องจากมีช่องทางสื่อดิจิทัลที่ประชาชนเลือกรับข่าวตามความสนใจได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบข้อความสั้น การถ่ายทอดสดที่สามารถเห็นภาพบรรยากาศแบบสด ขณะที่เจ้าหน้าที่ทำงาน อีกทั้ง ข้อมูลข่าวสารที่รายงานจากพื้นที่ก็มีผู้สื่อสารหลากหลายกลุ่ม ทั้งผู้สื่อข่าวมืออาชีพ ผู้สื่อข่าวสมัครเล่น ประชาชน เจ้าหน้าที่ และผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ ด้วยความสามารถของสื่อดิจิทัลที่เอื้อให้ทุกคนสามารถสื่อสารกับคนจำนวนมากได้ผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านแหล่งข้อมูลในการรายงานข่าวไปถึงประชาชนในสถานการณ์นี้ มีผู้บัญชาการเหตุการณ์เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักต่อนักข่าวและประชาชน รวมถึงเฟซบุ๊กเพจ “Thai Navy SEAL” ที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเพื่อเปิดเผยข้อมูลสถานการณ์ ภาพข่าว ภาพเคลื่อนไหวการให้ความช่วยเหลือผู้สูญหายจากภายในถ้ำ จึงทำให้ข้อมูลข่าวสารที่นักข่าวและประชาชนได้รับเป็นแหล่งเดียวกัน

ขณะเดียวกัน เมื่อสำรวจระดับความนิยมของผู้ชม (เรตติ้ง) ของโทรทัศน์ดิจิทัล 25 ช่อง ในช่วงวันที่ 2-8 กรกฎาคม 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการรายงานข่าวว่า พบผู้ประสบภัยแล้วนั้น พบว่า ระดับความนิยมของผู้ชมรายการข่าวของทุกสถานีสูงขึ้นทุกช่องและทุกช่วงเวลา สะท้อนว่าเป็นช่วงสถานการณ์ที่คนไทยมีความต้องการรับรู้ข่าวสารอย่างมาก โดยช่องที่มีระดับความนิยมของผู้ชมสูงสุดคือ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ที่ยกผังรายการปกติและจัดรายการข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ที่ถ้ำหลวง ตั้งแต่เช้าจนค่ำ โดยรายการที่ระดับความนิยมของผู้ชมสูงสุดคือ รายการ “ไทยรัฐนิวส์โชว์” โดยในวันที่ 8 กรกฎาคม ช่วงที่ผู้ประสบภัย 4 คนแรกได้รับการช่วยเหลือออกมาจากถ้ำหลวงแล้ว ระดับความนิยมของผู้ชมสูงสุดที่ 4.414 เป็นจำนวนที่สูงที่สุดของไทยรัฐนิวส์โชว์ และสูงกว่าทุกรายการในช่วงเดียวกัน รวมถึงสูงกว่าละครของช่อง 7 และช่อง 3

นอกจากนี้ สถานีโทรทัศน์ที่ได้รับระดับความนิยมของผู้ชมสูงมากกว่าปกติคือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ซึ่งจัดรายการข่าวเพื่อรายงานกรณีนี้ในหลากหลายช่วงเวลา จนระดับความนิยมของผู้ชมสูงขึ้นมาอยู่ในอันดับ 11 ค่าเฉลี่ยของระดับความนิยมของผู้ชมของสถานีอยู่ที่ 0.302 ซึ่งถือเป็นระดับที่สูงที่สุดของสถานีไทยพีบีเอสตั้งแต่เปิดสถานีมา (Positioning, 2561)

ในอดีตที่ผ่านมา แม้วานักข่าวจะได้เผชิญกับการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตมาหลายเหตุการณ์ นับตั้งแต่เหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิถล่ม 6 จังหวัดเมื่อปี 2547 หรือเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่เมื่อปี 2554 เหตุระเบิดราชประสงค์ จนมาถึงกรณีปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง นักข่าวและสังคม ก็ได้มีการถกถบถเรียนการรายงานข่าวของนักข่าวเพื่อให้เกิดการพัฒนาการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตมาตลอดอย่างไรก็ดี จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (เช่น วิสุทธิ์ มั่งมี, 2549; สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ, 2555; สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2559; กองบรรณาธิการจุลสารราชดำเนิน, 2561) ผู้วิจัยพบว่า ประเด็นสำคัญที่ยังไม่สามารถพัฒนาการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตของนักข่าวได้ คือ การพัฒนาบุคลากรเรื่องความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์วิกฤต และการปฏิบัติหน้าที่ของนักข่าวในสถานการณ์วิกฤต

ดังนั้น การศึกษาเรื่อง “แนวทางในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง” นี้ จึงมีเป้าหมายเพื่อศึกษาถึงกระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลของนักข่าวไทยในสถานการณ์วิกฤต และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวของนักข่าวไทยในสถานการณ์วิกฤต เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตและนำไปสู่การพัฒนานักข่าวและองค์กรข่าวของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลของนักข่าวไทยในสถานการณ์วิกฤต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวของนักข่าวไทยในสถานการณ์วิกฤต

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤต

ภาวะวิกฤต ตามความหมายของสำนักสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ สหรัฐอเมริกาได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใด โดยส่วนมากมักเกิดขึ้นโดยไม่คาดฝันและต้องการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เหตุวิกฤตรบกวนชีวิตที่ดำเนินอยู่ตามปกติและทำให้เกิดความรู้สึกไม่แน่นอน เช่น แผ่นดินไหวหรือพายุเฮอริเคน หรืออาจเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากฝีมือมนุษย์ เช่น เหตุระเบิด เรื่องอื้อฉาว หรือความขัดแย้ง ท้ายที่สุดเหตุวิกฤตอาจทำลายชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กรได้ (วิมา แก้วประดับ, 2548)

2. บทบาทหน้าที่นักข่าวในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤต

สถานการณ์วิกฤตเป็นสถานการณ์ที่ทำให้บทบาทหน้าที่ของนักข่าวอย่างยิ่ง ขณะนี้นักข่าวต้องแข่งขันกันในการรายงานข่าวให้มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ นักข่าวก็ยังคงมีความรับผิดชอบในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง

และเป็นประโยชน์สำหรับประชาชน ในการรับมือกับสถานการณ์เฉพาะหน้า โดยไม่สร้างความตื่นตระหนก (เทพชัย หย่อง, 2555) ดังนั้น บทบาทและการทำงานของนักข่าวในสภาวะที่ประเทศชาติอยู่ในเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ นักข่าวก็ต้องทำตามบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างสุดความสามารถ

จากการศึกษาของวิมา แก้วประดับ (2548) เรื่อง“บทบาทของสื่อวิทยุโทรทัศน์ต่อการเสนอข่าวในสถานการณ์วิกฤต” พบว่า บทบาทการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 สถานีหลัก จะเน้นบทบาทการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร รองลงมาเป็นการประสานสัมพันธ์ การรณรงค์ ส่วนรูปแบบการนำเสนอข่าวในสถานการณ์วิกฤต จะเน้นนำเสนอข่าวมากที่สุด รองลงมา คือ สก๊ิป และสารคดีตามลำดับ ทั้งนี้ ทุกสถานีโทรทัศน์ไม่มีแผนการสื่อข่าวและการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤต จึงทำให้การทำข่าวดังกล่าวเป็นไปในลักษณะเฉพาะหน้า และตามกระแสมากกว่า

นอกจากนี้ ผู้วิจัยค้นพบจากการศึกษาย้อนหลังในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตของนักข่าวที่ผ่านมา ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้พยายามถอดบทเรียนเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการรายงานข่าวเมื่อเกิดสถานการณ์วิกฤต ก็จะมีทั้งสิ่งที่สามารถพัฒนาได้ เช่น การพัฒนาเครื่องมือรายงานสดให้ทันสมัย การพัฒนาศูนย์ข่าว ขณะเดียวกันข้อเรียกร้องของการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานก็ยังคงพูดถึงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเด็นพัฒนาบุคลากร เรื่องทักษะความรู้ การปฏิบัติหน้าที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรายงานข่าวในยุคดิจิทัล ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงการรายงานข่าวได้ทันที

จากการถอดบทเรียนการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตของนักข่าวที่ผ่านมา ทำให้เมื่อเดือนมกราคม 2563 กรมประชาสัมพันธ์และองค์กรนักข่าวได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของนักข่าวด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต ให้นักข่าวและผู้ปฏิบัติงานในภาวะวิกฤต ตลอดจนประชาชนทั่วไปได้รับทราบแนวทางการปฏิบัติงานของนักข่าว ให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมจรรยาบรรณของนักข่าว ไม่ส่งผลกระทบเชิงลบกับการปฏิบัติงานคลี่คลายภาวะวิกฤต พร้อมสร้างความเข้าใจอันดีต่อประชาชน มีข้อเสนอแนะต่อนักข่าวในการรายงานข่าวในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และการปฏิบัติหน้าที่ของนักข่าว (กรมประชาสัมพันธ์, 2563) อาทิ

1) ผู้ปฏิบัติงานข่าวต้องทำความเข้าใจภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของประชาชนในพื้นที่ที่ประสบภาวะวิกฤต เพื่อมิให้การเสนอข่าว ภาพข่าว หรือความคิดเห็นอันเป็นการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ประสบภาวะวิกฤต

2) ผู้ปฏิบัติงานข่าวพึงระมัดระวังการเข้าถึงและการสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่เป็นผู้ประสบภาวะวิกฤต ญาติ และบุคคลใกล้ชิดของผู้ที่ประสบกับภาวะวิกฤต อันจะก่อให้เกิดภาวะความเครียด สะเทือนใจ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือกระทำการซ้ำเติมด้วยการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

3) ผู้ปฏิบัติงานข่าวต้องไม่รายงานข้อมูลผู้สูญหายในลักษณะที่ทำให้เกิดการเข้าใจว่าบุคคลดังกล่าวเสียชีวิตไปแล้ว

4) ผู้ปฏิบัติงานข่าวพึงระมัดระวังการรายงานข่าวการเตือนภัยที่มีที่มาไม่ชัดเจน โดยที่ยังไม่ได้รับการยืนยันจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องหรือผู้เชี่ยวชาญในเหตุภัยพิบัตินั้น ๆ

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตงานขององค์กรนักข่าว

โดยทั่วไปนักข่าวจะถูกควบคุมโดยปัจจัยต่าง ๆ ของสังคม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้น นักข่าวจึงไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระด้วยตัวเอง แต่ต้องดำเนินงานอยู่ท่ามกลางความกดดันจากตัวแปรต่าง ๆ เหล่านั้น ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และหลักการในการปฏิบัติขององค์กร (McQuail, 2005 อ้างถึงใน ขวัญชนก ไชยเสียม, 2558) ดังนี้

ภาพที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตงานขององค์กรนักข่าว



1) ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้น ภายในตัวองค์กรนักข่าว ประกอบไปด้วย การจัดการ (management) ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน และนโยบายการผลิตงานขององค์กรนักข่าว รวมถึงการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เทคโนโลยี (technology) ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิต และการประสานงานเพื่อรองรับรูปแบบการทำงานให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และสุดท้ายความสามารถทางวิชาชีพ (media professional) ที่นักข่าวนำมาใช้ในการรายงานข่าวสถานการณ์ ทั้งความคิดพื้นฐานด้านความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของการทำงานในแต่ละฝ่าย ที่จะทำให้งานที่ผลิตมีความน่าสนใจมากขึ้น และมีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วย

2) ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากภายนอกองค์กรนักข่าว และส่งผลต่อการดำเนินงาน เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในช่วงนั้น ๆ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อองค์กรสื่อสารมวลชน ประกอบด้วยแรงกดดันทางการเมืองและสังคม (social and political pressure) ไม่ว่าจะเป็นเรื่องกฎหมาย ข้อบังคับ พระราชบัญญัติต่าง ๆ หรือแม้แต่ปัญหา

ทางการเมืองในขณะนั้น ก็ทำให้การดำเนินงานมีลักษณะที่แตกต่างออกไป แรงกดดันทางเศรษฐกิจ (economic pressure) จะประกอบไปด้วยคู่แข่งและผู้โฆษณาที่ดำเนินงานจำเป็นต้องรู้คู่แข่ง เพื่อให้การนำเสนอเป็นไปตามเป้าหมายที่ทางสถานีข่าวได้กำหนดไว้ และไม่นำเสนอด้านลบเกี่ยวกับผู้โฆษณา ทั้งนี้ ก็เพื่อให้มีผู้ชมและโฆษณาเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกยังเกี่ยวข้องกับแหล่งข้อมูล เหตุการณ์ และวัฒนธรรม (events & constant information and culture supply) ที่นักข่าวต้องถ่ายทอดความรู้สึก ความคิดเห็น ความประพจน์ ของคนในสังคม ที่แสดงออกมาในลักษณะของภาษา ศิลปะ ความเชื่อถือ ระเบียบประเพณีของสังคมในแต่ละสมัย ซึ่งเป็นหน้าที่ขององค์กรสื่อสารมวลชน ที่จะต้องนำเสนอผลงานออกมาให้สอดคล้องกับความเชื่อถือ ระเบียบประเพณีของคนในสังคม และสุดท้าย คือ ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร (audience interest /demand) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ค่อนข้างมีบทบาทสำคัญต่อการนำเสนอ เพราะความสนใจและความต้องการของผู้ชมจะส่งผลต่อเรตติ้งของสถานี ดังนั้น การผลิตงานจึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เช่นกัน

4. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การรายงานข่าว และการทำงานของกองบรรณาธิการข่าว

กระบวนการสื่อสารของนักข่าวอันประกอบด้วย กระบวนการรวบรวมข้อมูล กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ และกระบวนการเผยแพร่ข่าว และเมื่อมีการใช้งานสื่อสังคม (social media) ในกระบวนการสื่อสารของนักข่าว ทำให้รูปแบบการสื่อสารจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะส่วนของผู้สื่อข่าว ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบวิธีการหาข่าว รายงานข่าว ช่องทางเผยแพร่และบทบาทความรับผิดชอบที่เพิ่มมากขึ้นในฐานะผู้คัดกรองข่าวสารด้วยตัวเอง ณ เวลาที่จะต้องรายงานข้อมูลต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคม อีกทั้ง กระบวนการสื่อสารมีความซับซ้อนมากขึ้น กว่ากระบวนการแบบดั้งเดิม ที่สำคัญคือการสื่อสารไม่ใช่การสื่อสารแบบทางเดียว แต่เปลี่ยนเป็นการสื่อสารสองทางที่ทำได้ง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น และทันทีทันใด โดยตรงกับระหว่างผู้รับสารกับผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการผ่านสื่อสังคม นอกจากนั้น อำนาจในการกำหนดวาระข่าวสารก็ไม่ได้มาจากผู้สื่อข่าวหรือกองบรรณาธิการเท่านั้นอีกต่อไป แต่การที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการสามารถรับฟังความเห็น

ตอบกลับ หรือสอบถามข้อมูลจากผู้รับสารได้โดยตรง ทำให้ประเด็นและมุมมองในการสื่อสารมีความเชื่อมโยงกับผู้รับสาร หรือถูกกำหนดโดยความสนใจจากผู้รับสารด้วย (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2554)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนบดี ครองยุติ (2555) ผลการวิจัยพบประเด็นหลัก 3 ประเด็น ได้แก่ 1) รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรในภาวะวิกฤตเป็นไปตามโครงสร้างองค์กรปกติ ในภาวะวิกฤต มีการจัดองค์กรแบบศูนย์อำนาจการเฉพาะกิจและยังคงอยู่ระยะหนึ่งในช่วงหลังภาวะวิกฤตจนกว่าสถานการณ์เข้าสู่สภาวะปกติ นอกจากนั้นยังมีการจัดทำแผนการสื่อสารในลักษณะเฉพาะกิจ 2) การจัดการการสื่อสารประกอบด้วย วิธีการสื่อสาร ก่อนเกิดภัยมีการเตรียมความพร้อมของชุมชน บุคลากร เครื่องมือ และระบบสื่อสาร การถอดบทเรียนเพื่อหาจุดอ่อนพร้อมทำแผน และซักซ้อมปฏิบัติการตลอดจนการเฝ้าระวัง ระหว่างภาวะวิกฤต มีการจัดตั้งศูนย์อำนาจการเฉพาะกิจเพื่อแจ้งเตือนภัย รายงานสถานการณ์ ประสานการปฏิบัติสื่อสารกับผู้ได้รับผลกระทบและประสานการบริจาค หลังภาวะวิกฤต มีการให้ข้อมูล ความเสียหายและผู้เสียชีวิต การให้ความช่วยเหลือ และสิทธิการได้รับค่าชดเชย ความเสียหาย ส่วนการจัดประเด็นสาร ประกอบด้วย การวางแผนตั้งเป้าหมายของการสื่อสาร จัดการประเด็นสารและความถี่การนำเสนอ การประเมินและการปรับปรุงการสื่อสาร แนวทางการจัดการการสื่อสารมีการนำเสนอด้วยความถูกต้อง แม่นยำ โดยใช้แถลงการณ์ อ้างอิงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและตรวจสอบหาสาเหตุ ข่าวลือ การจัดการความแย้งทางการสื่อสารจะใช้วิธีการสอบถามข้อมูลระหว่างผู้ปฏิบัติและการประชุมร่วมของผู้แทนหน่วยงาน และ 3) ปัจจัยอุปสรรค ประกอบด้วย บุคลากรและงบประมาณที่จำกัด และโครงสร้างการจัดการที่ไม่รองรับการปฏิบัติการ ข้อเสนอแนะของงานวิจัย ได้แก่ การจัดตั้งหน่วยงานย่อยระดับอำเภอ การผลักดันเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสารและการจัดทำระเบียบปฏิบัติประจำ

ชลลดา ปันณราช (2540) ผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานธุรกิจส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ที่เกิดจากการกระทำของบุคคลโดยเจตนามากที่สุด

ในขณะที่เดียวกัน หน่วยงานธุรกิจส่วนใหญ่มีการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต และมีการจัดทำแผนการสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า วิสัยทัศน์ด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ด้านการเกิดวิกฤตการณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ประสบการณ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิกฤตการณ์ ไม่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อแผนการสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต ตลอดจนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต และการกำหนดบทบาทของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต นอกจากนั้น องค์ประกอบพื้นฐานขององค์กรไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในด้านลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตของหน่วยงานธุรกิจ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีผลกับการสื่อสารทั้งในระดับเอกชนและรัฐบาลที่ต้องเสนอการสื่อสารออกไปนั้น จะมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับโครงสร้างที่จะต้องมีการสื่อสารเป็นขั้นตอน และแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสม แต่ทั้งนี้ จะนำเสนออย่างไรก็ขึ้นอยู่กับแนวทางโครงสร้างของการประชาสัมพันธ์ที่มีการกำหนดมา

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีขั้นตอนและกระบวนการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักดังต่อไปนี้

1. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

1.1 คัดเลือกสถานี

ผู้วิจัยคัดเลือกสถานีโทรทัศน์ที่ผลิตรายการนำเสนอข่าวกรณีปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง ระหว่างวันที่ 23 มิถุนายน -10 กรกฎาคม 2561 โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อนำมาเป็นกรณีศึกษา โดยคัดเลือกสถานีที่ได้รับระดับความนิยมของผู้ชมสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบ

กับรายการอื่นของสถานีอื่นในช่วงเวลาเดียวกันที่รายงานข่าวนี้ ได้แก่ รายการไทยรัฐนิวส์โชว์ จากสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวีทีวี และคัดเลือกสถานีได้รับความนิยมของผู้ชมเพิ่มสูงขึ้นในช่วงเวลารายงานข่าวนี้ โดยดูเปรียบเทียบระดับความนิยมก่อนและหลังเกิดเหตุการณ์ ได้แก่ รายการข่าวค่ำมิติใหม่ทั่วไทยไทยพีบีเอส จากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

1.2 คัดเลือกกลุ่มบุคคล

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) คือ กลุ่มบุคคลฝ่ายต่าง ๆ ที่มีบทบาทหน้าที่และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ และรายการข่าวค่ำมิติใหม่ทั่วไทยไทยพีบีเอส และกลุ่มผู้ที่กำกับและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล อ้างอิงจาก แนวคิดของ Mcquail (2005, อ้างถึงใน ขวัญชนก ใจเสงี่ยม, 2558) ประกอบไปด้วย กองบรรณาธิการข่าว นักข่าวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ และรายการข่าวค่ำมิติใหม่ทั่วไทยไทยพีบีเอส กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มองค์กรวิชาชีพสื่อ กลุ่มสื่อออนไลน์ รวมจำนวนทั้งสิ้น 13 คน

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยคัดเลือกกรายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักเรียบร้อยแล้ว ได้ดำเนินการติดต่อผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ที่ออกโดยมหาวิทยาลัย เพื่อแจ้งผู้ให้ข้อมูลหลักทราบถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัย ความสำคัญของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อการวิจัย หลังจากนั้น จึงได้มีการติดตามประสานงานเพื่อกำหนด วัน เวลา สถานที่นัดสัมภาษณ์ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าด้วยตัวเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (structured interview)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลตามประเด็นที่กำหนดแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ เพื่อสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเองตามประเด็นที่กำหนด โดยอิงกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านภาวะวิกฤต ภัยพิบัติ อุบัติภัย, องค์ความรู้บทบาทหน้าที่นักข่าว, แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตงานขององค์กรนักข่าวและความเป็นมืออาชีพของนักข่าว, การทำงานของนักข่าว ในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการ

รวบรวมข้อมูลข่าวสาร การรายงานข่าวและการทำงานข่าวของกองบรรณาธิการข่าว เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 1-2

4. การสร้างเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยในการสร้างเครื่องมือวิธีการ คือ ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดทฤษฎี จากนั้นจึงเข้าขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เมื่อสมบูรณ์แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มต่าง ๆ โดยจะมีการคัดเลือกใช้คำถามสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่และคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและเกิดความไว้วางใจในคุณภาพของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้ที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ด้วยตัวเอง ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยประยุกต์จากวิธีการตรวจแบบสามเส้า (triangulation) ได้แก่ การตรวจสอบระยะเวลาการเกิดขึ้นของข้อมูล คือ ต้องเป็นผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในช่วงที่เกิดเหตุและอยู่ที่สถานีโทรทัศน์ดังกล่าวในช่วงปี 2561 และตรวจสอบศักยภาพและคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก ตรวจสอบแนวคิดทฤษฎี ก่อนที่ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ ตีความหมาย และสร้างข้อสรุปในการวิจัย และตรวจสอบวิธีรวบรวมข้อมูล

6. การนำเสนอข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาด้วยวิธีการต่าง ๆ ตรวจสอบความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ทางผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่กำหนด ตามวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดในการวิจัย และแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่นำมาใช้ในการวิจัยนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis)

บทสรุปและกรอบแนวคิดเชิงมนทัศน์สู่การวิจัย

1. กรอบแนวคิดเชิงมนทัศน์สู่การวิจัย

จากแนวคิดสู่การศึกษาเรื่อง “แนวทางรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตกรณีปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง” พบว่า มินิยามศัพท์ดังนี้

กระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัล หมายถึง กระบวนการรวบรวมข้อมูล กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ และกระบวนการเผยแพร่ข่าวของรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ และรายการข่าวคำมิตีใหม่ทั่วไทยไทยพีบีเอสผ่านดิจิทัลทีวีและสื่อออนไลน์

นักข่าว หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการรายงานข่าวหรือสื่อความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ถ้ำหลวงให้ผู้รับสาร ผ่านรายการข่าวไทยรัฐนิวส์โชว์และรายการข่าวคำมิตีใหม่ทั่วไทย ไทยพีบีเอสที่เผยแพร่ผ่านดิจิทัลทีวีและสื่อออนไลน์

การรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤต หมายถึง การรายงานข่าวปฏิบัติการช่วยเหลือเยาวชนที่ติดอยู่ภายในวนอุทยานถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน อ.แม่สาย จ.เชียงราย ปี 2561 ในช่วงวันที่ 23 มิถุนายน-10 กรกฎาคม 2561

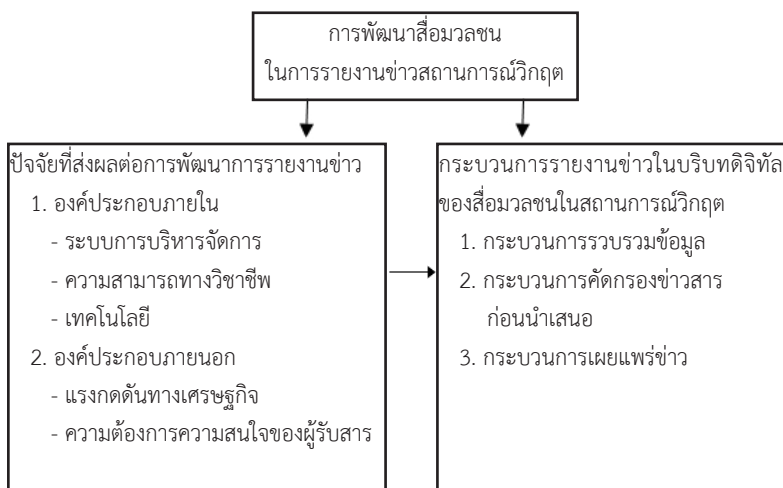
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าว หมายถึง

1. องค์ประกอบภายในขององค์กร ซึ่งแบ่งเป็นด้าน 1) ระบบการบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารงาน และนโยบายการผลิตงานขององค์กรนักข่าว 2) ความสามารถทางวิชาชีพ หมายถึง แนวคิดความคิดพื้นฐาน ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์การทำงานของนักข่าวในรายการข่าวไทยรัฐนิวส์โชว์ และรายการข่าวคำมิตีใหม่ทั่วไทยไทยพีบีเอส และ 3) เทคโนโลยี หมายถึง อุปกรณ์และสวัสดิการต่าง ๆ ที่สนับสนุนการทำงานของนักข่าว

2. องค์ประกอบภายนอกขององค์กร แบ่งเป็นด้าน 1) แรงกดดันทางเศรษฐกิจ ประกอบไปด้วย คู่แข่งขันและผู้โฆษณา ที่ในการดำเนินงานจำเป็นต้องรู้ คู่แข่งขัน การตรวจสอบการผลิตของรายการที่มีรูปแบบเดียวกัน ทั้งนี้ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาพัฒนาในการปรับตัว ให้การนำเสนอเป็นไปอย่างเหมาะสม ไม่นำเสนอ

ด้านลบเกี่ยวกับผู้โฆษณา และ 2) ความต้องการความสนใจของผู้รับสาร หมายถึง ความคาดหวังของผู้ชม ความสนใจของผู้รับสาร และกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อผลงานขององค์กรนักข่าว

ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดเชิงมนทัศน์ของการวิจัย แนวทางในการรายงานข่าว สถานการณ์วิกฤตกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง



จากนั้น ผู้เขียนสังเคราะห์ความรู้ที่ได้รับเป็นผลสรุปการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการรวบรวมข้อมูล กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ และกระบวนการเผยแพร่ข่าวผ่านดิจิทัลทีวี และสื่อออนไลน์ ในกรณีนี้ ระหว่างรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ กับรายการข่าวค่ำมิติใหม่ทั่วไทยไทยพีบีเอส พบว่า

1.1 กระบวนการรวบรวมข้อมูลของรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ จะแบ่งทีมงานทำงานเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 อยู่ประจำสำนักงานใหญ่ ทำหน้าที่สนับสนุนข้อมูล

ผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้กับส่วนที่ 2 คือ นักข่าวที่ได้รับคัดเลือกให้ไปปฏิบัติหน้าที่ในภาคสนาม เพื่อรวบรวมประเด็นจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่สำหรับการรายงานข้อมูลและเรียบเรียงผ่านการหาข้อมูลจาก การสังเกตที่เห็นด้วยตัวเอง การสัมภาษณ์จากแหล่งข่าว การแถลงข่าวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการเฝ้าดูกระแสตอบรับในโลกออนไลน์ แล้วจึงค้นหาข้อมูลเพื่อยืนยันความถูกต้อง ภายใต้หลักการทำงานที่ข้อมูลทุกอย่างนักข่าวต้องเห็นข้อมูลด้วยตัวเองเท่านั้น จึงจะรวบรวมข้อมูลสำหรับการนำเสนอ หรือถ้าเป็นกรณีข่าวลือหรือมีอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งอื่น จะต้องสอบถามแหล่งข่าวให้แน่ใจ

ขณะที่ทางรายการข่าวคำมิตินิเทศทีวีไทยพีบีเอสนั้น กระบวนการรวบรวมข้อมูลจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับของรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ คือ การรวบรวมข้อมูลจะต้องเห็นด้วยตัวเองหรือมีแหล่งข่าวยืนยัน อีกทั้ง การนำเสนอต้องเป็นไปตามกรอบจริยธรรมที่ทางองค์กรคือสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสกำหนดไว้ เช่น กระบวนการรวบรวมข้อมูล นักข่าวที่ลงพื้นที่จะไม่เข้าไปยุ่งกับเรื่องส่วนตัวของเด็กและครอบครัว แต่ให้เน้นนำเสนอข้อมูลที่สำคัญและตรวจสอบได้ โดยเฉพาะตัวเลขของผู้บาดเจ็บ ผู้เสียชีวิต และการรายงานข่าวที่ส่งสัญญาณเตือนหรือขอความช่วยเหลือ เพื่อลดความสูญเสีย

1.2 กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ รายการไทยรัฐนิวส์โชว์กับรายการข่าวคำมิตินิเทศทีวีไทยพีบีเอส มีวิธีการทำงานที่คล้ายคลึงกัน คือ กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ จะถูกแบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก คือ

1) การตรวจสอบ เริ่มต้นจากนักข่าวที่ได้รับมอบหมายให้ไปปฏิบัติหน้าที่ตรวจสอบกลับไปยังแหล่งข่าวในพื้นที่ที่ใกล้เคียง หรือที่สามารถให้การยืนยันข้อมูลได้

2) การตรวจสอบซ้ำจากบรรณาธิการข่าวในพื้นที่ จะทำหน้าที่คัดกรองประเด็นที่มีความอ่อนไหว หรือสิ่งที่เป็นข้อกำหนดของนโยบายทางสถานีผ่านแหล่งข่าวอีกครั้งเมื่อได้รับข้อมูลจากนักข่าว

3) การคัดกรองจากทางส่วนกลางซึ่งมีทั้งกองโทรทัศน์ และกองข่าวออนไลน์ ที่จะแบ่งจุดกระจายกันตรวจสอบเพื่อความรวดเร็วและป้องกันความผิดพลาดซ้ำ ซึ่งกระบวนการคัดกรองของฝั่งกองข่าวออนไลน์ จะให้ความสำคัญและใช้เวลานานในการตรวจสอบมากกว่าทางฝั่งกองโทรทัศน์

1.3 กระบวนการเผยแพร่ในกระบวนการส่วนนี้ ทางรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ ในฝั่งของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี จะมีการบริหารจัดการทีมนักข่าวในการเผยแพร่ที่แตกต่างจากวิธีการทำงานของการเผยแพร่ในรูปแบบข่าวในสถานการณ์ปกติ คือ นักข่าวหนึ่งคนจะได้รับมอบหมายการทำงานแบบเฉพาะเจาะจงจะไม่ใช้วิธีการทำงานที่หลากหลายเพื่อป้องกันความผิดพลาด เช่น นักข่าวที่ได้รับมอบหมายให้ทำรายงานพิเศษจะไม่ต้องมาทำหน้าที่รายงานสด เพื่อที่จะได้มีเวลาในการศึกษาและประมวลภาพและข้อมูลได้หลากหลาย ขณะที่ทางฝั่งของไทยรัฐออนไลน์ วิธีการนำเสนอก็จะแตกต่างจากการทำงานในสภาวะปกติ โดยจะมอบหมายให้ผู้ที่มีย่อมาจากที่ประชุมเท่านั้น ที่ตัดสินใจในการเผยแพร่ข้อมูลผ่านกระบวนการรวบรวม กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ จากเดิมที่ในสภาวะปกติบรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้ตัดสินใจในการเผยแพร่

ส่วนทางฝั่งของรายการข่าวคำมิตใหม่ทั่วไทยไทยพีบีเอส กระบวนการทำงานจะเริ่มต้นจากการวางแผนการประชุมข่าวจากทีมภาคสนาม ที่หาข้อสรุปถึงประเด็นและรูปแบบการนำเสนอในแต่ละวัน แล้วส่งประเด็นเข้ามาที่ส่วนกลาง เพื่อให้ส่วนกลางได้คัดเลือกประเด็นและเลือกช่วงเวลาในการนำเสนอ ซึ่งการคัดเลือกดังกล่าว จะมาจากมติที่ประชุมและความสนใจของประชาชนจากนั้น จะกลับมาวางรูปแบบการนำเสนอผ่านทางหน้าจอโทรทัศน์ซึ่งจะมีทั้งในรูปแบบ ข่าวอ่าน รายงานสด และรายงานพิเศษสรุปประมวลผล

ขณะที่รูปแบบการเผยแพร่ของทีมข่าวออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสนั้น เมื่อได้ข้อมูลจากทีมภาคสนามของฝั่งทางโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอแล้ว ในช่วงเวลาที่ออกอากาศ ทางทีมข่าวออนไลน์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องก็จะไปดึงข้อมูลเหล่านั้น มาปรับเนื้อหาและภาษาตรงกับลักษณะของสื่อออนไลน์ของทางสถานี ส่วนรูปแบบการไลฟ์สด ทางทีมบรรณาธิการข่าวจะใช้วิธีการสอบถามความสะดวก กับนักข่าวที่ลงพื้นที่ แล้วถึงจะจัดรูปแบบและเวลาในการออกอากาศ

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตของนักข่าวไทย ปัจจัยด้านองค์ประกอบภายในที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตของนักข่าวไทยในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลในการศึกษานี้ ทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่รายงานข่าว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ติดตาม

การนำเสนอการรายงานข่าวของนักข่าว ในกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง มีทั้งสอดคล้องและแตกต่างกัน ประกอบไปด้วย

2.1 ระบบการบริหารจัดการ จากการศึกษารวบรวมข้อมูล พบว่า ระบบการบริหารจัดการมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการพัฒนานักข่าว ในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต เพราะเมื่อทางสถานีหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายกำหนดกรอบการทำงานที่ชัดเจน โดยเฉพาะประเด็นและรูปแบบการนำเสนอ เพื่อให้ให้นักข่าวได้มองภาพการทำงานที่ชัดเจนขึ้นว่า ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์หรือสถานการณ์นี้ทิศทางการทำงานข่าวควรจะเป็นอย่างไร เช่น แนวทางการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลว่าเน้นถูกต้อง ไม่เน้นความเร็ว การตรวจสอบข้อมูลและแหล่งข่าวให้ถูกต้อง หรือการให้ความสำคัญกับกรอบจริยธรรมองค์กร ฯลฯ

2.2 ความสามารถทางวิชาชีพ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่รายงานข่าว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ติดตามการนำเสนอการรายงานข่าวของนักข่าวมีลักษณะร่วมชัดเจนแสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางวิชาชีพ ทั้งประสบการณ์ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ของนักข่าวมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนา หากนักข่าวมีองค์ประกอบเหล่านี้ครบ ก็มักจะได้รับโอกาสจากหัวหน้าให้เป็นผู้รายงานข่าวในเหตุการณ์ที่สำคัญ รวมถึงในสถานการณ์วิกฤต ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่มีความอ่อนไหวของประเด็นและยังมีความเสี่ยงที่ผู้รายงานข่าวอาจไม่ได้รับความปลอดภัยจากการทำงานด้วย เช่นในกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง จะเน้นการรายงานสดเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งนักข่าวที่ได้รับหน้าที่ในการรายงานข่าวจะต้องทำหน้าที่คัดกรองข่าวสารและนำเสนอข้อมูลได้ถูกต้อง เพื่อไม่ให้ไปกระทบกับความรู้สึกในช่วงเวลาอ่อนไหว ดังนั้น ถ้านักข่าวมีประสบการณ์จากการรายงานข่าวลักษณะนี้มาก่อน ก็จะถือเป็นข้อได้เปรียบที่จะทำให้การนำเสนอข้อมูลมีความแตกต่างมากกว่านักข่าวที่ขาดประสบการณ์ ทั้งวิธีการเล่าเรื่อง การสัมภาษณ์แหล่งข่าว และการเรียบเรียงการนำเสนอ อย่างไรก็ตาม ความสามารถทางวิชาชีพนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นคล้ายคลึงกันว่า การจบการศึกษาในสาขานิเทศศาสตร์ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือเป็นข้อได้เปรียบกับการพัฒนานักข่าวโดยตรง แต่สำคัญที่การหมั่นพัฒนาตนเองทั้งประสบการณ์ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์

2.3 เทคโนโลยี ปัจจุบันนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ต่างเห็นพ้องว่า เทคโนโลยีเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ทางสถานีควรให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการคัดเลือกบุคคลเข้ามาทำงาน โดยเฉพาะสถานการณ์วิกฤตที่ทำให้ให้นักข่าวยากลำบากในการทำงานด้วยอุปสรรคในพื้นที่ที่ไม่สามารถกำหนดได้ ดังนั้น เทคโนโลยีทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง จึงมีความสำคัญที่จะเข้ามาสนับสนุนให้การทำงานของนักข่าวง่ายขึ้น ดังนั้น ทางสถานีโทรทัศน์ควรจะลงทุนกับเทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานของนักข่าว และจะเป็นแรงกระตุ้นให้นักข่าวอยากพัฒนาตนเองและหาโอกาสให้ได้อยู่ในองค์กร sooner ๑

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านองค์ประกอบภายนอกที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตของนักข่าวไทยในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลในการศึกษานี้ ทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่รายงานข่าว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้ติดตามการนำเสนอการรายงานข่าวของนักข่าว ในกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง มีความเห็นที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันประกอบไปด้วย

2.4 แรงกดดันทางเศรษฐกิจ องค์ประกอบนี้ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าจากการทำข่าวในกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวงที่ผ่านมา นักข่าวมืออาชีพไม่ได้ประสบปัญหาคู่แข่งจากเพียงองค์กรนักข่าวด้วยกัน แต่มีคู่แข่งทั้งจากสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสมัครเล่นที่เข้ามาแย่งพื้นที่ จึงทำให้การทำงานโดยเฉพาะของสื่อมืออาชีพต้องวางแผนและทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ติดตามสถานีให้มากขึ้น ในกรณีของสถานีไทยรัฐทีวีนั้น ในช่วงแรกของเหตุการณ์ก็ตัดสินใจตัดช่วงเวลาโฆษณาเพื่อที่จะดึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้ติดตามข่าวต่อเนื่อง แล้วหลังจากนั้นจึงวางแผนเรื่องโฆษณา ขณะที่ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสไม่ได้มีโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงทำให้ตัดสินใจล้มผังและดึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายสามารถทำได้ทันที ดังนั้น เมื่อมีแรงกดดันทางเศรษฐกิจจากคู่แข่งที่มากขึ้น จึงเป็นแรงกระตุ้นให้นักข่าวที่ปฏิบัติหน้าที่ต้องวางแผนและศึกษาข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือมากกว่า นักข่าวสมัครเล่น อีกทั้ง นักข่าวมืออาชีพต้องเปิดใจและศึกษาหาข้อมูล และใช้เวลา กับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เพิ่มมากขึ้นเพื่อเรียนรู้คู่แข่งด้วย

2.5 ความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร ประเด็นนี้มีทั้งส่วนที่มีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกัน และมองแตกต่างออกไป ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ส่วนที่มีความคล้ายคลึงกันนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องมองว่า ความต้องการและความสนใจของประชาชน ถือเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาการทำงานของนักข่าว เพราะผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่สามารถบอกได้ว่าการนำเสนอประเด็นข่าวที่ทำออกไปนั้นมีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด

นอกจากนี้ เมื่อประชาชนสามารถเลือกรับสื่อได้มากขึ้น และสามารถแสดงความคิดเห็นและตรวจสอบการทำงานของนักข่าวได้ทันที จึงทำให้นักข่าวต้องทบทวนและทำการบ้านเกี่ยวกับข้อมูลที่น่าเสนอให้มากขึ้น เพื่อให้เป็นข้อมูลที่ถูกต้องและประชาชนสามารถมีที่พึ่งในการติดตามข่าวสารในสถานการณ์ที่อ่อนไหว ซึ่งเรื่องนี้ทั้งนักข่าวและสถานีข่าวควรจะกลับมาให้ความสำคัญมากกว่าการนำเสนอที่เน้นความเร็วแต่ขาดความถูกต้อง

ขณะที่มุมมองที่แตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่อยู่ในระดับผู้บริหารองค์กรสื่อเห็นว่า องค์กรประกอบด้านนี้ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการทำงานของนักข่าวโดยตรง แต่มีส่วนที่ทำให้ทางสถานีมองประเด็นและทิศทางการทำงานได้ง่ายขึ้น ส่วนการพัฒนามาจะเกิดขึ้นหรือไม่ต้องอยู่ที่ตัวบุคคล

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง “แนวทางในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต กรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง” สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. กระบวนการรายงานข่าวในสถานการณ์ปกติกับในสถานการณ์วิกฤต บทเรียนจากกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง

ผลการศึกษาชิ้นนี้สะท้อนให้เห็นความแตกต่างระหว่างกระบวนการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตกับสถานการณ์ปกติอย่างชัดเจน ทั้งกระบวนการรวบรวม กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ และการเผยแพร่โดยกระบวนการรวบรวมข้อมูลในสถานการณ์วิกฤต นักข่าวจะใช้วิธีรวบรวมข้อมูลและติดตาม

สถานการณ์จากทั้งสื่อดั้งเดิมประเภทโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ ความสนใจของประชาชน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตรงหน้าและข้อมูลจากแหล่งข่าวมาผสมผสานไปกับความรู้ที่นักข่าว และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องสนับสนุนข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลที่เข้าสู่กระบวนการเรียบเรียงก่อนนำเสนอเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ซึ่งจุดนี้จะแตกต่างจากการทำงานในการรวบรวมข้อมูลในสถานการณ์ปกติ ที่นักข่าวจะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากสิ่งที่นักข่าวพบเห็นด้วยตัวเองและข้อมูลจากแหล่งข่าวที่ให้ข้อมูล

ขณะที่กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ ในสถานการณ์วิกฤต ประสบการณ์ของนักข่าวทั้งการคิดประเด็น การลงพื้นที่รวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ และการตัดสินใจถือเป็นเรื่องสำคัญมากในการนำเสนอ เพราะในบางช่วงเวลานักข่าวที่ได้รับคัดเลือกต้องเป็นคนทำหน้าที่คัดกรองข่าวสารด้วยตัวเอง และปัจจัยต่อมาในการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอในสถานการณ์วิกฤต คือความสัมพันธ์ของแหล่งข่าวที่จะช่วยทำหน้าที่ให้การคัดกรองข้อมูลเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีความแตกต่างมากกว่านักข่าวที่เข้าไม่ถึง และอาจเกิดความผิดพลาดตามมาในช่วงที่ข้อมูลมีความสับสน และกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้โดยเฉพาะการคัดกรองทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น การทำงานของทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันสนับสนุนข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ ไม่สร้างความเข้าใจผิดและส่งผลกระทบต่อวงกว้าง ซึ่งการทำงานส่วนนี้จะมี ความละเอียด ซับซ้อน และต้องใช้ความระมัดระวังมากกว่าในการรายงานข่าว ในสถานการณ์ปกติที่นักข่าวภาคสนามจะทำหน้าที่คัดกรองข้อมูล แล้วส่งให้บรรณาธิการข่าวได้คัดกรองข้อมูลการนำเสนออีกครั้งก่อนออกอากาศ ซึ่งวิธีการทำงานและการตรวจสอบจะไม่ใช้เวลาเท่ากับสถานการณ์วิกฤต

สุดท้ายกระบวนการเผยแพร่ที่จะกำหนดรูปแบบการนำเสนอในการรายงานข่าวบริบทดิจิทัลของสถานการณ์วิกฤต รูปแบบการนำเสนอจะแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของนักข่าวที่ชัดเจน โดยนักข่าวที่ได้รับผิดชอบการรายงานสดจะทำหน้าที่สำหรับการรายงานสดผ่านสื่อดั้งเดิมประเภทโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ และจะไม่ต้องเข้าไปยุ่งกับการผลิตรายงานพิเศษหรือการนำเสนอ

ข่าวอ่าน ซึ่งจุดนี้มีความแตกต่างกับการทำงานของสถานการณ์ปกติ ที่นักข่าวหนึ่งคนจะต้องรับผิดชอบหน้าที่สำหรับการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายตามงานที่ได้รับมอบหมายจากกองบรรณาธิการข่าว

2. ความเปลี่ยนแปลงของกระบวนการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตในบริบทดิจิทัล

กระบวนการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตในบริบทดิจิทัลที่มีช่องทางออนไลน์หลากหลายเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งในกระบวนการรวบรวม กระบวนการคัดกรอง ข่าวสารก่อนนำเสนอ และกระบวนการเผยแพร่ ดังนั้น บรรณาธิการข่าวและนักข่าวที่ได้รับมอบหมายในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต จึงต้องเข้าใจธรรมชาติของช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และใช้คุณสมบัติแต่ละช่องทางอย่างเหมาะสมเพื่อกำหนดประเด็นและการนำเสนอที่ตรงตามความต้องการของผู้รับชม

โดยกระบวนการรวบรวมข้อมูลเมื่ออยู่ในสถานการณ์วิกฤต จะแบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 อยู่สถานีเพื่อวางแผนและตรวจสอบประเด็นความสนใจของประชาชนจากช่องทางออนไลน์ และกำหนดรูปแบบการทำงานเพื่อให้การรวบรวมข้อมูลที่จะนำเสนอตรงกับความต้องการของผู้รับสาร และส่วนที่ 2 อยู่ในพื้นที่เพื่อตรวจสอบและอัปเดตสถานการณ์ รวมไปถึงรวบรวมข้อมูลเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และกำหนดวาระการทำงานเพื่อส่งกลับไปยังนักข่าวส่วนกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกระบวนการสื่อสารที่มีการใช้งานสื่อสังคม (social media) ที่ สกฤตศรี ศรีสารคาม (2554) ได้ระบุว่า ข่าวไม่ได้มาจากผู้สื่อข่าวสู่ผู้รับสารทางเดียวอีกต่อไป แต่ข่าวมาจากทุกทิศทาง ทั้งจากการทำงานข่าวแบบดั้งเดิมของผู้สื่อข่าว และจากการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเก็บข้อมูลจากผู้รับสารและพัฒนาต่อยอดเป็นประเด็นข่าว

อย่างไรก็ดี ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตในบริบทดิจิทัล แม้ว่าข้อมูลข่าวสารจะมาจากหลายช่องทาง ทั้งจากสื่อดั้งเดิม ประเภทโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ คนที่สำคัญ คือ นักข่าวที่ปฏิบัติหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลจะต้อง “มีประสบการณ์ และยึดจริยธรรมสื่อ” กล่าวคือ

1) นักข่าวต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ รวมถึงมีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่จะเข้ามาช่วยทำให้รูปแบบการทำงานเกิดความแตกต่าง และเข้าใจกระบวนการ

รวบรวมข้อมูล คัดกรองข้อมูล จนไปถึงการนำเสนอข้อมูล ในบริบทการทำงาน ที่มีความอ่อนไหวในเรื่องของสถานการณ์ ซึ่งนักข่าวจะต้องใช้ประสบการณ์ในการ ตัดสินใจเบื้องต้นระหว่างปฏิบัติหน้าที่ โดยลักษณะข้อมูลที่จะนำเสนอต้องเป็นข้อมูลที่ นักข่าวเห็นด้วยตัวเองและไม่มีการนำเสนอในประเด็น เกี่ยวกับการ อ้างว่า เล่าว่า และส่วนกรณีที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายใด ต้องให้พื้นที่เขาพูดหรือชี้แจงด้วย ซึ่งกระบวนการ นำเสนอต้องเห็นกับตา หรือมีแหล่งข่าวที่ยืนยันชัดเจนเกี่ยวกับประเด็นในการทำงาน

2) นักข่าวต้องยึดจริยธรรมการนำเสนอข่าวตามหลักความถูกต้อง เที่ยงตรง จากการถอดบทเรียนข้อผิดพลาดของการทำงานที่ผ่านมาซึ่งในปัจจุบัน ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีข้อกำหนดเกี่ยวกับกรอบจริยธรรมที่ชัดเจน โดยนักข่าวต้องเรียนรู้ตั้งแต่ได้รับคัดเลือกให้เข้ามาทำงานที่สถานี ขณะที่ทางฝั่ง ไทยรัฐออนไลน์จะเชื่อในประสบการณ์การทำงานของนักข่าวที่ลงไปปฏิบัติหน้าที่ และเชื่อในข่าวที่จะนำเสนอในสถานการณ์วิกฤต นักข่าวขยายประเด็นการนำเสนอ ที่สามารถตอบคำถามได้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน แต่ต้องมีส่วนขยายที่เพิ่มเข้ามา เพื่อตอบคำถาม เมื่อไหร่อย่างไร เพราะอะไร แล้วจะสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างไร

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการรวบรวมข้อมูลในสถานการณ์วิกฤต จากการรายงาน กรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง ระหว่างสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส กับสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี จะมีวิธีการทำงาน ที่คล้ายคลึงกัน คือ ทั้งสองสถานีเชื่อว่าประสบการณ์ของนักข่าวถือเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับการรวบรวมข้อมูล แต่คู่มือและกรอบจริยธรรมที่ทางสถานีโทรทัศน์ ไทยพีบีเอสได้กำหนดและมีกรอบการทำงานที่ชัดเจนจะช่วยส่งเสริมให้ประสบการณ์ ในการทำงานของนักข่าวมีความชัดเจนและเดินหน้าได้ถูกต้องเมื่อถึงช่วงเวลา ที่สำคัญในการตัดสินใจ

ขณะที่กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ ในการรายงานข่าว สถานการณ์วิกฤต ทั้งสื่อดั้งเดิมประเภทโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ ขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยพบว่า ลักษณะการทำงานของนักข่าวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคัดกรอง ข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์วิกฤต จากกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง พบว่า กระบวนการส่วนนี้ถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่นักข่าว และผู้ที่มีความเกี่ยวข้องจะให้ความสำคัญในการคัดกรองข่าวสาร ที่เริ่มต้นตั้งแต่

นักข่าวในพื้นที่ จนไปถึงผู้ประกาศข่าวที่ต้องทำงานแบบบูรณาการเพื่อคัดกรองข้อมูลข่าวสารในเวลาจำกัดให้มีความถูกต้องและแม่นยำที่สุด

โดยกระบวนการทำงานดังกล่าวที่พบในงานนี้ก็สอดคล้องกับ สราธร บุญสิทธิ์ (2561) ที่เสนอว่า ทางเลือกของนักข่าวในการรายงานข่าวนอกจากติดตามจากผู้บัญชาการเหตุการณ์นักข่าวก็ต้องติดตามจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่มีการเปิดเผยภาพข้อมูลข่าวสาร และเมื่อมีการแถลงข่าว นักข่าวก็เผยแพร่ภาพสดทันทีโดยไม่ผ่านกระบวนการของกองบรรณาธิการในตรวจสอบข้อมูล แต่หลังจากนั้นกองบรรณาธิการจึงจะนำข้อมูลดังกล่าวที่เผยแพร่ไปแล้ว มาคัดกรองเพื่อนำเสนอต่อยอดประเด็นอีกครั้ง ดังนั้น สำหรับการคัดกรองในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การทำหน้าที่ของบรรณาธิการข่าวจึงเปลี่ยนไป โดยในปัจจุบันไม่ได้รับผิดชอบเพียงบทบาทในการคัดกรองข้อมูลข่าวสาร แต่ต้องทำหน้าที่เป็นนักข่าวและต้องให้ข้อมูลเชิงลึก ส่วนนักข่าวที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ในการรายงานข่าวก็ไม่ได้เป็นเพียงแค่ักข่าวที่ทำหน้าที่รายงานข่าวอย่างเดียว แต่ต้องเป็นผู้ตัดสินใจและคัดเลือกข่าวและข้อมูลที่จะเผยแพร่ โดยใช้วิจารณญาณของการทำข่าวในการตัดสินใจที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้น กระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอในการรายงานข่าว สถานการณ์วิกฤต ประสบการณ์และการรู้จักกับแหล่งข่าวทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อม ถือเป็นข้อได้เปรียบที่ทำให้การทำงานมีความน่าเชื่อถือ และส่งผลให้ขั้นตอนการทำงานมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้นักข่าวมีเวลาสำหรับการวางแผนนำเสนอข้อมูลที่มีทั้งมิติที่ลึกและรวดเร็ว

ส่วนกระบวนการสุดท้าย กระบวนการเผยแพร่ข่าวสถานการณ์วิกฤต จากผลการวิจัยพบว่า ธรรมชาติของการเผยแพร่แบ่งออกเป็น การอ่านข่าวพร้อมภาพบรรยายเนื้อหา ตามด้วยเสียงสัมภาษณ์ของผู้ที่ตกเป็นข่าว หรือภาพของแหล่งข่าวที่ตกเป็นข่าว สก๊อปข่าว เป็นการนำเสนอที่สามารถสร้างสรรค์ได้อย่างหลากหลายเพื่อเป็นการสรุปประเด็นภาพรวมและตอบคำถาม มากกว่าการอ่านข่าวพร้อมภาพบรรยาย สำหรับลักษณะของข่าวสองประเภทนี้ จะใช้คนรายงานคนเดียวกัน ส่วนรายงานสด เป็นการนำเสนอข่าวเพื่อรายงานข่าวเหตุการณ์ ณ เวลานั้น โดยส่วนมากจะเป็นช่วงเวลาที่สำคัญ และไม่มีเวลาในการติดต่อ

หรือประมวผลได้ โดยผู้ที่รับผิดชอบการทำหน้าที่รายงานสด ก็มักจะได้รับโอกาสให้ทำหน้าที่ในการไลฟ์สดผ่านช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ด้วย และสุดท้าย คือ การนำข่าวทั้งหมดที่นำเสนอมาปรับเปลี่ยนภาษาให้เข้ากับแพลตฟอร์มทางช่องทางออนไลน์ของสถานี โดยกระบวนการในส่วนนี้ จะมีกองบรรณาธิการข่าวทำหน้าที่ควบคุมดูแล และประสานงานผ่านกระบวนการรายงานสดทั้งสื่อดั้งเดิม ประเภทโทรทัศน์และสื่อดิจิทัล

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า จากกระบวนการนำเสนอและเผยแพร่ในสถานการณ์วิกฤตจะมีความแตกต่างจากการนำเสนอของสถานการณ์ปกติ โดยเฉพาะในบริบทดิจิทัล เนื่องจากลักษณะของข่าวค่อนข้างอ่อนไหว ดังนั้น การมอบหมายหน้าที่ในการทำงานจึงมีความชัดเจนและไม่ต้องทำงานที่หลากหลาย เพื่อให้การทำหน้าที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด เช่น ผู้สื่อข่าวรายงานสดผ่านโทรทัศน์ ก็จะได้รับผิดชอบเพชฌุภักไลฟ์ ส่วนคนทำรายงานพิเศษก็จะรับผิดชอบแค่ส่วนนี้ และไม่ยุ่งเกี่ยวกับการรายงานสด แต่จะมีการสนับสนุนในเรื่องข้อมูล ซึ่งถือเป็นจุดที่แตกต่างจากการทำงานข่าวรายวัน ที่นักข่าวหนึ่งคนต้องรับผิดชอบในทุกรูปแบบ ที่กองบรรณาธิการได้ออกแบบการนำเสนอ

ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวจากการนำเสนอในกรณีวิกฤตกรณีศึกษา ปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง สอดคล้องกับที่ ศิปปชัยกุลนุวงศ์ (2561) ผู้สื่อข่าวประจำเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สำนักข่าวเอเอฟพี ระบุว่า กระบวนการทำงานในช่วงแรกที่ได้ลงพื้นที่ยอมรับว่า ต้องใช้กระบวนการและทักษะที่หลากหลายเพื่อให้ข้อมูลที่นำเสนอทั้ง การรายงานข่าวเป็นตัวอักษร ภาพนิ่ง และวิดีโอ มีความผิดพลาดที่น้อยที่สุดเท่าที่นักข่าวหนึ่งคนจะทำได้ แต่เมื่อเวลาผ่านไปทางสถานีข่าวเห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีความอ่อนไหว และต้องอาศัยข้อมูลที่ผิดพลาดน้อยที่สุด จึงเพิ่มทีมงานเข้ามาช่วยกันตรวจสอบข้อมูลและรายงานข่าวตามข้อกำหนดของพื้นที่ที่มีการแบ่งพื้นที่ให้สื่อทำงาน

อีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับกระบวนการเผยแพร่ นอกเหนือจากบทบาทของนักข่าวที่ทำหน้าที่ในการรายงานข่าว ช่างภาพ ถือเป็นอีกหนึ่งส่วนที่จะต้องรู้และมีทักษะเฉพาะในการถ่ายภาพเพื่อเล่าเรื่อง เพื่อให้ตอบโจทย์กับการนำเสนอที่นักข่าวต้องการจะบอกเล่า และไม่กระทบกับข้อกฎหมายต่าง ๆ

สอดคล้องกับที่ รุ่งมณี เมฆโสภณ (อ้างถึงใน สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, 2553) ระบุว่า การทำงานของสื่อโทรทัศน์นอกเหนือไปจากที่นักข่าวจะทำหน้าที่ในการรายงานข่าว ช่างภาพจะเป็นอีกส่วนที่ช่วยรวบรวมภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อเข้ามาหนุนเสริมให้ผู้รับสารได้เข้าใจ ดังนั้น การนำเสนอเหตุการณ์วิกฤต นอกจากนักข่าวจะต้องนำเสนอข้อมูลที่มิละเมิดสิทธิของผู้ที่ได้รับผลกระทบ ช่างภาพก็ต้องมีความรู้ที่จะใช้ภาพในการบอกเล่าเช่นเดียวกัน ซึ่งจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ที่ผ่านมารอบจริยธรรมที่กำหนดถึงกรอบการนำเสนอข่าวทั้งของนักข่าวและช่างภาพ จะมีเพียงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่กำหนดกรอบในการทำงานว่า ส่วนไหนที่สามารถนำเสนอได้ และถ้าทำไม่ได้ให้บอกเล่าหรือนำเสนออย่างไร ส่วนของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐจะใช้ประสบการณ์ในการทำงานข่าวเป็นตัวตัดสิน

นอกจากนี้ยังพบว่า กระบวนการทำงานของการวางรูปแบบการนำเสนอในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส จะให้ความสำคัญกับประชาชนว่า มีความสนใจลักษณะข่าวประเภทไหน เพื่อเข้าสู่การประเมินคุณค่าข่าวอีกครั้ง โดยรูปแบบจะเริ่มต้นจากการประเมินเรื่องข่าวที่จะนำเสนอ แล้วทางทีมภาคสนามจะส่งประเด็นกลับมาเพื่อให้ทีมออนไลน์ได้นำเสนอข้อมูลเบื้องต้น แล้วตรวจสอบความสนใจของประชาชนก่อนที่จะประเมินกลับว่า ลักษณะข่าวที่จะนำเสนอควรเป็นรูปแบบไหนเพื่อให้ทีมภาคสนามได้เตรียมตัว ซึ่งเรื่องนี้สอดคล้องกับที่ ดำรงเกียรติ มาลา (2561) ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ระบุว่า หลังจบเหตุการณ์ถ้าหลงทำให้พบว่า การนำเสนอข้อมูลในสถานการณ์วิกฤต ความเร็ว การขยายประเด็นที่มีความอ่อนไหวไม่ใช่สิ่งที่ประชาชนหรือผู้รับสารต้องการ แต่ความถูกต้อง ถือเป็นปัจจัยที่ประชาชนต้องการให้ความสำคัญ และถ้านำเสนอผิดพลาด ผู้รับสารก็สามารถเข้ามามีส่วนในการตรวจสอบความถูกต้องได้

ดังนั้น เมื่อเทคโนโลยีทำให้ประชาชนมีอิทธิพลต่อการนำเสนอและมีส่วนในการตรวจสอบได้แบบทันทีที่มีการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้การทำงานในบริบทดิจิทัลของการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตจึงต้องรัดกุมและป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถดำเนินการได้

ซึ่งจากการทำงานที่เกิดขึ้นจึงทำให้สถานีไปแข่งขันชิงความเร็วของพื้นที่ ผ่านการนำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิมประเภทโทรทัศน์ แต่จะให้ความละเอียดและความน่าเชื่อถือกับการเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์

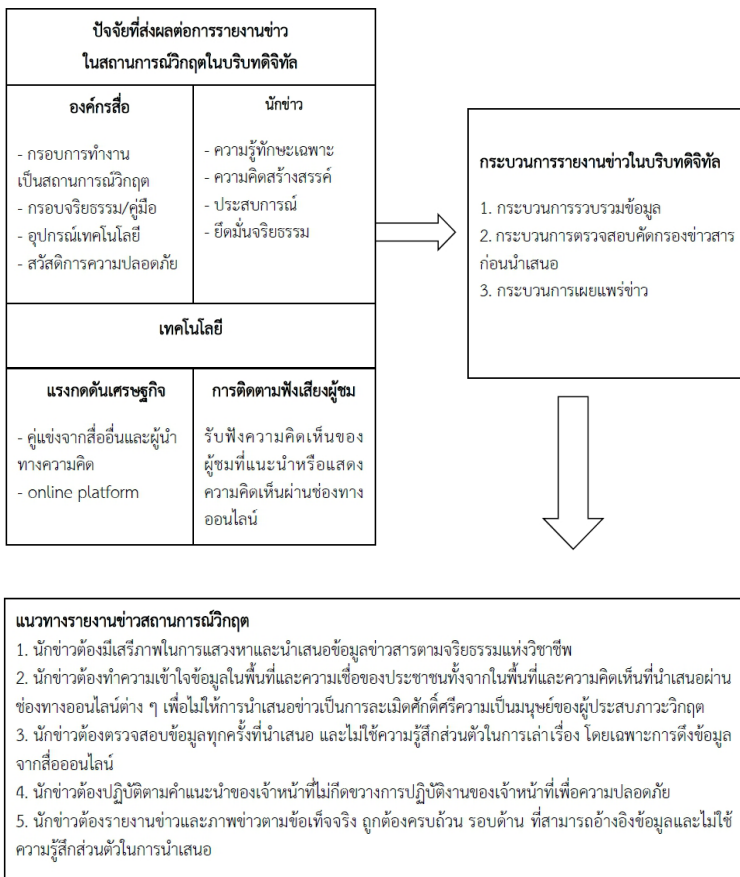
3. แนวทางการพัฒนาการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตของนักข่าวไทย จากกรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวงสู่การรับมือในอนาคตของนักข่าว

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าว กับกระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลของนักข่าวในสถานการณ์วิกฤต อันจะนำไปสู่การพัฒนานักข่าวในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต (อธิบายได้ดังภาพที่ 3) ประกอบด้วย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตในบริบทดิจิทัล ผู้วิจัยพบว่า สามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้ คือ องค์การสื่อ จะต้องมีการกำหนดกรอบการทำงานเป็นสถานการณ์วิกฤต, กรอบจริยธรรม/คู่มือ, อุปกรณ์เทคโนโลยี และสวัสดิการความปลอดภัย ส่วนนักข่าวที่ปฏิบัติหน้าที่ต้องมีความรู้, ความคิดสร้างสรรค์, ประสบการณ์ และยึดมั่นจริยธรรม รวมไปถึงปัจจัยในด้านเทคโนโลยี แรกกดดันทางเศรษฐกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับ คู่แข่งจากสื่ออื่น และผู้นำทางความคิด, ออนไลน์แพลตฟอร์ม และการติดตามฟังเสียงตอบรับจากผู้ชม ที่แนะนำหรือแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางออนไลน์ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ จะส่งผลต่อกระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัล ที่ประกอบไปด้วย กระบวนการรวบรวมข้อมูล กระบวนการตรวจสอบคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอ และกระบวนการเผยแพร่ข่าว

จากปัจจัยที่ได้กล่าวมานั้น จะส่งผลทำให้การพัฒนาการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตในบริบทดิจิทัลของนักข่าวเกิดการพัฒนา อันประกอบไปด้วย นักข่าวต้องมีเสรีภาพในการแสวงหาและนำเสนอข้อมูลข่าวสารตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ, นักข่าวต้องทำความเข้าใจข้อมูลในพื้นที่และความเชื่อของประชาชน ทั้งจากในพื้นที่และความคิดเห็นที่นำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดการนำเสนอข่าวเป็นการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ประสบภาวะวิกฤต, นักข่าวต้องตรวจสอบข้อมูลทุกครั้งที่มีการนำเสนอ และไม่ใช่ความรู้สึกส่วนตัวในการเล่าเรื่อง โดยเฉพาะการดึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์, นักข่าวต้องปฏิบัติตาม

คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ ไม่เกิดขบวนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อความปลอดภัย, นักข่าวต้องรายงานข่าวและภาพข่าวตามข้อเท็จจริง ถูกต้องครบถ้วน รอบด้าน ที่สามารถอ้างอิงข้อมูลได้

ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลในสถานการณ์วิกฤต



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

การศึกษาเรื่อง แนวทางในการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตกรณีปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง เป็นการวิจัยที่ให้น้ำหนักไปที่กระบวนการทำงานของนักข่าวซึ่งเป็นฝั่งผู้ผลิต แต่ไม่ได้ครอบคลุมไปถึงการทำงานของกลุ่มเป้าหมายว่ารับรู้บทบาทหน้าที่หรือความคาดหวังในการรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤตอย่างไร นอกจากนี้ ประเด็นของช่างภาพที่เป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อการเก็บภาพและเล่าเรื่องในการรายงานข่าวในทุกแพลตฟอร์ม จึงควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมทางด้านมุมมองของภาพต่อการนำเสนอเรื่องราวที่เข้ามาประกอบการรายงานข่าวให้กับนักข่าวว่า จะใช้การดึงดูดความสนใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มอัตราการรับชมของผู้ชมของทางสถานีอย่างไร ซึ่งจะทำให้การศึกษาการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤตในบริบทดิจิทัลมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะต่อองค์กรสื่อและบุคลากรนักข่าว

2.1 นักข่าวต้องเปิดโอกาสให้ตัวเองได้เรียนรู้ประสบการณ์การทำงานผ่านการอบรมในเรื่องที่สนใจ เช่น ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน การเข้าร่วมฝึกอบรมการปฏิบัติตัวเมื่ออยู่สถานการณ์วิกฤต นอกเหนือไปจากงานที่ตนเองรับผิดชอบ เพื่อเรียนรู้การเตรียมตัวเวลาไปปฏิบัติหน้าที่และไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับเจ้าหน้าที่และประชาชนในพื้นที่เมื่อเกิดสถานการณ์วิกฤต

2.2 สะสมข้อมูลพื้นฐานและความรู้ให้มีความหลากหลาย ซึ่งประเด็นการศึกษาข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับเหตุการณ์ และการวางแผนประเด็นในการนำเสนอถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องกลับมาให้ความสำคัญ

2.3 นักข่าวต้องศึกษาลักษณะนิสัยของกลุ่มเป้าหมายที่ติดตามเพื่อนำเสนอรูปแบบให้ตรงกับแพลตฟอร์ม ดังนั้น วิธีการเล่าเรื่องและการนำเสนอก็จะไม่เหมือนกันไม่ใช่การเล่าเหมือนกันในทุกรูปแบบ

2.4 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ถือเป็นทักษะที่นักข่าวต้องให้ความสำคัญมากขึ้นในการนำเสนอในยุคที่การแข่งขันมีบทบาทสำคัญโดยอาศัยความสามารถของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เอื้อต่อการเข้าถึงและตรวจสอบข้อมูล

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมประชาสัมพันธ์. (2563). *คู่มือการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: หจก. เปเปอร์เฮาส์.
- กองบรรณาธิการจุลสารราชดำเนิน. (2560). 7 ประเด็นบทเรียนถ้ำหลวง การข่าวในภาวะฉุกเฉิน. สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2561 จาก http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=4752:7-&catid=168:2018-05-09-12-47-39
- ขวัญชนก ไชยรัมย์. (2558). *การบริหารงานของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องวอยซ์ทีวี* (การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ชลลดา ปันณราช. (2540). *บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในวิกฤตการณ์ขององค์กรธุรกิจ* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
- ดำรงเกียรติ มาลา. (2561). *การรายงานข่าว ‘หมูป่า’ บทบาทสื่อ และ ‘กรอบ’ จากรัฐ-สังคม*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, จาก https://www.matichon.co.th/local/news_1069526
- เทพชัย หย่อง. (2555). *คู่มือการรายงานข่าวภัยพิบัติธรรมชาติ*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์ธนบดี ครองยุติ. (2555). *การสื่อสารภาวะวิกฤตต่อทกภัยของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, แขนงวิชานิเทศศาสตร์.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2555). *คู่มือการรายงานข่าววิกฤตและภัยพิบัติแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- วีณา แก้วประดับ. (2548). *บทบาทของสื่อวิทยุโทรทัศน์ต่อการเสนอข่าวในสถานการณ์วิกฤต* (รายงานการวิจัย). สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://is.gd/v9arH3>

- วิสุทธิ มั่งมี. (2549). *กระบวนการผลิตข่าวภัยพิบัติทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี: ศึกษากรณีภัยพิบัติสึนามิ* (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- สถาบันวิชาการสื่อสารมวลชน. (2555). *คู่มือการรายงานข่าวภัยพิบัติธรรมชาติ*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- สรราช บุญสิทธิ์. (2561). การสื่อข่าวในภาวะวิกฤต: กรณีศึกษาข่าวความช่วยเหลือทีมฟุตบอลหมูป่าอะคาเดมี ที่ถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน จ.เชียงราย. *วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ*, 9(2), 1-10.
- สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (2558). *สรุปสาระงานเสวนา เรื่องเหตุการณ์ราชประสงค์...สื่อและสังคมได้บทเรียนอะไร*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2561 จาก <https://is.gd/hweEqP>
- สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. (2553). *รายงานประจำปี 2553 สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย PART 3 ปฏิรูปสื่อเพื่อใคร ทำไมต้องปฏิรูป?*. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2562, จาก <https://is.gd/4UOWBh>
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2554). *สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิปปชัย กลุณวงศ์. (2561). *การรายงานข่าว “หมูป่า” บทบาทสื่อและ “กรอบ” จากรัฐ-สังคม*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, จาก https://www.matichon.co.th/local/news_1069526
- Positioning. (2561). *ช่องข่าวฮอต คนดูเกาะติดพาหมูป่ากลับบ้าน-เรื่อลမ် พาเรตติ้งทีวีพุ่ง*. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561, จาก <https://positioningmag.com/1177999>

อสุรกายรัก: การเมืองเรื่องความรักและความโศกเศร้าอาลัยของผู้ชาย
ต่อ (ผี) ผู้หญิงใน นางนาก พี่มากพระโขนง แสงกระสือ และ ส่งต่อ
Phantom Love: The Politic of Love and Grief of Males
to (ghostly) females in Nang Nak, Pee Mak Phra Khanong,
Sang Krasue [Inhuman Kiss] and Songtor

ธนวัฒน์ ปัญญานันท์¹ Tanawut Panyanant

Received: 17 February 2020, Revised: 16 June 2020, Accepted: 29 June 2020

บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้ต้องการศึกษาการเมืองเรื่องความรักและความโศกเศร้าอาลัย โดยใช้มุมมองจากตัวละครชายเป็นจุดยืนในฐานะวัตถุวิสัยที่ถูกกระทำจากความรัก เพื่อชี้ชวนให้ตั้งคำถามต่อผลการศึกษาที่ผ่านมาในประเด็นดังกล่าว ซึ่งโน้มเอียงไปสู่คำตอบว่า (ผี) ผู้หญิง คือ วัตถุวิสัยที่ถูกกระทำจากอุดมการณ์รัก (จนไม่สามารถไปผูกเกิดได้) เนื่องจากอุดมการณ์ดังกล่าว ถูกครอบงำด้วยอำนาจแบบปิตาธิปไตยผ่านตัวบท 4 เรื่อง คือ นางนาก กำกับโดยนนทรี นิมิบุตร พี่มากพระโขนง กำกับโดยบรรจง ปิสัญธนะกุล แสงกระสือ กำกับโดยสิทธิศิริ

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

Tanawut Panyanant (M.A. in Cultural Studies, Chiang Mai University, 2016)

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) เลขที่ 20 ถนนบรมราชชนนี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170

Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organisation), Borommaratchachonnani Road, Taling Chan District, Bangkok Thailand 10170

Corresponding Author E-mail: benzkiev@gmail.com

มงคลศิริ และเรื่องสั้นส่งต่อ เขียนโดยนันทาณี อย่างไรก็ตามบทความชิ้นนี้พยายามชี้ให้เห็นว่า ตัวละครชายก็ได้รับผลกระทบต่ออำนาจความรักเช่นเดียวกัน โดยใช้แนวคิดจาก The Cultural Politics of Emotion ของ Ahmed ในประเด็นความรัก การสูญเสีย และความโศกเศร้าอาลัย เป็นข้อสนับสนุนในการศึกษา ซึ่งชี้ให้เห็นว่าตัวละคร (ผี) ผู้หญิง ไม่เพียงแต่ถูกจองจำจากกรงขังแห่งอุดมการณ์รักเท่านั้น แต่ในทางกลับกันอำนาจแห่งรักได้ก่อร่างสร้างผีผู้หญิงขึ้นมาเพื่อหลอกหลอนผู้ชายด้วยกัน ดังนั้น รอยจูบของผีผู้หญิงในแสงกระสือจึงสร้างความเจ็บปวดให้กับชายผู้ตกหลุมรักเธอ กล่าวคือ หากความรัก คือ อุดมการณ์ที่กดทับผู้หญิงให้ต้องหลงติดอยู่ในวังวนแห่งรัก (จนไม่ไปผูกเกิด) ปฏิบัติการในการโต้กลับอำนาจแห่งรักก็คือ ความรักของผู้หญิงที่หวนกลับมาหลอกหลอนผู้ชายในรูปของผี แม้จะอธิบายว่าท้ายที่สุดแล้วผีนางถูกปราบด้วยข้อคิดทางศาสนา อย่างไรก็ตามหากนายมากไม่ออกบวชก็จะไม่สามารถหนีจากภาวะหลอกหลอนดังกล่าวได้ เรื่องจึงมักจบลงด้วยการต้องบวชของผู้ชาย ดังนั้น การออกบวชของผู้ชายจึงอาจมิใช่ความปรารถนา หากแต่เป็นความจำใจเพื่อให้ตนเองหลุดพ้นจากอำนาจแห่งรัก (ที่มาในรูปผีผู้หญิง) เมื่อใช้มุมมองดังกล่าวในการอธิบายตัวละครผีผู้หญิงทวงรัก อาจเป็นเพียงสัญลักษณ์หรืออุปลักษณ์ของภาวะหลอนรักของผู้ชายเท่านั้น ดังที่ตัวละครชายใน ส่งต่อ ไม่สามารถก้าวพ้นจากความทุกข์ทรมานจากการสูญเสียหญิงอันเป็นที่รักได้ แม้เธอจะจากไปแล้วแต่เธอยังคงวนเวียนอยู่ในจินตภาพของเขาไม่ต่างจากผี ในขณะที่นายมากในเรื่อง พี่มากพระโขนง เลือกที่จะใช้ชีวิตอยู่กับผีหรือสิ่งที่จากไปแล้ว มิต่างจากการหลงติดอยู่ในภวังค์แห่งอดีตที่ไม่สามารถก้าวต่อไปข้างหน้าได้

คำสำคัญ: ความรัก, ความโศกเศร้าอาลัย, ผีผู้หญิง, ผู้ชาย, ความหลอน

Abstract

This article aims to study the politics of love and grief through the male characters who are the object that was made by love.

This tends to examine the past results of some other studies which they have shown the similarly preconceived results. The show explained that the female (in terms of a ghost) is the object that was made by an ideology of love in the patriarchal society. This study analyzed four texts; Nonzee's Nang Nak, Banjong Pisanthanakun's Pee Mak Phra Khanong, Sitisiri Mongkolsiri's Sang Krasue [Inhuman Kiss] and Nandane's Songtor [สั่งต่อ]; and was conducted with the applications of Sara Ahmed's The Cultural Politics of Emotion. These results suggest that firstly, male characters can be the object that was made by love as well as female characters. Secondary, female ghosts were conjured by the power of the male's love; instead, they themselves returned to the object of their love. Besides, the return of the conjured ghosts has haunted male characters. Inhuman's kiss thus cause the pain of a male who fell in love with them. He has suffered for the lost object. Loss and love which were quoted that oppress the female mindset certainly reveals a practice of power reaction of 'soft power', in terms of 'love'. Therefore, this argues that Mak's ordination was unwilling because it is the only way he can be free from melancholy and the female ghosts may be a male's imagination of haunting love. The male character in Songtor couldn't overcome the grief of his departed lover, even though she passed away, but she still lingers in his dreams and mentality, no different from a spirit. Male in Pee Mak Phra Khanong chose to live with a spirit or someone who has departed, on different than dwelling in the past, unable to move forward.

Keywords: love, grief, female ghost, male, haunt

บทนำ: บทบทวนการศึกษาว่าด้วยหญิงหมั้นรัก

การศึกษาวาดด้วยหญิงหมั้นรัก หรือความรักระหว่างเพศ (ชายกับหญิง) มักมองจากจุดยืนของผู้หญิง (ซึ่งพยายามใช้วิธีคิดแบบสตรีนิยมไทย) แม้ผลการศึกษาที่ออกมาจะนำไปสู่การตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ต่ออุดมการณ์ความรักระหว่างเพศที่ไม่เท่าเทียม แต่นั่นก็เป็นเพียงการชี้ให้เห็นว่า ความรัก คือ อุดมการณ์ที่ถูกครอบงำโดยสังคมแบบชายเป็นใหญ่ ในขณะที่เดียวกันผู้หญิงก็เป็นเพียงเครื่องมือเน้นย้ำความสำคัญของอุดมการณ์ดังกล่าวเท่านั้น

จากที่กล่าวข้างต้นหมายความว่า งานศึกษาที่ผ่านมาเป็นการศึกษา โดยให้ความสำคัญกับโครงสร้างแบบปิตาธิปไตยซึ่งทำให้เห็นว่า ผลการศึกษาที่ออกมาสร้างให้ผู้ชายเป็นผู้กระทำ (agency) ในขณะเดียวกันผู้หญิงกลับกลายเป็นผู้ถูกระกระทำ (object) (แม้ในด้านอารมณ์ความรู้สึก เช่น ความรัก เป็นต้น) ดังที่ อาทรี วนิชตระกูล (2555) อธิบายวิธีคิดเกี่ยวกับความรักและการแต่งงานของ Jaggar และ Bryson ว่า การแต่งงานระหว่างชายหญิงมีอุดมการณ์ความรักสอดแทรกอยู่ ซึ่งอุดมการณ์ดังกล่าวมาในรูปแบบของการแต่งงานหรือแม้แต่สถาบันครอบครัวก็กดขี่ผู้หญิงให้มีสถานภาพเป็นเบี้ยล่างหรือเป็นรอง จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ด้านความรักในสังคมปิตาธิปไตยไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานของความเท่าเทียมระหว่างหญิงชาย เพราะผู้หญิงถูกล่อลวงให้เชื่อมั่นในอุดมการณ์รักและการแต่งงาน ดังเช่นการอธิบายว่าการแต่งงานเป็นเสมือนสัญญาว่าจ้างแรงงานหญิงในบ้าน

งานศึกษาของ อาทรี วนิชตระกูล เรื่อง จาการวรรณกรรมสู่ละครเพลงไทยร่วมสมัย: ความรักกับการประกอบสร้างตัวละครเอกหญิง (2555) ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดข้างต้นของ Jaggar และ Bryson ซึ่งเป็นนักคิดสายสตรีนิยมที่วิพากษ์โครงสร้างอำนาจปิตาธิปไตย (ผ่านความรัก การแต่งงาน และสถาบันครอบครัว) แม้จะมีความพยายามรื้อถอนให้เห็นการประกอบสร้างวาทกรรมความรักระหว่างหญิงชาย แต่งานศึกษาของ อาทรี วนิชตระกูล ก็ได้ชี้ให้เห็นปฏิบัติการของวาทกรรมต่อต้านที่แฝงอยู่ในวาทกรรมหลัก ดังนั้น เมื่ออ่านข้อค้นพบหรือคำอธิบายของ อาทรี วนิชตระกูล จึงเต็มไปด้วยภาพของผู้หญิงที่ถูกเอารัดเอาเปรียบ

จากความรักเพียงด้านเดียว จนอาจทำให้เห็นว่า การเกิดเป็นผู้หญิงในสังคมรักแบบปิตาธิปไตยต้องประสบแต่ความขมขื่นและความทุกข์ ในขณะที่ผู้ชายได้รับผลประโยชน์จากวาทกรรมความรักทั้งสิ้น รวากับว่าความทุกข์จากรักมิได้เกิดในผู้ชาย

อาทรี วณิชตระกูล จำแนกตัวละครเอกหญิงในงานศึกษาออกเป็นสองกลุ่มตามผลของความรักที่ได้รับจากการประพฤติปฏิบัติตนตามการบ่มเพาะของสังคมปิตาธิปไตย คือ 1) ตัวละครเอกหญิงที่ได้รับรางวัลชีวิตจากการดำเนินชีวิตตามการบ่มเพาะดังกล่าว และ 2) ตัวละครเอกหญิงที่ได้รับการลงโทษเนื่องจากไม่สามารถดำเนินชีวิตตามการบ่มเพาะดังกล่าวได้ การแบ่งแยกดังกล่าวมีปัญหาอยู่ที่การมองจากจุดยืนของผู้หญิงมากเกินไป ส่งผลให้หลงลืมการมองตัวละครชายและไม่เห็นว่าตัวละครชายได้รับผลกระทบอะไรบ้างจากผลของความรัก

แม้ว่าละครหรือนิยายส่วนใหญ่จะดำเนินเรื่องผ่านตัวละครหญิง แต่มิได้หมายความว่า การเล่าเรื่องแบบดังกล่าวจะไม่ชี้ให้เห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตัวละครชายเลย แนวคิดของ Jaggar และ Bryson ที่อ้างมานั้น จึงมีข้อควรพิจารณา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อำนาจที่ผู้หญิงได้มาหลังการแต่งงาน ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นวัตถุ (object) ของผู้ชายในฐานะ “ผัว-ของ-ผู้หญิง” เช่นเดียวกัน ความเป็นเมียผ่านการแต่งงานจึงมิใช่เพียงบทบาทหน้าที่ที่ผู้หญิงต้องรับผิดชอบต่อสามี (หรือผัว) และครอบครัว เพราะบทบาทหน้าที่ดังกล่าวทำให้เกิดสิทธิแห่งเมียผ่านวาทกรรมเมียหลวง ดังนั้น การอธิบายหรือจำแนกของ อาทรี วณิชตระกูล จึงมีอคติจนทำให้ไม่เห็นมุมกลับของอำนาจที่ได้กลับตัวละครชาย เช่น ผู้ชายต้องประพฤติปฏิบัติอย่างไรบ้างหรือไม่ เพื่อให้ได้มาซึ่งความรักและผู้ชายได้รับผลกระทบอะไรบ้างจากการประพฤติปฏิบัติของผู้หญิงให้ได้มาซึ่งความรัก นอกเสียจากผลประโยชน์ด้านการครอบงำ เป็นต้น หรือแม้แต่มิได้มองว่าผู้หญิงได้ประโยชน์อันใดบ้างหรือไม่จากความรัก นอกจากรางวัลซึ่งหมายถึงสมหวังในความรัก

นอกจากนี้ งานศึกษาที่ได้รับการอ้างอิงถึงอย่างมากเกี่ยวกับผู้หญิงในไทย คือ งานของ นิรินทร์ เกตตราไชยอนันต์ (2550) เรื่อง ภาพตัวแทนผู้หญิงในละครโทรทัศน์ ซึ่งเสนอในทิศทางเดียวกันด้วยการจำแนกผู้หญิงประเภท

“ผีรอรัก” โดยอธิบายว่า ““ผีรอรัก” หมายถึง “ผีผู้หญิง” ที่“รอคอย” คนรักของตนกลับมาเพราะความรักของเธอยังคงอยู่ โดยที่เธอไม่อาจรู้ได้ว่า ความรักของคนที่ตนรักนั้นจะยังคงอยู่หรือไม่” เป็นเพราะวาทกรรมที่ประกอบสร้างให้ผู้หญิงต้องมีความรักเพื่อให้ชีวิตสมบูรณ์หรือมีความสุข ดังนั้น พวกเธอจึงถูกความรักพันธนาการ ข้อสรุปดังกล่าวจึงทำให้ผลการศึกษาคับแคบ โดยมองความรักในลักษณะตายตัวในฐานะอุดมการณ์ที่ทำร้ายผู้หญิง จนทำให้ไม่เห็นกลไกการทำงานของอารมณ์ความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และตัวละครผู้ชายในพื้นที่ความรักที่ขาดหายไป ทั้งนี้ งานศึกษาของนิรินทร เกตตราไชยอนันต์ และ อาทรี วณิชตระกูล ได้รับอิทธิพลจากงานศึกษาของ วิชุดา ปานกลาง (2539) ซึ่งศึกษาตัวบทภาพยนตร์ไทยเรื่อง “แม่นาคพระโขนง” พ.ศ. 2521-2532 และให้ความเห็นในทางเดียวกัน โดยชี้ให้เห็นในมุมมองของผีผู้หญิงที่ถูกกดขี่จากอำนาจของความรัก

หากพิจารณามุมมองดังกล่าวนี้เพิ่มเติมจากหนังสือ หลอน รัก สืบสวน ในหนึ่งไทย : ภาพยนตร์ไทยในรอบสามทศวรรษ (พ.ศ. 2520-2547) กรณียศึกษาตระกูลหนังสือ หนึ่งรักและหนึ่งยุคหลังสมัยใหม่ของ กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) ซึ่งได้กล่าวว่า “รักแบบอุดมคติในยุควิคตอเรียนจะสร้างภาพให้ผู้หญิงอยู่ในฐานะต้องการการปกป้องและดูแลจากชายหนุ่ม และความรักก็จะผูกพันกับอุดมการณ์เรื่อง ‘บ้าน’ (ครอบครัว/ผัวเดียวเมียเดียว) ‘วัย’ ‘รักต่างเพศ’ และ ‘ความบริสุทธิ์’ แห่งหญิงสาว ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมาจากสังคมแบบชายเป็นใหญ่” อาจชี้ชวนให้เห็นว่า นางนาก็ตกอยู่ในบ่วงแห่งอุดมการณ์ดังกล่าว แต่สิ่งที่ขาดหายไป คือ ผลกระทบของอุดมการณ์หรือวาทกรรมที่มีต่อตัวละครชายและมุมมองแบบสะท้อนย้อนกลับระหว่างการเป็นวัตถุวิสัยและอัตวิสัย

อย่างไรก็ตาม ในงานศึกษาชิ้นนี้พยายามชี้ให้เห็นในมุมมองที่ต่างออกไป โดยมองที่ตัวละครชาย (เป็นจุดยืน) โดยมองผู้ชายในฐานะวัตถุวิสัย (objective) แห่งความรัก ในขณะเดียวกันก็มองปฏิบัติการของอำนาจของผู้หญิงในมุมมองที่เป็นภาวะหลอนของความรัก (agency of love) แทนที่จะมองว่า (ผี) ผู้หญิงเป็นผู้ถูกระทำจากชุดวาทกรรมรักแบบปิตาธิปไตยเพียงฝ่ายเดียว ข้อค้นพบจากงานศึกษาจะชี้ให้เห็นว่า หากกล่าวถึงวาทกรรมรักที่ถูกสร้างโดยผู้ชายนั้น มีอำนาจทำให้ผู้หญิงถูกกดขี่และทุกข์ทรมานจากความรัก (ดังปรากฏในรูปแบบ

ของผู้หญิงที่ยึดติดอยู่ในบ่วงแห่งความรัก) ปฏิบัติการของวาทกรรมก็คือ อำนาจที่ย้อนกลับมาทำร้ายผู้ชายด้วยเช่นเดียวกัน (ดังปรากฏในรูปแบบของผีผู้หญิงที่มีปมปล่อยให้ผู้ชายได้มีความรักอื่นที่ดีได้ ผู้ชายจึงมีทางเลือกเดียว คือ การออกบวช ซึ่งหมายถึงสภาวะการกลาย/หรือแปรเปลี่ยน (trans) เป็นบรรพชิตที่ต้องปราศจากรักเชิงผู้ชาย อย่างไรก็ตาม ควรตั้งคำถามต่อสัญลักษณ์ของบรรพชิตว่าได้ก้าวสู่ความหลุดพ้นได้อย่างเสร็จสมบูรณ์หรือไม่ โดยตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมจากภาพยนตร์เรื่อง มะลิลา กำกับโดยอนุชา บุญยวรรธนะ มะลิลานำเสนอตัวละครชน ซึ่งออกบวชหลังจากที่เขาเสียคนรัก คือ พัทธ ในระหว่างที่เขาดำรงสถานะบรรพชิต เขาก็ยังคงเห็นภาพหลอนของพัธจากการทำโศกาคูร กล่าวคือเขาจินตภาพศพเป็นพัธ และสวมกอดกันด้วยความอาลัยรัก ในที่นี้ศพหรือจินตภาพของพัธที่ถูกสร้างขึ้นจึงไม่ต่างจากผีหรือสิ่งที่ตายจากไปแล้ว) ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปแบบของภาวะหลอกหลอน ดังนั้น การศึกษานี้จึงเลือกไข่มุมมองด้านการเมืองเรื่องความรักและความโศกเศร้าอาลัยเป็นข้อสนับสนุนการศึกษา

ใน The Cultural Politics of Emotion (2004) Ahmed ชี้ให้เห็นความสำคัญของอารมณ์ความรู้สึกที่มีได้เป็นเพียงปฏิกิริยาตอบสนองของร่างกายหรือสัญชาตญาณของมนุษย์โดยธรรมชาติเท่านั้น แต่หมายถึงกลไกซึ่งสัมพันธ์กับอำนาจทางการเมืองที่มีมิติด้านอารมณ์ความรู้สึกรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความรัก ความเกลียดชัง ความกลัว ความโศกเศร้า เป็นต้น เป็นองค์ประกอบในการขับเคลื่อนความหมายและสำนึกของปัจเจก ตลอดจนผู้คนแบบสาธารณะต่อสภาวะการณ์ต่าง ๆ Ahmed เรียกมุมมองด้านอารมณ์ความรู้สึกแบบนี้ว่า “‘sociality’ of emotion” ซึ่งให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์รูปแบบโครงสร้างทางสังคมประเด็นหลักที่ Ahmed ให้ความสนใจ คือ ประเด็นเรื่องชาตินิยม ความเป็นเรา (ซึ่งหมายถึง การรวมกันของอัตวิสัยที่ดำรงอยู่ในชาติ (nation) เดียวกัน ดังนั้นคุณ (you/the ‘you’) ในฐานะคนในชาติต้องรักชาติ) และความเป็นอื่น/คนอื่น (others) หรือสิ่งที่คุกคามชาติ Ahmed อธิบายว่า ชาติ สามารถกลายเป็นวัตถุวิสัยแห่งความรักได้ด้วยการให้ความหมายและการจัดวางตำแหน่งแห่งที่ (หรือโครงสร้าง) ระหว่างปัจเจกกับปัจเจกและปัจเจกต่อวัตถุวิสัยอื่น ๆ กล่าวคือเราเชื่อมโยงตนเองต่อชาติในฐานะที่ชาติเป็นสิ่งที่เรารัก ในขณะที่ชาติเชื่อมโยงกับ

คนอื่นในฐานะที่คนอื่นคุกคามชาติ เราจึงเชื่อมโยงกับคนอื่นในฐานะที่คนอื่น คุกคามสิ่งที่เรารัก ความรู้สึกที่เรา (ต้อง) มีต่อคนอื่นคือ ความกลัวและความเกลียดชัง ดังนั้น อารมณ์แบบหนึ่ง ๆ จึงสัมพันธ์กับอารมณ์แบบอื่น ๆ ในฐานะผลัดผลระหว่างกัน

Ahmed กล่าวว่า อารมณ์ความรู้สึกแบบหนึ่ง ๆ เป็นสิ่งที่สามารถ เคลื่อนย้ายไปมาหรือแทนที่ระหว่างอารมณ์ความรู้สึกแบบหนึ่ง ๆ หรือวัตถุวิสัยได้ จากการตีความ การให้ความหมาย และการจัดวางโครงสร้างซึ่งขึ้นอยู่กับ เจื้อนไขทางบริบท Ahmed ยกตัวอย่างคำว่า โศกเศร้าอาลัยอาจถูกแนบมา กับบางอัตวิสัยหรือบางวัตถุวิสัยมากกว่าคำอื่น ๆ เช่นเดียวกับคำว่า การสูญเสีย ที่สำหรับบางสิ่งอาจถูกนับว่าเป็นความสูญเสีย ในขณะที่อีกสิ่งหนึ่งไม่ถูกนับ และความโศกเศร้าอาลัย สามารถเชื่อมโยงไปสู่อารมณ์ความรู้สึกอื่น เช่น ความโกรธ ความเกลียด และความรัก เป็นต้น

การเคลื่อนที่ระหว่างอารมณ์ความรู้สึก สัมพันธ์กับเรื่องเล่าหรือ ประวัติศาสตร์ในอดีตของวัตถุวิสัย ความรักเป็นเหตุให้เกิดความโศกเศร้าอาลัย เนื่องจากความสูญเสีย ในขณะที่เดียวกันความสูญเสียสามารถเป็นเจื้อนไขให้เกิด ความเกลียดชังต่อผู้ที่พรางวัตถุวิสัยแห่งความรักไป ดังนั้น อารมณ์ความรู้สึก ด้านหนึ่งจึงทำงานผ่านกระบวนการอ่าน “reading” วัตถุ เช่น คนอื่น/ความเป็นอื่น อาจถูกอ่านว่าเป็นต้นเหตุของการสูญเสียวัตถุวิสัยแห่งรัก จากกรณีนี้ การอ่าน จึงสามารถแปรเปลี่ยนความโศกเศร้าให้กลายเป็นความเกลียดชังได้ ดังที่ Ahmed กล่าวว่า “they involve specific orientations towards the objects that are identified as their cause.” (Ahmed, 2004)

การเมืองเรื่องความรักและความโศกเศร้า จึงหมายถึงอารมณ์ความรู้สึก ที่สัมพันธ์กับความหมายที่โครงสร้างของสังคมจัดวางไว้ Ahmed กล่าวว่า “the loss of the object is compensated for by ‘taking on’ the quality of the object.” (Ahmed, 2004) ความโศกเศร้าและการไว้อาลัย เป็นการแสดงออกซึ่งความรักและคุณค่าของสิ่งที่เรารัก ดังนั้น ความรัก ความโศกเศร้า และความสูญเสียจึงสัมพันธ์กันด้วยเจื้อนไขแห่งอุบัติการณ์ ของการเชื่อมต่อ หรือเป็นปฏิบัติการระหว่างกัน ดังนั้น ปฏิกริยาตอบสนอง (reaction)

ทางอารมณ์ความรู้สึก จึงสามารถบ่งบอกความหมายหรือคุณค่าของวัตถุ ต่อตัวปัจเจกได้ ในขณะที่เดียวกันการแสดงออกซึ่งอารมณ์ความรู้สึกก็มีส่วน ในการก่อร่างสร้างอัตลักษณ์ของปัจเจกด้วยเช่นเดียวกัน โครงสร้างและบริบท ทางประวัติศาสตร์ของสังคม มีความสำคัญในการกำหนดคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ จากเงื่อนไขของการแสดงออกด้านอารมณ์ความรู้สึก ดังเช่นกรณีการสูญเสีย บุคคลสำคัญที่โครงสร้างส่วนบนมีการบังคับให้ประชาชนต้องไว้อาลัยเป็นเวลานาน เพื่อแสดงให้เห็นคุณค่าของสิ่งที่สูญเสียไป ในขณะที่เดียวกันประชาชนก็ต้องแสดงออก ซึ่งความโศกเศร้าและไว้อาลัย เพื่อจัดวางตนเองให้มีอัตลักษณ์

ในโครงสร้างทางสังคมแบบปิตาธิปไตย การจัดวางระดับของคุณค่าทางเพศ มีความแตกต่างกัน ดังผลการศึกษาที่ผ่านมาซึ่งอธิบายว่า การที่ผู้หญิง ไม่สามารถไปผูกพันได้นั้น เป็นเพราะพวกเธอยังคงติดอยู่ในบ่วงแห่งความรักหรือ เธอรักผู้ชายมาก เธอจึงติดอยู่กับความโศกเศร้าเพราะไม่สามารถทำใจและ ก้าวต่อไปได้ ขออธิบายในลักษณะนี้เป็นการเน้นย้ำคุณค่าความสำคัญของผู้ชาย ในฐานะวัตถุแห่งความรัก หรือของรักที่ผู้หญิงสูญเสียไป (the loss of loved object) พวกเธอจึงจมปลักอยู่กับความโศกเศร้าอาลัยต่อผู้ชายอย่างเนิ่นนาน การอธิบายในลักษณะนี้ เอนเอียงไปสู่การให้ความสำคัญกับผู้ชาย ในขณะที่ ผู้หญิงเป็นเพียงตัวประกอบเพื่อหนุนเสริมคุณค่าของผู้ชาย ในทางตรงกันข้าม หากผู้หญิงไม่มีที่ท่าของการแสดงออกซึ่งความโศกเศร้าอาลัยต่อผู้ชายอันเป็นที่รัก คุณค่าต่อเพศชายจะถูกลดทอนลง สังคมแบบปิตาธิปไตยจึงต้องควบคุมและ ให้ความสำคัญกับการแสดงออกด้านอารมณ์ของผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย โดยอ้างว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่ไม่สามารถควบคุมความปรารถนาในการแสดงออกทางอารมณ์ได้ และใช้ภาพแทนผู้หญิงที่เป็นผีและผู้ชายที่เป็นพระ ดังปรากฏเป็นโครงเรื่องแนวพระ กับพญานาคแบบละครโทรทัศน์เรื่อง ภาษานาคำ กำนับโดย สมพร เชื้อบุญอุ้ม ดังนั้น ปฏิบัติการของวาทกรรมที่ย้อนแย้งภายในตัวบท จะช่วยให้เห็นข้อเสนอ ที่เป็นจุดอ่อนของวาทกรรมความรักในสังคมแบบปิตาธิปไตย ที่ไม่เพียงแค่ว่าละคร ผู้หญิงเท่านั้นที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงความรักที่สังคมประกอบสร้าง แต่ผู้ชายเองก็ได้รับผลกระทบจากการต้องแสดงออกด้านอารมณ์ความรู้สึก ของผู้หญิงเช่นเดียวกัน

บทความชิ้นนี้คัดสรรตัวบทในการวิเคราะห์เพื่อเป็นตัวอย่างสนับสนุนข้อเสนอจำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง นางนาก (2542) กำกับโดยนนทรี นิมิบุตร ภาพยนตร์เรื่อง พี่มากพระโขนง (2556) กำกับโดยบรรจง ปิัญญะกุล ภาพยนตร์เรื่อง แสงกระสือ (2562) กำกับโดยสิทธิศิริ มงคลศิริ และเรื่องสั้น ส่งต่อ (2562) เขียนโดยนันดาณี ตัวบทเหล่านี้สัมพันธ์กันด้วยประเด็นการวิเคราะห์เรื่องการเมืองเรื่องความรักและความโศกเศร้าอาลัยของตัวละครชายที่มีต่อ (ผี) ผู้หญิง โดยตั้งต้นจากนางนากในฐานะตัวบทประชาานิยมที่ถูกศึกษาและมีข้อค้นพบจากงานศึกษาก่อนหน้าจำนวนไม่น้อย ซึ่งบทความชิ้นนี้พยายามตั้งคำถามต่อผลการศึกษาที่ผ่านมา และพยายามชี้ชวนให้มองในทิศทางที่ต่างออกไปจากจุดตั้งต้นดังกล่าวนี้ ภาพยนตร์เรื่อง พี่มากพระโขนง จึงเป็นอีกหนึ่งตัวบทที่มีความสำคัญเนื่องจากภาพยนตร์พยายามนำเรื่องเล่าเก่ามาเล่าใหม่ โดยสนใจฟัง ‘เสียง’ ของนายมากที่มีต่อนางนาก ส่วนภาพยนตร์เรื่อง แสงกระสือ และเรื่องสั้นส่งต่อ นำเสนอตัวละครเอกผู้หญิงที่ต่างออกไปจากนางนากและพี่มากพระโขนง กล่าวคือ นางนากและพี่มากพระโขนงนำเสนอตัวละครเอกผู้หญิงที่เป็นภาพแห่งจิตวิญญาณของคนที่ยากไปแล้ว แต่แสงกระสือนำเสนอตัวละครเอกผู้หญิงที่เป็นกระสือ ซึ่งหมายถึงสภาวะครึ่งผีครึ่งคน เธอจึงยังไม่ใช่คนที่ยากไปแล้ว สิ่งที่น่าสนใจที่บทความชิ้นนี้ตีความ คือ ตัวละครสาวยังอยู่ในสภาวะก้ำกึ่งระหว่างความเป็นและความตาย กล่าวคือ เธออยู่ในสภาวะเจ็บปวดที่พร้อมจะตายในทุกเมื่อ ดังนั้น ความทุกข์ทรมานที่ตัวละครชายต้องประสบ คือ ความเจ็บปวดจากการรับรู้ว่าคุณที่ตนเองรักนั้นกำลังจะจากไปในขณะที่เรื่องสั้น ส่งต่อ ไม่นำเสนอการปรากฏตัวของตัวละครเอกหญิงในเรื่อง แต่เธอถูกกล่าวรำพึงหาโดยตัวละครชาย เมื่ออ่านเรื่องสั้นเรื่องนี้ผู้อ่านจะไม่ทราบเลยว่าตัวละครมุกดาเธอตายจากไปแล้ว หรือเธอเพียงแค่ผู้ชายเหล่านี้ไป สิ่งที่ยลเหลือ คือ ความทรงจำและความโศกเศร้าที่ตัวละครชายโหยหาเธอ มุกดาและนางนาก จึงไม่ต่างกันในฐานะสิ่งที่จากตัวละครชายไปแล้ว ดังนั้น (ผี) ผู้หญิงในงานศึกษาชิ้นนี้จึงหมายถึง “the loss of a loved person” ดังที่ Freud อธิบายปฏิกิริยาที่เกิดจากความสูญเสียดังกล่าวว่า ความโศกเศร้าอาลัย (Freud, as cited in Wool, 2020)

ดังนั้น ตัวบททั้ง 4 เรื่อง จึงจะช่วยหนุนเสริมข้อเสนอของบทความ โดยให้มุมมองที่แตกต่างกันแต่สามารถนำไปสู่คำตอบในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การโยนหาอดีตต่อผู้หญิงที่ทิ้งผู้ชายไปและทำให้ผู้ชายพ้อฝัน (ในแง่ต่อ) ความเจ็บปวดที่ผู้ชายต้องประสบเมื่อเขารู้ว่าคนรักกำลังจะจากไป (ในแง่กระสือ) ผู้ชายที่ยอมสละชีวิตทางสังคมของตนเองเพื่ออยู่กับผี หรือจมอยู่กับอดีต เพราะเขาไม่สามารถเริ่มต้นใหม่ได้โดยละทิ้งความรักครั้งเก่า (ในที่นี้มากพระโขนง) และผู้ชายที่ต้องจำใจออกบวชเพื่อบำบัดตนเองจากบาดแผลแห่งรัก (ในนางนาก)

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. บทความชิ้นนี้แยกความเข้าใจระหว่างคำว่า วัตถุที่ถูกกระทำจากความรัก (the object that was made by love) ยกตัวอย่าง การกล่าวอ้างว่านางนาก ถูกกระทำจากความรักเธอจึงไม่สามารถไปเกิดใหม่ได้ เป็นต้น นอกจากคำว่า วัตถุ (วิสัย) แห่งความรัก (the object of love) ยกตัวอย่าง นายมากเป็นวัตถุ แห่งความรักที่นางนากมีความรู้สึกต่อเขา เป็นต้น

2. อารมณ์ความรู้สึกมีหลากหลายรูปแบบต่อวัตถุแห่งรักที่แตกต่างกัน ในบทความชิ้นนี้มีได้แสวงหาคำอธิบายเพื่อจำกัดความให้แก่นิยามความรัก แต่มุ่งอธิบายปฏิบัติการของความรักในมิติของพลังความเข้มข้นผ่านตัวบทที่ยกมา

เพราะรักฉันจึงร้าย และเพราะร้ายฉันจึงผิด

แม้วนิยายสยองขวัญจะมีจุดมุ่งหมายหลัก คือ การหลอกหลอน หรือการทำให้หวาดกลัว (horror) แต่ลักษณะของนิยายสยองขวัญในแบบไทย ๆ ก็มีอาจหลีกเลี่ยงไม่ได้จากสิ่งที่อาจเรียกได้ว่าเป็น “ชนบเรื่องเล่าผีไทย” ซึ่งก็คือ ความมีเหตุผลหรือที่มาที่ไปของเรื่องเล่าโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เหตุผลด้านความรัก และความแค้น งานศึกษาบางชิ้นชี้ให้เห็นว่า โครงเรื่องเกี่ยวกับเรื่องรักและการ หึงหวง เช่น จากตัวละครนางนาก “...ช่วยขับเน้นความดुर้ายไร้เหตุผลของนางนาก ให้เด่นชัดขึ้น แสดงให้เห็นความหึงหวงจนขาดสติของนางนากต่อสายหยุด”

(อาทรี วณิชตระกูล, 2555) รวมทั้งคนไทยหลายคนที่รับชมภาพยนตร์ผีของต่างประเทศมักจะถามถึง “เหตุผล” ของการหลอกและการฆ่า โดยไม่เข้าใจถึง “ชนบเรื่องเล่าผีไทย” และอำนาจของอุดมการณ์อารมณ์ความรู้สึกในวัฒนธรรมไทย ดังนั้น แม้ว่าอารมณ์ความรู้สึกและเหตุผลท่ามกลางบางระบบความรู้แบบเหตุผลนิยมจะถูกแยกออกจากกัน แต่อารมณ์ความรู้สึกก็สามารถปรากฏออกมาให้เห็นในเวลาเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น การที่ตัวละครแสดงออกด้านความรัก (เชิงชู้สาว) มาก ๆ จะถูกมองว่าเป็นการกระทำที่ขาดสติจนกลายเป็นไม่มีเหตุผล ในขณะที่ความรักที่นางนากมีต่อลูกกลับกลายเป็นเหตุผล (อาทรี วณิชตระกูล, 2555) ที่ยอมรับได้ ดังนั้น รูปแบบความรักจึงเป็นวาทกรรม กล่าวคือ เป็นอารมณ์ความรู้สึกที่ถูกอธิบายโดยชุดข้อมูลความรู้ ที่มีฐานคิดทางพระพุทธศาสนาเป็นอุดมการณ์หลัก ความรักแต่ละแบบจึงถูกให้ความหมายและคุณค่าที่แตกต่างกัน (วาทกรรมดังกล่าวจึงมีความย้อนแย้ง ท่ามกลางบริบทของสังคมที่นับถือคุณค่าของระบบเหตุผล)

จากกรณีของความรัก เมื่อพิจารณาความซ้ำและความถี่จะพบว่านวนิยายสยองขวัญมักอุดมไปด้วยเรื่องเล่าของรักโรแมนติกของเหล่าตัวละครในอดีต ซึ่งเผยให้เห็นถึงอุดมการณ์หรือคุณค่าของความรักที่ดำรงอยู่ในสังคม แต่ความไม่สมหวังกลับสะท้อนให้เห็นความย้อนแย้งของอุดมการณ์ดังกล่าว และพลังแห่งการหลอกหลอนของความรักอันเป็นเหตุหลักของคำสาปแช่งและอุบัติเหตุแห่งผี (ลักษณะนี้พบในเรื่องเล่าผีหลายเรื่อง) งานศึกษาส่วนใหญ่มักมองตัวผี (โดยเฉพาะผีผู้หญิง) ในฐานะเครื่องมือแห่งอุดมการณ์ที่ถูกกระทำ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงกลายเป็นเหยื่อแห่งอุดมการณ์รักมากกว่าผู้ชาย ทั้งนี้ หากให้ความสำคัญกับตัวอุดมการณ์เอง ซึ่งหมายถึงความรักในฐานะพลาณาภาพ จะทำให้เห็นข้อค้นพบในอีกแง่มุม นั่นก็คือ ความรักในฐานะพลังที่ปลุกผีขึ้นมาจากความตายเพื่อหลอกหลอน การหลอกหลอนดังกล่าวมิได้กดทับเฉพาะตัวละครหญิงเท่านั้น แต่เป็นผีที่กลับมาหลอกหลอนอุดมการณ์แห่งความรักด้วยตัวมันเอง

นอกจากการอุบัติขึ้นของผีแล้ว จะเห็นได้ว่าพลาณาภาพแห่งรักนั้นสามารถทำให้มนุษย์แปรเปลี่ยนสภาพตนเองจากอัตลักษณ์หนึ่งไปสู่อีกอัตลักษณ์หรือยิ่งไปกว่านั้น ความรักสามารถทำให้คนทำร้ายหรือฆ่าฟันกันเองได้ ดังนั้น จากกรณีศึกษาเรื่องนางนากแม้ว่าเธอจะถูกมองว่าเป็นหญิงสาวผู้ถูกจองจำ

จากอุดมการณ์รักข้ามภพภูมิ และต้องรับชะตากรรมเมื่อฝ่าฝืนจารีตแห่งความ “รักดี” (อาทรี วนิชตระกูล, 2555) แต่ในขณะเดียวกัน นายมากเองก็ถูกจองจำ ผ่านอุดมการณ์รักที่นางนากมีต่อเขาเอง ด้วยการกีดขวางทุกคนที่เข้ามาหานายมาก และนางนากก็สามารถหลอกหลอนคนในสังคมด้วยแรงรัก นอกจากนี้ ความซึ้งรัก ของนางนากก็เป็นสัญญาณของการท่วงตึงความสวยงามของอุดมการณ์รักโรมแมนติก และดึงดูดผู้ชมให้จดจำเรื่องราวความน่ากลัวของความรักไปในขณะเดียวกัน

และในท้ายที่สุด ฉากจบของเรื่องมักถูกเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องศาสนา ดังเช่นกรณีนางนากับสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) ในงานศึกษาหลายชิ้น มักชี้ให้เห็นมุมมองในแนวตั้งระหว่างพระพุทธศาสนาซึ่งมีตัวแทน คือ พระสงฆ์ และศาสนา ฆีซึ่งมีตัวแทน คือ ฆี ในทางเดียวกันนี้ การอุปมาดังกล่าวยังผูกโยง ไปสู่แนวคิดเรื่องเพศ ในฐานะคิดที่ผู้ชาย (ซึ่งเป็นพระ) มีอำนาจในการสยบอำนาจ ของผู้หญิง (ซึ่งเป็นฆี) แต่การอธิบายแบบดังกล่าวกลับแสดงความยกย่อง ของอุดมการณ์ผ่านตัวละคร เห็นได้จากตัวละครฆีที่ดำเนินเรื่องด้วยความ “บ้าคลั่ง” ตลอดทั้งเรื่อง แต่ตอนท้ายกลับพ่ายแพ้ให้กับอำนาจปิศาจปิศาจ หรือไม่สามารถ ตอบได้ว่า ทำไมนางนากจึงเป็นผิคนเดียวที่ถูกดึงกลับมาให้มีอำนาจมากถึงเพียงนั้น และศพอื่น ๆ ที่นางนากได้ฆ่า ทำไมถึงไม่ย้อนกลับมาต่อสู้กับนางนากเอง หรือแม้แต่ไม่สามารถอธิบายฆีที่เป็นผู้ชายได้อีกด้วย ทั้งนี้ การศึกษาจากมุมมอง พลาณภาพแห่งรัก จะช่วยชี้ให้เห็นกลวิธีในการรื้อสร้างคุณค่าความรักเสียใหม่ ในลักษณะของการถอดถอนอำนาจของพลังแห่งความรักออกไปผ่านการ กล่อมเกลாதงศาสนา

ยกตัวอย่างนิยายเรื่อง มฤตยูเขียว (2558) ของจินตวิทย์ วิวัชร ได้เล่าถึง ตัวละครชาย (ดร.พิมาน วิสุทธิ์พฤกษ์) นำอสุรกายจากปากกลับมาเพื่อแก้แค้น กลุ่มคนที่ทรยศพ่อของเขา จนเป็นเหตุให้พ่อของเขาเสียชีวิตในเวลาต่อมา การแก้แค้นของ ดร.พิมาน ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องจนเหลือศัตรูเพียงคนเดียว แต่เขากลับต้องยุติความคิดนั้นเพราะ “อเทตยา อรรคเมธี ผู้บริสุทธิ์งดงาม เสียจนทำให้ไฟแค้นของเขาต้องแปรเปลี่ยนไป” เธอคือลูกสาวของศัตรูคนสุดท้าย ของเขา ในกรณีของ ดร.พิมาน เผยให้เห็นพลาณภาพแห่งรักในการจัดการ และกระทำต่อพลังแห่งความแค้นด้วยการรื้อถอนและสร้างอุดมการณ์ใหม่ขึ้นมา

เช่นเดียวกันนี้ ในนิยายเรื่อง มนุษย์ขึ้นส่วน (2558) (ภาคต่อ มฤตยูเขียว) ของ จินตวิธ วิวัธน์ หลังจากที่ ดร.พิมาน ได้สร้าง กรีนเนตดา นารีผลจำแลงขึ้นมา ซึ่งเธอมีลักษณะสำคัญ คือ อารมณ์ความรู้สึก (แม้จะกล่าวว่า มนุษย์ขึ้นส่วน เป็นนวนิยายที่ได้รับอิทธิพลจากแฟรงเกนสไตน์ (Frankenstein) ของ Mary Shelley แต่นิยายเรื่อง มนุษย์ขึ้นส่วน กลับสะท้อนอุดมการณ์ของชนบทเขียน นวนิยายแบบไทยของผู้เขียนคนไทยนั่นคือ การสร้างตัวละครปิศาจที่เป็นผู้หญิง และเธอก็มีอารมณ์ความรู้สึกเป็นปมหลักของเธอในเรื่องเล่าเรื่อง อารมณ์ความรู้สึกนี้เองที่เป็นพลังในการสร้างอัตลักษณ์และอุดมการณ์ของ กรีนเนตดา ให้กลายเป็นปิศาจที่ทำร้ายผู้คน (หรือผู้หญิง) ที่เข้ามายุ่งเกี่ยวกับชายที่เธอรัก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าแรงปรารถนาแห่งรัก เป็นพลังในการสร้าง ลด และเปลี่ยนแปลง ทั้งอุดมการณ์และอัตลักษณ์ของมนุษย์ (หรืออาจรวมถึงมนุษย์ ดังปรากฏในเรื่องเล่ามนุษย์) ทั้งในระดับปัจเจกแลสังคม หรือแม้แต่แรงปรารถนาอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน

ดังนั้น ด้วยพลาณภาพแห่งรัก ซึ่งถูกนำเสนอผ่านการแปรเปลี่ยนของ ตัวละครจากอัตลักษณ์หนึ่งไปสู่อีกอัตลักษณ์หนึ่ง (ส่วนมากมักอธิบายในด้านลบ) เฉกเช่น นางนาคที่แปรเปลี่ยนจากหญิงธรรมดาคนหนึ่งกลายเป็นผีผู้ทรงพลัง และทำร้ายผู้คนอย่างที่เธอไม่เคยทำมาก่อนด้วยเหตุจากความรัก (เชิงชั่วสาว) ในทางเดียวกันนี้ ด้วยวาทกรรมความรัก (เชิงชั่วสาว) เธอจึงถูกให้ความหมายว่าเป็นตัวร้าย และด้วยความร้ายนั้น เธอจึงเป็นเสมือนภาพตัวแทนด้านลบของ พลาณภาพแห่งรักและต้องถูกขจัดออก อย่างไรก็ตาม งานศึกษานี้พยายามชี้ให้เห็นว่า ผีผู้หญิงที่ถูกแปรเปลี่ยนจากพลาณภาพแห่งรักให้เป็นปิศาจที่น่ากลัวนั้น เป็นเพียงสิ่งสร้าง (จินตภาพ) จากสังคมปิตาธิปไตยและพระพุทธศาสนาที่หวาดกลัว ต่อพลาณภาพแห่งรัก

“เพราะรัก” นางนากจึงหวนคิน: หรือเธอไม่เคยไปไหนจากใจนายมาก?

นางนาก (2542) เป็นภาพยนตร์สยองขวัญที่น่าสยองแก่นเรื่องเกี่ยวกับ อนุภาคแห่งความรัก ผ่านเรื่องเล่าโศกนาฏกรรมแห่งรักระหว่างนางนากและ นายมาก ปมปัญหาของเรื่องเริ่มต้นเมื่อนางนากตายระหว่างการคลอดลูก ในขณะที่นายมากออกไปเกณฑ์ทหาร แต่วิญญาณของนางนากยังคงวนเวียนอยู่ เพื่อรอคอยสามี กลายเป็นรักต้องห้ามระหว่างผีกับคน หากมองอย่างผิวเผิน อาจทำให้ได้ข้อสรุปเพียงว่า สาเหตุของการกลับมาของนางนากเป็นเพราะเธอ คือ วัตถุวิสัยที่ถูกกระทำจากอำนาจแห่งรักจนไม่สามารถไปเกิดใหม่ได้

ดังที่ได้แจ้งจุดประสงค์ไปแล้วว่า งานศึกษาชิ้นนี้พยายามมองในมุมกลับ โดยการตั้งคำถามว่า แท้จริงแล้วนางนากเป็นวัตถุวิสัยที่ถูกกระทำจากวาทกรรม แห่งรักในสังคมปิตาธิปไตย หรือแท้จริงแล้วการถวิลหาคนรักที่ขาดหายไป ของนายมาก ได้นำไปสู่การสร้างนางนากขึ้นมาให้เป็นวัตถุแห่งการคลั่งไคล้ หลงใหลของตนเอง

นางนาก (หรือแม่นาก) เป็นเรื่องเล่าประชานิพนธ์ที่มีการทำซ้ำ/ดัดแปลง ทั้งในรูปแบบงานเขียนและงานภาพมากกว่าครึ่งศตวรรษ โดยยึดโครงเรื่องหลัก ดังกล่าวไว้อยู่เสมอ ลักษณะดังกล่าวใกล้เคียงกับสิ่งที่ Ahmed เสนอเกี่ยวกับการเมืองเรื่องความโศกเศร้าอาลัย Ahmed อธิบายว่า Melancholia คือ พยาธิวิทยาแบบหนึ่งโดยการทำงานทางจิต กล่าวคือ อีโก้ (ego) ปฏิเสธที่จะปล่อย วัตถุวิสัยและดำรงรักษามันไว้ภายใต้จิตใจของอัตวิสัย ในรูปแบบของ ghostly death (หรือ the lost object) หนทางในการปลดปล่อยดังกล่าว คือ “to ‘let go’ of that which is already ‘gone’” ซึ่งกลายเป็นจริยธรรมหรือเพื่อสุขภาพต่อผู้อื่น/ สิ่งอื่น การสูญเสีย ซึ่งหมายถึงการทำให้ไม่ได้ของการจากไปและความรู้สึกผิด ต่อวัตถุวิสัย ปรากฏเด่นชัดในเรื่องเล่าของนางนาก ดังนั้น การปลดปล่อยเธอ ออกจากความระทมทุกข์ดังกล่าว จึงถือเป็นเรื่องดีทั้งต่อตัวเธอและผู้อื่น แต่ทว่า การผลิตซ้ำโครงเรื่องดังกล่าวอย่างต่อเนื่องนานกว่าครึ่งศตวรรษ คือ ความย้อนแย้ง ระหว่างความพยายามในการชี้ให้เห็นทางออกและการผลิตซ้ำอุดมการณ์ เพราะในทางหนึ่งถือเป็นการเน้นย้ำบทบาทหน้าที่ของ “ความเป็นเมีย” และพลัง

ของความรัก ยกตัวอย่างภาพยนตร์เรื่อง นาค รักแท้ วิญญาณ ความตาย (2548) กำกับและเขียนบทโดย Mark Duffield ที่นำเรื่องเล่าของนางนาคมาเล่าต่อหลังจากที่เธอถูกสะกดวิญญาณไปแล้ว และนายมากกลับชาติมาเกิดใหม่ร่วมสมัย เรื่องยังคงย้อนกลับไปเล่าถึงการที่นางนาคไม่สามารถละทิ้งนายมากไปได้ และยังคงกลับมาหลอกหลอนเพื่อให้ได้เขากลับไป สิ่งที่ Ahmed เสนอต่อจากแนวคิดเรื่อง Melancholia คือ politic of grief โดยชี้ให้เห็นว่า แทนที่การปลดปล่อยดังกล่าวนั้นจะถูกเน้นย้ำเนื่องจากเหตุผลด้านจริยธรรมและสุขภาพ แต่บางความโศกเศร้าอาจกลับถูกธำรงรักษาให้อยู่ต่อไป ในงานของ Ahmed จึงให้ความสำคัญกับเป้าหมายของความโศกเศร้าอาลัย Silverman and Klass (1996, as cited in Ahmed, 2004) เสนอว่า จุดมุ่งหมายของการไว้อาลัยมิใช่เพื่อการปลดปล่อย แต่คือการต่อรอง (ใหม่) ด้านความหมายของการสูญเสียเหนือกาลเวลา ดังนั้น ความโศกเศร้าอาลัยจึงไม่ถูกมองว่าเป็นพยาธิวิทยา กล่าวคือให้ความสำคัญกับความปรารถนาที่จะรักษาสิ่งที่ผูกติดมากับสิ่งที่สูญเสียไป ดังที่ Eng and Kazanjian (2003, as cited in Ahmed, 2004) กล่าวว่า Melancholia คือ วิถีทางที่ควรจะชอบธรรมมากกว่า (mourning) สำหรับความรับผิดชอบที่มีต่อสิ่งที่สูญเสียไป หรือคือการแสดงความศรัทธาหรือความทุ่มเทที่มั่นคงในส่วนหนึ่งของอีโก้ต่อวัตถุวิสัยที่สูญเสียไป หมายความว่า คือ “...a way of keeping the other, and with it the past, alive in the present.” เมื่อพิจารณาจากวิธีคิดดังกล่าว จึงสามารถอธิบายด้วยบทใดใน 2 ทาง คือ การผลิตซ้ำโครงเรื่องนางนาคอาลัยรักต่อนายมากซ้ำ ๆ โดยเฉพาะความรักข้ามภพชาติ จึงหมายถึง ความพยายามที่จะธำรงรักษาให้เห็นถึงความสำคัญของวัตถุวิสัยที่เธอสูญเสียไป ในที่นี้นี้นายมาก ในอีกทางหนึ่งนางนาค คือ จินตภาพที่นายมากมีต่อเธอ เนื่องจากเขาทั้งทำใจไม่ได้และรู้สึกผิดต่อเธอ “[ทั้งสองคนร้องไห้]...ชาตินี้เราสองคนคงทำบุญไว้น้อย จึงอยู่ได้แค่นี้ ชาตินี้หน้าเราเกิดเป็นผัวเมียกันอีกนะอีนาท” (นนทรี นิมิบุตร, 2542) ดังนั้น แม้ภายใต้เรื่องเล่ากระแสหลักที่มักถูกผลิตซ้ำโดยผู้ชาย และให้ความสำคัญกับตัวละครชายนั้น ได้สอดแทรกความสำคัญต่อดตัวละครหญิงเข้าไปอยู่ด้วยเสมอ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนมากขึ้นในภาพยนตร์เรื่อง พี่มากพระโขนง

ในปี พ.ศ. 2556 บรรจง ปิัญญะกุล และทีมงาน ได้นำเสนอภาพยนตร์ เรื่อง พี่มากพระโขนง ซึ่งเล่าเรื่องนางนากในมุมมองที่ต่างออกไป และได้รับ กระแสนิยมในระดับดีมาก กล่าวคือ นายมากตัดสินใจใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับนางนาก แม้เธอจะเป็นผีกก็ตาม เรื่องเล่าดังกล่าวจึงย้อนกลับมาช่วยอธิบายให้เห็นว่า ความรักเป็นอุดมการณ์ที่กระทำต่อนายมากที่มียอมทั้งนางนากเช่นเดียวกัน

ดังนั้น การมองจากจุดยืนที่ว่าผู้ชายเป็นฝ่ายอาลัยรักจนไม่สามารถ ลืมผู้หญิงได้ จะช่วยตอบคำถามว่าเหตุใดนางนากจึงเป็นเพียงผีตนเดียวที่หวนกลับมา และมีพลังอำนาจที่ล้นเหลือ แม้ว่าในทางหนึ่งอาจกล่าวได้ว่า การกลับมาของนางนาก เป็นเพราะพลังรักมากล้นอันไร้เหตุผลของเธอ ทำให้เธอไม่จากไปไหน แต่ไม่สามารถ อธิบายได้ว่า ทำไมการกลับมาของนางนากถึงทำร้ายนายมาก เช่น การให้สามตัวเอง ทานของเน่าเสีย หลับนอนในที่สกปรก เป็นต้น ทั้งที่เธอรักเขามากขนาดนั้น “...ถ้าฉันทำ [ทำร้ายพี่ (hurt you)] ไปจริง ๆ ฉันคงรับตัวเองไม่ได้เหมือนกัน...” (บรรจง ปิัญญะกุล, 2556) และความรักที่นายมากมีต่อนางนากนั้น ขาดหายไป ในเรื่องเล่าดังกล่าว

ในทางหนึ่งหากผีนางนากเป็นจินตภาพของนายมาก หรือเธอผุดเกิดขึ้นมา จากความรักที่เขามีต่อเธอ เรื่องราวที่เกิดขึ้นกับนายมาก จึงเป็นผลมาจากการที่ เขาไม่สามารถลืมนางนากได้ พิจารณาทสนทนาระหว่างนางนากและนายมาก ในภาพยนตร์เรื่อง พี่มากพระโขนง ช่วงนาที่ที่ 97-103 ดังต่อไปนี้

นางนาก: “ตัวเองสัญญากับเค้านะ ถ้าเค้าไม่อยู่แล้ว ตัวเองต้องอยู่ให้ได้นะ”

นายมาก: “นาก นากไม่ต้องไปไหนทั้งนั้นแหละ นากบอกว่านากหลอกพี่ นากไม่ได้หลอกอะไรพี่เลยนะ ถึงพี่จะเป็นคนโง่ พี่ก็ไม่ได้โง่ขนาดไม่รู้ว่ามีเมียตัวเอง ตายไปแล้วหรอคะ...ถึงชาวบ้านจะรังเกียจ ไม่มีใครคบ ถึงจะต้องกินแต่ใบไม้ใบหญ้า แต่พี่ก็ยังอยากอยู่กับนากนะ”

นางนาก: “ขอบใจนะพี่ แต่มันเป็นไปไม่ได้หรอก”

นายมาก: “ทำโมอะ เราก็กะแก่งทำเป็นเหมือนไม่มีอะไรเกิดขึ้น ที่ผ่านมาระก็อยู่ด้วยกันได้ไม่ใช่หรอนาก”

นางนาก: “แต่เค้าตายไปแล้วนะ คนกับผีอยู่ด้วยกันไม่ได้หรอกมันผิด ธรรมชาติ”

นายมาก: “ถ้าอย่างนั้น ความรักมันก็คงเป็นเรื่องผิดธรรมชาติ... ผิดด้วยหรือนัก ที่เรารักกันขนาดนี้”

นางนาก: “ตัวเองไม่กลัวเค้าหรือ”

นายมาก: “เค้ากลัวผีจะตาย ตัวเองก็รู้ แต่เค้ากลัวไม่ได้อยู่กับตัวเอง มากกว่า...”

บทสนทนาข้างต้นระหว่างนางนากและนายมากชี้ให้เห็นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะจากมุมมองความรักของนายมากที่มีต่อนางนากว่า นายมากเป็นวัตถุนิยมแห่งความรักเช่นเดียวกันดังนั้น ด้านหนึ่งอำนาจแห่งความรักจึงเป็นพลังแบบ interactive ที่ตัวละครมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน พลังดังกล่าวเป็นปฏิบัติการแบบ in-between ที่การอธิบายแบบมุมมองเดียว เช่น ผู้หญิงเป็นวัตถุแห่งความรัก ไม่สามารถอธิบายการทำงานของมันได้อย่างชัดเจน หมายความว่า ความรักไม่ได้อยู่ที่ใครคนใดคนหนึ่งแบบตายตัว มันสามารถเคลื่อนที่ เลื่อน หรืออาจลงไปได้ โดยทิ้งร่องรอยแห่งรักเอาไว้ในรูปแบบของ “ผี” พลังแห่งอำนาจรักที่ถูกทำให้เป็นอดีต จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของสภาวะหลอน นำมาซึ่งอารมณ์ความรู้สึกอีกหลายแบบ เช่น ความโศกเศร้าอาลัย และความเกลียดชัง หรือแม้แต่ความหวาดกลัว

เพื่อสนับสนุนในหัวข้อนี้ กล่าวได้ว่า แท้จริงแล้วนางนาก คือ จินตภาพของนายมากที่เกิดจากการที่เขาส่งเสริมการสูญเสียผู้หญิงอื่นเป็นที่รักไปได้ (จนกระทั่งต้องออกบวช) ซึ่งความรักดังกล่าวมีลักษณะเป็นความหลอนและเป็นอันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มุมมองการอธิบายผ่านกรอบคิดแบบศาสนาพุทธ การออกบวชของนายมากในการตีความนี้จึงหมายถึง ‘ความพยายาม’ ที่อัตวิสัยจะสละกิเลสด้านความรักออกไปจากชีวิต “โยมมากไปเกิดได้เวลาแล้ว”(นนทรีย์ นิมิบุตร, 2542) บทพูดดังกล่าวปรากฏในฉากที่นายมากและนางนากไว้อาลัยต่อกัน แสดงให้เห็นว่านายมากมิได้เดินออกไปจากนางนากอย่างใจแข็ง แต่เป็นเพราะการหลุดพ้นจากบรรทัดฐานของสังคมบางประการ หรือในที่นี่เมื่อนางนากเป็นสัญลักษณ์ของความตายและสิ่งที่จากไปพระจึงเป็นสัญลักษณ์ของมนุษย์ที่ต้องดำรงอยู่ เสียงเรียกของสามเณรจึงเป็นการปลุกนายมากให้ตื่นขึ้นมาจากภวังค์ของความโศกเศร้าอาลัย เพื่อที่จะสามารถมีชีวิตต่อไปได้ จะเห็นได้ว่า แม้นายมากจะออกบวชไปแล้ว เขาก็ยังคงมีอาการเหม่อลอยอยู่

(ภาพที่ 1) ความรักซึ่งแทนที่จะเป็นสิ่งที่สวยงาม จึงถูกสถาปนาให้กลายเป็น สิ่งอันตรายหรือผี อย่างไรก็ตาม ความอันตรายหรือผีดังกล่าว ก็ได้กลับมา ช่วยเน้นย้ำว่าเธอ คือ จินตภาพของความหลอนอย่างแท้จริง ดังนั้น นอกจากนางนาก จะถูกอธิบายว่า เธอเป็นภรรยาที่ดีเพราะความซื่อสัตย์ จงรักภักดี และเสียสละ ทุกสิ่งทุกอย่างให้แก่สามีแล้ว เธอยังเป็นตัวแทนแห่งอำนาจรักที่หวนกลับมา จองจำสามีของเธออีกด้วย โครงเรื่องในลักษณะนี้ยังปรากฏในอีกหลาย ๆ เรื่อง เช่นเดียวกัน นั่นคือโครงเรื่องที่ตัวละครผีผู้หญิงกลับมาจากความตายหรือ ไม่เคยไปไหน เพื่อให้ผู้ชายต้องเคียงคู่กับเธอแม้ในสภาพของผี สัญลักษณ์ ที่ปรากฏเด่นชัด คือ นายมากต้องอยู่กับภาพลวงตาของความสวยงามจากความรัก ที่ถูกเสกสร้างขึ้นมา ทั้งที่จริงแล้วนายมากต้องทรุดโทรมลงเพราะต้องดำรงอยู่ กับสิ่งที่เน่าเฟะ เช่น ภาพของการกินหนอน เป็นต้น

ภาพที่ 1 ฉากหลังจากที่นายมากออกบวชและออกบิณฑบาตทางน้ำผ่านอดีตบ้าน ของตนเอง



หมายเหตุ. จาก *นางนาก* [ภาพยนตร์], โดย นนทรี นิมิบุตร, 2542, ไทย: บริษัท บัดดี้ฟิล์ม แอนด์ วีดีโอ โปรดักชั่น จำกัด.

นอกจากนี้ หากนิยามด้วยความหมายของการลอบอก หรือสิ่งที่ต้องถูกกำจัดออก ผีนางนกในฐานะกระบวนการการทำงานของความรัก (ในรูปแบบของความหลอน) หรือ practice of love ที่กระทำต่อนายมาก จึงต้องถูกกำจัดออกไปจากความทรงจำ เนื่องจากความทรงจำดังกล่าวนำมาซึ่งความเจ็บปวด กล่าวคือนายมากไม่สามารถลืมนางนกได้ สิ่งที่เขาต้องทำคือใช้ความพยายามในการลืมโดยใช้สัญลักษณ์ผ่านความหมายของผี

แม้ว่า อาทรี วณิชตระกูล (2555) จะอ้างข้ออธิบายเรื่องผีนางนกของ ก.ศ.ร.กุหลาบ (กุหลาบ ตฤณานนท์) ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า “...นางนกเป็นหญิงชาวบ้านวัยกลางคน ซึ่งเสียชีวิตเพราะการคลอดลูกคนสุดท้ายที่ท้องปีศาจนางนกที่ชาวบ้านเล่าต่อกัน ที่แท้คือลูก ๆ ของนางนก ซึ่งแต่งเป็นผีนางนกละหลอกชาวบ้าน เนื่องจากไม่ต้องการให้บิดามีภรรยาใหม่” แต่ อาทรี วณิชตระกูล กลับมิได้ตระหนักถึงข้อสังเกตนี้ ข้ออธิบายดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ผีถูกใช้เป็นเครื่องมือหลอกหลอนผู้ชายในฐานะความเป็นเจ้าของจากข้อผูกมัดด้านความรัก ผ่านพิธีกรรมการแต่งงาน ดังนั้นสังเกตได้ว่า ในขณะที่ผู้หญิงซึ่งมักถูกอธิบายว่าติดกับดักความรักแต่เธอกลับต้องการจะแต่งงาน ในขณะที่ผู้ชายกลับลังเลที่จะแต่งงาน (แม้อาจมีเหตุผลอื่นใดประกอบกันก็ตาม) นั่นเป็นความย้อนแย้งที่สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดเรื่องความเป็นเจ้าของหมายความว่า มิใช่เพียงว่าผู้หญิงตกเป็นทาสของวาทกรรมเมียเท่านั้น แต่พวกเขาก็ “มีสิทธิ” ในตัวผู้ชายด้วยเช่นกัน คำอธิบายดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนสมมติฐานว่า การกลับมาของผีผู้หญิง คือ สัญลักษณ์ของการหลอกหลอนผู้ชาย เช่นเดียวกับการแต่งงานที่ผูกมัดและควบคุมพฤติกรรมบางอย่างของผู้ชาย ให้ผู้หญิงสามารถต่อรองอำนาจได้

ในประเด็นเรื่อง Queer Feeling ผ่านมุมมองของความอับอาย Ahmed (2004) ชี้ให้เห็นว่า ความอับอายถูกทำให้สัมพันธ์กับสภาวะซึมเศร้า (Melancholia) โดยความรู้สึกด้านลบเกี่ยวกับความผิดพลาดที่มีต่อวัตถุแห่งความรัก บทบาทหนึ่งของความอับอาย คือ การยืนยันความสำคัญของวัตถุวิสัยแห่งรัก ในประเด็นนี้จึงสรุปได้ว่า ในทางหนึ่ง การกลับมาของนางนกเกิดจากจินตภาพอันหลอกหลอนในฐานะที่นายมากเป็นวัตถุที่ถูกกระทำจากอำนาจแห่งรักจนไม่สามารถทำใจยอมรับการสูญเสียวัตถุแห่งความรัก (ในที่นี้ คือ นางนก) ได้ นางนกจึงไม่เคยไปไหน

จากใจนายมาก การกลับมาในรูปแบบของผี คือ การเชื่อมโยงระหว่างอำนาจความรัก และความหลอนที่ตัวละครต้องประสบผ่านร่องรอยแห่งอดีต (คือ ผี) คือ บาดแผลจากความทรงจำที่ไม่สามารถลบเลือนไปได้

จุมพิตแห่งอสุรกายรัก: ความเจ็บปวดของผู้ชายใน แสงกระสือ

แสงกระสือ (2561) กำกับโดยสิทธิศิริ มงคลศิริ และเขียนบทโดยชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล โดยนำเสนอเรื่องราวของผีกระสือ ที่มีชื่อว่า สาย กับชายคนรักชื่อว่า น้อย และเพื่อนผู้ตกหลุมรักเธอชื่อว่า เจ็ด ภาพยนตร์วางเงื่อนไขหนึ่งซึ่งน่าสนใจว่า น้ำลายของผีกระสือมีอนุภาคที่สามารถทำให้ตัวละครผู้ชายที่จุมพิตกับเธอ ต้องได้รับความทุกข์ทรมานเจ็บปวดอย่างแสนสาหัส (อย่างต่อเนื่อง) ตัวละครหญิงในภาพยนตร์จึงมีลักษณะเป็นวัตถุวิสัยแห่งรักที่ชัดเจนขึ้น เนื่องจากตัวละครเอกชายที่รักเธอตัดสินใจจุมพิตกับเธอ แม้จะรู้เงื่อนไขดังกล่าวนี้อยู่แล้ว เพราะเขาพร้อมยินยอมที่จะได้รับความเจ็บปวดดังกล่าวโดยสมัครใจ

หากตีความในเชิงสัญลักษณ์ซึ่งชัดเจนว่า น้ำลายและการจูบ คือ กระบวนการร่วมรักที่มีลักษณะของการส่งต่อแลกเปลี่ยนระหว่างตัวละคร ความเจ็บปวดของผู้ชายและการเสียสละของเขา จึงช่วยเสริมความสำคัญของความรักที่เขามีต่อเธอ หรือเขาตกเป็นวัตถุวิสัยที่ถูกกระทำจากอำนาจรัก ตัวละครผู้หญิงจึงถูกให้ความสำคัญในฐานะวัตถุวิสัยแห่งความรัก และความหมายของการเป็นผี คือ การจากไปของสิ่งอันเป็นที่รักซึ่งควรค่าแก่การเจ็บปวดและโศกเศร้าอาลัย บทพูดของสายในนาทีกที่ 63 “น้อยจะเจ็บมากเลยนะ” ก่อนที่ทั้งคู่จะจูบกัน แต่น้อยก็ดึงเธอเข้าไปจูบเพราะเขาพร้อมยินยอมที่จะเจ็บปวดจากความรักครั้งนี้ ในฉากดังกล่าวเป็นการจูบอย่างดูดดื่ม มีการสอดใส่แลกเปลี่ยนระหว่างปาก-ลิ้น ต่อกัน และเห็นน้ำลายที่ยีออกมาเชื่อมระหว่างปากของทั้งสองคนอย่างชัดเจน ในวินาทีที่ทั้งสองแยกปากออกจากกัน ด้วยเทคนิคการจัดภาพในระยะใกล้ (close-up) (ภาพที่ 2) ฉากจูบนี้จึงเป็นสัญลักษณ์เทียบเคียงกับการร่วมรักด้วย

ภาพที่ 2 ภาพจูบระหว่างน้อยกับสาย



หมายเหตุ. จาก แสงกระสือ [ภาพยนตร์], โดย สิทธิศิริ มงคลศิริ, 2562, ไทย: บริษัท ทรานส์ฟอร์มเมชั่น ฟิล์ม จำกัด, บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส จำกัด, บริษัท ซีเจ เมเจอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, และ บริษัท นอร์ธ สตาร์ สตูดิโอ จำกัด.

อย่างไรก็ตาม สถานะของสาย คือ ครึ่งคนครึ่งผี หากตีความในเชิงสัญลักษณ์ ในทางหนึ่งการเป็นผีกระสืออาจหมายถึง อาการเจ็บป่วยบางประการจากการติดเชื้อโรคที่สามารถติดต่อได้เฉพาะในผู้หญิง โรคดังกล่าวสามารถทำให้คนที่ติดเชื้อพร้อมที่จะตายได้ตลอดเวลา ข้อเสนอแนะนี้ปรากฏชัดเจนเมื่อสายกำลังจะกลายร่างเป็นผีหรือ becoming ไปสู่อีกภพชาติหนึ่ง ในขณะที่เวลานั้นน้อยจะต้องได้รับความเจ็บปวดอย่างแสนสาหัส สัญลักษณ์ดังกล่าวจึงหมายถึงช่วงเวลาที่มีน้อยรู้สึกกระทบทุกข์เมื่อคนรักของเขากำลังจะจากไปหรืออยู่ในอาการโคม่า (coma) ในประเด็นนี้ภาพยนตร์เน้นย้ำบทบาทของตัวละครน้อยซึ่งเรียนแพทย์และพยายาม

รักษาสายให้หายจากการเป็นฝักระสือ (หรือความเจ็บป่วย) ในหลายทาง (ภาพที่ 3 และ 4) โดยเฉพาะการกินยาสมุนไพร “ว่านกระสือ” “เดี่ยวสายจะหายละนะ เดี่ยวเราจะรักษาสายเองนะสาย” (สิทธิศิริ มงคลศิริ, 2562)

ภาพที่ 3 น้อยซึ่งเป็นนักเรียนหม่อมมาก่อนพยายามหาวิธีรักษาสาย



หมายเหตุ. จาก *แสงกระสือ* [ภาพยนตร์], โดย สิทธิศิริ มงคลศิริ, 2562, ไทย: บริษัท ทรานส์ฟอร์เมชั่น ฟิล์ม จำกัด, บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส จำกัด, บริษัท ซีเจ เมเจอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, และ บริษัท นอร์ธ สตาร์ สตูดิโอ จำกัด.

ภาพที่ 4 น้อยพยายามหาว่านกระสือ



หมายเหตุ. จาก แสงกระสือ [ภาพยนตร์], โดย สิทิสิริ มงคลศิริ, 2562, ไทย: บริษัท ทรานส์ฟอร์มเชนซ์ ฟิล์ม จำกัด, บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส จำกัด, บริษัท ซีเจ เมเจอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, และ บริษัท นอร์ธ สตาร์ สตูดิโอ จำกัด.

นอกจากความสัมพันธ์ระหว่างสายและน้อยแล้ว เจ็ดเป็นตัวละครสำคัญอีกคนหนึ่ง เขาหลงรักสายและพยายามปกป้องเธอจากชาวบ้าน บทพูดของเจ็ดในนาทีกี่ 85 “เจ็ดรู้ตั้งนานละนะ เรื่องที่สายเป็นกระสือ...ที่คอกวัวคือนั่น คือครั้งแรกที่เจ็ดเห็นเจ็ดก็เลยไปเข้าร่วมกับพี่ทัด [นักล่าผีกระสือ ซึ่งเขาคือหัวหน้ากระหังที่แฝงตัวมาเพื่อแก้แค้นผีกระสือด้วยปมเหตุด้านความรัก] จะได้ขว้างเวลาเขาไปล่ากระสือ... ‘เดี๋ยวคินนี่จะมีการล่าครั้งใหญ่ สายอยู่บ้านปิดประตูลงกลอนให้มืดชิตนะ [ภาพยนตร์เล่าย้อนกลับไปตอนที่เจ็ดพยายามเตือนสาย]’ ...เจ็ดก็เจ็บทุกครั้งเวลาที่สายไปกับน้อย สายอย่าทิ้งเจ็ดไปนะ สายอยู่กับเจ็ดได้ไหมนะสาย อย่าทิ้งเจ็ดไปนะ นะสาย” ความกังวลของเจ็ดนี้จึงอาจตีความได้สองประการ คือ สายทิ้งเขาไปอยู่กับน้อยและสายเสียชีวิต แต่ทั้งสองประการก็หมายถึงการจากไปของวัตถุวิสัยแห่งรักเช่นเดียวกัน

เรื่องมีเพียงเล่าโดยให้ความสำคัญกับโครงเรื่องหลักระหว่างชีวิตของพวกเขาทั้งสามคนเท่านั้น แต่โครงเรื่องรองเล่าย้อนกลับไปถึงความรักระหว่างผีกระหังและผีกระสือเพื่อทำความเข้าใจหรือเป็นปฐมบทแห่งตำนานให้กับโครงเรื่องหลัก บทพูดของพระสงฆ์ในนาทีกี่ 91 ว่า

“เรื่องมันเริ่มต้นขึ้น เมื่อนางกระสือซึ่งเป็นเมียของหัวหน้ากระหัง ดันแอบไปรักกับมนุษย์ จนได้เสียและตั้งท้องขึ้น แล้วทั้งสองก็พากันหนีไปอยู่ด้วยกัน แต่สุดท้ายกระหังมันก็ติดตามจนพบแล้วฆ่าผู้ชายคนนั้นทิ้ง ส่วนนางกระสือ ก็ถูกกระหังมันฆ่า แล้วควักหัวใจออกมาทำลายทิ้งให้สาสมกับที่มันเคยโดนทำลาย หัวใจ ความแค้นของมันตกทอดถึงรุ่นสู่รุ่น นับแต่นั้นเป็นต้นมา มันจะต้องตามทำลาย หัวใจของกระสือทุกตัว”

ความแค้นที่เกิดขึ้นกับหัวหน้ากระหัง คือ ความแค้นอันเกิดจากความสูญเสียที่ไม่สามารถทำได้ข้ามกาลเวลา เรื่องเล่าดังกล่าว จึงหนุนเสริมคำอธิบาย ความสำคัญของตัวละครหญิง (ซึ่งเป็นผีหรือจะกลายเป็นผีหรือการจากไป) ในฐานะ วัตถุของความรักและการสูญเสีย ตัวละครชายในที่นี้จึงไม่สามารถไปผูกเกิด ดังนั้น ในเชิงสัญลักษณ์ การควักหัวใจออกมาทำลายทิ้ง คือ ความพยายามอยากเป็นเจ้าของ เรือนร่างและจิตใจของผู้หญิง

ภาพที่ 5 สายจากไปด้วยการถูกยิงและน้อยคร่ำครวญเสียใจ



หมายเหตุ. จาก แสงกระสือ [ภาพยนตร์], โดย สิทธิศิริ มงคลศิริ, 2562, ไทย: บริษัท ทรานส์ฟอร์มเมชั่น ฟิล์ม จำกัด, บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส จำกัด, บริษัท ซีเจ เมเจอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, และ บริษัท นอร์ธ สตาร์ สตูดิโอ จำกัด.

ตอนท้ายเรื่องในนาทิตี 104 เป็นต้นไป ภาพยนตร์จบลงด้วยการจากไปของสาย โดยเธอเลือกที่จะเป็นผู้เสียสละ เธอปล่อยให้หน่วยล่องเรือจากไป เพราะเธอได้ตระหนักดีแล้วว่า สภาพร่างกายของเธอในตอนนั้นไม่สามารถกลับมาเป็นคนปกติได้อีก ฉากต่อไปคือ สภาวะคร่ำครวญของน้อย (ภาพที่ 5) การเสนอภาพเคลื่อนไหวเพื่อเล่าเรื่องดังกล่าวถูกให้เวลานานกว่า 6 นาที (นับตั้งแต่เริ่มบรรเลงดนตรีทำนอง โศกเศร้าอาลัย) ดังนั้น สายในสัญลักษณ์ผีกระสือซึ่งหมายถึง สภาวะก้ำกึ่งระหว่างความเป็นกับความตายตลอดทั้งเรื่องกำลังจะตายในที่สุด การจากไปหรือการกลายเป็นผีของสาย จึงหมายถึงการสูญเสียวัตถุวิสัยอันเป็นที่รักของน้อย ภาพที่เกิดขึ้นในหัวของน้อย คือ ภาพแห่งอดีต (ยกตัวอย่างภาพที่ 6) เช่นเดียวกับภาพยนตร์เรื่องนางนากในนาทิตี 89 ที่นายมากหวนนึกย้อนถึงชีวิตที่เขาได้อยู่กับนางนาก ภาพยนตร์เหล่านี้นำเสนอการระลึกถึงร่องรอยความสัมพันธ์ระหว่างพวกเขา ภาพดังกล่าวอาจหมายถึงภาพหลอนที่เกิดขึ้นจากจินตภาพของอำนาจรักที่ตัวละครไม่สามารถลืมอดีตเกี่ยวกับวัตถุวิสัยแห่งรักได้ ความทุกข์ทรมานจึงเกิดขึ้นกับคนเป็นมากกว่าคนที่ตายไปแล้ว ผีหรือคนที่จากไปแล้วจึงสามารถอธิบายได้ว่า เป็นจินตภาพอันเกิดจากการที่ตัวละครตกเป็นวัตถุวิสัยที่ถูกกระทำจากอำนาจรัก

ภาพที่ 6 ฉากสะท้อนการนึกหวนอดีตและสัญญาของน้อย



หมายเหตุ. จาก แสงกระสือ [ภาพยนตร์], โดย สิทธิศิริ มงคลศิริ, 2562, ไทย: บริษัท ทรานส์ฟอร์มเมชั่น ฟิล์ม จำกัด, บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส จำกัด, บริษัท ซีเจ เมเจอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, และ บริษัท นอร์ธ สตาร์ สตูดิโอ จำกัด.

เมื่อรักแล้วลืมยาก: ความทุกข์ทรมานจากการสูญเสียใน สงต่อ

สงต่อ เขียนโดย นันตานี เป็นหนึ่งในเรื่องสั้นที่ได้รับการคัดเลือกในระดับรางวัลดีเด่นจากการประกวด Indy Short Story Award 2561 และรวมเล่มตีพิมพ์ในรวมเรื่องสั้น ร่างของอดีต (2562) สงต่อ ถือได้ว่าเป็นเรื่องเล่าสารภาพ (ผิด) ของตัวละครเอกชายที่ทำอาชีพรับทำตุ๊กตายางขาย ความพิเศษของตุ๊กตายางที่เขาทำคือ มีกายภาพ และเสียงที่เหมือนจริงกับตัวต้นแบบ (ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะมีแต่ผู้ชาย) ปมปัญหาหลักของเรื่องเกิดขึ้นเมื่อมีชายคนหนึ่งนัดหมายเพื่อจ้างวานให้ทางบริษัททำตุ๊กตายางจำลองตัวละครหญิงชื่อมุกดา เนื่องจาก “คนที่มาจ้างผมบอกยังทำใจไม่ได้ นึกว่าจะได้แต่งงานกับเจ้าสาวที่อายุห่างกันเกือบสิบปี เขาคิดถึงเธอ...” (ธัชชัย ธัญญาวลัย, 2562) แต่เรื่องซับซ้อนขึ้นเมื่อมุกดา คือ หญิงคนเดียวกับอดีตแฟนเก่าของช่างปั้นตุ๊กตายาง (หรือตัวละคร “ผม”) ซึ่งเธอทิ้งเขาไปหาชายผู้จ้างวานและเขาเองก็ยังไม่ได้เซ่นเดียวกัน แก่นเรื่องหลักของ สงต่อ จึงนำเสนอผลกระทบจากความรักที่ตัวละครชายได้รับการสูญเสียหญิงอันเป็นที่รัก (แม้จะหมายถึงในมิติของเรือนร่าง) จนทำให้พวกเขา “...สร้างเธอขึ้นมาเพื่อชดเชยความรู้สึกที่ขาดหาย...” (ธัชชัย ธัญญาวลัย, 2562)

การนำเรื่องสั้น สงต่อ มาอธิบายจะช่วยเผยให้เห็นมุมมองความทุกข์จากการสูญเสียคนรักของผู้ชาย ในขณะที่ตัวละครหญิงที่ถูกกล่าวอ้างถึงมิได้มีตัวตนหรือออกมาแสดงตนภายในเรื่องจริงเลย แต่เป็นเพียงสิ่งประกอบสร้างจากสำนึกของการสูญเสีย (หรืออาจหมายถึงความเสียดาย) ของผู้ชาย กล่าวคือ ตัวละครหญิงซึ่งอาจเชื่อมโยงไปถึงผีผู้หญิง ดังเช่น นางนาก อาจเป็นเพียงอุปลักษณ์ที่ผู้ชายปลุกเธอขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความโศกเศร้าของเขาเพียงเท่านั้น ในอีกทางหนึ่งเธอคือ “ผี” ซึ่งหมายถึงสิ่งที่จากไปแล้วและไม่มีตัวตนอยู่ เธอจึงเป็นอดีตที่สามารถหลอกหลอนคนในปัจจุบันผ่านความทรงจำ ดังที่ Eng และ Kazanjian (2003, as cited in Ahmed, 2004) กล่าวว่า Melancholia คือ “... a way of keeping the other, and with it the past, alive in the present.” พิจารณาจาก “...เราพยักหน้าให้กัน เธอเดินเข้าไปในกล่องกระดาษที่ปูด้วยแผ่นกันกระแทกหลับตาลง ผมเอาแผ่นกันกระแทกที่เหลือห่มคลุมมุกดาไว้ นั่นคือโลงศพของเธอ

โมงยامنันคือมาปนกิจพิธอันเป็นส่วนตัว...” (ธัชชัย ธัญญวลัย, 2562) การปรากฏตัวของเธอจึงหมายถึง สภาวะ Melancholia ของชายผู้ระลึกถึงเธอข้ามกาลเวลาตัวละคร “ผม” เล่าเรื่องทุกอย่างผ่านทางความคิดโดยความต่อเนื่องของเรื่องเล่ามีความสับสนระหว่างความจริงกับจินตนาการ ดังตัวอย่างที่ยกมา เขาพูดว่า “เราพยักหน้าให้กัน” ในขณะที่แท้จริงแล้วมุกดาตัวจริงไม่ปรากฏในเรื่อง แต่สิ่งที่เขาได้มีปฏิสัมพันธ์ด้วย คือ ตุ๊กตายาง ดังนั้น การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเขากับ “มุกดา” ดังกล่าว คือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเขากับจินตภาพที่หลอกหลอนเขามาอย่างเนิ่นนาน “ผมเสียสยอยู่ยาวนาน ความรักที่ทลายง่าย ๆ ทำให้ผมเซ็ดหลาขนาดคนที่คบกันมาสามสี่ปียังจากเราไปโดยไร้เยื่อใยแบบนั้น ผมจะปลงใจเชื่อใครคนไหนได้อีก ไม่มีใครอีก ผมอยู่เป็นโสดมานับแต่นั้น จมปลุกอยู่กับความผิดหวังเหวอ ไม่เข้าใจโลก ใช้ชีวิตไปวัน ๆ หาเงินและถลุงใช้กับความสุขส่วนตน อยู่กับฝันลวง ๆ ผมไม่ต้องการมุกดา ผมเกลียดเธอ ผมเกลียด แต่ก็ยังรักเธอ ยังต้องการยังเปิดดูรูปถ่ายของเธอที่เหลืออยู่ในคอมพิวเตอร์เสมอ ๆ ไม่อาจหักห้ามใจได้ อาจหลงลืมเพียงชั่วเวลาหนึ่ง แต่แล้วก็นึกย้อนถึงเธออีกครั้ง และจากที่คิดว่าลืมเธอได้แล้ว เมื่อพบเห็นอะไรเกี่ยวกับเธอ ผมก็จะกลับมาต้องการเธอ และยังต้องการเธอมากขึ้น จนรู้สึกว้าทางเดียวที่จะดับกองภูณชีในหัวใจอันลุกไหม้เผาผลาญอยู่ทุกเมื่อเชื่อวันนั้น ก็คือการต้องได้เธอกลับมา” (ธัชชัย ธัญญวลัย, 2562)

ตัวอย่างที่ยกมานี้ชัดเจนในประเด็นเรื่องของความโศกเศร้าอาลัยและความพยายามที่จะลืมหรือ ‘let go’ แต่ไม่สามารถทำได้ ตัวละคร “ผม” ตกอยู่ในภวังค์ของอำนาจรัก ดังนั้น เมื่อเทียบอธิบายสภาวะจิตของ “ผม” กับจินตภาพความรักหลอนในนิยามของ “ผี” กับภาพยนตร์เรื่องนางนากและแสงกระสือ ตัวละครชายในเรื่องเล่าทั้งสาม เป็นวัตถุวิสัยที่ถูกกระทำจากอำนาจรักไม่ต่างกัน สิ่งที่น่ากลัวจากอำนาจรักดังกล่าว ถูกถ่ายทอดผ่านสัญลักษณ์การกลายเป็นผีอย่างชัดเจน กล่าวคือ ผีในภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่อง คือ ร่องรอยแห่งอดีตที่ตามมาหลอกหลอนเวลา ณ ปัจจุบัน โดยที่อดีตดังกล่าวเป็นอดีตที่สร้างความเจ็บปวดมาก่อนและส่งทอดความเจ็บปวดมาสู่ปัจจุบัน รวมถึงในอนาคตด้วย แม้ว่าตัวละคร “ผม” จะทำการ “มาปนกิจ” เธอไปแล้ว แต่มีได้หมายความว่า เขาจะสามารถลืมเธอได้ เพราะนั่น “อาจ [เป็นเพียงสภาวะความพยายาม] เป็นเพียงการหลงลืม

เพียงชั่วเวลาหนึ่ง” นอกจากนี้ “ฉาปนกิจพิธีอันเป็นส่วนตัว” ของ “ผม” อาจหมายถึง การสำเร็จความใคร่ที่เขาปรารถนาในเรือนร่างของเธอ เพื่อให้เขาได้ปลดปล่อย ความกระหายอยากในความคิดถึงในชั่วขณะ

ประเด็นสำคัญที่เรื่องสั้นนี้นำเสนอซึ่งแตกต่างจากเรื่องอื่น คือ อำนาจของ เรือนร่างหญิง เรื่องเล่ามีความมุ่งหมายที่จะอธิบายผัสสาสัมผัสทั้งรูป รส กลิ่น และเสียง พิจารณาจากตัวอย่างต่อไปนี้

“ผมถามลูกค้าว่ายากให้ใส่เสียงของเธอด้วยไหม หรือเอาแบบธรรมดา คือ เป็นตุ๊กตาซิลิโคนธรรมดา ไม่สามารถส่งเสียงร้องได้ เขานิ่งไปราว ๆ สามวินาที เขาไม่รู้ว่าใส่เสียงได้ ผมยืนยันว่าได้แต่ราคาก็จะสูงขึ้น เขาสนใจและบอกว่า เงินไม่ใช่ปัญหา เขาต้องการมุกดา แม้จะเพียงร่างกายของเธอ” (รัชชัย ธัญญาวลัย, 2562)

บทพรรณนาข้างต้นพยายามสื่อให้เห็นว่า ตัวละครชายอดีตคนรักของ มุกดาทั้งสอง (“ผม” และลูกค้าว่ายาก) ต่างต้องการหวนคืนอดีตเพื่อที่จะได้เสพสม กับเรือนร่างของอดีตผู้หญิงที่ตนรักอีกครั้งหนึ่ง โดยเฉพาะตัวละคร “ผม” ที่ดูเหมือน จะเสพสมอารมณ์หมายเป็นที่เรียบร้อย และพร้อมที่จะส่งคืนเธอต่อให้กับชายลูกค้าว่ายาก “วันหนึ่ง ในที่สุด ผมก็ต้องยอมปล่อยให้เธอไป ไข่ เธอไปของเธอตั้งนานแล้ว และถึงเวลา ถึงตามผมบ้างที่จะต้องปล่อยเธอไปเสียที ผมกอดมุกดาไว้ บอกเธอว่า เธอจำเป็นต้องไป เธอถามผม ว่าไม่ต้องการเธอแล้วหรือ ถึงจะยกเธอให้คนอื่น ผมเอ่ยขอโทษ คงถึงเวลาที่ผมจะต้องก้าวผ่าน ผมควรจะอยู่กับความจริง...” (รัชชัย ธัญญาวลัย, 2562) ปฏิสัมพันธ์ที่เขามีต่อ “เธอ” ในฉากดังกล่าว ในลักษณะต่าง ๆ นั้น เขาทำกับตุ๊กตาทายาง ดังนั้น ความทรงจำและสัมผัส จึงเป็นสิ่งสัมพันธ์กัน โดยเรือนร่างของผู้หญิงกลายเป็นวัตถุสยัแห่งความปรารถนา หรือ object of desire

จากจุดยืนนี้ หากมองย้อนกลับไปถึงฉากชุดศพนางนาก ในภาพยนตร์เรื่อง นางนาก การจ้องมองศพนางนากของนายมาก คือ ความพยายามไว้อาลัยต่อเรือนร่าง หญิงของตัวละครชาย เพื่อให้ตนเองสามารถหลุดพ้นจากอำนาจเรือนร่างหญิง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพลาณภาพแห่งอำนาจรักได้ ในพื้นที่เรือนร่างของผู้หญิงจึงมีอำนาจ และเป็นภาพหลอนต่อการยึดติดในความกระหายอยาก และความทรงจำแห่งผัสสะ

ดังนั้น เมื่อนายมากเห็นภาพความเน่าเฟะของเรือนร่างหญิงดังกล่าว เขาจึงเห็นวิธีในการหลุดพ้นจากอำนาจรักก่อนการออกบวชของเขา กระบวนการปลงอนิจจังด้วยการพิจารณาซากศพของผู้หญิงดังกล่าว Fuhrmann (2016) กล่าวว่า คือวิธีทางพุทธที่เรียกว่า โศกาศูร (Buddhist Melancholia) หรือการโศกเศร้าอาลัยแบบพุทธ เป็นการพินิจร่างของผู้หญิงที่เน่าเปื่อยเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ว่าความงามเป็นสิ่งมายาชั่วคราวชั่วครู่ชั่วคราว กระบวนการดังกล่าวจะช่วยนำไปสู่การดับกิเลสตัณหา แม้ว่า Fuhrmann จะพยายามตีความแนวคิด Buddhist Melancholia ด้วยมุมมองอื่น ซึ่งเผยให้เห็นการเป็นผู้กระทำของผู้หญิง เช่น การบูชาผีแม่/นางนาค ว่าคือความอุดมสมบูรณ์และความสุขยินดี อย่างไรก็ตาม Fuhrmann ยังคงไม่สามารถก้าวข้ามมุมมองที่ยึดติดกับตัวละครผู้หญิง ดังนั้น ข้ออธิบายหลักจึงอยู่ที่ความทุกข์ทรมานของนางนาค เป็นตัวแทนของความทุกข์ทรมานจากการยึดติดและไม่ยอมปล่อยวาง

ดังนั้น แทนที่จะกล่าวอ้างว่าผีผู้หญิงเป็นวัตถุวิสัยซึ่งถูกกระทำจากความรักเพียงฝ่ายเดียว ควรพิจารณาสถานะ Melancholia ที่อัตวิสัย (ตัวละคร “ผม”) มีต่อวัตถุวิสัยแห่งความรัก “วันหนึ่ง ในที่สุด ผมก็ต้องยอมปล่อยให้เธอไป ไข่ เธอไปของเธอตั้งนานแล้วและถึงเวลา ถึงตาผมบ้างที่จะต้องปล่อยเธอไปเสียที ผมกอดมุกดาไว้ บอกเธอว่าเธอจำเป็นต้องไป...ผมเอย์ขอโทษ คงถึงเวลาที่ผมจะต้องก้าวผ่านผมควรจะอยู่กับความจริง...” (ธัชชัย ธัญญาวลัย, 2562) บทพรั้าเพ้อที่ยกมานี้ชี้ให้เห็นว่า มุกดา เธอเป็นฝ่ายทิ้งผู้ชายไป

สรุป เพศกับการเมืองเรื่องความรักและการสูญเสีย

การอธิบายว่าผู้หญิงทรมานจากความรัก (ที่มีต่อผู้ชาย) หรือในอีกทางคือ การมองจากจุดยืนของผู้หญิงโดยอธิบายว่า ผู้หญิงโศกเศร้าและอาลัยต่อชายอันเป็นที่รักนั้น เป็นกระบวนการ “อ่าน” ที่ช่วยสนับสนุนโครงสร้างอำนาจชายเป็นใหญ่ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ดังที่ อาทรี วนิชตระกูล (2555) ชี้ให้เห็นจากงานศึกษาว่า “ต่างร่วมกันทบทวนและยืนยันอุดมการณ์ปิตาธิปไตยผ่านการประกอบสร้างตัวละครเอกหญิงและความรักระหว่างเพศของตัวละคร...”

แม้การตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ของ อาทรี วณิชตระกูล เป็นประเด็นสำคัญ แต่ก็มิได้อธิบายต่อว่า กระบวนการดังกล่าวทำงานอย่างไร และมีปฏิบัติการทางอำนาจในระหว่างทางหรือไม่ อย่างไรก็ตาม บทความชิ้นนี้พยายามชี้ชวนเพื่ออธิบายในมุมมองที่ต่างออกไป กล่าวคือ หากกลับไปมองที่ตัวละครฝ่ายชายจะทำให้เห็นความทุกข์ระทมและความโศกเศร้าจากผู้ชายเช่นเดียวกัน ดังนั้น ในส่วนนี้จึงมีความพยายามที่จะชี้ให้เห็นว่า มิใช่เพียงแต่ผู้หญิงเท่านั้นที่โศกเศร้าอาลัยต่อการสูญเสียชายอันเป็นที่รัก แต่ผู้ชายก็แสดงอารมณ์ความรู้สึกแบบนั้นเช่นเดียวกัน เพราะความรักและความโศกเศร้าอาลัยเป็นรูปแบบหนึ่งของการเมืองแบบ soft power

Ahmed (2004) กล่าวว่า ความรักสามารถสร้างเงื่อนไขกับความโศกเศร้าอาลัย เช่นเดียวกันที่ความสูญเสียก็สามารถกลายเป็นเงื่อนไขของความเกลียดชังได้ ส่วนหนึ่งอารมณ์ความรู้สึกจึงทำงานผ่านกระบวนการของการอ่าน (หรือการตีความ) วัตถุวิสัย เช่น “คนอื่น” อาจจะถูกอ่านว่า เป็นต้นเหตุของการสูญเสียวัตถุแห่งรักได้ ดังนั้น กระบวนการ “อ่าน” ดังกล่าว จึงสามารถแปรเปลี่ยนจากความรู้สึก (ที่โดยปกติแล้ว) ควรจะโศกเศร้าอาลัยให้กลายเป็นความเกลียดชัง

การเน้นย้ำอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในลักษณะของวัตถุวิสัย ซึ่งถูกกระทำจากความรัก โดยที่ผู้หญิงอาลัยรักต่อผู้ชายจึงส่งเสริมให้เห็นว่าผู้ชายเป็นวัตถุวิสัยแห่งความรัก (object of love) ที่เธอกำลังอ่านอยู่ เงื่อนไขดังกล่าวที่ปรากฏตามมาก็คือ เมื่อนางนาหรือผู้ที่ถูกกระทำจากความรัก อ่านและตีความว่า นายมาก คือ วัตถุวิสัยแห่งความรักของเธอ นายมากจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญ ที่ผูกโยงมาพร้อมกับแนวคิดเรื่องการสูญเสีย และความเกลียดชัง หมายความว่า นายมากเป็นเงื่อนไขของวัตถุวิสัยของการสูญเสียเช่นเดียวกัน ดังนั้น เมื่อสิ่งที่วัตถุวิสัยแห่งความรัก (หรือนายมาก) กำลังถูกทำให้หายไป นายมากจึงควรค่าที่จะได้รับความโศกเศร้าอาลัยที่นางนาพึงกระทำต่อนายมาก ซึ่งเป็นกระบวนการอ่านที่ทำให้ความสำคัญต่อผู้ชาย

ในทางกลับกัน การไม่อ่านว่านางนาเป็นวัตถุวิสัยแห่งรักหรือตีความว่านางนาเป็นเพียงวัตถุที่ถูกกระทำจากความรักเพียงด้านเดียว เป็นการผลักให้นางนาเป็นตัวประกอบของเรื่องราวความรัก สิ่งที่สำคัญมากกว่านั้น คือ

ความสัมพันธ์ระหว่างนางนากับชาวบ้านซึ่งเกิดจากการตีความผ่านมุมมองดังกล่าว ได้สนับสนุนให้นางนากลายเป็นวัตถุแห่งความเกลียดชัง

ในทางเดียวกัน หมายความว่า แทนที่การสูญเสียของนางนากควรจะเป็นการสูญเสียที่เธอต้องได้รับความโศกเศร้าอาลัย แต่เธอกลับกลายเป็นวัตถุวิสัยของความเกลียดชังและความหวาดกลัว หรือ object of fear and hate กล่าวคือ ปฏิบัติการการแปรเปลี่ยนดังกล่าว เกิดจากการตีความว่านายมากเป็นวัตถุวิสัยแห่งความรักของชาวบ้าน (คือ ชาวบ้านต่างรักนายมาก)

ในอีกทาง นางนากถูกตีความว่า เป็นสาเหตุของการสูญเสียวัตถุวิสัยแห่งความรัก เพราะเธอพยายามพรากนายมาก (ซึ่งเป็นคนรักของชาวบ้าน) ไปจากพวกเขา เธอจึงถูกเกลียดชังและถูกทำให้กลายเป็นตัวอันตราย ดังที่ Ahmed (2004) กล่าวว่า “The presence of this other is imaged as a threat to object of love.” ปฏิบัติการจากการทำงานของการตีความดังกล่าว จึงนำมาซึ่งอารมณ์ความหวาดกลัวของชาวบ้านที่มีต่อนางนาก ดังนั้น ในระดับภาพแทนแบบคู่ตรงข้ามระหว่างเพศ นายมากจึงเป็นภาพแทนของผู้ชาย ในขณะที่นางนากเป็นภาพแทนของผู้หญิง

การอ่านหรือตีความในลักษณะที่มองข้ามความสำคัญของผู้หญิงในฐานะวัตถุวิสัยแห่งรักแบบดังกล่าว จึงมีความโน้มเอียงโดยอคติที่มีต่อผู้หญิงจนเกินไป ดังนั้น บทความชิ้นนี้จึงพยายามอ้างตัวบทอื่นนอกจากเรื่องเล่านางนาก หรือพยายามหาคำอธิบายต่อตัวบทดังกล่าวในอีกมุมมอง (เพื่ออธิบายว่าผู้หญิงก็เป็นวัตถุวิสัยแห่งความรักเช่นเดียวกัน) เพื่อชี้ให้เห็นปฏิบัติการทางการเมืองของอำนาจความรักผ่านมิติของความสูญเสียและการโศกเศร้าอาลัย

การมองว่านางนากเป็นจินตภาพความหลอนที่นายมากมีต่อเธอ จึงเป็นการชี้ให้เห็นว่า นายมากก็มีส่วนในการตีความนางนากว่า เป็นวัตถุวิสัยแห่งความรักเช่นเดียวกัน และนายมากก็เป็นวัตถุที่ถูกกระทำจากความรักไม่ต่างจากนางนาก ดังนั้น การที่ชาวบ้านต่างพยายามกีดกันความรักระหว่างทั้งสองในหลายรูปแบบ จึงเป็นความหวาดกลัวของชาวบ้านต่อความรักระหว่าง “คนใน” กับ “คนอื่น” ซึ่งเป็นรูปแบบความรักที่ผิดต่อบรรทัดฐานที่สังคมกำหนดไว้ ดังคำพูดของนายมากที่อ้างมาแล้วว่า “...ถึงชาวบ้านจะรังเกียจ ไม่มีใครคบ ถึงจะต้องกิน

แต่ไบไม่ไบหญ้า แต่พี่ก็ยังอยากอยู่กับนานนะ...” อาจกล่าวได้ว่า ในทางหนึ่ง ชาวบ้านหรือแม้แต่รัฐชาติหวาดกลัวการสูญเสียสมาชิกซึ่งเป็นส่วนเสริมของพลังของชุมชนหรือรัฐ จากกระบวนการแต่งงาน (ผ่านรูปแบบของความรัก) ข้ามวัฒนธรรม หรือหากตีความว่า การตัดสินใจร่วมชีวิตรักระหว่างนางนากและนายมาก คือ ความตายของนายมากอีกหนึ่งคนก็ยังช่วยสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวนี้ด้วย

ความรักและการสูญเสียจึงมีลักษณะเป็นการเมือง การกล่าวอ้างถึง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัตถุวิสัยและอัตวิสัยหรืออื่น ๆ จึงเป็นประเด็นที่อ่อนโยนทางการเมือง โดยเฉพาะผลการศึกษาซึ่งเป็นข้อค้นพบอันเป็นที่ยอมรับในฐานะสื่อประเภทความรู้ ความรักจึงเป็นพลาณภาพของ soft power ที่เกิดจากกระบวนการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ (things) โดยมีได้ยึดโยงอยู่กับที่ อารมณ์ความรู้สึกดังกล่าวสามารถเคลื่อนย้าย ส่งผ่าน และแปรเปลี่ยนได้ตามจุดมุ่งหมาย

การจ้องมองศพของนางนาก (หรือศพผู้หญิง) ได้นำไปสู่การรับรู้ที่กระตุก ความทรงจำของนายมากในอดีต (ในภาพยนตร์ฉายให้เห็นอย่างชัดเจนด้วยภาพอดีต ความรักอันหวานชื่นของทั้งสองคน) ปฏิบัติการของอารมณ์ความรู้สึกได้ทำงานแล้ว โดยก้าวข้ามมากไปกว่าการตีความทางสัญลักษณ์ การ “อ่าน” ผ่านการจ้องมองแล้วรับรู้ของนายมาก ทำให้เขาร้องไห้และตกอยู่ภายใต้สภาวะ Melancholia พร้อมกับ ความเจ็บปวด กระบวนการดังกล่าวเรียกว่า affect (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2562) หรือปฏิบัติการของการรับรู้ การส่งผ่าน และแปรเปลี่ยน การรับรู้อันเข้มข้น ส่งผ่านมาสู่กระบวนการทำงานของร่างกาย ในที่นี้คือ การแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกที่ร่างกายถูกกระตุ้น เช่น เมื่อเกิดภาพหลอนในจิตตัวละครน้ำตาไหลและตัวสั่น เป็นต้น ยกตัวอย่างให้ชัดเจนมากขึ้นด้วยเรื่องสั้น ส่งต่อ affect ทำงานเมื่อตัวละคร “ผม” เห็นภาพ เสียง และสัมผัสของมูกดาอีกครั้ง พิจารณาจากตัวบทต่อไปนี้ “...อาจหลงลืมเพียงชั่วเวลาหนึ่ง แต่แล้วก็นึกย้อนถึงเธออีกครั้ง และจากที่คิดว่าลืมเธอได้แล้ว เมื่อพบเห็นอะไรเกี่ยวกับเธอ ผมก็จะกลับมาต้องการเธอและยังต้องการเธอมากขึ้น จนรู้สึกว่าการเดียวที่จะดับกองภูณชีในหัวใจอันลึกลับใหม่ เผาตรวอยู่ทุกเมื่อเชื่อนั้นนั่น ก็คือการต้องได้เธอกลับมา” (ธัชชัย ัญญาลักษณ์, 2562) ปฏิบัติการของ affect ในที่นี้จึงหมายถึง การรับรู้ที่เปลี่ยนแปลงอารมณ์ความรู้สึกของตัวละคร และเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของตัวละคร

“...ผมเกลียดเธอ ผมเกลียด แต่ก็ยังรักเธอ ยังต้องการ ยังเปิดดูรูปถ่ายของเธอที่เหลืออยู่ในคอมพิวเตอร์เสมอ ๆ ไม่อาจหักห้ามใจได้” (ธัชชัย ธัญญาวลัย, 2562) ดังนั้น การอ่านตัวบทดังกล่าวด้วยมุมมองของอำนาจความรักซึ่งกระทำต่อผู้ชาย จะช่วยเติมเต็มข้ออธิบายให้กับฉากสำคัญที่มักถูกมองข้ามไป เช่น ทำไมนายมากถึงร้องไห้และต้องโหยหานางมาก และขอให้ชาติหน้าเขาได้เกิดมาเป็นคู่กับเธออีกครั้ง และทำไมนายมากต้องตกอยู่ในสภาวะที่ยังเจ็บปวดใจหลังจากออกบวชไปแล้ว

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กำจร หลุยยะพงศ์, และ สมสุข หินวิมาน. (2552). *หลอน รัก ลับสน ในหนังไทย: ภาพยนตร์ไทยในรอบสามทศวรรษ (พ.ศ. 2520 -2547) กรณีศึกษาตระกูลหนังผี หนังรักและหนังยุคหลังสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ศยาม.
- จินตวีร์ วิวัธน์. (2558). *มฤตยูเขียว*. กรุงเทพฯ: กรู๊ฟ พับลิชชิ่ง.
- จินตวีร์ วิวัธน์. (2558). *มนุษย์ชั้นส่วน*. กรุงเทพฯ: กรู๊ฟ พับลิชชิ่ง.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (บรรณาธิการ). (2562). *การสร้างการรับรู้ในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ธัชชัย ธัญญาวลัย (บรรณาธิการ). (2562). *ร่างของอดีต*. กรุงเทพฯ: ArtyHOUSE.
- นิรินทร เกตราไชยอนันต์. (2550). *ภาพตัวแทนผีผู้หญิงในละครโทรทัศน์ (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.
- นนทรี นิมิบุตร (ผู้กำกับ). (2542). *นางนก [ภาพยนตร์]*. ไทย: บริษัท บัดดี้ฟิล์ม แอนด์ วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด.
- วิชุดา ปานกลาง. (2539). *การวิเคราะห์การถ่ายทอดความหมายเรื่อง "ผี" ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง "แม่นาคพระโขนง" พ.ศ. 2521-2532 (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.

สิทธิศิริ มงคลศิริ (ผู้กำกับ). (2562). แสงกระสือ [ภาพยนตร์]. ไทย: บริษัท
ทรานส์ฟอร์เมชั่น ฟิล์ม จำกัด, บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส จำกัด, บริษัท ซีเจ
เมเจอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, และ บริษัท นอร์ธ สตาร์ สตูดิโอ จำกัด.
อาทรี วณิชตระกูล. (2555). *จากวรรณกรรมสู่ละครเพลงไทยร่วมสมัย: ความรักกับการ
ประกอบสร้างตัวละครเอกหญิง* (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต).
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะอักษรศาสตร์, สาขาวิชาวรรณคดีและ
วรรณคดีเปรียบเทียบ.

ภาษาอังกฤษ

Arnika Fuhrmann. (2016). *Ghostly Desires: Queer Sexuality and Vernacular Buddhism in Contemporary Thai Cinema*. Durham: Duke University Press.

Sara Ahmed. (2004). *The Cultural Politics of Emotion* (2nd edition). Edinburgh: Edinburgh University Press.

Zoë Wool. (2020). "Mourning, Affect, Sociality: On the Possibilities of Open Grief." *Colloquy*, 35(1): 40-47.

หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ ในวารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วารสารการสื่อสารมวลชนมีกำหนดออกปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม มีระบบการพิจารณาถ้อยแถลงบทความโดยผู้ประเมิน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน โดยใช้ระบบ Double-Blind Peer Review 1 บทความ มีผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมิน 2 ท่าน

1. การพิจารณารับบทความ และขอบเขตเนื้อหาของบทความที่รับตีพิมพ์

วารสารการสื่อสารมวลชน มีนโยบายรับพิจารณาบทความ หรือข้อเขียนของนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่มีผลงานเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนี้ โดยผลงานนั้นจะต้องได้มาตรฐานตามที่วารสารการสื่อสารมวลชนได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การพิจารณาจะไม่คำนึงถึงสถานที่ทำงาน สถาบันการศึกษา หรือศาสนาของผู้เขียน

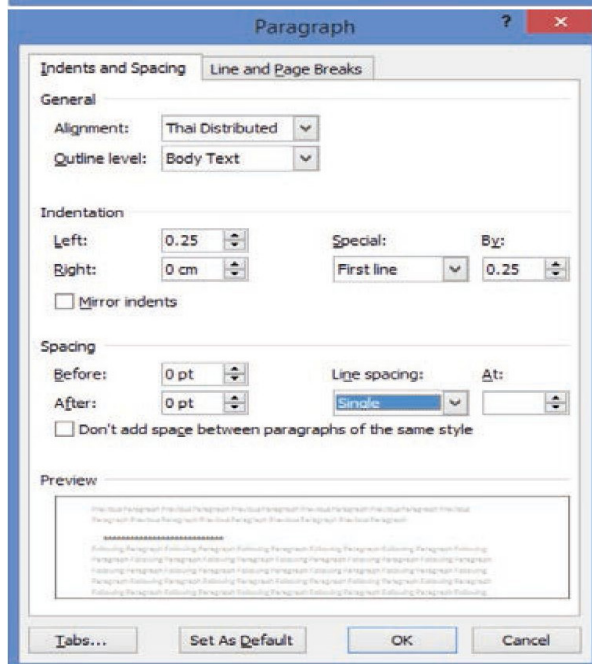
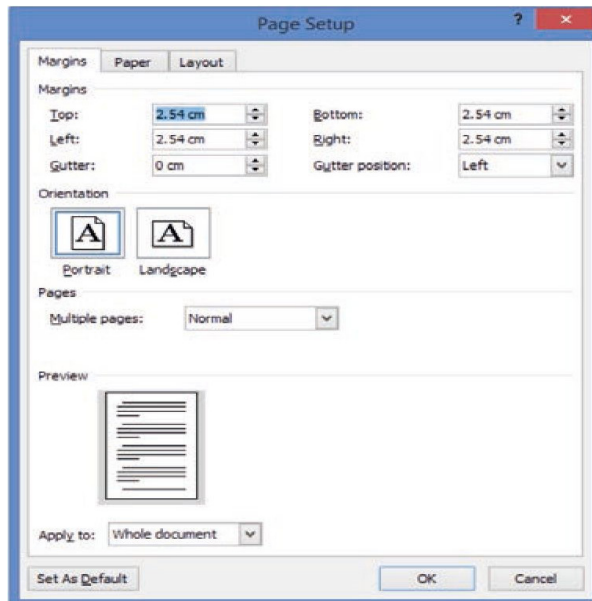
วารสารการสื่อสารมวลชน เปิดรับบทความทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- 1) บทความวิจัย (research article)
- 2) บทความวิชาการ (academic article)
- 3) บทความปริทัศน์ (reviewed articles)
- 4) บทวิจารณ์หนังสือ (book review)

ซึ่งมีเนื้อหาทางด้านการสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่มีผลงานเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนี้ โดยสามารถดาวน์โหลดตัวอย่างการจัดพิมพ์ได้ที่ <https://bit.ly/2CfltwM>

2. รายละเอียดการส่งบทความเพื่อขอรับพิจารณาตีพิมพ์

2.1 การส่งบทความ ใช้โปรแกรม Microsoft Word ให้พิมพ์ลงกระดาษขนาด A4 ควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า ระยะห่างจากขอบกระดาษทั้งด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา 2.54 เซนติเมตร แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point และระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 (single space)



2.2 ควรมีความยาวตั้งแต่ 5,000 คำ แต่ไม่ควรเกินกว่า 15,000 คำ (จำนวนคำถือตามการนับจำนวนคำใน Microsoft Word) หรือควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า

2.3 การอ้างอิงให้ใช้รูปแบบ APA (American Psychological Association)

ขอให้ผู้เขียนนำส่งเอกสาร/ข้อมูล ดังรายการต่อไปนี้

1) แบบฟอร์มนำส่งบทความ ซึ่งผู้เขียนรับรองว่าบทความที่นำส่งมานั้นเป็นผลงานของผู้เขียนเองไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างเสนอให้วารสารอื่นพิจารณา จำนวน 1 ฉบับ (ดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ที่ <https://bit.ly/2PiqvHE>)

2) ไฟล์ดิจิทัล 3 รูปแบบ ดังนี้

(1) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนดนามสกุล .pdf

(2) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนดนามสกุล .doc หรือ .docx

(3) รูปภาพที่ใช้ประกอบในบทความ นามสกุล .jpg, .jpeg หรือ RAW หรือ TIFF ความละเอียด 300 Pixel / Fligh Resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500KB

ส่งมายังกองบรรณาธิการโดยผ่านทางระบบ TCI-ThaiJO ของวารสารการสื่อสารมวลชน ที่เว็บไซต์ <https://go.nexus.in.th/tGKml>

ทั้งนี้ การส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์บทความกับทางวารสารไม่มีค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความ (Free of charge)

3. การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

3.1 รูปแบบของตัวอักษร ขอให้ผู้เขียนใช้ตัวอักษรที่มีขนาด ชนิด และการจัดรูปแบบ ดังนี้

รายการ	ภาษาไทย (THSara bun PSK)			English (THSarabunPSK)		
	ขนาด	ชนิด	การจัดเรียง	Size	Type	Alignment
ชื่อเรื่อง /Title	16	หนา	ตรงกลาง	16	Bold	Center
ชื่อผู้เขียน/Author (s) ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ	14	หนา	ตรงกลาง	14	Bold	Center
สังกัดผู้แต่ง/Affiliation (s) (แสดงในรูปแบบ footnote ตามตัวอย่างในแบบฟอร์มวิจัย)	12	ธรรมดา	กระจาย แบบไทย	12	Regular	Justify
หัวข้อบทคัดย่อ/Abstract Title	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
เนื้อหาบทคัดย่อ/Abstract	14	ธรรมดา	กระจาย แบบไทย	12	Regular	Justify
คำสำคัญ/Keywords	14	ธรรมดา	ชิดซ้าย	14	Regular	Left Alignment
หัวข้อเรื่อง/Heading เว้นบรรทัด บน-ล่าง	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
หัวข้อย่อย/Sub headings	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
เนื้อหา/Article	14	ธรรมดา	กระจาย แบบไทย	14	Regular	Justify
ชื่อตารางและชื่อรูปภาพ /Table or Figure title (อยู่ข้างบนตาราง หรือรูปภาพ)	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
หัวตาราง/Heading row	14	หนา	กลาง	14	Bold	Center
ข้อความในตาราง หรือภาพ /text in the table or figure	14	ธรรมดา	ชิดซ้าย หรือขวา	14	Regular	Left or Right Alignment

รายการ	ภาษาไทย (THSara bun PSK)			English (THSarabunPSK)		
	ขนาด	ชนิด	การจัดเรียง	Size	Type	Alignment
เชิงอรรถ/footnote	12	ธรรมดา	กระจายแบบไทย	12	Regular	Justify
หัวข้อเอกสารอ้างอิง/ References Title	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
เอกสารอ้างอิง/References	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment

3.2 องค์ประกอบของบทความ

รายการ	คำอธิบาย
ชื่อเรื่อง/Title	ระบุชื่อเรื่องทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ชื่อเรื่องไม่ควรยาวเกินไป และครอบคลุมสาระของบทความ และมีความสอดคล้องกันระหว่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
ชื่อผู้เขียน/Author (s)	- ระบุชื่อผู้แต่ง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - ไม่ควรระบุตำแหน่งทางวิชาการ ยศ/ตำแหน่งทางทหาร คำนำหน้าชื่อรวมทั้ง สถานภาพ (อาทิ นักศึกษาปริญญาเอก, อาจารย์ที่ปรึกษา, คณบดี) ทั้งที่ด้านหน้า และท้ายชื่อผู้แต่ง
สังกัดผู้แต่ง/Affiliation (s) (แสดงในรูปแบบ footnote)	- ระบุชื่อผู้แต่งบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังนี้ (ไม่ได้คำนำหน้าชื่อ).....(วุฒิการศึกษาที่ได้รับ เช่น ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัย....., 2558) หากยังอยู่ในระหว่างการศึกษา ระบุดังนี้ (ไม่ได้คำนำหน้าชื่อ).....(นิสิตหลักสูตร.....คณะ....., มหาวิทยาลัย.....) - ระบุชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี) ดังนี้ ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา....., คณะ....., มหาวิทยาลัย..... - ระบุชื่อหน่วยงานที่ผู้แต่งสังกัดในเชิงอรรถ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เรียงจากหน่วยงานระดับต้นไปจนถึงหน่วยงานหลัก

รายการ	คำอธิบาย
สังกัดผู้แต่ง/Affiliation (s) (แสดงในรูปแบบ footnote) (ต่อ)	ตัวอย่าง ¹สุนิสา เมืองแก้ว (ศศ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2560) Sunisa Muangkaew (M.A. in Communication Studies, Chiang Mai University, 2017) ² รศ.ธีรภัทร วรรณฤมล อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Assoc. Prof. Terapatt Vannaruemol, Lecturer of Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เลขที่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200 Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, 239, Huay Kaew Road, Muang District, Chiang Mai Thailand 50200 Corresponding Author E-mail:@..... .com ¹อภิภู กิติกำธร (นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) Abhibhu Kitikamdhorn (PhD Student in Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เลขที่ 254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, 254 Phayathai Road, Pathumwan, Bangkok Thailand 10330 Corresponding Author E-mail:@..... .com
อีเมลของผู้แต่ง Corresponding Author E-mail (แสดงในรูปแบบ footnote)	ระบุต่อจากชื่อหน่วยงานที่ผู้แต่งสังกัดในเชิงบรรณ ระบุเฉพาะอีเมลที่ใช้ส่งบทความผ่านระบบ TCI ThaiJO Corresponding Author E-mail:@..... .com
บทคัดย่อ/Abstract	บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ที่มีความสอดคล้องกัน และแต่ละส่วนควรมีความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4
คำสำคัญ/Keywords	ระบุคำสำคัญจำนวนไม่เกิน 5 คำ โดยคำสำคัญแต่ละคำ ให้แสดงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษซึ่งมีความหมายที่ตรงกัน ให้ค้นด้วยเครื่องหมาย , คำสำคัญ:,,

รายการ	คำอธิบาย
เนื้อหา/Article	- บทความวิจัย บทความวิชาการ ควรประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ โดยท่านสามารถศึกษาได้จากตัวอย่างใน แบบฟอร์มบทความวิจัย หรือดาวน์โหลดได้ที่ https://bit.ly/2CfltwM - การใช้คำศัพท์เฉพาะทางวิชาการ (1) กรณีคำภาษาอังกฤษที่มีการใช้ทับศัพท์ภาษาไทยอย่างแพร่หลาย ให้เขียนเป็นภาษาไทยตามที่มีการบัญญัติศัพท์ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน โดยไม่ต้องแสดงคำศัพท์ภาษาอังกฤษประกอบ อาทิ อินเทอร์เน็ต อิเล็กทรอนิกส์ (2) กรณีคำภาษาอังกฤษที่ยังไม่มีการใช้แพร่หลาย ให้เขียนคำแปลภาษาไทย หรือคำทับศัพท์โดยแสดงคำศัพท์ภาษาอังกฤษ และอักษรย่อ (ถ้ามี) ประกอบในวงเล็บ ทั้งนี้ การเขียนคำศัพท์ภาษาอังกฤษในวงเล็บ ให้ใช้ตัวอักษรพิมพ์เล็กทั้งหมด ยกเว้นคำที่มีอักษรย่อหรือคำเฉพาะ <u>จึงจะขึ้นต้นคำด้วยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ และควรเขียนคำภาษาอังกฤษกำกับครั้งแรกครั้งเดียว ในครั้งต่อไปไม่จำเป็นต้องเขียนภาษาอังกฤษกำกับอีก</u> เช่น องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) (3) กรณีคำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีการใช้อักษรย่อ ให้ระบุคำเต็มและอักษรย่อในครั้งแรกที่มีการกล่าวถึง และครั้งต่อไปให้ใช้อักษรย่อเพียงอย่างเดียวได้ อาทิ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ครั้งต่อไปใช้ อปท., องค์การ สหประชาชาติ (United Nations: UN) ครั้งต่อไปใช้ UN - การแสดงตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ (1) ให้แสดงชื่อตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ ด้านบนตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ และใส่หมายเลขกำกับตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ โดยเรียงตามลำดับการนำเสนอในเนื้อเรื่อง (2) หากเป็นตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพที่อ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลอื่น ให้อ้างอิงที่มา โดยแสดงที่มาไว้ใต้ตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ (ใช้รูปแบบการอ้างอิงแบบ นามปี) และดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ (3) หากมีหมายเหตุประกอบตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ ให้ใส่หมายเหตุไว้ที่บรรทัด ใต้ที่มา
การอ้างอิงเอกสารในเนื้อหา /In-text citation	ใช้รูปแบบการอ้างถึงในเนื้อหา (In-text citation) แบบนามปี (Name-and-years system) ในระบบ American Psychological Association 6 th edition (APA6) (ดูรายละเอียดในหัวข้อ การอ้างอิงในเนื้อหาและการลงรายการเอกสารอ้างอิง)

รายการ	คำอธิบาย
การอ้างอิงเอกสารในเนื้อหา /In-text citation (ต่อ)	- เชิงอรรถ (footnote) ในเนื้อหา ใช้สำหรับการอธิบายขยายความจากในเนื้อหาเท่านั้น ไม่ใช้สำหรับการอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่อง (การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่อง ใช้รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา (in-text citation))
เอกสารอ้างอิง/ References	- ให้แสดงรายการเอกสารอ้างอิงตอนท้ายของบทความ โดยใช้รูปแบบเอกสารอ้างอิง ในระบบ APA โดยผู้เขียนต้องตรวจสอบข้อมูลการอ้างอิงให้ครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้ง รายการเอกสารอ้างอิงจะต้องครอบคลุมรายการที่มีการอ้างอิงในเนื้อหา - ให้แสดงรายการเอกสารอ้างอิงโดยเรียงลำดับตามตัวอักษร และให้เรียงรายการเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยก่อน แล้วจึงตามด้วยรายการเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาต่างประเทศ

3.3 การอ้างอิงในเนื้อหา และการลงรายการเอกสารอ้างอิง

3.3.1 การอ้างอิงในเนื้อหาแบบนามปี ในระบบ APA

(1) การอ้างอิงในเนื้อหาแบบนามปี ในระบบ APA สามารถทำได้

ดังนี้

- อ้างถึงโดยชื่อผู้แต่งอยู่ในเนื้อความ เช่น

เก่ง เขียนดี (2559, น. 1) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ...

Smith (2016) defines public policy as...

- อ้างถึงโดยลงรายการชื่อผู้แต่ง, ปี, เลขหน้าในเครื่องหมาย

วงเล็บ เช่น (เก่ง เขียนดี, 2559, น. 1), (Smith, 2016, p. 1)

(2) กรณีผู้แต่ง 1 คน ผู้แต่งที่เป็นชาวไทยให้ใส่ทั้งชื่อ และนามสกุล หากผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศ ให้ใส่เฉพาะนามสกุล อาทิ (เก่ง เขียนดี, 2559, น. 1), (Smith, 2016, p. 1)

(3) กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่งทั้งสองคน ทุกครั้งที่อ้าง โดยผู้แต่งชาวไทยให้คั่นระหว่างชื่อด้วยคำว่า “และ” เช่น (เก่ง เขียนดี และ ชยัน อดทน, 2559) และผู้แต่งชาวต่างประเทศ ให้คั่นระหว่างชื่อด้วย “and” เช่น Smith and Adam (2016) แต่ถ้าชื่อผู้แต่งอยู่ในวงเล็บ ใส่เครื่องหมาย & แทนคำว่า “and” เช่น (Smith & Adam, 2016)

(4) กรณีผู้แต่ง 3-6 คน ครั้งแรกให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่งทุกคน โดยคั่นระหว่างชื่อ ด้วยเครื่องหมาย “,” และครั้งต่อไปให้ลงเฉพาะชื่อคนแรกและตามด้วยคำว่า “และคณะ” สำหรับผู้แต่งภาษาไทย และ “et al.” สำหรับผู้แต่งชาวต่างชาติ เช่น

ครั้งแรก (เก่ง เขียนดี, ชัยน อคทน, และ มานะ พยายาม, 2559, น. 1)

ครั้งถัดไป (เก่ง เขียนดี และคณะ, 2559, น. 3),

ครั้งแรก (Smith, Adam, & Potter, 2016, p. 101)

ครั้งถัดไป (Smith et al., 2016, p. 102)

(5) กรณีผู้แต่ง 7 คน ขึ้นไป ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่ง คนที่ 1 และตามด้วยคำว่า “และคณะ” สำหรับผู้แต่งภาษาไทย และ “et al.” สำหรับผู้แต่งชาวต่างชาติ เช่น

(เก่ง เขียนดี และคณะ, 2559, น. 1)

(Smith et al., 2016, p. 101)

(6) สิ่งพิมพ์คนละรายการ พิมพ์คนละปี แต่มีผู้แต่งคนเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกัน และผู้เขียนต้องการอ้างอิงพร้อม ๆ กัน ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่งตามด้วยปีที่พิมพ์ โดยเรียงลำดับปีที่พิมพ์จากเก่าไปใหม่ และคั่นระหว่างปี ด้วยเครื่องหมาย “1” เช่น

(เก่ง เขียนดี, 2555, 2559), (Smith, 2014, 2016)

(7) สิ่งพิมพ์คนละรายการ พิมพ์ปีเดียวกัน แต่มีผู้แต่งคนเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกัน และผู้เขียนต้องการอ้างอิงพร้อม ๆ กัน ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่งตามด้วยปีที่พิมพ์ โดยลงอักษร ก, ข, ค กำกับหลังปีที่พิมพ์สำหรับผู้แต่งคนไทย และ a, b, c สำหรับผู้แต่งชาวต่างประเทศ และคั่นระหว่างปีด้วยเครื่องหมาย “1” เช่น (เก่ง เขียนดี, 2555ก, 2555ข), (Smith, 2014a, 2014b)

(8) การอ้างอิงสิ่งพิมพ์หลายรายการ ผู้แต่งต่างกัน พร้อมกัน ให้คั่นแต่ละรายการด้วยเครื่องหมาย “;” เรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อ (หรือนามสกุล) ผู้แต่ง เช่น (เก่ง เขียนดี, 2559; มานะ พยายาม, 2558), (Adam, 2014; Smith & Potter, 2016)

(9) กรณีผู้แต่งที่เป็นหน่วยงานหรือสถาบัน ให้ลงรายการครั้งแรกด้วยชื่อเต็มของหน่วยงาน/สถาบัน และตามด้วยชื่อย่อในวงเล็บ และการอ้างครั้งต่อไปใช้แต่ชื่อย่อ ยกเว้นการอ้างชื่อมหาวิทยาลัยให้ใส่ชื่อเต็มทุกครั้ง เช่น ครั้งแรก (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ [สสส.], 2558) ครั้งถัดไป (สสส., 2558)

(10) กรณีที่เป็นเอกสารไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้แสดงรายการโดยระบุชื่อสิ่งพิมพ์นั้นแทนชื่อผู้แต่ง โดยหากเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทบทความให้ใส่ชื่อบทความ ในเครื่องหมายอัญประกาศ เช่น (“นโยบาย สาธารณะ”, 2559) หากเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ให้ใส่ชื่อหนังสือโดยใช้ตัวเอน เช่น (*มาตรฐานการเผยแพร่ผลงานวิจัย และผลงานทางวิชาการ*, 2555)

(11) กรณีการอ้างถึงสิ่งพิมพ์ที่ปรากฏในเอกสารอื่น ให้ลงรายการโดยภาษาไทยใช้คำว่า “อ้างถึงใน” และภาษาต่างประเทศใช้ “as cited in” เช่น (เก่ง เขียนดี, 2555 อ้างถึงใน มานะ พยายาม, 2559), (Smith, 2015 as cited in Adam, 2016) ในกรณีนี้ ให้ผู้เขียนแสดงรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ เฉพาะรายการที่ตนเองอ่านมาโดยตรง เช่น จากตัวอย่างรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ จะมีเฉพาะรายการของ “มานะ พยายาม, 2559” เท่านั้น ไม่ต้องแสดงรายการของ “เก่ง เขียนดี, 2555”

(12) การอ้างถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การติดต่อทางโทรศัพท์ หรือทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล เว็บบอร์ด ให้ใส่ตำแหน่งงานหรือสถานะของผู้ให้ข้อมูล หรือกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลตามที่นำเสนอไว้ในการศึกษาวิจัย เช่น ประชาชน/ ช่างราชการ ตามด้วยคำว่า “การสื่อสารส่วนบุคคล” สำหรับชาวไทย และ “personal communication” สำหรับชาวต่างประเทศ เช่น (ผู้บริหาร คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 กันยายน 2559), (1 st student, personal communication, September 20, 2016) ทั้งนี้ หากผู้เขียนต้องการอ้างอิงชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูล โดยเปิดเผยชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้เขียนจะต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น

(13) ในกรณีที่บทความเป็นภาษาอังกฤษ และได้ทำการอ้างอิงโดยใช้เอกสารที่เป็นของคนไทย ในส่วนของเอกสารอ้างอิงจะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษทุกรายการ โดยชื่อเรื่องจะต้องทำเป็น Thai Romanization (การถอด

อักษรไทยเป็นอักษรโรมัน) และระบุชื่อเรื่องภาษาอังกฤษในวงเล็บเหลี่ยม [...] หมายเหตุ: สำหรับการเขียน Thai Romanization แนะนำให้ใช้โปรแกรมแปลงสัทสนที่พัฒนา โดย NECTEC เว็บไซต์ <http://164.115.23.167/plangsarn/index.php> เช่น

Kaewthep, K. (2006). Tritdīlānāothāng kānsuksāsusīānmūanchon [Theory and approach of mass communication. Bangkok: Brand Age.]

3.3.2 การลงรายการเอกสารอ้างอิง ในระบบ APA

- รายการเอกสารที่ปรากฏในเอกสารอ้างอิง (reference) ท้ายบทความ จะต้องเป็นรายการเอกสารที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ (in-text citation) เท่านั้น

- การลงรายการเอกสารอ้างอิงสำหรับสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท มีรายละเอียด ดังนี้ (/ คือ เว้นวรรค 1 ระยะ)

ประเภทสิ่งพิมพ์	รูปแบบการลงรายการเอกสารอ้างอิง
หนังสือ/ตำรา (book)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./สถานที่พิมพ์:/ชื่อสำนักพิมพ์.
หนังสือรวมบทความ	ชื่อผู้แต่ง (บก.)./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./สถานที่พิมพ์:/ชื่อสำนักพิมพ์. Author(s) (Ed. ถ้ามีหลายคนให้ใช้ Eds)./ (year of publication). /Book title./Place:/Publisher.
บทความในหนังสือรวมบทความ (chapter in book)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บก.)./ ชื่อหนังสือ./ (น./เลขหน้า-เลขหน้า)./สถานที่พิมพ์:/ชื่อสำนักพิมพ์. Author(s)./ (year of publication)./Article title./In/Editor/ (Ed. ถ้ามีหลายคนให้ใช้ Eds)./ Book title./ (p. ถ้ามีหลายหน้าให้ pp./page number-page number)./Place: /Publisher.
บทความในวารสาร (journal article)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่ (ฉบับที่)./เลขหน้าที่ ปรากฏบทความ-เลขหน้า. Author(s)./ (year of publication)./Article title./Journal./ Vol(No)./page number-page number.

ประเภทสิ่งพิมพ์	รูปแบบการลงรายการเอกสารอ้างอิง
รายงานการวิจัย (research report)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์) ./ชื่อเรื่อง/(รายงานการวิจัย) ./สถานที่พิมพ์:/ ชื่อสำนักพิมพ์ Author(s) ./ (year of publication) ./title ./ (Research report) ./ Place:/Publisher.
เอกสารการประชุม ทางวิชาการ (proceedings, symposium)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์) ./ชื่อบทความ ./ใน/ชื่อการประชุมหรือ การสัมมนา/(น./เลขหน้า-เลขหน้า) ./สถานที่พิมพ์:/ชื่อสำนักพิมพ์. Author(s) ./ (year of publication) ./Article title./In/Title of Conference./ (pp./page number-page number) ./Place:/ Publisher.
ผลงานนำเสนอ ในงานประชุมวิชาการ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่นำเสนอ,/เดือนที่นำเสนอ) ./ชื่อผลงาน./การนำเสนอ ในชื่อการประชุมหรือการสัมมนา./สถานที่จัดการประชุม. Author(s) ./ (year of publication, /month) ./title ./In/Title of Conference./Place.
หนังสือแปล	ชื่อผู้แต่งหนังสือต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยแล้ว./ (ปีที่พิมพ์ หนังสือแปล) ./ชื่อหนังสือที่แปลแล้ว/(ชื่อผู้แปล) ./สถานที่พิมพ์ หนังสือแปล:/ สำนักพิมพ์./ (ต้นฉบับพิมพ์/ปี/ค.ศ. หรือ พ.ศ. ที่พิมพ์ต้นฉบับ)
วิทยานิพนธ์ และปริญญาานิพนธ์ (thesis)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์) ./ชื่อเรื่อง./ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตหรือ ปริญญาคุณับัณฑิต...ชื่อปริญญา...) ./ชื่อมหาวิทยาลัย./ชื่อคณะ./ ชื่อสาขาวิชาหรือภาควิชา. Author ./ (year of published) ./Doctoral dissertation or Master's thesis Title ./ (Doctoral dissertation or Masters thesis) ./ Institute./Faculty name, /Department name or Department.
บทความจาก หนังสือพิมพ์ (newspaper)	ชื่อบทความ./ (วัน/เดือน/ปีที่พิมพ์) ./ชื่อหนังสือพิมพ์./น./เลขหน้า. Article title ./ (year of published, /mm/dd) ./Newspaper Title./ p./page number.
เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ หรือเอกสารจากฐาน ข้อมูล (databases)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปี) ./ชื่อเอกสาร./สืบค้นเมื่อ/วันที่/เดือน/ปี./จาก/URL (แบบย่อ*) หรือชื่อฐานข้อมูล. Author ./ (year of published) ./Title ./Retrieved/mm/dd./ year./from/URL or name of database.

การระบุชื่อผู้แต่ง มีรายละเอียดดังนี้

(1) ผู้แต่งชาวไทย และผู้แต่งชาวต่างประเทศ ลงรายการด้วยนามสกุล และตามด้วยชื่อแรก และชื่อกลาง ซึ่งใช้อักษรย่อ

(2) ผู้แต่ง 2 คน ให้ลงชื่อผู้แต่งทุกคน โดยใช้คำว่า “, และ” (สำหรับคนไทย) และ “, &” (สำหรับชาวต่างประเทศ) คั่นระหว่างชื่อ

(3) ผู้แต่ง 3-6 คน ในครั้งแรกให้ลงชื่อผู้แต่งทุกคน คั่นระหว่างชื่อด้วยเครื่องหมาย “,” และคั่นก่อนชื่อคนสุดท้ายด้วย “, และ” ในภาษาไทย และ “, &” ในภาษาอังกฤษ ในการอ้างชื่อครั้งต่อไป ลงเฉพาะชื่อผู้แต่งคนแรกตามด้วยคำว่า “, และคณะ” สำหรับงานเขียนภาษาไทย หรือ “, et al.” สำหรับงานเขียนภาษาต่างประเทศ

(4) ผู้แต่ง 7 คนขึ้นไป ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก ถึงคนที่ 6 และตามด้วย “, และคณะ” หรือ “, et al.”

(5) สิ่งพิมพ์ที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้ใส่ชื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือ หรือวารสาร) ด้วยตัวเอนแทนและตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น ชื่อหนังสือ./ (ปีที่พิมพ์)/สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

คำย่อสำหรับการลงรายการเอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย		ภาษาอังกฤษ	
อักษรย่อ	ย่อมาจาก	อักษรย่อ	ย่อมาจาก
ม.ป.ป.	ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์	n.d.	no date
ม.ป.ท.	ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์	N.P.	no place
ม.ป.พ.	ไม่ปรากฏสำนักพิมพ์	n.p.	No publisher

- สิ่งพิมพ์ที่อยู่ระหว่างรอพิมพ์ ให้ใช้ข้อความ “(อยู่ระหว่างรอพิมพ์)” สำหรับภาษาไทย และ “(forthcoming)” สำหรับภาษาอังกฤษ

(1) การอ้างอิงในเนื้อหา (in-text citation)

จากการทบทวนงานวิจัย (ชื่อผู้แต่ง, อยู่ระหว่างรอพิมพ์) พบว่า.....

จากการทบทวนงานวิจัย (Author, forthcoming) พบว่า.....

(2) การอ้างอิงในรายการเอกสารอ้างอิง (References)

ชื่อผู้แต่ง. (อยู่ระหว่างรอพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร.

Author. (forthcoming). Article title. Journal.

เอกสารอ้างอิง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สำนักหอสมุด. (2556). คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 8, ฉบับแก้ไขและเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Publication manual of the American Psychological Association (6th ed.). (2010). Washington, D.C.: American Psychological Association.

แบบฟอร์มบทความ

ชื่อบทความภาษาไทย..... ชื่อบทความภาษาอังกฤษ..... เว้น 1 บรรทัด ชื่อเจ้าของบทความ (ไม่ใส่คำนำหน้าชื่อ) ...ชื่อ.นามสกุล...¹ Name.Surname ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา (ไม่ใส่ตำแหน่งทางวิชาการ) ...ชื่อ.นามสกุล...² Name.Suradachae เว้น 1 บรรทัด เว้น 1 บรรทัด บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา) เว้น 1 บรรทัด (ไม่ควรเกิน 1 หน้า กระดาษ A4) (TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ) เว้น 1 บรรทัด คำสำคัญ เว้น 1 บรรทัด Abstract (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา) เว้น 1 บรรทัด (TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ) เว้น 1 บรรทัด Keywords เว้น 1 บรรทัด บทนำ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา) เว้น 1 บรรทัด (TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ)	} TH SarabunPSK 16 Point นวน	} 14 Point นวน
--	--	---

¹ ชื่อเจ้าของบทความ (ไม่ใส่คำนำหน้าชื่อ)..... (วุฒิการศึกษาที่ได้รับ เช่น ศษ.ม., การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัย....., 2558)
หรือหากศึกษาอยู่ ให้ระบุ (ไม่ใส่คำนำหน้าชื่อ)..... (ชนิดหลักสูตร.....คณะ.....มหาวิทยาลัย.....)
Name Surname..... (M.A. of / Ph.D. of, University....., Year.....)
or Name Surname..... (Master Student in, PhD Student in, Faculty of, University.....)

² ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... คณะ..... มหาวิทยาลัย.....
Academic Positions..... Name Surname..... Lecturer of Faculty of, University.....
คณะ.....มหาวิทยาลัย..... จัดเป็นมหาวิทยาลัย..... (ไม่ใส่ตัวย่อ เช่น ตำบล อำเภอ จังหวัด)
Faculty of, University....., Road....., District....., Province/ Country/ Zip code.....
Corresponding Author E-mail:.....@......com

เว้น 1 บรรทัด

วัตถุประสงค์ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

ระเบียบวิธีวิจัย (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

(ระบุประชากรและกลุ่มตัวอย่าง, กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง, เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล, การเก็บรวบรวมข้อมูล, การวิเคราะห์ข้อมูล)

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

ผลการวิจัย (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

อภิปรายผลการวิจัย (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

ข้อเสนอแนะ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

รายการอ้างอิง (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา) เรียงตามอักษร)

เว้น 1 บรรทัด

ภาษาไทย (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

ภาษาอังกฤษ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

- 1 |** อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจธนาคาร
Impact of Corporate Image and Brand Image on Quality of Consumer-Brand Relationship in The Banking Sector

• รัตติ อินทฤติ Thiti Ketudat, นฤมล กิมการสน Narumon Kimpakorn และ กิตติคุณ ชูลีกาวิทย์ Kittinoot Chulikavit

- 34 |** โครงการนำร่องการพัฒนาสื่อการละครคนแก่หลวงเชียงสร้างสรรค์เพื่อลดวงจรและป้องกันปัญหาการพนันในเยาวชนและชุมชนในภาคอีสาน
Pilot Project of Dialogue Theatre Creativity: A Campaign for Gambling Problem Protection in Isan Youth and Communities

• ปิ่นวดี ศรีสุขสมาน Pinwadee Srisupun, นวนภรณ์ นามอน Kankwan Manom และ วัชร ศรีคำ Watcharee Srikham

- 75 |** ภูมิรัฐดิจิทัล: วิสัยทัศน์ของการเปลี่ยนแปลงนโยบายการศึกษา
เพื่อยกระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของวัยเด็กและเยาวชนไทย
Digital Resiliency: The Vision of Transforming Educational Policy to Enhance Digital Literacy for Thai Children

• สุจิตรา แก้วสิมวาล Sujitra Kaewseenual และ อุดมลิขณ สรรพปัญญา Udomluck Thampanya

- 100 |** การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับช่องทางการตลาดการผลิตซ้ำละครโทรทัศน์ไทย
The Application of Creative Economy with Marketing Channel of Remaking Thai Television Drama

• เพ็ญพร ณ นาม Pemporn Na Nakorn, รัตติพัฒน์ เข้มยอรัตนรัตน์ Titipat Imniran และ สันติภา นงรัตน Santat Thongrin

- 128 |** แนวทางพัฒนาสื่อมวลชนไทยในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต
กรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง
Guidance on Thai Mass Media Reporting Practices in Critical Situations: A Case Study of Search and Rescue Operations in Tham Luang Cave

• กนกวรรณ โกวิทวงศ์ Kamonwan Kowitwongsa และ ชนัญญา อสนพ ณ อุทยาน Chananara Oranop Na Ayuththaya

- 161 |** อสุภกรรัก: การเมืองความรักและความโศกเศร้าร้ายของผู้ชาย ต่อ (ผี) ผู้หญิง
ใน นานนาค พันทมนะไข่มุม แสงกระสือ และ สัตว์
Phantom Love: The Politic of Love and Grief of Males to (ghostly) females in Nang Nak, Pee Mak Phra Khanong, Sang Krasue [Inhuman Kiss] and Songtor

• ธนวัฒน์ ปัญญาพันธ์ Tanawat Panyanant